

## التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية

د. أحمد فاضل حسين

جامعة ديالى - كلية الحقوق

### المقدمة

تعتبر الانتخابات في العصر الحديث من اهم الوسائل القانونية التي يستخدمها الافراد و الاحزاب السياسية للوصول للسلطة لذا فأنها تحتاج الى تنظيم قانوني يتمثل في التشريع الدستوري وتشريعات القوانين المتعلقة بالانتخابات والانظمة والتعليمات التي تنظم العملية الانتخابية .

والعملية الانتخابية تمر بمراحل عديدة مثل الترشيح والموافقة على الترشيح والدعاية الانتخابية ويوم الانتخابات و اعلان النتائج وتعتبر الدعاية الانتخابية من اهم المراحل التي تمر بها العملية الانتخابية , فمن خلال الدعاية الانتخابية يستطيع كل مرشح التعبير عن افكاره وبرنامجه الانتخابي وتوضيحه للناخبين لكي يستطيع الحصول على تأييد الناخبين , والدعاية الانتخابية تعتبر حقا قانونيا لكل المرشحين ينبغي ان تقوم على اساس مجموعة من المبادئ والاسس القانونية مثل التساوي بين المرشحين وفسح المجال لهم للتعبير عن افكارهم وحيادية السلطات العامة امام جميع المرشحين و اتاحة الفرصة لهم لعرض افكارهم للناخبين وفسح المجال بالتساوي لكل المرشحين في الاستعانة بوسائل الاعلام بمختلف انواعها من صحافة وتلفزيون واذاعة وانترنت... الخ , وكذلك فأن الدعاية الانتخابية تحتاج الى قيود توضع لتنظيمها بحيث يلتزم جميع المرشحين بهذه القيود وإلا تعرضوا للعقوبات التي تفرضها قوانين الانتخابات والانظمة والتعليمات الصادرة من الجهة المشرفة على الانتخابات حيث تملك هذه الجهة مراقبة المرشحين اثناء الحملة الانتخابية وكذلك تراقب وسائل الاعلام ولها الحق في فرض العقوبات والغرامات عليهم اذا اخلوا بالقواعد الموضوعية لتنظيم الحملة الانتخابية .

اذا التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية يتمثل في وضع مبادئ قانونية اساسية لتنظيم هذا الحق وفي الوقت نفسه وضع قيود لتنظيم هذا الحق على



التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية يتمثل في وضع مبادئ قانونية اساسية لتنظيم هذا الحق وفي الوقت نفسه وضع قيود لتنظيم هذا الحق على الجميع الالتزام بها سواء من قبل المرشحين او السلطات



الجميع الالتزام بها سواء من قبل المرشحين أو السلطات وفرض عقوبات على كل من يخالفها , لذا ونظرا لاهمية الدعاية الانتخابية واهمية التنظيم القانوني لها أثرنا البحث في هذا الموضوع خاصة ان الانتخابات تعتبر في العصر الحاضر هي الوسيلة القانونية للوصول للسلطة , لذا سوف نتعرف على كيفية معالجة قوانين الانتخابات والانظمة والتعليمات للحق في الدعاية الانتخابية وذلك في قانون الانتخابات العراقي والانظمة والتعليمات الصادرة من المفوضية المستقلة للانتخابات في العراق بشأن الحملات الانتخابية والقيود عليها والعقوبات المفروضة على من يخالفها , كذلك نتعرف على المعالجة القانونية لهذا الحق في بعض قوانين الانتخابات العربية مثل قانون الانتخابات الفلسطيني والجزائري واليمني . لذا فسوف نبحث هذا الموضوع في مبحثين :

المبحث الاول : المفهوم الاعلامي والقانوني للدعاية الانتخابية

المبحث الثاني : الدعاية الانتخابية في ظل القوانين والتشريعات الانتخابية

### المبحث الاول

#### المفهوم الاعلامي والقانوني للدعاية الانتخابية

من خلال هذا المبحث سوف نتعرف على مفهوم الدعاية الانتخابية في الدراسات الاعلامية لأن الدعاية الانتخابية لها جانب اعلامي يتمثل في كيفية توصيل الافكار للمتلقيين وهم مجموعة الناخبين وذلك في المطلب الاول , ومن ثم نتعرف على المفهوم القانوني لهذا المصطلح وذلك في المطلب الثاني .

#### المطلب الاول: المفهوم الاعلامي

تعد الدعاية الانتخابية (Propaganda electoral) مجموعة من الإجراءات التي يتخذها الكيان السياسي لاستمالة الناخبين للإدلاء بأصواتهم لصالحه (١) وبما إن للدعاية الانتخابية تقاليد وقواعد وأصول ، فإن لكل كيان سياسي حقا في ممارسة الوسائل والأساليب الشرعية جميعها لتحقيق مقاصده في الوصول إلى استمالة الناخبين والتأثير عليهم للإدلاء بأصواتهم. حيث لا تعتمد الانتخابات الناجحة على ما يحدث في يوم التصويت فقط وإنما يجب دراسة العملية الانتخابية جميعها بما في ذلك المسائل الأولية مثل "طبيعة النظام الانتخابي، وحق الناخب، وتسجيل الناخب، وتنظيم الحزب، وإعلام الناخب كيفية الإدلاء بالتصويت وتشجيعه في ممارسة حق التصويت هذه الأمور كلها تشير إلى انتخابات حرة ونزيهة ذات أهمية خاصة فيما يتعلق بسير الحملة الانتخابية". وتعرف الحملة الانتخابية على أنها "مجموعة الأنشطة التي يقوم بها الحزب أو المرشح السياسي بهدف إمداد الجمهور والناخبين بالمعلومات عن برنامجه وسياسته وأهدافه، ومحاولة التأثير فيهم بكل الوسائل والأساليب والإمكانات المتوفرة من خلال جميع قنوات الاتصال والإقناع، وذلك بهدف الحصول على أصوات الناخبين وتحقيق الفوز في الانتخابات" (٢) ويمكننا تحديد العناصر التالية من المفهوم أعلاه :

- 1- مجموعة الأنشطة: وهي الأعمال والنشاطات التي يقوم بها الحزب أو المرشح السياسي خلال مدة ترشيحه للانتخابات من خلال تعريف الناخبين ببرامج الحزب السياسية وتعريفهم بمكاسب ومنجزات الحزب .
- 2- إمداد الجمهور والناخبين بالمعلومات: وذلك عن طريق تقديم الإيضاحات والمعلومات الكافية عن الحزب أو المرشح السياسي وتقديم الشرح المفصل عن برامج الحزب السياسية واهداف ترشيحه للانتخابات .
- 3- محاولة التأثير في الجماهير: أي من خلال طرح برامجه وأهدافه وإطلاعهم عن المنجزات التي

سوف يحققها لهم في حال فوزه في الانتخابات وتحقيق رغباتهم في حال مساندهم له في الانتخابات .

4- قنوات الاتصال والإقناع : وذلك عن طريق استخدام كافة وسائل الأعلام سواء عن طريق الاتصال الشخصي أي اللقاء شخصياً مع الناخبين أو عن طريق وسائل الأعلام المختلفة كالصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والانترنت ... الخ.

5- بهدف الحصول على أصوات الناخبين : أي من أجل تحقيق الهدف الذي يسعى إلى تحقيقه الحزب أو المرشح السياسي ألا وهو الفوز في الانتخابات من كسب أصوات أكبر عدد من الناخبين الذين يدلون بأصواتهم في الانتخابات .

وإن الحملة الانتخابية هي نوع من أنواع الحملات الإعلامية السياسية، لان لها أهدافاً محددة تسعى إلى تحقيقها، ولها مدى زمني محدد ودائماً ما يكون قصيراً، وهي مركزة وتتسم بـكثافة التغطية، وتخضع للتقييم لمعرفة مدى فاعليتها، عادة ليست معروفة أو شائعة بين جمهور الناخبين وتهدف إلى تحقيق أهداف ليست خاضعة لجدل مثل التصويت. وان الدائرة الانتخابية تضم مجموعة من الناخبين الذين يتركزون في بقعة ارض ذات حدود جغرافية أو إدارية، ويحاول المرشح أن يؤثر عليهم عن طريق حملته الانتخابية وخلال مدة الحملة الانتخابية يكون الحزب منتشراً كون كل مرشح في الانتخابات يتنافس ليضمن الفوز . وكثيراً ما تسفر مثل هذه الحزبية إلى منافسة قوية وهذه هي الديمقراطية الحقيقية وأحياناً يسفر عن المنافسة ظلم يمكن أن يكون له تأثير كبير قد يؤدي إلى سلوك مخالف لأي انتخابات نزيهة والحملة السياسية الانتخابية الناجحة هي تلك التي تستغل في كل الأحوال، الوقت لاستهداف الناخب، وتقوم بتطوير رسالة مقنعة، وتتابع العمل وفق خطة معقولة للوصول إلى ذلك الناخب (٣) وهناك عدة أشكال للحملات الانتخابية منها:

1- البداية القوية والتناقص التدريجي: وهي أن تبدأ الحملة بداية كبيرة بدرجة كثيفة من الانتشار لتحقيق تغطية كبيرة وتأثير قوي ثم تبدأ بالتراجع أي بالتناقص بالتدريج حتى تصل إلى حد معين تتوقف عنده من التكرار والتغطية.

