

## Legal Provisions for Election Campaigning in Jordanian Legislation: An Analytical Study

Khlaif Issa Zyoud<sup>(1)\*</sup>

(1) Researcher, Mafraq - Jordan.

Received: 03/02/2025

Accepted: 09/07/2025

Published: 30/09/2025

\* *Corresponding Author:*  
[khlaifissa@gmail.com](mailto:khlaifissa@gmail.com)

DOI:<https://doi.org/10.59759/1aw.v4i3.985>

### Abstract

This study examined the legal provisions governing electoral campaigning under Election Law No. 4 of 2022 in Jordan, with the aim of addressing the study's central issue: the adequacy of the legislative provisions regulating electoral campaigning and the effectiveness of the controls and safeguards adopted by the Jordanian legislator. Accordingly, the study seeks to analyze the legal provisions established by the Jordanian legislator to regulate electoral campaigning, determine the temporal and spatial scope of campaign activities, and highlight the legal provisions governing the financing of campaign activities for candidates running for parliamentary councils.

To achieve its objectives, the study adopts the descriptive approach through an analytical examination of the legislative texts relevant to electoral campaigning, assessing their effectiveness, and addressing any potential shortcomings. The study concluded that the Jordanian legislator has taken care to

establish a set of legal provisions ensuring equal opportunities among candidates and electoral lists, the most important of which include the obligation of media institutions and public authorities to maintain neutrality and treat all candidates equally, as well as the requirement to designate specific locations for electoral campaigning and distribute them fairly among competing lists.

The study recommends incorporating a provision in the Election Law that explicitly sets out the principles and criteria to be observed in the allocation of designated electoral campaigning spaces among the competing lists, in a clear and precise manner.

**Keywords:** Election Campaigning, Funding of Election Campaigning, Equality of Opportunity.

## الأحكام القانونية للدعاية الانتخابية في التشريع الأردني: دراسة تحليلية

خليف عيسى خليف الزيود<sup>(1)</sup>

(1) باحث، المفرق - الأردن.

### ملخص

تناولت هذه الدراسة الأحكام القانونية للدعاية الانتخابية وفق قانون الانتخاب رقم 4 لسنة 2022 في الأردن، بغرض معالجة إشكالية الدراسة المتمثلة بمدى كفاية الأحكام التشريعية النازمة للدعاية الانتخابية وفعالية الضوابط والضمانات التي تبناها المشرع الأردني، لذا؛ هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على الأحكام القانونية التي قررها المشرع الأردني لغايات ضبط الدعاية الانتخابية، وبيان النطاق الزمني والمكاني للدعاية المكانية، بالإضافة إلى تسليط الضوء على الأحكام القانونية التي كرسها المشرع الأردني في مجال تمويل الحملات الدعائية للمرشحين للمجالس النيابية.

وبغرض تحقيق الدراسة لأهدافها اعتمدت على المنهج الوصفي من خلال الأسلوب التحليلي للنصوص التشريعية ذات الصلة بالدعاية الانتخابية وتقييمها ومعالجة جوانب القصور إن وجدت، وقد خلصت الدراسة إلى إن المشرع الأردني قد حرص على وضع جملة من الأحكام القانونية التي تضمن تكافؤ الفرص بين المرشحين والقوائم، أهمها ضرورة التزام المؤسسات الإعلامية والسلطات العامة بالحياد والوقوف على مسافة واحدة من جميع المرشحين، ووجوب تحديد الأماكن المخصصة للدعاية للانتخابية وتوزيعها بشكل عادل بين القوائم المترشحة. وتوصي الدراسة بإدراج نص في قانون الانتخاب يتضمن الأسس والمعايير التي يجب مراعاتها عند توزيع الأماكن المخصصة للدعاية الانتخابية بين القوائم المترشحة وذلك بشكل واضح ودقيق.

**الكلمات الدالة:** الدعاية الانتخابية، تمويل الدعاية الانتخابية، مبدأ تكافؤ الفرص.



## المقدمة.

يُشكّل مجلس النواب حجر الأساس في السلطة التشريعية، فهو يمثل الإرادة الشعبية وتطلعاتها، ويعمل من أجل صون حقوقها وحرّياتها من جهة، وتعزيزها من جهة أخرى. وهذا -بطبيعة الحال- يتوقف على ما إذا وفرت الأطر القانونية للعملية الانتخابية الضمانات اللازمة لنزاهة العملية الانتخابية برمتها، بما فيها مرحلة الدعاية الانتخابية، باعتبار مرحلة الدعاية الانتخابية من أكثر مراحل العملية الانتخابية عرضة للانتهاكات؛ وذلك لكونها وسيلة يتمكن من خلالها المترشحون من التواصل مع الناخبين ونقل رؤاهم وبرامجهم الانتخابية. وعلى هذا الأساس، يصبح من واجب أي مشرع في أي دولة أن يضع إطاراً قانونياً ناظماً للدعاية الانتخابية؛ ليحميها من كافة الوجوه، بما في ذلك انحياز السلطة التنفيذية أو الإدارة الانتخابية المستقلة لمترشح أو قائمة أو حزب ما، ويحول دون تضليل الجمهور، ويُعاقب على إساءة استخدام الأموال في الحملات الانتخابية.

## أهمية الدراسة:

تنتقل أهمية الدراسة من أمرين: أولاًهما في كون المشاركة بالانتخاب تعتبر أحد أهم الحقوق الدستورية التي قررها المشرع الأردني للأفراد، وثانيهما في كون ممارسة الدعاية الانتخابية على أساس الحياد والمساواة التامة بين المترشحين تعد مقياساً رئيسياً لقياس مدى تجذر الديمقراطية في الدولة.

## أهداف الدراسة:

هذه الدراسة إلى الوقوف على الأحكام القانونية التي قررها المشرع الأردني لغايات ضبط الدعاية الانتخابية، وبيان النطاق الزمني والمكاني للدعاية المكانية، بالإضافة إلى تسليط الضوء على الأحكام القانونية التي كرسها المشرع الأردني في مجال تمويل الحملات الدعائية للمترشحين للمجالس النيابية.

### مشكلة الدراسة:

تتجلى مشكلة الدراسة بمدى كفاية الأحكام القانونية الناظمة للدعاية الانتخابية في الأردن، ومدى فعالية الضوابط والضمانات التي تبناها المشرع الأردني بغرض تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص بين المترشحين ومبدأ حياد السلطات العامة.

### تساؤلات الدراسة:

يتفرع عن مشكلة الدراسة الرئيسية مجموعة التساؤلات الآتية:

- 1- إلى أي مدى وُفق المشرع الأردني في تنظيم الدعاية الانتخابية في قانون الانتخاب لسنة 2022؟
- 2- ما هو نطاق الدعاية الانتخابية زمنياً ومكانياً؟
- 3- ما هي الضوابط القانونية للدعاية الانتخابية؟
- 4- ما هي الأحكام القانونية الناظمة لتمويل الدعاية الانتخابية؟
- 5- ما أهم الأحكام القانونية الإصلاحية التي تضمنها قانون الانتخاب لسنة 2022 لضمان عدالة الدعاية الانتخابية؟

### منهج الدراسة:

لتحقيق الهدف المنشود من الدراسة، اختار الباحث الاعتماد على المنهج الوصفي، باستخدام الأسلوب التحليلي لسرد النصوص القانونية ذات الصلة بالموضوع محل الدراسة والتعليق عليها بالتحليل والنقد.

### خطة الدراسة:

فيما يتعلق بخطة الدراسة التي سيتم اتباعها لمعالجة مشكلة الدراسة والإجابة على التساؤلات المثارة، فقد جرى تقسيم الدراسة إلى مبحثين وعلى النحو التالي:

المبحث الأول: ماهية الدعاية الانتخابية.