2- البداية المحدودة والتزايد التدريجي: وهي عكس الشكل الأول حيث تبدأ بمواد محدودة وفي وسائل محدودة ثم تأخذ بالتزايد التدريجي في التغطية والتكرار فتأخذ بالأتساع والانتشار إلى إن تتوقف عند حد معين.

3- التوازن: وهو الشكل الذي تكون فيه كمية المادة الإعلامية في الصحف أو المجلات أو التلفزيون أو الراديو متساوية خلال المدة الزمنية للحملة (٤).

اما وسائل الدعاية الانتخابية فيعد الوصول إلى وسائل الإعلام في المجتمع الحديث من الأمور المهمة وذلك لنشر الخطب والبرامج الحزبية وحسب ما جاء بوثيقة كونهانكن التي صدرت عن مؤتمر الأمن والتعاون الأوروبي ١٩٩٠ م (يجب أن لا يقف عائق قانوني أو إداري في طريق الوصول الميسر إلى وسائل الإعلام على أساس من عدم التفرقة لكل المجموعات السياسية والأفراد الراغبين في المشاركة في العملية الانتخابية) وإذا لم توجد هذه التسهيلات ولم تكن متاحة لذا فأن المرشحين لم يتمتعوا بحق التعبير عن أنفسهم بحرية ويجب أن يكون المرشح السياسي على علم بوسائل الاتصال الموجودة في المجتمع والتي يمكن له استخدامها في حملته الانتخابية. كما أن الدور المهم الذي تضطلع به وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية وهو سماحها للناخبين بأن يطلعوا بصورة جيدة حول خياراتهم في الانتخابات والدور الثاني مراقبتها للانتخابات وهل تسير بصورة حرة ونزيهة أما الدور الثالث فيكون من خلال نقل التقارير الخاصة بالبرامج الانتخابية التي تضعها الأحزاب

من أجل الفوز بالانتخابات. ومن وسائل الاتصال المتاحة في مجتمعاتنا المحلية.

1- الاتصال المباشر (الشخصي): و"يقصد به الاتصال الشخصي والاتصال الجمعي الذي هو أظهر ما يكون في مجال الخطابة حين يجتمع الخطيب بعدد كبير من الناس بوجودهم إليه كلامه وأن معظم الحملات الانتخابية تتكون من خطب متعددة، وتجمعات حزبية وجمهيرية كبيرة، لذلك يمكن القول بأن الاتصال المباشر يعد بشكله الشخصي والجمعي ركيزة أساسية للاتصالات التي يجريها المرشح السياسي وخاصة في مجتمعاتنا المحلية لهذا يوصي خبراء الاتصال على ضرورة أن تكون كلمات الرسالة اللفظية الشفهية وألفاظها مؤداة بمعدل سرعة يمكن المتلقي من متابعة المرسل وتفهم معنى الرسالة. فلا معنى لتقديم رسالة بتسرع وعجلة يستحيل معها فهم المعنى إذ يتطلب من المرشح السياسي وأيضاً ومن يمثله في اتصاله المباشر بالجمهور ضرورة الانتباه والاستعداد لا يعطي السامع فرصة فهم الألفاظ وتأمل المعاني من غير تعب ولا جهد، ومن نماذج الاتصال المباشر وتأثيره على الحملات الانتخابية ما نراه في الانتخابات البرلمانية في الأردن ١٩٩٧م حيث يشير البعض من المرشحين بأنهم لم يستعينوا بوسائل الإعلام الجماهيري لبث دعواتهم وبرامجهم الانتخابية بل لجؤوا إلى الاتصال الشخصي حين مارسوا نشاطاتهم الانتخابية عن طريق ديوان العشيرة لذلك عمل أكثر الناخبين على انتخاب مرشح العشيرة فكان للصبغة العشائرية أثر كبير في المنافسات بين المرشحين على أسس عشائرية في الانتخابات البرلمانية في اليمن عام ١٩٩٧م أيضاً وكان واضحاً وبشكل كبير أن أكثر الدعايات الانتخابية تركزت على رابطة القرابة وعلى المنزلة الاجتماعية للمرشح للانتخابات وفي الانتخابات التشريعية في مصر عام ٢٠٠٠م تبين بأن الغالبية العظمى من الناخبين في مصر لا تصوت على أساس الانتماء الحزبي بالدرجة الأولى، وإنما لاعتبارات أخرى مثل شخص المرشح ومدى ارتباطه بهم أو وفقاً لمؤثرات اجتماعية تقليدية عائلية أو عشائرية أو غيرها، وفي دراسة في الأردن أيضاً حازت الندوات على أكبر قدر من مشاركة الجمهور متفوقة على المواد المكتوبة أو المسموعة والمرئية، فإن النشاط الأكثر حضوراً بين الذين أسهموا في تلك الدراسة كانت الندوات والمحاضرات (٥).

2- الاتصال الجماهيري: "وهو الذي يتم عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري كالراديو والتلفزيون والصحف والمجلات وكتب الثقافة العامة والمعارض والمهرجانات وهي التي تعرض على سائر أفراد الجمهور، ونجد أن كلمة جماهيري تدل على مجموعة كبيرة من الناس تأتي من مجالات الحياة كافة ومن مختلف طبقات المجتمع، وتتضمن هذه المجموعة أفراداً يختلفون في مراكزهم ومهامهم وثقافتهم وثوراتهم وهم منفصلون عن بعضهم مادياً وغير منظمين ليعملوا كوحدة بشكل فعال. وتعد الصحافة والإذاعة والتلفزيون وسائل مهمة يتم من خلالها نقل النشاط والبرامج السياسية للمرشحين إلى الناخبين وقد تطورت هذه الوسائل بشكل كبير من خلال نقل المعلومات وإيصال تلك المعلومات بشكل سريع وذلك عن طريق الأقمار الصناعية وكذلك عن طريق شبكة الانترنت التي ساعدت في تحقيق خدمة لتلك الوسائل.

أن الحملة الانتخابية هي أساساً سمعية - بصرية وفي الوقت نفسه فإن الحملة الانتخابية قد أصبحت شاملة كون المرشحات يتوجهون للامة بأكملها، وأصبحت معها مشاكل استعمال وسائل الإعلام السمعية - البصرية معقدة جداً وفي دراسة الحملات السياسية دراسة دقيقة انتهت إلى أن وسائل الاتصال لا تغيّر تغييراً مباشراً في قرار نسبة كبيرة من الناخبين لمن تمنحه صوتها ولكنها تؤثر بشكل كبير عما يتحدث الناس به في أثناء الحملة من أشخاص أو وسائل فهي من خلال تركيزها الانتباه على مسائل معينة دون غيرها تستطيع أن

تجعل لهذه المسائل دوراً أكبر يمكن أن تؤديه في الحملة وقد أصبح عصرنا هذا يسمى عصر التنمية الإعلامية، بعد عصور التنمية الصناعية والزراعية والتجارية، لما للإعلام من دور بارز ومهم في التربية الثقافية وهو دور يكاد يتفوق على سواه من وسائل التثقيف للإنسان المعاصر. وإنه أصبح سلاح ذو فاعلية كبيرة في مجال السياسة لتوجيه الجمهور وتزويده بالمعلومات والقيم ليصبح مهياً لعمل معين. وعن طريق الإعلام المهيمن يصبح الإنسان مُسخر لقوى لا يعرفها ولا يعلم مقاصدها، تنزل عليه من سماء الأرقام الصناعية بنماذج سلوكية تستطيع التأثير فيه، في نوقه وفي عاداته الاستهلاكية وحتى في اختياراته الفكرية. وهذه التأثيرات لوسائل الإعلام تجعلها متاحة لرجال الحكم والأحزاب السياسية، ليستطيعوا من خلالها التأثير في الجمهور بكل شرائحه ومن الدراسات التي تبحث في الجمهور حول قدرة وسائل الإعلام المختلفة في إشباع الحاجات، الدراسات التي أجراها مندلسون وأوكيف حول تقويم جمهور في الولايات المتحدة لقدرة وسائل الإعلام على إشباع رغباتهم السياسية بالرغم من إن دراستهما كانت مقصورة على إجراء مقارنة بين التلفزيون والصحف إلا إن نتائج دراستهما أكدت على أنه يمكن للجمهور أن يميز بين هاتين الوسيطتين ومدى قدرة كل منهما إشباع رغباتهم السياسية. وانتهت الدراسة إلى نتيجة رئيسة وهي أن الصحف أكثر قدرة من التلفزيون على إشباع الحاجات المعرفية والمعلوماتية المتعلقة بالحملة الانتخابية حيث يتم استخدام تقنيات الإعلام في أثناء الحملات كي تساعد على رفع آمال الجمهور. وإن النظام الذي كانت الصحف تسيطر عليه هو استمرارية الولاءات السياسية فالجمهور كان منقسماً إلى مجموعات حزبية وكل واحدة منها تتلقى المعلومات من الأحزاب نفسها ومن الصحافة المقروءة المرتبطة تنظيمياً بها أو التي تساندها في سياستها وكان الولاء الحزبي يتبع الولاء للصحيفة، وبالطبع أيضاً العضوية في مجموعة اقتصادية واجتماعية محددة، وكانت قوة هذه الولاءات تدعم بدورها استقرار النظام الحزبي وكذلك فإن الصحافة تستطيع أن تسهم في تغيير طبيعة الحملات إذا تم الاتفاق بين الناشرين والمحررين على هذا (الهدف) ويمكن للمرشح السياسي أن يستخدم الإعلان الصحفي المنشور في الجرائد والمجلات في حملته الانتخابية لأن الصحف والمجلات لها الكثير من الخصائص الإعلامية التي تتسحب على المضمون الإعلاني وكذلك يمكن له أن يستخدم التلفزيون لأن له أهمية خاصة في مجال الدعاية السياسية، حيث يستطيع أن يمد الصلة بين الجمهور والشخصيات السياسية، ولذلك أصبح التلفزيون من أهم الوسائل التي تسعى إليها الأحزاب من أجل كسب ثقة الجماهير وأصواتهم في الانتخابات. وتستخدم كذلك اللافتات والملصقات التي يتم تصميمها بأحجام كبيرة، بغرض عرضها على الجدران الثابتة أو في الطريق العام، أي أنها تعرض في مكان ثابت وتحرك الجمهور في اتجاهها. فيتم الانتباه إليها من خلال تأثير المساحات الكبيرة وعوامل الجذب الشكلية في تقديم مضمونها إلى جمهور المارة، ويمكن للمرشح السياسي أن يستخدم اللافتات والملصقات لتحقيق عدة أهداف منها تقديم شعار المرشح السياسي وتعريف الناخبين به، والتعريف بالرمز الانتخابي للمرشح. وحث الناخبين على المشاركة في الانتخابات، وتعريف الناخبين بالتأييد الذي يحظى به المرشح من جانب فئات معينة في بعض اللافتات يكتب عليها أسماء منتجيتها من المؤيدين للمرشح وفي أماكن متعددة تغطي أنحاء الدائرة الانتخابية بشكل يعطي انطباعاً بشعبية المرشح الجماهيرية. وتذكير الناخبين في اللحظات التي تسبق الإدلاء بأصواتهم باسم المرشح وصورته وشعاره ورمزه.