المطلب الأول: مفهوم الدعاية الانتخابية.

المطلب الثاني: نطاق الدعاية الانتخابية.

المبحث الثاني: التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية

المطلب الأول: الضوابط القانونية للدعاية الانتخابية.

المطلب الثاني: الأحكام القانونية لتمويل الدعاية الانتخابية

### المبحث الأول:

#### ماهية الدعاية الانتخابية

تظهر أهمية دراسة ماهية الدعاية الانتخابية باعتبارها طريقاً لتوضيح مفهوم الدعاية الانتخابية من جهة، وتوضيح نطاقها من جهة أخرى، باعتبار أن معظم النظم الديمقراطية لا تجعل الدعاية الانتخابية مطلقة، لا من حيث الزمان ولا من حيث المكان، لذا ويهدف بيان مفهوم الدعاية الانتخابية، ولدراسة الجوانب المرتبطة بنطاق الدعاية الانتخابية سيتم تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين، يتناول الأول مفهوم الدعاية الانتخابية، أما الثاني فيتناول نطاق الدعاية الانتخابية.

#### المطلب الأول: مفهوم الدعاية الانتخابية

في هذا المطلب سيحاول الباحث تحديد مفهوم الدعاية الانتخابية من خلال تعريف الدعاية الانتخابية في الفرع الأول، وبيان وسائل الدعاية الانتخابية في الفرع الثاني.

#### الفرع الأول: تعريف الدعاية الانتخابية.

يتطلب تعريف الدعاية الانتخابية الإشارة في بادئ الأمر إلى تعريف الدعاية لغةً، وهو مصطلح يرجع أصله اللغوي للفعل دَعَا يَدْعُو وادَّعى يَدَّعي ادِّعاءً، ودعوى، ويقال: ادَّعوا من استدعيت طاعته

ورجوتهم معونته والدعاة، قوم يدعون إلى بدعة أو دين (ابن منظور، 2010، ص273) ويُقال أيضاً: دعا بعضهم بعضاً، والمقصود من الفعل دَعَا نشر الأفكار وعند المحدثين نشر الدعوى لشخص ما أو مبدأ ما. (نعمة، 2000، ص467)

أما اصطلاحاً لم يُعرّف المشرّع الأردني في قانون الانتخاب لمجلس النواب الدعاية الانتخابية، ولعل ذلك يرجع إلى صعوبة وضع تعريف جامع ومانع للدعاية الانتخابية، لكونها مسألة متغيرة بشكل دائم ومستمر (المعاينة، 2021، ص12) غير أنّ الحملة الانتخابية وفقاً للمادة الثانية من التعليمات التنفيذية الخاصة بالإفصاح عن موارد تمويل الحملة الانتخابية للقوائم وضبط أوجه إنفاقها (2024) تُعرّف بأنها: "جميع الوسائل والأنشطة المسموح بها وفقاً لأحكام التشريعات المعمول بها التي تستخدمها القوائم لغايات كسب تأييد الناخبين لها".

هذا وقد تصدى فقه القانون العام عموماً والقانون الدستوري خصوصاً لمسألة تعريف الدعاية الانتخابية، فعُرفت بأنها: "كافة الأنشطة الاتصالية المباشرة منها وغير المباشرة التي يمارسها مرشح ما أو حزب سياسي بهدف الفوز بالانتخابات عن طريق حصوله على عدد أكبر من الأصوات الانتخابية" (العالم، 2007، ص9)

وعرفها جانب من الفقه بأنها: "وسيلة للتعبير ولتقديم المرشح برنامجه، وأفكاره خارج إطار العنف وفي هذا المجال يقوم المرشحون بالتجول في أراضي الدولة لملاقاة الناخبين واقتناعهم بتبني برنامجه وذلك كله وفق ما يحدده القانون" (الدلوي، 2020، ص95)

وكذلك عرفت بأنها مجموعة من الأنشطة والتفاعلات التي يقوم بها المرشح أو الحزب من أجل تعريف الناخبين بما يريد أن يقوم به من أعمال وذلك من خلال عرض برنامجه الانتخابي، وذلك للتأثير على الناخبين من أجل الفوز بأصواتهم. (عفيفي، 2002، ص107)

وقد عرفت محكمة التمييز بأنها: "المكنة والسبيل أمام المرشح لعرض أفكاره وتطلعاته وطموحه في المستقبل السياسي والتشريعي داخل مجلس النواب". (تميز، حقوق، 2022/2278)

وفي ضوء هذه التعريفات يمكن للباحث تعريف الدعاية الانتخابية بأنها مجموعة الأفعال التي يقوم بها المرشح ضمن فترة زمنية محددة؛ بهدف عرض برنامجه ورؤيته وخطته بغية اقناع أو استمالة

الناخبين إلى صفة والاقتراع لمصلحته.

وعلى ضوء هذه التعريفات يمكن تحديد عناصر الدعاية الانتخابية بأنها (قاسم، 2016، 348):

1. مجموعة أعمال.
2. بقصد إيصال المعلومات للناخبين والتأثير بهم.
3. استخدام وسائل الاتصال والأقناع.
4. ضمن مدة زمنية محددة.
5. السعي للحصول على أصوات الناخبين.

ومن خلال التعريفات السابقة يتبين أن الهدف الرئيس من الدعاية الانتخابية هو امداد الناخبين والجمهور بالمعلومات المتعلقة بالمرشح من خلال مجموعة الإمكانيات والأساليب المتاحة عبر جميع قنوات الاتصال، أما عن أهمية الدعاية الانتخابية، يتبين لنا أن للدعاية الانتخابية أهمية بالنسبة الى المرشح نفسه، باعتبار الدعاية الانتخابية وسيلة للمرشح حتى يتصل بالجمهور، كما لها أهمية بالنسبة إلى الجمهور، وهذه الأهمية تظهر بكونها، أي الدعاية الانتخابية، طريقة يتسنى من للجمهور من خلالها المفاضلة بين المترشحين.

#### الفرع الثاني: وسائل الدعاية الانتخابية

تتنوع الوسائل التي يمكن استخدامها للدعاية الانتخابية؛ إذ تنقسم إلى وسائل تقليدية تتمثل بالإعلام والإذاعة والتلفزيون والصحف والجرائد والمجلات، ووسائل اتصال حديثة وهي بوسائل التواصل الاجتماعي، إذ أدى انتشار مختلف تطبيقات التواصل الاجتماعي (Social media) إلى لجوء المترشحين لهذه التطبيقات واستخدامها لنشر موادهم ونشراتهم الدعائية بغرض الوصول إلى أكبر عدد من الناخبين، ومن أبرز هذه التطبيقات Facebook وإكس (X) أو ما يُعرف بتويتر (Twitter) سابقاً، وذلك عبر الصفحات الرسمية للمترشحين والكيانات السياسية والإعلانات المدفوعة. (مفتاح، 2024، ص135)

وتختلف التكتيكات المتبعة في الدعاية الانتخابية عبر وسائل الاتصال الحديثة، هناك حملات دعائية تتم من خلال البودكاست (podcast)، لما تتصف به برامج البودكاست بالمرونة ووصولها إلى أكبر عدد من الجماهير، وتنوع الفئات العمرية التي تستهدفها برامج البودكاست وسهولة الاستماع إليها عند ممارسة أنشطة الحياة اليومية المختلفة. وقد لجأت بعض الأحزاب السياسية في الأردن إلى هذا التكنيك في الانتخابات لمجلس النواب العشرين ومنها على سبيل المثال الحزب الشيوعي الأردني (قائمة طريقنا) وحزب جبهة العمل. (أبو رمان، 2024، ص 257)

وتجدر الإشارة إلى ما يلعبه الذكاء الاصطناعي من أدوار في الدعاية الانتخابية، وهو دور متنامٍ في الوقت الراهن؛ ويتجلى دور الذكاء الاصطناعي في القدرة على تحليل البيانات الشخصية للناخبين، بما في ذلك المعلومات الحساسة مثل الوضع الاجتماعي والاقتصادي، واهتماماتهم وقضاياهم واحتياجاته، من أجل تحديد الرسائل التي من المرجح أن تؤثر على عليهم، وبهذه الطريقة، تصبح الحملات الانتخابية أكثر دقة وفاعلية، بما يوفر الوقت والجهد على المترشح. (الهوراني، 2024)

### المطلب الثاني: نطاق الدعاية الانتخابية

يُراد بنطاق الدعاية الانتخابية أمرين، الأول هو النطاق الزمني الذي يحق للمترشح بدء مباشرة الدعاية الانتخابية خلاله، أما الثاني هو النطاق الجغرافي أو المساحة المخصصة لمباشرة الدعاية الانتخابية، لذا سيتم تقسيم هذا المطلب إلى فرعين وعلى النحو الآتي:

#### الفرع الأول: النطاق الزمني للدعاية الانتخابية:

تتميز الدعاية الانتخابية عن غيرها من أنواع الدعايات، كالدعاية التجارية أو السياسية بأنها محددة بنطاق زمني محدد من قبل المشرع، بمعنى أن موعد ابتدائها وانتهائها لا يقف على إرادة المترشحين بل يتوقف على تنظيم المشرع.

وتختلف التشريعات في تحديد هذا النطاق الزمني، ففي الأردن تبدأ الدعاية الانتخابية وفقاً للمادة

(20) من قانون الانتخاب لمجلس النواب (2022) من تاريخ قبول طلب الترشح وتنتهي قبل أربع وعشرين ساعة من اليوم المحدد للاقتراع، وهي حرة وفقاً لأحكام القانون، وبعد ذلك تسود فترة الصمت الانتخابي.

وتكمن الفلسفة التشريعية في تقييد الدعاية الانتخابية بمدة زمنية محددة في تعزيز مبدأ المساواة وتكافؤ الفرص بين المترشحين والقوائم في نشر افكارهم وعرض برامجهم (الشخاترة، 2018، ص42)، باعتبار أنّ الإمكانات المالية للمترشحين والقوائم متباينة، وإذا ما كانت فترة الدعاية الانتخابية مفتوحة أو واسعة لن يكون هناك تكافؤ بين المترشحين؛ حيث بمقدور الاحزاب الكبيرة والتي لديها إمكانات مالية أن تستمر في الدعاية الانتخابية بينما لا يستطيع كل من الأحزاب الصغيرة على مجارة الدعاية الانتخابية لفترة زمنية طويلة. (الشوايكة، 2020، ص4871)

وبتدقيق قانون الانتخاب يلاحظ الباحث أن القانون قد تضمن نصاً تقدّمياً، لم يكن موجوداً في قانون الانتخاب الملغى، يُجيز النص للراغب بالترشح أن يفصح عن نيّته عبر مواقع التواصل الاجتماعي بعد إعلان الهيئة عن موعد الاقتراع، على أن يُحظر عليه ممارسة أيّ أنشطة انتخابية أو دعائية مدفوعة الأجر أو ذات كُلف مالية أو تقديم أيّ نوع من الهبات أو المعونات أو المساعدات بعد هذا الإفصاح.

وعلى أي حال، يعتقد الباحث بأنّ الممارسات على أرض الواقع والتي تتمثل بوقوف أنصار المترشحين والأحزاب أمام مراكز الاقتراع لتوزيع البطاقات التي تحمل أسماء القوائم والمترشحين على الناخبين تشكل خرقاً للنطاق الزمني للدعاية الانتخابية، باعتبار أنّ النطاق الزمني للدعاية الانتخابية ينتهي قبل أربع وعشرون ساعة من اليوم المحدد للاقتراع. (المعايطة، 2021، ص21)

### **الفرع الثاني: النطاق المكاني للدعاية الانتخابية:**

وفقاً للمادة (3/أ/22) من قانون الانتخاب (2022) تنشأ من قِبَل مجلس أمانة عمّان والمجالس البلدية وما في حكمها أماكن مخصصة للدعاية الانتخابية، وتوزّع بشكل عادل بين القوائم المترشحة،

وعلى الهيئة نشر هذه الأماكن عبر موقعها الإلكتروني وبأي وسيلة أخرى تراها مناسبة. بالتالي، يكون المشرع الأردني قد أناط بأمانة عمان الكبرى والمجالس البلدية وما في حكمها مهمة تأطير النطاق المكاني لغايات الدعاية الانتخابية، شرط أن تُوزع هذه الأماكن بشكل عادل بين القوائم المترشحة.

وفي هذا السياق، تجدر الإشارة إلى أنه على الرغم من أن لمجلس أمانة عمان والمجالس البلدية وما في حكمها حق تخصيص أماكن لممارسة الحق في الدعاية الانتخابية، إلا أنه على هذه الجهات أن تأخذ بعين الاعتبار عدم جواز ممارسة الدعاية الانتخابية في الوزارات والدوائر الحكومية والمؤسسات الرسمية والعامّة والمؤسسات التعليمية ودور العبادة على الإطلاق، وفقاً للمادة (20/ب/2) من قانون الانتخاب.

علاوة على ذلك، لا يجوز، عملاً بأحكام المادة (4/أ/22) من قانون الانتخاب، إصاق أي إعلان أو بيان انتخابي أو وضعه على أعمدة الهاتف والكهرباء والشواخص المرورية والأماكن العامة، ويشمل ذلك الصور والرسوم والكتابات، كما يُحظر إصاق أي إعلان أو بيان انتخابي على الجدران أو وضع أي إعلان أو بيان انتخابي أو تركيبه بطريقة تضر بالسلامة العامة.

وتطبيقاً لذلك أعلنت أمانة عمان الكبرى عن شروط وتعليمات استخدام الدعاية الانتخابية لمرشحي عضوية مجلس النواب، حيث منعت تركيب أي يافطات على مسار الباص سريع التردد ومحطاته، وسمحت بوضع اللوحات على الدواوير والتقاطعات والإشارات والميادين، ووضع صور المرشحين واسمائهم والبيانات الانتخابية لهم مع اشتراط عدم اعاقه حركة مرور المشاة او حجب الرؤية للسيارات او الإشارات.

وفي هذا الصدد يثور تساؤل في ذهن الباحث حول الأسس التي يتم بموجبها توزيع الأماكن المخصصة للدعاية الانتخابية بين القوائم المترشحة بشكل عادل، وبمعنى أوضح، ما هي المعايير التي على هديها يتم توزيع هذه الأماكن بين القوائم المترشحة؟

باستقراء قانون الانتخاب والتعليمات الخاصة بقواعد الدعاية الانتخابية، يلاحظ الباحث خلوها من أي إشارة للأسس والمعايير التي يتعين توزيع الأماكن المخصصة للدعاية الانتخابية على أساسها، وعلى هديها، وبمعنى آخر أكثر وضوحاً، لم يشر المشرع إلى ما يضمن حق المترشحين في المساواة في تعليق اللافتات من حيث مكانها، ما من شأنه أن يجعل الدعاية الانتخابية قائمة على أساس أسبقية

الوصول إلى الأماكن العامة والقدرة المالية للمرشحين من القوائم المحلية أو العامة، الأمر الذي يراه الباحث نقصاً تشريعياً يجب تداركه، لذا؛ يتمنى الباحث من المشرع الأردني أن يقوم بإدراج نص يتضمن الأسس والمعايير التي يجب مراعاتها عند توزيع الأماكن المخصصة للدعاية الانتخابية بين القوائم المترشحة.