وبما إن الدعاية الانتخابية هي علم وفن ومهارة وكفاءة ودراية وخبرة ينبغي أن تكون منظمة ومحددة بشكل يحقق مقاصدها، ولكن يبقى لكل مرشح أو كيان مهارته الدعائية في استمالة الناخب للفوز من بين مئات

المتنافسين ، وهذا هو الهدف الأساس للحملة الدعائية ، وأن تنظيم الحملة الدعائية يجب أن يضم أشخاصاً مؤهلين يقومون بصياغة ستراتيجات نشطة وفعالة فيكون مدير الدعاية مسؤولاً عن وضع وصياغة أفكارها ورسم سياستها وإدارة عملياتها ووضع الميزانية لها وتحليل نتائج الاستطلاع والاستبيان والكتابات الخاصة بالناخبين والمرشحين. وهذا ما تعمل به الدول الأوروبية وأمريكا (٦).

فيتين لنا من هذا المفهوم الاعلامي للدعاية الانتخابية أهميتها في مجال الدراسات الاعلامية خاصة في هذا العصر الذي أصبحت فيه وسائل الاعلام بكافة اشكالها المقروءة والمسموعة والمرئية متاحة لجميع الافراد وتصل الى كافة الافراد أي كان المكان الموجودين فيه سواء في الريف او المدن وفي الوقت نفسه فإن هذه الوسائل الاعلامية تحتاج الى مصاريف و اموال لادارتها قد لا تكون متاحة لجميع المرشحين للانتخابات لذا فتوضع قواعد قانونية لتنظيم عمل الدعاية الانتخابية وكيفية ممارستها وهذا ما سوف نتناوله في المبحث الثاني.

#### المطلب الثاني: المفهوم القانوني للدعاية الانتخابية

بعد ان بينا في المطلب الاول المفهوم الاعلامي للدعاية الانتخابية لابد لنا من التعرف هنا على المفهوم القانوني للدعاية الانتخابية والمفهوم القانوني للدعاية الانتخابية يتبن لنا من خلال القوانين التي تنظم العملية الانتخابية وقوانين الانتخابات التي تحرص بعضها على ايراد تعريف للدعاية الانتخابية كما يتضح لنا هذا المفهوم من خلال ما يرضه بعض الكتاب في مجال المسائل المتعلقة بالانتخابات من تعريف للدعاية الانتخابية او الحملة الانتخابية.

فلقد عرفت المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق من خلال نظام الحملات الانتخابية لانتخابات مجلس النواب العراقي رقم (١٩) لسنة ٢٠١٠ الصادر عن المفوضية استنادا لقانون المفوضية العليا رقم ١١ لسنة ٢٠٠٧ وقانون الانتخابات رقم ١٦ لسنة ٢٠٠٥ المعدل إذ جاء في القسم الاول من هذا النظام ( ... ) -٤ - الحملة الانتخابية : حملة الاعلام والأقناع المشروعة التي يديرها كيان سياسي أو ائتلاف أو مرشح لاقناع الناخبين للدلاء بأصواتهم لصالحه.(٧).

اما قانون الانتخابات الفلسطيني فقد عرف الدعاية الانتخابية في المادة (٥٤) : (تمثل الدعاية الانتخابية في النشاطات الانتخابية القانونية المختلفة التي تقوم بها الهيئات الحزبية المسجلة والمرشون لشرح برامجهم الانتخابية لجمهور الناخبين)(٨). اما لجنة الانتخابات المركزية في فلسطين وهي الجهة المشرفة على الانتخابات في فلسطين فقد عرفت الدعاية الانتخابية من خلال نشرة خاصة بأحكام الدعاية الانتخابية صدرت عن اللجنة حيث عرفت بأن : (الدعاية الانتخابية تتمثل في كافة النشاطات والفعاليات الانتخابية القانونية التي تقوم بها الهيئات الحزبية المسجلة والقوائم الانتخابية المعتمدة والمرشون لشرح برامجهم الانتخابية لجمهور الناخبين وكذلك الدعوات التي يوجهها المرشون والهيئات الحزبية والقوائم الانتخابية والتي تحث الجمهور للتصويت لصالح أي من المرشحين أو لأي من القوائم الانتخابية، والدعاية الانتخابية هي حق مكفول لكافة الهيئات الحزبية والقوائم الانتخابية والمرشحين لعضوية المجلس التشريعي وتمارس وفقا لأحكام قانون الانتخابات واللوائح والتعليمات ذات العلاقة الصادرة عن لجنة الانتخابات المركزية)(٩).

ويعرف بعض الكتاب الدعاية الانتخابية بأنها هي مجموعة الأعمال التي تؤديها الاحزاب السياسية او المرشون لاعطاء صورة حسنة لهيئة الناخبين من خلال برنامج انتخابي لتكوين رأي عام موحد يمثل اتجاهها سياسيا محدا للحزب بهدف الوصول الى السلطة(١٠) .، كما عرفها بعض الكتاب بانها مجموعة الاعمال التي

يقوم بها الحزب او المرشح بغرض اعطاء صورة حسنة للجماهير والناخبين عن سياسته واهدافه ومحاولة التأثير فيهم بكل الوسائل والامكانيات المتاحة من خلال قنوات الاتصال الجماهيرية وذلك بقصد تحقيق الفوز في الانتخابات(١١).

ويختلف تنظيم الحملة الانتخابية من دولة الى اخرى ومن حزب لأخر وبين مرشح واخر ويعتبر الاتصال والاحتكاك المباشر مع الهيئة الناخبة من انجح وسائل الحملة الانتخابية وكلما تمكن المرشح من اقناع الناس بانتهرب منهم كلما ازداد احتمال انتخابه، وحتى لا تتحول الانتخابات الى فوضى يعمل القانون على تنظيمها ووضع الضوابط التي تحكم الدعاية الانتخابية المسموح بها للمرشحين وتحديد اماكن الاعلانات الخاصة بهم وبيبين القانون الاماكن العامة التي يحضر فيها القيام بالدعاية الانتخابية ومن الضروري اتاحة الفرصة ويشكل متساو للاحزاب المختلفة والمرشحين المستقلين اذا كانت الدولة ستتحمل التكاليف او فرض قيمة للاعلان ومدته والسقف الذي لايجب تجاوزه واتاحة الفرصة للجميع(١٢).

اذا ان تحديد المفهوم القانوني للدعاية الانتخابية يتمثل في اعتبار الدعاية الانتخابية حق مكفول لجميع المرشحين في الانتخابات يحق له عرض برنامج الانتخابي للناخبين من خلال الوسائل التي يحددها القانون والقانون هو الذي يمكن المرشحين من عرض افكارهم وبرامجهم على الناخبين لكي يمارس هذا الحق القانوني هنالك مجموعة من الشروط والمبادئ وضعتها قوانين الانتخابات والقرارات والتعليمات التي تصدر لتنظيم الدعاية الانتخابية كذلك هنالك قيود توضع على المرشحين اثناء قيامهم بالدعاية الانتخابية لايحوز لهم مخالفتها وإلتعرضوا للعقوبة من قبل الجهة المشرفة على العملية الانتخابية.

### المبحث الثاني

#### الدعاية الانتخابية في ظل القوانين والتشريعات الانتخابية

لقد نظمت قوانين الانتخابات والتشريعات الانتخابية عملية الدعاية الانتخابية او الحملة الانتخابية من خلال وضع الشروط والمبادئ التي تحكم عملية الدعاية الانتخابية ومن خلال القيود التي لايحوز للدعاية الانتخابية تتجاوز عليها وكذلك من خلال الجزاءات المفروضة على من يخالف هذه الشروط والقيود التي وضعتها قوانين الانتخابات , لذا سنحاول من خلال هذا المبحث التعرف على هذه الشروط والقيود والجزاءات.