صفوة القول بخصوص النطاقين الزمني والمكاني للدعاية الانتخابية هو أن المشرع الأردني لم يمنح المترشح مباشرة وممارسة الدعاية الانتخابية في أي وقت يشاء وذلك تعزيراً لمبدأ تكافؤ الفرص بين المترشحين، هذا من جهة، ومن جهة أخرى لم يسمح مترشحين المستقلين والأحزاب بإجراء الدعاية الانتخابية في كل الأماكن لغايات تنظيمية بالإضافة إلى اشتراط توزيع الأماكن المخصصة للدعاية الانتخابية بشكل عادل بين المترشحين بهدف تجذير مبدأ تكافؤ الفرص والمساواة بين المتنافسين، غير أن المشرع الأردني لم يُشر لهذه المعايير صراحةً.

### المبحث الثاني:

#### التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية

لا شك أن فترة الدعاية الانتخابية تحتاج لضوابط قانونية تحكم جميع جوانبها، فضلاً عن الحاجة لموارد مالية كبيرة، لذا وبهدف دراسة الضوابط القانونية التي كرسها المشرع الأردني في مجال تنظيم الدعاية الانتخابية، وتمويل الدعاية الانتخابية، لذا جرى تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين، الأول يتناول الضوابط القانونية للدعاية الانتخابية، أما الثاني يعالج أحكام تمويل الدعاية الانتخابية.

#### المطلب الأول: الضوابط القانونية للدعاية الانتخابية:

يستلزم حسن سير العملية الانتخابية أن يتم تنظيم جميع مراحل العملية الانتخابية، بما في ذلك الدعاية الانتخابية بشكل قانوني مُحكم؛ حتى لا تتحول الدعاية الانتخابية إلى فوضى، لذا؛ وبالرجوع إلى الأطر التشريعية للدعاية الانتخابية، وهي متمثلة بقانون الانتخاب لمجلس النواب رقم 4 لسنة

2022 والتعليمات الخاصة بقواعد الدعاية الانتخابية لسنة 2024، بيان لنا أنها تضمنت مجموعة من الضوابط التي يجب على المترشحين التقيد بها عند قيامهم بممارسة حقهم في الدعاية الانتخابية، وهذه الضوابط تتنوع ما بين ضوابط موجهة إلى وسائل الإعلام الرسمي، وضوابط موجهة إلى السلطات العامة وأخرى موجهة إلى المترشحين أنفسهم.

#### الفرع الأول: الضوابط القانونية المتعلقة بوسائل الإعلام:

قضت المادة (20/أ) من قانون الانتخاب بوجوب أن تكون وسائل الإعلام على مسافة واحدة من جميع المترشحين والقوائم بقولها: "على وسائل الإعلام الرسمية معاملة جميع المترشحين والقوائم خلال مدة الدعاية الانتخابية بحياد ومساواة".

ومن ثم جاءت المادة السابعة من التعليمات الخاصة بقواعد الدعاية الانتخابية أكثر تفصيلاً فنصت على انه: تلتزم وسائل الإعلام الرسمية بمراعاة المبادئ التالية في حملات الدعاية الانتخابية:

- أ. المساواة في التعامل مع كافة القوائم الانتخابية والمترشحين.
- ب. احترام حرية الناخبين في التعبير عن آرائهم.
- ت. الحياد التام والموضوعية وعدم الانحياز لأي قائمة أو أي من المترشحين فيها عند عقد المناظرات بين مفوضي القوائم أو أي من المترشحين فيها.
- ث. عدم نشر أو بث أو إذاعة أي مادة إعلانية من شأنها الإساءة لأي من القوائم أو أي من المترشحين فيها".

باستقراء النص أعلاه يتبين أن النص يتضمن مجموعة من المبادئ التي تهدف إلى ضمان عدالة وشفافية الحملات الانتخابية التي تتم من خلال وسائل الإعلام الرسمية، فمن حيث المساواة في التعامل مع القوائم والمترشحين يعد هذا المبدأ أساسياً لضمان تكافؤ الفرص بين جميع المترشحين في القوائم المحلية والوطنية، وهنا، يتبادر إلى ذهن الباحث تساؤل مهم حول ما إذا كان نص المادة أعلاه يحظر على وسائل الإعلام الرسمية أن تنشر الإعلانات والدعايات الانتخابية للقوائم المترشحة، المحلية أو الوطنية، مقابل عوض مالي.

باستقراء الباحث للمادة المذكورة سابقاً يتبين أن المشرع لم يعالج هذا التصور، لا صراحة ولا ضمناً، ما يراه الباحث فراغاً تشريعياً قد يتسبب بالتنباس لدى الجهات المكلفة بإنفاذ القانون، وكذلك الأشخاص المعنيين بتطبيق القانون من الهيئات الحاكمة، لذا؛ يأمل الباحث إضافة فقرة لنص المادة (20/أ) من قانون الانتخاب تحظر على الإعلام الرسمي بشقيه، المرئي والمسموع، نشر الدعاية الانتخابية الممولة بشكلٍ مطلق.

أما من حيث احترام حرية الناخبين في التعبير عن آرائهم فإن هذا المبدأ يرتبط بحرية التعبير، وهو حق أساسي في أي نظام ديمقراطي وعموده الفقري؛ وينسجم مع منطوق المادة (19) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان التي تضمنت "لكل شخص حق التمتع بحرية الرأي والتعبير...".

من جانب آخر، يظهر من النص المتقدم أن المشرع قد أولى اهتمامه بفكرة المناظرات بين القوائم المترشحة للانتخابات، حيث نصّ المشرع صراحةً على ضرورة الالتزام بمبادئ الحياد والموضوعية في المناظرات التي تتم عبر وسائل الإعلام الرسمية، المرئية أو المسموعة، بصفتها أداة ديمقراطية فعّالة تهدف إلى توفير بيئة متوازنة للنقاش بين القوائم المترشحة، فضلاً عن تعريف الناخب بالبرامج والرؤى الخاصة بالأحزاب، ذلك من خلال الاستماع لوجهات نظر ممثلي هذه القوائم والأحزاب، وعلى المستوى العملي في الأردن، شهدت الدعاية الانتخابية في انتخابات سنة (2024) استخداماً متتامياً للمناظرات بين الأحزاب السياسية، ومن قبيل ذلك -على سبيل المثال وليس الحصر- برنامج "مناظرات المملكة" الذي بثته قناة المملكة.

وفي هذا المقام، يرى الباحث أنه يتوجب عند عقد المناظرات الانتخابية للأحزاب عبر وسائل الإعلام الرسمية، المرئية أو المسموعة، أن يتم مراعاة المساواة فيما بين الأحزاب بالمشاركة والظهور في هذه المناظرات وعدم اقتصارها على أحزاب معينة دون الأخرى؛ لأن ذلك يُعدّ شكلاً من أشكال الدعاية الانتخابية غير المتوازنة، وإخلاقاً بمبدأ المساواة وهو أحد المبادئ الدستورية الجوهرية الضامنة للعملية الانتخابية برمتها.

### الفرع الثاني: الضوابط القانونية المتعلقة بسلطات الدولة:

في سبيل تكريس مبدأ حياد السلطات العامة برمتها ووقوفها على الحياد بين الأطراف المتنافسة في الانتخابات وضع المشرع مجموعة من الضوابط القانونية التي من شأنها ضمان حياد هذه السلطات، ومن أبرز هذه الضوابط:

#### أولاً: حياد الموظف العام:

قام المشرع الأردني بموجب المادة (23) من قانون الانتخاب (2022) بالحظر على كل من موظفي الحكومة والمؤسسات الرسمية والعامة وأمين عمان وأعضاء مجلس الأمانة وموظفيها ورؤساء مجالس المحافظات والبلديات وأعضائها وموظفيها القيام بأي دعاية انتخابية في أماكن عملهم لصالح أي من المترشحين والقوائم.