#### المطلب الاول : المبادئ القانونية للدعاية الانتخابية

هنالك مجموعة من الشروط والمبادئ التي تحكم عملية الدعاية الانتخابية حتى تكون هذه الدعاية وسيلة قانونية لتعريف الناخبين ببرامج المرشحين وخطتهم المستقبلية لكي يحظى هؤلاء المرشحون بثقة الناخبين ومن أهم هذه المبادئ القانونية:

أولاً : أتاحه الفرصة لجميع المرشحين وتمكينهم من عرض برامجهم الانتخابية : فيجب ان يتضمن القانون اتاحة الفرصة لجميع المرشحين وتمكينهم من عرض تفاصيل برامجهم الانتخابية وعن طريقها يتمكن المرشحون من تعريف المواطنين بانفسهم وما يحملونه من قدرات ومؤهلات وبرنامج سياسي واقتصادي واجتماعي وثقافي لتحقيق متطلبات الناخبين , حيث نص قانون الانتخابات في العراق رقم ١٦ لسنة ٢٠٠٥ في المادة (٢٠) على ان : (تكون الحملة الانتخابية حرة ويجوز لأي مرشح القيام بها من تاريخ ابتداء مدة الترشيح وتستمر لليوم السابق مباشره لليوم المحدد لاجراء الانتخاب) وحددت المادة (٢٦) من القانون الاماكن

المخصصة من قبل البلديات والمجالس المحلية لنشر او الصاق او وضع اعلان او منشور او لافتة مخصصة للمرشحين للانتخابات (١٣) .

ونص قانون الانتخابات الجزائري رقم ٩٩/٠٧ لسنة ١٩٩٧ في المادة (١٧٨) على أن: (تخصص داخل الدوائر الانتخابية اماكن عمومية لنشر القوائم الانتخابية توزع مساحتها بالتساوي) ونص القانون في المادة (١٧٦) على أن: (تتم التجمعات والمهرجانات الانتخابية طبقاً لأحكام قانون الجمعيات والتظاهرات العمومية) (١٤) .

وجاء في قانون الانتخابات الفلسطيني الصادر في كانون الاول ١٩٩٥ وفي المادة (٥٦) : (١- من اجل تنظيم القيام بالفعاليات الانتخابية من قبل الهيأت الحزبية المسجلة ومن قبل المرشحين , يتوجب على كل لجنة من لجان الدوائر الانتخابية ان تعدقائمة بالمواقع والاماكن العامة في دائرتها والمخصصة لاقامة المهرجانات والاجتماعات والمسيرات الانتخابية كما يتوجب عليها ان تحدد في تلك القائمة الاماكن والمواقع العامة التي يجوز وضع الملصقات والياقظات الانتخابية عليها) , وجاء في المادة (٥٧) والتي جاءت تحت عنوان (الدعاية الانتخابية في وسائل الاعلام : ١- يعد مكتب الانتخابات المركزي بالاشتراك مع وسائل الاعلام الفلسطينية الرسمية برنامجا خاصا يحدد فيه الاوقات والمواعيد المخصصة للاعلام الحر والمجاني لجميع الهيئات الحزبية والمرشحين المشتركين في الانتخابات) (١٥) .

ان هذه النصوص القانونية في قوانين الانتخابات في بعض الدول العربية يتضح لنا من خلالها اعطاء الحق للمرشحين في ممارسة الدعاية الانتخابية من خلال تمكينهم من القيام بذلك بتوفير الوسائل التي يمكنهم من خلالها ممارسة الدعاية الانتخابية للتعريف بأنفسهم ومؤهلاتهم وبرامجهم للناخبين وهذا من اهم الامور في مجال الدعاية الانتخابية.

ثانيا : التساوي بين المرشحين في عرض دعايتهم الانتخابية: لضمان نزاهة الانتخابات وصدق تعبيرها عن الرأي العام، يجب العمل على كفالة المساواة في استخدام وسائل الإعلام من جانب المرشحين أو الأحزاب ، ومن جانب أنصار الاستفتاء وخصومه، وهذا يقتضي محاربة المحاباة أو التمييز الذي يختص به البعض منهم دون البعض الأخر سواء كان ذلك بسبب ثقل المركز المالي أو التأييد الحكومي (١٦)، لذا يجب أن تجري الدعاية الانتخابية للمرشحين كافة تحت إطار من المساواة أمام للقانون وفي ضوء مجموعة من الضوابط تهدف إلى مراعاة الأسس التي يقوم عليها نظام الحكم، وأمن المواطن والوطن وإن ينظم استخدام وسائل الإعلام الرسمية المرئية والمسموعة والمقروءة للمرشحين كافة بالتساوي لعرض برامجهم الانتخابية بما يكفل تكافؤ الفرص في استخدام تلك الوسائل (١٧) . ، وهناك الكثير من المواد القانونية التي تنص على مبدأ المساواة بين المرشحين وتمتعهم بالتسهيلات نفسها التي تقدمها لهم الدولة ، ولتحقيق هذه المساواة يجب أن تكون الحكومة على حياد إزاء المرشحين كلهم ، بسبب ما يملكه الحزب من وسائل وإمكانات إذا أسيء استخدامها فإنها تؤدي إلى انتهاك فكرة الحياد السياسي والتي تعد إحدى الأسس لضمان حرية وديمقراطية الانتخابات والاستفتاءات وتنظيم الدعاية الانتخابية على نحو دقيق يهدف إلى تكافؤ الفرص أمام المرشحين كلهم (١٨) والمساواة بينهم في الوقت المخصص للأحزاب والمرشحين وأنصار الاستفتاء وخصومه في وسائل الإعلام كافة لعرض أفكارهم والدفاع عنها مع المساواة بين المتنافسين في إمدادهم بالمواد الأولية اللازمة للدعاية كورق الطباعة والأحبار وما إلى ذلك من مواد لازمة لتسهيل سبل الدعاية والإعلان عنها (١٩) .



ولقد اكدت قوانين الانتخابات على هذا المبدأ حيث جاء في المادة (١٧٥) من قانون الانتخابات الجزائي : (يكون كل مرشح للانتخابات التشريعية أو الرئاسية قصد تقديم برنامجه للناخبين مجال عدال في وسائل الاعلام التلفزيونية والاذاعية , تكون مدة الحصص الممنوحة متساوية بين كل مترشح و اخر للانتخابات الرئاسية وتختلف بالنسبة الى الانتخابات التشريعية تبعا لأهمية عدد المترشحينالذين يرشحهم حزب سياسي او مجموعة احزاب سياسية , ونصت المادة (١٧٨) على ان : (تخصص داخل الدوائر الانتخابية اماكن عمومية لنشر القوائم الانتخابية توزع مساحتها بالتساوي...), كما نص قانون الانتخابات الفلسطيني في المادة (٥٧) على: (١- يعد مكتب الانتخابات المركزي بالاشتر ك مع وسائل الاعلام الفلسطينية الرسمية برنامجا خاصا يحدد فيه الاوقات و المواعيد المخصصة للاعلام الحر و المجاني لجميع الهيئات الحزبية و المرشحين المشتركين في الانتخابات .

2- على مكتب الانتخابات المركزي ان يراعي في وضع البرنامج المذكور ضرورة اتاحة فرص متكافئة و مناسبة للهيئات الحزبية و المرشحين مع الاخذ بعين الاعتبار عدد المرشحين الذين قدمتهم كل هيئة حزبية في مختلف الدوائر الانتخابية و بالنسبة للمرشحين لمركز الرئيس فيجب ان تكون هذه الفرص متساوية .) و نص قانون الانتخابات العامة و الاستفتاء اليمني لسنة ٢٠٠١ في المادة (٣٩) على أن : (تنظم اللجنة العليا استخدام وسائل الاعلام الرسمية المرئية و المسموعة و المقررة لكافة المرشحين بالتساوي لعرض برامجهم الانتخابية و بما يكفل تحقيق تكافؤ الفرص في استخدام تلك الوسائل و يحق للاحزاب و التنظيمات السياسية عرض برامجها الانتخابية في وسائل الاعلام الرسمية المرئية و المسموعة و المقررة وفقا للقواعد التي تضعها اللجنة العليا و بصورة متساوية) , كما نصت المادة (٥١) على أن : (تنظم اللجنة العليا استخدام وسائل الاعلام الرسمية في الدعاية الانتخابية لمرشحي الانتخابات الرئاسية بما يكفل تحقيق المساواة و تكافؤ الفرص في الوقت و المساحة لكافة المرشحين), هذا و لم يشير قانون الانتخابات العراقي رقم (١٦) لسنة ٢٠٠٥ او نظام الحملات الانتخابية الذي وضعه المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق الى ضرورة المساواة بين المرشحين في استخدام وسائل الاعلام بكافة اشكالها لعرض برامج المرشحين الانتخابية و كان من الضروري الاشارة الى هذا المبدأ كونه من المبادئ المهمة المتعلقة بالدعاية الانتخابية, ففي انتخابات مجلس النواب السابقة التي جرت ٢٠٠٥ و بعد ان أصدرت المفوضية العليا المستقلة للانتخابات تعليماتها بدء الحملة الدعائية بتاريخ ٢٠٠٥/١١/١٣ و لغاية ٢٠٠٥/١٢/١٣ لكنها لم تأخذ بمبدأ المساواة الدعائية بين القوائم الانتخابية التي حصلت المصادقة عليها من خلال تعليماتها بأن كل كيان سياسي يتحمل نفقات دعايته الانتخابية, إذ أصبحت الكيانات التي لها مصادر تمويل متعددة تمتلك الدعاية القوية في وسائل الإعلام كافة سواء المحلية أو العربية أو الدولية, بالطرق و الأساليب كافة , إما الكيانات ذات الموارد المحدودة , فأنها لم تستطع أن تطبع ملصقا بالمواسفات المطلوبة , و هذا أدى إلى عدم تكافؤ الفرص بين الكيانات السياسية إثناء العملية الدعائية .