وبالوقوف على التفسير اللفظي لنص المادة المشار لها أعلاه، يظهر أن المشرع حاول الموازنة بين ممارسة الموظف العام لحقوقه السياسية وبين حياده؛ إذ إن نص المادة يحظر على الموظف العام القيام بأي مظهر من مظاهر الدعاية الانتخابية في أماكن عمله فحسب، كتوزيع الاستمارات الانتخابية أو المنشورات لصالح إحدى القوائم، ولا يتعدى ذلك إلى غير أماكن عمله، وبالتالي، عملاً لمفهوم المخالفة، يرى الباحث بأنه يمكن للموظف القيام بالدعاية الانتخابية لأي من المترشحين والقوائم المترشحة في منزله أو على مواقع التواصل الاجتماعي.

#### ثانياً: حظر استخدام موارد الدولة:

لا يقتصر حياد السلطات العامة في الدولة على لزوم حياد موظفيها في أماكن عملهم، بل يتعدى ذلك إلى عدم جواز استخدام موارد الدولة، ولهذا، حظر المشرع استخدام أي من الوسائل والموجودات المملوكة للمؤسسات الحكومية في الدعاية الانتخابية لأي مترشح أو أي قائمة، بالإضافة إلى ذلك، لم يجز المشرع بموجب المادة (2/أ/22) من قانون الانتخاب (2022) استعمال الشعار الرسمي للدولة في الاجتماعات والإعلانات الانتخابية وفي جميع أنواع الكتابات والرسوم والصور التي تُستخدم في الدعاية الانتخابية.

### الفرع الثالث: الضوابط القانونية المتعلقة بالمرشحين:

يجب على المترشحين، حسب المواد (20) و(21) من قانون الانتخاب (2022) والمادة (4) من التعليمات الخاصة بقواعد الدعاية الانتخابية، الالتزام عند مباشرة الدعاية الانتخابية باحترام الدستور وسيادة القانون وحرية الرأي والفكر لدى الآخرين، والمحافظة على الوحدة الوطنية وأمن الوطن واستقراره، وعدم التمييز بين المواطنين، وعدم تضمين البيانات والخطابات أو الإعلانات أي عبارات أو رسوم تثير العنرات الطائفية أو القبلية أو الإقليمية أو الجهوية أو العنصرية بين المواطنين.

كما على المترشحين والقوائم، عند وضع اللافتات والصور واللوحات، الالتزام بعدم وضعها بشكل يؤدي إلى حجب الرؤية عن أي لافتة لأي مرشح آخر، وذلك بمقتضى المادة (8) من التعليمات التنفيذية الخاصة بقواعد حملات الدعاية الانتخابية (2024).

أضف إلى ذلك، يتعين على جميع المترشحين، بمقتضى المادة التاسعة من ذات التعليمات، الالتزام بالتباعد بين المقرات الانتخابية بحيث لا تقل المسافة بين المقر الانتخابي والآخر عن مائتي متر.

وفي هذا المقام، يتبادر إلى ذهن الباحث تساؤل جوهري بخصوص ذيل الفقرة الخامسة من المادة (21) حول مفهوم أعوان ومؤيدي المرشح، وهذا التساؤل ليس اعتباطياً وإنما يقم لنا إطاراً للتساؤل حول مدى إمكانية مساءلة المترشح إذا ما قام أحد أعوانه أو مؤيديه بالمساس بالدعاية الانتخابية لأحد المترشحين الآخرين.

وهنا، يرى الباحث أن المشرع قد أحسن عملاً بإدراجه لهذا النص لمعالجة إشكالية الاعتداء من قبل مؤازري ومؤيدي المترشحين على الحملات الدعائية الانتخابية لمنافسي مرشحهم، وذلك بقصد توفير أكبر قدر ممكن من الحماية للدعاية الانتخابية لمرورها على أحسن ما يرام، غير أنه كان حرياً على المشرع استكمال أوجه معالجته لهذه الإشكالية بتوضيح مفهوم مؤيدي وأعوان المترشح، أو أن يتم إلزام المرشح بتحديد الأشخاص المسؤولين عن حملته الدعائية على وجه الدقة لدى الهيئة المستقلة للانتخاب، بهدف إذا ما بدا أي ادعاء بأنه تم الاعتداء على دعاية انتخابية لمرشح من قبل أعوان

ومؤيدي مرشح آخر، يتم مطابقة هويات المعتدين مع هويات الأشخاص المدعى عليهم والمسجلين لدى الهيئة المستقلة للتأكد مما إذا كانوا هم أم لا.

كما أنه وفقاً للمادة (1/22) من قانون الانتخاب لمجلس النواب (2022)، يجب أن تكون الإعلانات والبيانات الدعائية متضمنة أهداف وخطط وبرامج عمل المترشحين والقوائم، وأن تحمل أسماؤهم الصريحة. وفي هذا السياق، يرى الباحث أن المشرع قد أحسن صنعاً بوضع هذا الضابط، وذلك لكون الدعاية الانتخابية تمثل فسحة من الوقت لتقديم المترشح أو القائمة لبرنامج، وبعبارة أخرى، يتمثل هدف الدعاية الانتخابية في تزويد الناخبين والجمهور بكافة المعلومات المتعلقة بالمترشح أو القائمة حتى يتسنى للناخبين إمكانية تحديد المترشح أو القائمة التي تتوافق مع أفكارهم ورؤيتهم وطموحهم، وبالتالي ينبغي بالضرورة أن يتضمن الإعلان أو البيان الدعائي أهداف وخطط وبرامج عمل المترشحين والقوائم.

إلا أن الواقع التطبيقي في مرحلة الدعاية الانتخابية لمجلس النواب العشرون لم يتماشى مع هذه الأحكام القانونية؛ حيث ظهر بجلاء أن الآرماة والإعلانات والبروشورات للمترشحين والقوائم اقتصرت على أسماء المترشحين وأسماء القوائم وأرقامها، وبأحسن الأحوال اكتفت بطرح مجموعة من المطالب والشعارات والأفكار العامة (أبو رمان، 2024، ص233).

وفي هذا المقام، ينبغي الإشارة إلى أن القانون الحالي قد أنهى فكرة الترشح المستقل بشكل نهائي، وألزم المترشحين بخوض غمار الانتخابات على أساس الترشح ضمن قوائم محلية على مستوى الدوائر المحلية، أو قوائم حزبية على أساس الدائرة العامة، الأمر الذي يشي منطقياً بضرورة أن تكون الدعاية للقائمة المترشحة موحدة، وتعكس رؤية وبرنامج جميع المترشحين ضمنها، لا أن تكون الدعاية لكل مترشح على حدة. غير أن الدعاية الانتخابية لانتخابات 2024، المجلس العشرين، لم تُظهر إلا عدداً قليلاً من لافتات القوائم الموحدة، وعجّت شوارع المملكة وأحيائها بصور المترشحين فرادى مع ذكر أسماء القوائم التي يترشحون خلالها.