ثالثا: تحديد موعد الدعاية الانتخابية : من المبادئ المهمة في الدعاية الانتخابية هو تحديد موعد بداية الدعاية الانتخابية و تحديد موعد نهايتها و يجب على جميع المرشحين الالتزام بهذه المواعيد فكل ممارسة للدعاية الانتخابية تتم قبل هذا الموعد او بعده يعتبر مخالفة و عمل غير مشروع , لكنه لا يؤدي الى انتهاء الانتخابات الا اذا كان لها تأثير في نتيجة الانتخابات (٢٠) ., و اختلفت قوانين الانتخابات في تحديد موعد بداية الحملة الانتخابية و موعد نهايتها حيث نص نظام الحملات الانتخابية للانتخابات مجلس النواب العراقي رقم (١٩) لسنة ٢٠٠٩ في

القسم الثاني: (١- يحق للكيانات السياسية والائتلافات والمرشحين المصادق عليهم من قبل المفوضية ان يباشروا حملاتهم الانتخابية ابتداء من اليوم التالي لتأريخ نشر اسماء المرشحين المصادق عليهم على ان تتوقف قبل (٢٤) ساعة من وقت فتح مراكز الاقتراع) وهذا ما نصت عليه المادة (٢٠) من قانون الانتخابات العراقي رقم ١٦ لسنة ٢٠٠٥. ونص قانون الانتخابات الفلسطيني في المادة (٥٥) على (١- ان تبدأ الدعاية الانتخابية قبل اثنين وعشرين يوما من اليوم المحدد للاقتراع وتنتهي باربعة وعشرين ساعة قبل ذلك الموعد. ٢- تحظر كافة الفعاليات الدعائية في اليوم السابق ليوم الاقتراع وكذلك في يوم الاقتراع), وحدد قانون الانتخابات الجزائري في المادة (١٧٢) بان: (تكون الحملة الانتخابية مفتوحة واحد وعشرين يوما قبل يوم الاقتراع وتنتهي قب يومين من تاريخ الاقتراع, واذا جرت الدورة الثانية للاقتراع فأن الحملة الانتخابية التي تقوم بها المترشون للدور الثاني تفتح قبل اثني عشر يوما من تاريخ الاقتراع وتنتهي قبل يومين من تاريخ الاقتراع).

اذا هذه مجموعة المبادئ القانونية التي يجب ان تقوم عليها قوانين الانتخابات فيما يتعلق بالدعاية الانتخابية فيجب اتاحة الفرصة لكل المرشحين لكي يستطيعوا ممارسة الدعاية الانتخابية وكذلك يجب المساواة فيما بينهم في هذه الممارسة في جميع الوسائل الاعلامية المتاحة وكذلك يجب تحديد موعد بداية الدعاية الانتخابية وموعد نهايتها.

#### المطلب الثاني: قيود الدعاية الانتخابية وجزاء مخالفتها

بعد ان تعرفنا في المطلب الاول على المبادئ والاسس القانونية التي تقوم عليها الدعاية الانتخابية نتعرف في هذا المطلب على القيود التي تضعها قوانين الانتخابات والتشريعات المتعلقة بالانتخابات على المرشحين اثناء ممارستهم للدعاية الانتخابية وهذه القيود تعتبر ملزمة للمرشحين لذا فأنتهم في حال مخالفتهم لها سوف يتعرضون الى العقوبة التي تفرضها الجهة المسؤولة عن الانتخابات. وسنتعرف على هذه القيود في بعض قوانين الانتخابات.

حيث نصت المواد (٢٦، ٢٥، ٢٤، ٢٣، ٢٢، ٢١) من قانون الانتخابات العراقي رقم ١٦ لسنة ٢٠٠٥ على القيود التي لايجوز للمرشحين مخالفتها وهذه القيود تشمل منع تنظيم الاجتماعات الانتخابية في الابنية التي تشغلها الوزارات ودوائر الدولة وعدم استعمال شعار الدولة الرسمي في الدعاية الانتخابية ولايجوز لموظفي الحكومة والسلطات المحلية القيام بالحملة الانتخابية لصالح أي مرشح ولايجوز ان تتضمن وسائل الحملة الانتخابية المختلفة الطعن بأي مرشح اخر او إثارة النعرات القومية او الدينية او الطائفية او القبلية ولايجوز للمرشح تقديم هدايا وتبرعات خلال الحملة الانتخابية ويمنع نشر او الصاق او وضع اعلان او منشور او لافتة بما في ذلك الرسوم والصور والكتابة على الجدران

وانما تحدد الاماكن المخصصة لها من قبل البلديات والمجالس المحلية, كما نص نظام الحملات الانتخابية لأنتخابات مجلس النواب العراقي رقم (١٩) لسنة ٢٠٠٩ في القسم الثالث وتحت عنوان (شروط الحملات الانتخابية) تنظيم عملية الدعاية الانتخابية من خلال تحديد الاماكن التي يمنع فيها ممارسة الدعاية الانتخابية من قبل أمانة بغداد والبلديات المختصة في المحافظات بالتنسيق مع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات كما تضمنت هذه الشروط تفصيلا أكثر للقيود التي أوردتها قانون الانتخابات مثل التأكيد على عدم استخدام شعار الدولة او الاموال العامة للدعاية الانتخابية او إثارة النعرات الطائفية او القومية او الدينية او التشهير بالاشخاص.. الخ اما بالنسبة للمرشحين الذين يخالفوا شروط الدعاية الانتخابية فقد حدد القسم الرابع من

هذا النظام العقوبات التي يمكن ان تفرض عليهم فللمفوضية فرض غرامة على أي كيان سياسي أو ائتلاف أو مرشح يخالف هذا النظام او قواعد سلوك الكيانات السياسية فضلا عن اتخاذ الاجراءات القانونية الكفيلة بتطبيق العقوبات المنصوص عليها في قانون الانتخابات رقم (١٦) لسنة ٢٠٠٥ حيث نصت المادة (٢٧) من قانون الانتخابات على أن : (يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في القوانين النافذة كل من ارتكب أي فعل من الأفعال الآتية :..... ي - ارتكاب أي عمل من الأعمال المحظورة المنصوص عليها في الفصل الخامس من هذا القانون). والفصل الخامس هو المتعلق بالدعاية الانتخابية، كذلك وضعت المفوضية المستقلة للانتخابات مجموعة من العقوبات على كل مرشح يخالف الاحكام المتعلقة بالدعاية الانتخابية مثل نظام المخالفات المتعلقة بالاستفتاء والانتخابات العراقي رقم ١١ لسنة ٢٠٠٥، ونظام الجرائم والعقوبات المتعلقة بالانتخابات والاستفتاءات رقم (١٤) لسنة ٢٠٠٥. ونشير هنا الى بعض هذه العقوبات فمثلا يحظر نشر أو إصااق أو وضع أي إعلان أو منشور أو لافتة في غير الأماكن المخصصة لها من قبل البلديات والمجالس المحلية، وذلك طبقاً لما تقضي به المادة (٢٦) من قانون الانتخابات العراقي، ويعاقب على انتهاك هذا الحظر بالعقوبات المنصوص عليها في القسم العاشر في المادة (١٠-١٣) من نظام المخالفات المتعلقة بالاستفتاء والانتخابات: "الحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تزيد على سنة أو الغرامة المالية التي لا تقل عن (٥٠٠,٠٠٠) دينار ولا تزيد على (١,٠٠٠,٠٠٠) دينار أو بكلتا العقوبتين". كما جرّم المشرع العراقي ائتلاف أو العيبث أو إزالة أي شعار وإعلان معروض بموجب القواعد الانتخابية من دون تحويل حسب الأصول المرعية، وذلك في المادة (٥ - ٣) من نظام المخالفات المتعلقة بالاستفتاء والانتخابات، وكذلك يحظر استعمال شعار الدولة الرسمي في الاجتماعات والإعلانات والنشرات الانتخابية وفي أنواع الكتابات والرسوم كافة التي تستخدم في الحملة الانتخابية. وهو ما نصت عليه المادة (٢٢) من قانون الانتخابات العراقي ويعاقب على انتهاك هذا الحظر بالعقوبات المنصوص عليها في القسم العاشر في المادة (١٠ - ١٣) من نظام المخالفات المتعلقة بالاستفتاء والانتخابات السالف ذكرها. نص المشرع العراقي في المادة (٢٤) من قانون الانتخابات على أنه: - "لا يجوز أن تتضمن وسائل الحملة الانتخابية المختلفة الطعن بأي مرشح آخر أو إثارة النزعات القومية أو الدينية أو الطائفية أو القبلية أو الإقليمية بين المواطنين". ويعاقب من ينتهك هذا الحظر بالعقوبة المقررة في القسم العاشر المادة (١٠ - ١١) من نظام المخالفات المتعلقة بالاستفتاء والانتخابات".

كذلك تضمن نظام الجرائم والعقوبات المتعلقة بالانتخابات والاستفتاءات رقم (١٤) لسنة ٢٠٠٨ مجموعة من العقوبات على كل من يخالف الاحكام المتعلقة بالدعاية الانتخابية وهو نظام خاص بانتخابات مجالس المحافظات، وتعرف هنا على بعض هذه العقوبات التي وردت في القسم الثامن والتاسع وكما يلي:

1- ( - يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد عن ستة أشهر وبغرامة لا تقل عن مليون ولا تزيد على خمسة ملايين دينار اذا قام وكيل الكيان السياسي او أي مرشح بباية دعاية انتخابية تتطوي على خداع الناخبين او غشهم ببث أو نشر أو توزيع أو التسبب او السماح أو التحويل ببث أو نشر أو توزيع كل ما له علاقة بعملية الاستفتاء والانتخابات أو نتائجها .

2- يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن سنة اي شخص نشر أو أذاع بين الناخبين أخبارا غير صحيحة عن سلوك أحد المرشحين أو سمعته بقصد التأثير على آراء الناخبين في نتيجة الانتخاب .

3- يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد عن ستة أشهر وبغرامة لا تقل عن مليون ولا تزيد على

خمسة ملايين دينار اي شخص وضع اعلانات او قام بتوزيع برامج عمل او منشورات او بطاقات باسم مرشح غير مسجل في كشف المرشحين .

4- يعاقب بالحبس مدة لاتقل عن شهر ولا تزيد على سنة كل من اعلن عن انسحاب مرشح أو أكثر من العملية الانتخابية وهو يعلم بان الامر غير صحيح بقصد التأثير على الناخبين أو تحويل اصوات المرشح اليه .  
 اما القسم التاسع والذي جاء تحت عنوان (جرائم الانتخابات) تضمن مايلي: (٢- يعاقب بالحبس مدة لاتزيد على شهر كل من الصق البيانات أو الصور أو النشرات الانتخابية الخاصة خارج الاماكن المخصصة لها .  
 (٣- يعاقب بالحبس مدة لاتقل عن شهر ولا تزيد على سنة كل من اعتدى على وسائل الدعاية الانتخابية المسموح بها قانونا لأي سبب كان سواء أكان بالشطب أو التمزيق أو غير ذلك أو كل تصرف من هذا القبيل .  
 (٤- يعاقب بالحبس مدة لاتقل عن شهر ولا تزيد عن ستة أشهر وبغرامة لاتقل عن مليون ولا تزيد على خمسة ملايين دينار من ارتكب الافعال التالية:

أ : تنظيم الدعاية الانتخابية التي يعدها المرشح أو مؤيدوه خلال فترة الحملة الاعلامية في الابنية التي تشغلها الوزارات ودوائر الدولة المختلفة .

ب : استعمال شعار الدولة الرسمي في الاجتماعات والاعلانات والنشرات الانتخابية وفي الكتابات والرسوم التي تستخدم في الحملة الانتخابية.

ج : قيام موظفي دوائر الدولة والسلطات المحلية باستخدام نفوذهم الوظيفي او موارد الدولة او وسائلها او اجهزتها لصالح انفسهم او اي مرشح بما في ذلك اجهزتها الامنية والعسكرية بالدعاية الانتخابية او التأثير على الناخبين .)

اما بالنسبة لفاعلية هذه العقوبات وتطبيقها على نطاق الواقع ففي انتخابات مجلس النواب السابقة قدمت العديد من الشكاوى الى المفوضية العليا المستقلة للانتخابات فيما يتعلق بخروقات حاصلة من بعض الكيانات السياسية للظوابط المتعلقة بالدعاية الانتخابية واتخذت المفوضية الاجراءات اللازمة وعاقبت هذه الكيانات وغرمتها (٢١) ., اما بالنسبة للانتخابات مجالس المحافظات فلقد عاقبت المفوضية المستقلة للانتخابات الكيانات السياسية التي خالفت شروط الدعاية الانتخابية في انتخابات مجالس المحافظات حيث تعرض اكثر من ٢٥ كيانا سياسيا للعقوبة من قبل المفوضية المستقلة للانتخابات في العراق بعد تعليقهم ملصقاتهم الانتخابية في مواقع حكومية, كما خضعت كيانات اخرى للعقوبة ودفع الغرامة بسبب استخدامهم الرموز الدينية في الحملات الانتخابية, ورغم الدور الفاعل الذي لعبته المفوضية العليا للانتخابات في رصد مخالفات الكيانات السياسية الا ان تلك الكيانات لم تتوقف عن المخالفات وفضلت دفع الغرامة المالية على رفع مخالفتها (٢٢). لذا فينتطلب الامر عقوبات اشد على الكيانات والمرشحين لكي يلتزموا بالقيود التي تنظم الدعاية الانتخابية.

اما في اليمن فنص قانون الانتخابات على قيود الدعاية الانتخابية حيث نصت المادة (٤٠) على انه يحظر الانفاق على الدعاية الانتخابية من المال العام او من ميزانية الوزارات والمؤسسات والشركات والهيئات العامة او من دعم خارجي , كما يحظر استخدام المؤسسات والمرافق العامة للدعاية الانتخابية, ونصت المادة (٤١) على ان يتم تحديد الاماكن الخاصة بوضع الاعلانات الانتخابية والوقت المحدد لها, ونصت المادة (٤٦) على انه لايجوز استخدام المساجد والجوامع والكتليات والمدارس والدوائر الحكومية والمعسكرات والمرافق العامة للدعاية الانتخابية بأي شكل من الاشكال ونصت المادة (٥٢) على أنه يحظر على أي حزب أو جماعة أو

تنظيم أو أفراد ممارسة اشكل من اشكال الضغط أو التخويف أو التخوين أو التكفير أو التلويح بالمغريات أو الوعد بمكاسب مادية أو معنوية كذلك تناولت مواد اخرى وضع قيود على الدعاية الانتخابية مثل المواد (٤٤، ٤٥، ٤٨، ٤٩)، اما بالنسبة لفاعلية هذه النصوص على صعيد الواقع فكما يرى البعض فإن اللجنة العليا للانتخابات في اليمن لم تستطع القيام بدور فعال في عدم خرق الاحزاب والمرشحين لقيود الدعاية الانتخابية حيث لم تتمكن اللجنة من حظر الدعاية الانتخابية المنطوية على خداع الناخبين أو التذليل عليهم، ولم تتقدم بدعاوى ضد من يمارسون هذه الدعاية المحظورة والمجرمة بنص القانون ولم تتمكن اللجنة من تطبيق نص المادة فيما يتعلق بحظر استخدام اسلوب التجريح أو التشهير بالآخرين في الدعاية الانتخابية اما المادة (٤٠) والمتعلقة بحظر الانفاق على الدعاية الانتخابية من المال العام أو من ميزانية الوزارات والمؤسسات والشركات وحظر الانفاق من العم الخارجي وتحريم استخدام المؤسسات والمرافق العامة للدعاية الانتخابية فهذه الامور الثلاثة على رغم اهميتها الحيوية لم تتحقق أو ان اللجنة لم تتمكن من تحقيقها لظروف ذاتية وموضوعية (٢٣).

اما في فلسطين فقد وضعت لجنة الانتخابات المركزية من خلال النشرة الخاصة باحكام الدعاية الانتخابية مجموعة من الضوابط والقيود على الدعاية الانتخابية مثل وجوب التزام السلطة التنفيذية واجهزتها المختلفة الوقوف موقف الحياد وعدم القيام بأي نشاط دعائي، ولا يجوز ان تتضمن الخطب أو النشرات أو الاعلانات أو الملصقات اي تحريض أو تشهير أو طعن بالمرشحين ولا يجوز استعمال شعار الرسمي للسلطة الوطنية الفلسطينية في الدعاية الانتخابية ولا يجوز اعطاء الناخبين نقودا أو منفعة لحمل الناخبين على الاقتراع لصالح قائمة أو مرشح معين ولا يجوز وضع الملصقات أو الرسوم أو أية وسائل دعائية اخرى على الممتلكات الخاصة للمواطنين أو لأية جهة قبل الحصول على موافقة مسبقة من اصحابها، كما أكدت النشرة الخاصة بأحكام الدعاية الانتخابية على ان يحظر على ابقائمة انتخابية أو مرشح يشترك في الانتخابات الحصول على اموال حملته الانتخابية من اي مصدر اجنبي أو خارجي غير فلسطيني بشكل مباشر أو غير مباشر كما وضعت عقوبات على كل من يخالف هذه القيود التي تنظم عملية الدعاية الانتخابية حيث يعاقب بالحبس لمدة لا تزيد على ستة اشهر او بغرامة لا تتجاوز الف دولار امريكي أو ما يعادلها بالعملة المحلية أو بكلتا العقوبتين معا كل من يخالف الاحكام المتعلقة بمصادر تمويل الحملة الانتخابية، وكل من يخالف القيود الموضوعية لتنظيم الدعاية الانتخابية مثل التشهير أو القذف بالمرشحين الآخرين أو استعمال شعار الدولة أو استخدام المساجد والمؤسسات العامة للدعاية الانتخابية... الخ، يعتبر مرتكبا للجريمة الانتخابية حيث يعاقب بالحبس لمدة لا تقل عن ستة اشهر أو بغرامة لا تزيد عن الف دولار امريكي أو ما يعادلها بالعملة المحلية.