وفي سياق متصل، لاحظ الباحث خلو قانون الانتخاب لمجلس النواب من الأحكام القانونية النازمة للدعاية الانتخابية الرقمية (الإلكترونية)، على الرغم من أن هناك نحو 10.7 مليون شخص

يستخدمون الإنترنت في الأردن، وأن عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يبلغ 6.45 مليون، أي ما يعادل 55.7% من إجمالي السكان، ويعد فيسبوك التطبيق الأكثر شعبية في الأردن، إذ يبلغ عدد مستخدميه حوالي 5.3 مليون، وفقاً للتقرير الصادر عن المكتب الدولي "داتا ريبورتال" المختص في الإحصائيات المتعلقة باستعمال الإنترنت، الأمر الذي يقود الباحث للقول بضرورة تدارك هذا الفراغ التشريعي على وجه السرعة، بقصد ضبط الدعاية الانتخابية في الفضاء الرقمي من أجل تنظيم انتخابات حرة ونزيهة وشفافة، وذلك من خلال وضع قواعد قانونية واضحة تحكم هذا الأسلوب من الدعاية الانتخابية.

نخلص إلى القول حول الضوابط القانونية للدعاية الانتخابية أن المشرع الأردني قد نص صراحة على مبدأ المساواة بين المترشحين وحياد الإعلام والهيئة المستقلة للانتخاب والسلطة التنفيذية، كما أنه يمكن استخلاص مظاهر مبدأ المساواة والحياد من خلال مجموعة القواعد المنظمة للدعاية الانتخابية، ومن قبيل ذلك تحديد حجم اللوحات الإعلانية، وعدم وضع المترشحين للاقتات بشكل يؤدي إلى حجب الرؤية عن لافتات منافسيهم، ومنع استعمال شارات الدولة وشعاراتها ومبانيها، غير أن المشرع قد أغفل تنظيم الدعاية الانتخابية الرقمية.

### المطلب الثاني: الأحكام القانونية لتمويل الدعاية الانتخابية

لا شك أنّ الدعاية الانتخابية حتى تصل إلى أكبر عدد ممكن من الناس فإنها بحاجة إلى موارد مالية لتغطية تكاليف إنتاج المواد اللازمة للدعاية الانتخابية كالآرمامات والبيانات الورقية، والإعلانات الرقمية، وتنظيم الفعاليات والمؤتمرات وتوفير وسائل النقل والاتصال وأي دعم لوجستي آخر، بالإضافة إلى دفع رواتب القائمين على إدارة الدعاية الانتخابية وغير ذلك من الأمور، وبالتالي يتعين أن يتم تمويل الدعاية الانتخابية تمويلًا جيدًا، وبالنظر إلى أنّ وجود المال قد يؤثر في كثير من الأحيان على نزاهة الانتخابات، تحرص التشريعات في معظم النظم الديمقراطية المعاصرة على وضع جُملة من القيود على تلقي هذه الأموال وكيفية إنفاقها (الصاوي، 2005، ص46)، بما في ذلك التشريع الأردني.

بناءً على ما تقدم، سيقسم الباحث هذا المطلب إلى فرعين، وعلى النحو الآتي:

### الفرع الأول: تحديد سقف أعلى للإنفاق:

بالرجوع إلى المادة (26/ب/1) من قانون الانتخاب (2022) يجد الباحث بأنّ المشرع الأردني قد حدد السقف الأعلى للإنفاق على الدعاية الانتخابية بالنسبة إلى القائمة على مستوى الدائرة المحلية بمائة ألف دينار، وبخمسائة ألف دينار على مستوى الدائرة الانتخابية العامة، وهذا لا يرجع إلى رغبة المشرع تأمين المساواة بين المترشحين والقوائم، إذ من غير الممكن إلزام كل المترشحين والقوائم بإنفاق ذات القيمة المالية، وإنما يرجع إلى تعزيز مبدأ تكافؤ الفرص بين المترشحين من خلال الحد من استغلال المال في العملية الانتخابية، فتسقيف الإنفاق على الدعاية الانتخابية يعتبر ضبط يساهم في التخفيف من التعسف في استغلال دور المال في العملية الانتخابية. (كمال، 2022، ص374)

اللافت في الأمر أنّ منهج المشرع في قانون الانتخاب لسنة 2022 بخصوص هذه النقطة يختلف عن منهج المشرع في قانون الانتخاب لسنة 2016، حيث كان المشرع في القانون القديم، قانون الانتخاب لسنة 2016، يشترط ألا يتجاوز السقف الأعلى للإنفاق على الحملة الانتخابية في الدوائر الانتخابية لعمان والزرقاء وأريد عن (5) خمسة دنانير للناخب الواحد مضموراً بعدد مجموع الناخبين في تلك الدائرة، ولباقى المحافظات لا يتجاوز (3) ثلاثة دنانير للناخب الواحد مضموراً بمجموع الناخبين في تلك الدائرة، بمعنى آخر، يحدد المشرع في قانون 2016 السقف الأعلى للإنفاق على الدعاية الانتخابية على أساس معايير تتعلق بحجم الدائرة الانتخابية وعدد الناخبين وكلفة المعيشة الأمر الذي يعني بالضرورة اختلاف السقف الأعلى للإنفاق من دائرة إلى أخرى تبعاً لاختلاف حجمها وعدد الناخبين بها، أما في القانون النافذ، قانون الانتخاب رقم 4 لسنة 2022، تم وضع سقف أعلى للإنفاق ثابت غير متغير، وهو 500 ألف للقائمة الوطنية و 100 ألف للقائمة المترشحة الدائرة المحلية.

تجدر الإشارة إلى إنّ مفهوم نفقات ومصاريف الحملة الانتخابية للقائمة، محلية أو وطنية، يتضمن بحسب التعليمات التنفيذية الخاصة بالإفصاح عن موارد تمويل الحملة الانتخابية للقوائم وضبط أوجه إنفاقها لسنة 2024 ما يلي:

1. رسوم وتأمينات ترشح القائمة الواردة في القانون.
2. أثمان ومصاريف الإعلانات والبيانات والمطبوعات والمنشورات الانتخابية وتعليقها وتوزيعها.
3. مصاريف عقد الاجتماعات الانتخابية ودفع الأجور المستحقة لمقدمي الخدمات التي تسنلزمها الاجتماعات وجميع اللوازم المرتبطة بها، بما في ذلك مصاريف التنقل.
4. أثمان الخدمات المتعلقة بالبنية الإلكترونية للحملة الانتخابية.
5. بدل الخدمات اللوجستية المتعلقة بالحملة الانتخابية.
6. مصاريف يوم الاقتراع بما في ذلك مصاريف المقرات والمندوبين ولوازمهما.
7. مصاريف إزالة الإعلانات الانتخابية بعد انتهاء العملية الانتخابية.
8. أجور العاملين في الحملة الانتخابية.

هذا وفي سبيل التأكد من التزام المترشحين والقوائم بنطاق الاتفاق المالي المحدد من قبل الهيئة، يجب على القوائم المترشحة عملاً بأحكام المادة (25/هـ) من قانون الانتخاب (2022) أن تقوم بتقديم حسابها الختامي للهيئة وفقاً للنموذج المعتمد لهذه الغاية خلال مدة لا تتجاوز ثلاثين يوماً من تاريخ نشر نتائج الانتخابات في الجريدة الرسمية، وبوجهة نظر الباحث، اصاب المشرع بوضعه لهذه القاعدة القانونية لإنها تمنح مجلس مفوضي الهيئة إمكانية مطابقة مصاريف الحملة الانتخابية مع الحد الأعلى للإنفاق كما تقدم، ودونها لن يتسنى للهيئة ذلك.

ووفقاً للمادة (65/أ) من قانون الانتخاب (2022) يتعين على الهيئة رفض الحساب الختامي للقائمة إذا ما تحققت أي حال من الحالات الآتية: وجود مصادر تمويل للحملات الانتخابية غير معن عنها في التقرير الختامي أو وجود مصادر تمويل غير مشروعة للحملة الانتخابية أو وجود تلاعب بالحسابات الخاصة بتمويل الحملات الانتخابية أو وجود تزوير بالوثائق المرفقة بالحساب الختامي.