وبالاضافة الى هذه القيود المتعلقة بتنظيم الدعاية الانتخابية فإن الجهة المشرفة على العملية الانتخابية يمكنها ان تضع نظاما لوسائل الاعلام يجب على هذه الوسائل الالتزام به وعلى وسائل الاعلام الالتزام بهذا النظام ولا تعرضت للعقوبة من الجهة المشرفة على العملية الانتخابية لأن هذه الانظمة تدخل ضمن تنظيم عملية الدعاية الانتخابية، وهذا الامر يعتبر من المعايير الدولية في تنظيم العملية الانتخابية فمثلا نجد ان المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق أصدرت نظام وسائل الاعلام رقم (١١) لسنة ٢٠٠٤ وهذا ما يتطابق مع المعايير الدولية للانتخابات (٢٤)، وعلى وسائل الاعلام الالتزام بهذه الانظمة من حيث المساواة بين المرشحين في عرض دعايتهم الانتخابية واحترام قواعد السلوك والمهنية في عرض الدعاية الانتخابية وعدم التشهير أو القذف بالمرشحين والالتزام الصمت قبل بداية الانتخابات. ان محاسبة وسائل الاعلام يعد من الامور الاساسية في

تنظيم عملية الدعاية الانتخابية حيث تتولى جهات مرتبطة بالجهة المسؤولة عن الانتخابات في بعض الدول مراقبة وسائل الاعلام وفرض العقوبات والغرامات عليها في حال مخالفتها لهذه القواعد والانظمة , كما هو الحال في البوسنة حيث قامت الوكالة التنظيمية لقطاع الاتصالات باتباع الاجراءات القانونية الخاصة بحالات انتهاك القواعد والتشريعات بعد ان وجدت قيام احدى المحطات بخرق الفقرة رقم (٧) المتعلقة بفترة التزام الصمت من قانون تقديم وسائل الاعلام للكيانات السياسية خلال الانتخابات وتم تغريم المحطة (١٥٠٠ يورو) كما قامت الوكالة بتغريم محطة اخرى مبلغ يعادل (٥٠٠٠ يورو) لانتهاك المحطة الفقرة رقم (١) و(٢) المتعلقة باللباقة والكياسة من قواعد ولوائح ممارسة العمل الاعلامي (٢٥).

اذا الجهة المشرفة على العملية الانتخابية يمكنها ان تراقب كيفية ممارسة المرشحين للدعاية الانتخابية في كل وسائل الاعلام من صحافة واذاعة وتلفزيون وشبكة الانترنت وفي الاماكن المخصصة للدعاية الانتخابية لضمان التزام جميع المرشحين بالقيود الموضوعية لتنظيم الدعاية الانتخابية ويجب ان تمتلك هذه الجهة العقوبات والاجراءات الفعالة التي تضمن التزام الجميع بهذه القيود وفرض العقوبات على كل من يخالف هذه القيود .

وفي النهاية فإن الدعاية الانتخابية بقدر ما هي حق للمرشحين فانها تحتاج الى تنظيم قانوني يضع المبادئ الرئيسية التي على الجميع الالتزام بها المرشحين والجهات الحكومية وقيود لتنظيم عملية الدعاية الانتخابية يجب ان يلتزم بها المرشحون ووسائل الاعلام والهدف من كل هذا هو تمكين الجميع من ممارسة حقهم في الدعاية الانتخابية والمساواة بين جميع المرشحين وحيادية السلطة العامة تجاه كل المرشحين بما يحقق العدالة بين الجميع في توصيل افكاره وبرامجه للناخبين .

#### الخاتمة

بعد ان تعرفنا على الدعاية الانتخابية باعتبارها حق مكفول لجميع المرشحين في الانتخابات لابد لما متحديده مجموعة النتائج والمقترحات التي توصلنا اليها من خلال هذا البحث .

اولاً: النتائج :

هنالك مجموعة من النتائج التي توصلنا اليها من خلال هذا البحث :

- 1- ان الدعاية الانتخابية تعتبر حقاً لكل المرشحين وهذا يعني ان هذا الحق هو مقرر بموجب القانون لذا فلا يمكن لأي جهة حرمان المرشحين من ممارسة هذا الحق .
- 2- على الجهة المشرفة على الانتخابات تمكين كافة المرشحين من ممارسة حقهم في الدعاية الانتخابية لأن الدعاية الانتخابية تعتبر من أهم مراحل العملية الانتخابية لذا فيجب ان تكون هذه الفرصة متاحة لجميع المرشحين وبالتساوي لتمكينهم من الدعاية لبرامجهم وتعريف الناخبين بها .
- 3- أن الدعاية الانتخابية فضلاً عن كونها حقاً لجميع المرشحين لكنها في نفس الوقت يجب ان تنظم من خلال القيود التي تضعها القوانين والتشريعات المتعلقة بالانتخابات وبالادعاء الانتخابية ويجب ان تفرض عقوبات وغرامات على المرشحين الذين يخالفوا الدعاية الانتخابية .
- 4- أن التنظيم القانوني الصحيح للدعاية الانتخابية يرتبط بمدى فاعلية الجهة المشرفة على الانتخابات في ايقاع العقوبات والجزاءات على من يخالف الاحكام المتعلقة بالدعاية الانتخابية , ولقد لاحظنا أن المفوضية

العليا المستقلة للانتخابات في العراق بذلت ما في وسعها لمعاقبة المخالفين لأحكام الدعاية الانتخابية.  
5- أن وسائل الاعلام وخاصة وسائل الاعلام المرئية اصبحت اليوم من اهم وسائل الدعاية الانتخابية لذا فيقتضي الامر مراقبة عملها أثناء فترة الدعاية الانتخابية ومعاقبة منيخالف أحكام الدعاية الانتخابية وهو الامر المعتمد في دول العالم المتقدمة في اثناء الحملات الانتخابية.

ثانيا: المقترحات :

نظرا لاهمية الدعاية الانتخابية في الوقت الحاضر فهناك مجموعة من المقترحات فيما يتعلق بالتنظيم القانوني للدعاية الانتخابية:

1- التعامل بالتساوي مع جميع المرشحين في الدعاية الانتخابية بحيث يجب توفير كافة الوسائل اللازمة لتمكين المرشحين من عرض أفكارهم وبرامجهم حتى لا تستأثر الأحزاب الكبيرة وأحزاب السلطة بما تملكه من امكانيات وتسهيلات و اموال وما تملكه من وسائل اعلام بالدعاية الانتخابية لمرشحيها انما يقتضي الامر مساعدة الأحزاب الصغيرة والمرشحين المستقلين وتمكينهم من عرض برامجهم الانتخابية من خلال توفير وقت لهم في وسائل الاعلام الحكومية مثلا.

2- إعطاء الجهة المشرفة على الانتخابات فاعلية أكبر في فرض العقوبات وتغريم الجهات التي تخل بأحكام الدعاية الانتخابية وتشديد العقوبات المتعلقة بمخالفة احكام الدعاية الانتخابية وعدم قصرها على الغرامات أو الحبس البسيط. , وأما يمكن ان تتضمن العقوبات الاستبعاد من العملية الانتخابية.

3- توحيد التشريعات المتعلقة بقيود الدعاية الانتخابية في تشريع واحد كأن يكون على شكل قوانين أو أنظمة أو تعليمات , وهذا ملاحظناه في العراق حيث هنالك أنظم تتعلق بأحكام الدعاية الانتخابية تتعلق بانتخابات مجلس النواب و اخرى تتعلق بانتخابات مجالس المحافظات ومن الافضل توحيد هذه التشريعات المتعلقة بالدعاية الانتخابية في تشريع واحد.

4- الزام المرشحين باللجوء الى خبراء الدعاية الانتخابية من الاعلاميين لكي تكون الدعايات الانتخابية مدروسة في ابعادها ونتائجها على جمهور المتلقيين من الناخبين بحيث تتناسب الدعاية الانتخابية في خطابها مع كل فئات المجتمع من المثقفين والعمال والفلاحين وكبار السن والشباب لكي تكون نتائجها ايجابية.

#### الهوامش

- 1- حاتم بدوي عبيد الشمري , الدعاية الانتخابية عبر المصافات الجدارية لانتخابات مجلس النواب العراقي , رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإعلام - جامعة بغداد , ٢٠٠٨م , ص ٣١.
- 2- جاي سي جودرين جيل , الانتخابات الحرة والنزيهة , ترجمة احمد منيب وفائزة حكيم , بغداد : دار الشؤون الثقافية العامة , ٢٠٠٣ , ص ٦٦.
- 3- تغريد فاضل حسين , الحملات الإعلامية في الصحافة العراقية رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإعلام - جامعة بغداد ٢٠٠٦م , ص ٧٧ .
- 4- تغريد فاضل حسين , الحملات الإعلامية في الصحافة العراقية , المصدر نفسه , ص ٧٨.