وعندئذٍ، أي عند رفض الحساب الختامي إذا ما توافرت إحدى الحالات آنفة الذكر، رتب المشرع الأردني جزاء لذلك في صلب المادة (65/ب) يتمثل بالزام المترشحين في القائمة الحزبية بالتضامن، بدفع نصف الحد الأعلى للإنفاق على الحملات الانتخابية لصالح الخزينة، وحرمان

المرشح في القائمة الحزبية من الترشح في الدورة الانتخابية التالية، وبالإضافة إلى ذلك سقوط عضوية المرشح الفائز من تلك القائمة بعضوية مجلس النواب.

هذا فيما يتعلق بالحساب الختامي، ومطابقته مع الحد الأعلى للإنفاق ومدى انسجامه مع الأحكام القانونية الحاكمة لمسألة الإنفاق المالي على الدعاية الانتخابية، أما فيما يتعلق بالجزء القانوني المترتب على عدم الالتزام بالحد الأعلى للإنفاق على الدعاية الانتخابية، فإنه ولدى رجوع الباحث إلى قانون الانتخاب، يتبين أن المشرع الأردني لم يغفل عن هذا الأمر بخصوص القوائم الحزبية، حيث جاء في المادة (65/ج) ما يلي: "في حال تجاوزت القائمة الحزبية الحد الأعلى للإنفاق الانتخابي المحدد في هذا القانون، يلزم المترشحون في القائمة الحزبية بالتضامن بدفع ما يلي:

1. مقدار المبلغ المتجاوز للحد الأعلى إذا كان التجاوز أقل من (50%)
2. ضعف مقدار المبلغ المتجاوز للحد الأعلى إذا كان التجاوز لا يقل عن (50%) ولا يزيد على (100%)
3. ضعف مقدار المبلغ المتجاوز وحرمان الحزب والمترشحين في القائمة الحزبية من الترشح للدورة الانتخابية التالية إذا زاد التجاوز على (100%)

يتبين بعد استقراء مطلع المادة أن هذه المادة مخصصة حصراً لكي تحكم حالة تجاوز القوائم على الدائرة الوطنية للحد الأعلى للإنفاق فقط، وبالتالي، لا يمكن تطبيق نص المادة المذكورة سابقاً على حالة تجاوز القوائم المترشحة على مستوى الدوائر المحلية للحد الأعلى للإنفاق، وهذا يظهر من خلال نص المشرع صراحة في متن المادة على: "في حال تجاوزت القائمة الحزبية"، وبمفهوم المخالفة لو قام أحد المترشحين المستقلين على مستوى الدوائر المحلية بتجاوز السقف الأعلى للإنفاق فإن لا مجال لتطبيق النص السابق.

ويرى الباحث أنّ هذا الأمر يمثل ثغرة تشريعية يجب تداركها. لذا؛ نأمل على المشرع الأردني أن يقوم بتعديل منطوق المادة (65/ج) من قانون الانتخاب بحيث تصبح تشمل جميع المترشحين، بصرف النظر عما إذا كانوا مترشحين على مستوى الدوائر المحلية أو الوطنية أو إضافة نص آخر يجرم تجاوز الحد الأعلى للإنفاق الدعاية الانتخابية من قبل المترشحين والقوائم على مستوى الدوائر المحلية.

بناءً على ما تأسس نخلص إلى إنَّ تحديد حد أعلى للإنفاق على الدعاية الانتخابية والرقابة على تمويل الدعايات الانتخابية وعلى إنفاق المترشحين والقوائم على الدعاية الانتخابية، ضمانات مهمة من ضمانات نزاهة الانتخابات وشرعيتها، وأنَّ لها أثر هام على مبادئ مهمة مثل تكافؤ الفرص والمساواة بين المترشحين.

### الفرع الثاني: الرقابة على حسابات الدعاية الانتخابية:

بعدما أوضحنا حدود الإنفاق على الدعاية الانتخابية يتعين دراسة فكرة اخضاع حسابات الدعاية الانتخابية إلى الرقابة؛ إذ إنَّ الرقابة على تمويل الدعاية الانتخابية والإنفاق عليها يعد عاملاً أساسياً لترسيخ مبادئ المساواة وتكافؤ الفرص بين المترشحين.

وبالرجوع إلى قانون الانتخاب لمجلس النواب يبين لنا أنَّ الهيئة المستقلة للانتخاب تتولى بموجب المادة (27) منه مسؤولية مراقبة تمويل الدعاية الانتخابية والتأكد من مشروعية مصادر التمويل، ومطابقتها للحد الأعلى للإنفاق وفق القانون، وللهيئة، الحق في الاستعانة بأي جهة ذات علاقة للتأكد من التزام القوائم بالأحكام القانونية الناظمة للدعاية الانتخابية.

ومن هذا المنطلق، عمل مجلس مفوضي الهيئة وبمقتضى المادة التاسعة من التعليمات التنفيذية الخاصة بالإفصاح عن موارد تمويل الحملة الانتخابية للقوائم وضبط أوجه إنفاقها لسنة 2024 على إنشاء لجنة خاصة يرأسها أمين عام الهيئة المستقلة للانتخاب، تضم في عضويتها ممثلين عن البنك المركزي وهيئة النزاهة ومكافحة الفساد وديوان المحاسبة وجمعية البنوك ووحدة مكافحة غسيل الأموال، ويُنَاط بهذه اللجنة الخاصة مجموعة واسعة من المهام، أهمها متابعة الإفصاح المالي ومراقبة تمويل الحملات الانتخابية ومشروعيتها ومطابقتها للحد الأعلى للإنفاق ومراقبة التزام القوائم والمترشحين فيها بقواعد تمويل الحملات الانتخابية والأنشطة الانتخابية التي تتم ممارستها من خلال الدعاية الانتخابية بكافة أشكالها، إضافةً إلى التحقق من مطابقة الإفصاح الذي تقدمت به القوائم المترشحة مع الحجم الفعلي للإنفاق على الحملة الانتخابية للقائمة.

ويتدقيق الباحث لقانون الانتخاب لسنة 2022 نجده قد تضمن مجموعة من الأحكام القانونية الإصلاحية لضبط تمويل الدعاية الانتخابية، فقد أوجب المشرع القوائم المترشحة، محلية أو وطنية، والتي تم قبول طلب ترشّحها من قبل مجلس مفوضي الهيئة على فتح حساب بنكي باسم القائمة لضبط موارد وأوجه الصرف على الحملة الانتخابية، ذلك خلال سبعة أيام من تاريخ قبول طلب الترشح، بحيث تودّع فيه المبالغ المخصّصة للحملة الانتخابية، ذلك بحسب المادة (25) من القانون. كما ألزم المشرع كل قائمة بتعيين محاسب قانوني يتولّى تدقيق حسابات القائمة، وتزويد الهيئة بتقرير تفصيلي حول مواردها المالية وأوجه الإنفاق عند طلب الهيئة ذلك، من جهة، وإبلاغ الهيئة عن أي مخالفات يضبطها خلافاً لأحكام المادة (11) من التعليمات الخاصة بالإفصاح عن موارد تمويل الحملات الانتخابية وضبط أوجه إنفاقها لسنة 2024 من جهةٍ أخرى. علاوة على ذلك، ألزمت المادة (26/أ) من قانون الانتخاب مفوض القائمة سواء أكانت مترشحة على القائمة المحلية أو الوطنية بأن يقوم بالإفصاح عن موارد تمويل الحملة الانتخابية للقائمة وأوجه إنفاق تلك القائمة.