- 5- تغريد فاضل حسين , الحملات الإعلامية في الصحافة العراقية , المصدر نفسه , ص ٨١ .
- 6- تغريد فاضل حسين , الحملات الإعلامية في الصحافة العراقية , المصدر السابق , ص ٨٨.
- 7- نظام الحملات الانتخابية لانتخابات مجلس النواب العراقي رقم (١٩) لسنة ٢٠١٠ منشور على موقع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات : [www.IHR.COM](http://www.IHR.COM).
- 8- قانون الانتخابات الفلسطيني الصادر بتاريخ ١٩٩٥, قوانين الانتخابات في الدول العربية , مركز بيروت للبحوث والمعلومات , منشورات الحلبي , الطبعة الاولى, ٢٠٠٥ , ص ١٩٧.
- 9- نشرة خاصة بأحكام الدعاية الانتخابية للانتخابات التشريعية الفلسطينية الثانية ٢٠٠٦ صادرة عن لجنة الانتخابات المركزية الفلسطينية , منشورة على موقع اللجنة : [www.C.e.C.p.COM](http://www.C.e.C.p.COM).
- 10- د. مزيان فريده , الرقابة على العملية الانتخابية , بحث منشور على الانترنت على الموقع : [www.Droituniv.batana.com](http://www.Droituniv.batana.com).
- 11- كمال القاضي , الدعاية الانتخابية والنظام الانتخابي المصري, مكتبة مديولي , ١٩٨٧, ص ١١٧.
- 12- النظم الانتخابية, مركز بيروت للبحوث والمعلومات , منشورات الحلبي , الطبعة الاولى , بيروت , ٢٠٠٥, ص ١١٥. كذلك انظر د. فلاح اسماعيل حاجم , المعالجة القانونية لتنظيم العملية الانتخابية (دراسة مقارنة) , ص ٣٧.
- 13- قانون الانتخابات العراقي رقم (١٦) لسنة ٢٠٠٥ منشور بالوقائع العراقية - العدد ٤٠١٠ - تشرين الثاني ٢٠٠٥ - السنة ٤٧ .
- 14- قانون الانتخابات الجزائي رقم ٠٧ لسنة ١٩٩٧ - قوانين الانتخابات في الدول العربية - اعداد قسم الدراسات الانتخابية والقانونية في مركز بيروت للبحوث والمعلومات - منشورات الحلبي - الطبعة الاولى بيروت - ٢٠٠٥ - ص ٦٩ .
- 15- قانون الانتخابات الفلسطيني الصادر في كانون الاول ١٩٩٥ - قوانين الانتخابات في الدول العربية - المصدر نفسه - ص ١٩٧ .
- 16- عاطف البنا , الوسيط في النظم السياسية، القاهرة : دار الفكر العربي، ط١، ١٩٨٢، ص ٢٣٤.
- 17- رشاد أحمد يحيى ، النظام الانتخابي في جمهورية اليمن : أطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عين شمس، كلية الحقوق ، ١٩٩٥، ص ٤٤٣ .
- 18- رمزي الشاعر ، النظرية العامة للقانون الدستوري ، دار النهضة العربية ، ط٣ ، ١٩٨٣، ص ٦٨٧
- 19- صلاح الدين فوزي، الأنظمة السياسية وتطبيقاتها المعاصرة ، القاهرة : دار وهدان للطباعة ، ط١، ١٩٨٥، ص ٤٣٤.
- 20- د. صلاح الدين فوزي - النظم والجراءات الانتخابية - المصدر السابق - ص ٣٦٣.
- 21- التبليغ الخاص بقرار المفوضية في الشكاوى التي من الممكن أن تؤثر على نتيجة الانتخابات - منشور في جريدة الصباح - العدد (٧٤٧) - التاريخ (الأربعاء ١٨ ذو الحجة ١٥٢٦هـ - ١٨ كانون الثاني ٢٠٠٦م) - تسلسل (٣٥ و ٣٨) - ص ٧.
- 22- خلود رمزي , خروقات بالجملة اثناء الحملات الانتخابية , تقرير منشور على الانترنت في ١/٣١/٢٠٠٩ على الموقع : [www.nigash.com](http://www.nigash.com).
- 23- د. محمد عبد الله نعمان , قراءة نقدية لقانون الانتخابات العامة في اليمن , بحث منشور على الانترنت على الموقع : [www.al-tagheer.com](http://www.al-tagheer.com).
- 24- مدى مطابقة التشريعات الانتخابية في العراق مع المعايير الدولية لحقوق الانسان , ٢٠٠٧ , ص ٩ , تقرير منشور على الانترنت على الموقع : [www.Brob.org](http://www.Brob.org).
- 25- حالات انتخابية , ترجمة مجلة تواصل , مجلة شهرية تصدر عن هيئة الاعلام والاتصالات , العدد ٢٦ , السنة ٣ , ايلول ٢٠٠٨ , ص ٢٠ .



## المصادر

- المصادر العامة :
- 1- جاي سي جودرين جيل ، الانتخابات الحرة والنزيهة ، ترجمة احمد منيب وفائزة حكيم ، بغداد : دار الشؤون الثقافية العامة، ٢٠٠٣ .
  - 2- كمال القاضي ، الدعاية الانتخابية والنظام الانتخابي المصري، مكتبة مدبولي ، ١٩٨٧ .
  - 3- النظم الانتخابية، مركز بيروت للابحاث والمعلومات ، منشورات الحلبي ، الطبعة الاولى ، بيروت ، ٢٠٠٥ .
  - 4- د. فلاح اسماعيل حاجم ، المعالجة القانونية لتنظيم العملية الانتخابية (دراسة مقارنة).
  - 5- عاطف البنا ، الوسيط في النظم السياسية، القاهرة : دار الفكر العربي، ط١ ، ١٩٨٢ .
  - 6- رشاد أحمد يحيى ، النظام الانتخابي في جمهورية اليمن : أطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عين شمس، كلية الحقوق ، ١٩٩٥ .
  - 7- رمزي الشاعر ، النظرية العامة للقانون الدستوري ، دار النهضة العربية ، ط٣ ، ١٩٨٣ .
  - 8- صلاح الدين فوزي، الأنظمة السياسية وتطبيقاتها المعاصرة ، القاهرة : دار وهدان للطباعة ، ط١ ، ١٩٨٥ .
  - 9- د. صلاح الدين فوزي - النظم والاجراءات الانتخابية - دار النهضة العربية - القاهرة .
- رسائل الماجستير
- 1- تغريد فاضل حسين ، الحملات الإعلامية في الصحافة العراقية، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإعلام - جامعة بغداد ٢٠٠٦م .
  - 2- حاتم بدوي عبيد الشمري ، الدعاية الانتخابية عبر الملصقات الجدارية لانتخابات مجلس النواب العراقي ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإعلام - جامعة بغداد ، ٢٠٠٨م .
- القوانين والأنظمة
- 1- قانون الانتخابات العراقي رقم (١٦) لسنة ٢٠٠٥ منشور بالوقائع العراقية - العدد ٤٠١٠ - تشرين الثاني ٢٠٠٥ - السنة ٤٧ .
  - 2- قانون الانتخابات الجزائري رقم ٠٧/لسنة ١٩٩٧ - قوانين الانتخابات في الدول العربية - اعداد قسم الدراسات الانتخابية والقانونية في مركز بيروت للابحاث والمعلومات - منشورات الحلبي - الطبعة الاولى بيروت - ٢٠٠٥ .
  - 3- قانون الانتخابات الفلسطيني الصادر بتاريخ ١٩٩٥ ، قوانين الانتخابات في الدول العربية ، مركز بيروت للابحاث والمعلومات ، منشورات الحلبي ، الطبعة الاولى، ٢٠٠٥ .
  - 4- نظام الحملات الانتخابية لانتخابات مجلس النواب العراقي رقم (١٩) لسنة ٢٠١٠ منشور على موقع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات : [www.IHR.COM](http://www.IHR.COM) .
  - 5- نشرة خاصة بأحكام الدعاية الانتخابية للانتخابات التشريعية الفلسطينية الثانية ٢٠٠٦ صادرة عن لجنة الانتخابات المركزية الفلسطينية ، منشورة على موقع اللجنة : [www.C.E.C.P.COM](http://www.C.E.C.P.COM) .
- المجلات والصحف :
- 1- حالات انتخابية، ترجمة مجلة تواصل ، مجلة شهرية تصدر عن هيئة الاعلام والاتصالات ، العدد ٢٦ ، السنة ٣ ، ايلول ٢٠٠٨ .
  - 2- التبليغ الخاص بقرار المفوضية في الشكاوى التي من الممكن أن تؤثر على نتيجة الانتخابات - منشور في جريدة الصباح - العدد (٧٤٧) - التاريخ (الأربعاء ١٨ ذو الحجة ١٥٢٦هـ - ١٨ كانون الثاني ٢٠٠٦م) - تسلسل (٣٥ و ٣٨) .
- الانترنت
- 1- خلود رمزي ، خروقات بالجملة اثناء الحملات الانتخابية ، تقرير منشور على الانترنت في ٢٠٠٩ / ١ / ٣١ على الموقع : [www.nigash.com](http://www.nigash.com) .
  - 2- د. مزياني فريدة ، الرقابة على العملية الانتخابية ، بحث منشور على الانترنت على الموقع : [Droituniv.batana.com](http://Droituniv.batana.com) .

---

---

## التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية

---

---

- 3- د. محمد عبد الله نعمان , قراءة نقدية لقانون الانتخابات العامة في اليمن , بحث منشور على الانترنت على الموقع : [www.al-tagheer.com](http://www.al-tagheer.com)
- 4- مدى مطابقة التشريعات الانتخابية في العراق مع المعايير الدولية لحقوق الانسان , ٢٠٠٧ , ص ٩ , تقرير منشور على الانترنت على الموقع : [www. Brob.org](http://www.Brob.org)