بناءً على ما تقدم، يمكن القول بأنّ المشرع الأردني قد وضع مجموعة من الالتزامات والواجبات على القوائم المترشحة بهدف مراقبة تمويل دعايتها الانتخابية وأوجه إنفاقها، وتتمثل هذه الالتزامات بإنشاء حساب بنكي وتعيين محاسب قانوني وإفصاح مفوض القائمة عن موارد تمويل الحملة الانتخابية للقائمة وأوجه إنفاق تلك الموارد، وهذا يسجل للمشرع الأردني.

### الخاتمة:

تأسيساً على التحليل السابق لتنظيم المشرع الأردني للدعاية الانتخابية خلصت الدراسة للنتائج والتوصيات التالية:

### النتائج:

خُصت الدراسة لما يلي:

1. تخضع الدعاية الانتخابية بحسب تنظيم المشرع الأردني لعدد من المبادئ، وهي المساواة وتكافؤ

- الفرص بين المترشحين وحياد السلطة التنفيذية، ويظهر ذلك من خلال ضرورة وقوف جميع المؤسسات الإعلامية الرسمية على الحياد بين المترشحين المتنافسين، وتأطير الدعاية الانتخابية زمانياً ومكانياً، ووضع إطار تشريعي للإتفاق على الدعاية الانتخابية.
2. لا يقتصر حياد السلطات العامة في الدولة على لزوم انتهاج موظفيها لسلوك يضمن حياديتها، بل يتعدى ذلك إلى عدم جواز استخدام موارد الدولة العامة وشعارها.
3. لا يجوز مباشرة وممارسة الدعاية الانتخابية على كامل التراب الأردني وإنما يجب على مجموعة من الجهات تحديد الأماكن المخصصة للدعاية للانتخابية وتوزيعها بشكل عادل بين القوائم المترشحة، إلا إنَّ المشرّع لم يُبين الأسس والمعايير التي يتعين توزيع الأماكن المخصصة للدعاية الانتخابية على أساسها.
4. حدد قانون الانتخاب لسنة 2022 سقف أعلى ثابت للإتفاق على الدعاية الانتخابية وهو 500 ألف للقائمة الوطنية و100 ألف للقائمة المترشحة على الدائرة المحلية، غير أنه أغفل تجريم تجاوز حد السقف الأعلى المحدد للإتفاق على الدعاية الانتخابية بالنسبة للمترشحين والقوائم على الدوائر المحلية.
5. أغفل المشرّع الأردني تنظيم الدعاية الانتخابية وسائل الاتصال الحديثة، على الرغم من كون الفضاء الإلكتروني وتحديداً مواقع التواصل الاجتماعي دعامة مهمة للتواصل بين المترشحين المستقلين والأحزاب السياسية والجمهور.

#### التوصيات:

- في ضوء النتائج السابقة توصي الدراسة بما يلي:
- 1- إدراج نص في قانون الانتخاب يتضمن الأسس والمعايير التي يجب مراعاتها عند توزيع الأماكن المخصصة للدعاية الانتخابية بين القوائم المترشحة.
- 2- تعديل منطوق المادة (65/ج) من قانون الانتخاب، بحيث يصار إلى تجريم تجاوز الحد الأعلى

- للإنفاق على الدعاية الانتخابية من قبل المترشحين والقوائم على مستوى الدوائر المحلية، ذلك على غرار تجريم القوائم الحزبية على مستوى الدائرة العامة إذا ما تجاوزت الحد الأعلى للإنفاق الانتخابي المحدد في قانون الانتخاب.
- 3- تعديل قانون الانتخاب بحيث يتم وضع قواعد قانونية واضحة تؤطر مسار الدعاية الانتخابية وسائل الاتصال الحديثة؛ لمواكبة التطورات التكنولوجية ولنضمن منافسة عادلة وشفافة بين كل المترشحين المستقلين والأحزاب السياسية.
- 4- إضافة فقرة لنص المادة (20/أ) من قانون الانتخاب مفادها الحظر على الإعلام الرسمي بشقيه، المرئي والمسموع، نشر الدعاية الانتخابية الممولة بشكلٍ مطلق؛ وذلك ضماناً لمبدأ الحياد والمساواة بين المترشحين أثناء فترة الدعاية الانتخابية.

#### المراجع:

- نعمة، أنطوان، قاموس المنجد في اللغة العربية المعاصرة، ط1، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 2000.
- ابن منظور، محمد، لسان العرب، ج3، ط1، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 2010.
- الخطيب، نعمان، الوسيط في النظم السياسية والقانون الدستوري، ط12، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2018.
- عفيفي، كامل، الانتخابات النيابية وضماداتها الدستورية والقانونية دراسة مقارنة، دار الجامعيين، 2002.
- الصاوي. علي، دليل عربي لانتخابات حرة ونزيهة، جماعة تنمية الديمقراطية، 2005.
- العالم، صفوت، الدعاية الانتخابية، الموسوعة السياسية للشباب 12، نهضة مصر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007.
- الدلوي، ناجي، الحماية الجنائية للعملية الانتخابية- دراسة مقارنة، المركز العربي للدراسات والبحوث العلمية، ط1، 2020.

- أبو رمان، محمد وعساف، محمد، الانتقال الديمقراطي في الأردن، معهد السياسة والمجتمع، ط1، عمان، 2024.
- المعاينة، رائد، التنظيم القانوني للدعوى الانتخابية في التشريع الأردني: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، 2021.
- الشخاترة، موسى، الجرائم المرتبطة بالدعوى الانتخابية وفقا لقانون انتخاب مجلس النواب الأردني رقم (6) لعام 2016، رسالة ماجستير، جامعة الإسراء الخاصة، عمان، 2018.
- الشوابكة، محمد، الأطر القانونية المنظمة للدعوى الانتخابية في المملكة الأردنية الهاشمية وفقاً لقانون الانتخاب لمجلس رقم 6 لعام 2016، المجلة القانونية، المجلد الثامن، (8)، 2020.
- عطية، ع. (2023). الهيئة المستقلة لمراقبة الانتخابات في النظامين الجزائري والتونسي - تكريس الضمانات القانونية، مجلة فاق للعلوم، المجلد الثامن، (1).
- قاسم، رفاء، الدعوى الانتخابية وأسس توازنها، مجلة دراسات دولية، العدد (64-65)، 2016.
- مفتاح، فتح الله، الدعوى الانتخابية: دراسة تحليلية في ضوء التشريعات الانتخابية الليبية، المجلة الإفريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد الثالث، (4)، 2024.
- كمال، إدريس، ضوابط تمويل الحملة الانتخابية والرقابة المفروضة عليها في الدول المغاربية، مجلة البحوث والدراسات، مجلد (9)، العدد (2)، 2022.
- قانون الانتخاب لمجلس النواب رقم 4 لسنة 2022.
- التعليمات التنفيذية الخاصة بقواعد حملات الدعوى الانتخابية لسنة 2024.
- التعليمات التنفيذية الخاصة بالإفصاح عن موارد تمويل الحملة الانتخابية للقوائم وضبط أوجه إنفاقها لسنة 2024.
- الموقع الرسمي للهيئة المستقلة للانتخاب.
- نصرأوين، ليث. (2024، 8، 18) دعوى انتخابية تخالف الحكمة من قانون الانتخاب. موقع خبرني <https://2u.pw/ALX4hYg4>.

- الحوراني، حسام. (2024، 9، 27) الثورة الانتخابية المستقبلية: دور النزكاء الاصطناعي والحوسبة الكمية في فهم سلوك الناخبين وتوجيه قراراتهم، موقع جريدة الرأي. <https://2u.pw/XeXWW>