



الأحد ١٨ أكتوبر ٢٠٢٠

مرصد انتخابات التحالف المصري لحقوق الانسان والتنمية

تقرير رصد مرحلة الدعاية لمرشحي مجلس النواب ٢٠٢٠

أكتوبر ٢٠٢٠

الدعاية الانتخابية سلبيات وإيجابيات

مؤسسات الدولة تقف على الحياد من الجميع والمرشحون ينتهكون قرارات اللجنة الوطنية للانتخابات

مواقع التواصل الاجتماعي والدعاية الإلكترونية تنصدر المشهد وتراجع ملفت للافتات والمطبوعات

تمهيد

بدأ مرشحو المرحلة الأولى في انتخابات مجلس النواب ٢٠٢١، بالنظامين الفردي والقوائم معاً، اليوم الاثنين، دعايتهم الانتخابية عقب إعلان القائمة النهائية للمرشحين والتي تستمر حتى ١٨ أكتوبر الجاري.

ووضعت الهيئة الوطنية للانتخابات ضوابط الدعاية الانتخابية لمرشحي مجلس النواب، والتي تضمن مدة الدعاية والحد الأقصى للإنفاق عليها وطرق تلقي التبرعات وتحديد الجهات التي يحظر تلقي التبرعات منها، ومراقبة رصيد الإنفاق وضوابط حسابات الدعاية.

ونظم قانون مباشرة الحقوق السياسية الصادر برقم ٤٥ لسنة ٢٠١٤ والمعدل بالقانون رقم ١٤٠ لسنة ٢٠٢٠، بشكل تفصيلي الدعاية الانتخابية، ووضع محظورات لها واللجنة التي ترصد هذه المخالفات، وتضمن القرار ٦٥ لسنة ٢٠٢٠ للهيئة الوطنية للانتخابات بشأن تشكيل مهام وإجراءات لجنة رصد مخالفة ضوابط الدعاية الانتخابية للمرشحين والقوائم في انتخابات مجلس النواب الجديد ٢٠٢١، والتي ترصد في كل محافظة الوقائع التي تقع بها المخالفة للضوابط التي قررها الدستور أو القانون أو قرارات الهيئة، كما تقوم بإجراء المعاينة اللازمة للممارسات، على أن تقدر القيمة النقدية للتبرعات التي يتعذر تقديم فاتورة معتمدة بقيمتها، ومراجعة سجل حسابات الدعاية، وتعرض تقاريرها على الأمانة العامة مثبتاً بها حصر الوقائع ومظاهر المخالفة علي أن يتولى الجهاز التنفيذي اعداد تقرير بالمخالفة وعرضها على الهيئة. وإذا تبين من الأوراق شخص مرتكب المخالفة يتم إحالته للنياحة العامة

الجدول الزمني

ووفقاً للجدول الزمني لانتخابات مجلس النواب، تنتهي فترة الدعاية الانتخابية لمرشحي المرحلة الأولى بنظامها الفردي والقائمة، في الساعة الثانية عشر ظهر اليوم الموافق ١٨ أكتوبر والتي بدئت يوم ٥ أكتوبر ٢٠٢٠، ويحظر ممارستها بعد ذلك الموعد وتقوم الجهات التنفيذية بإزالة أي أشكال للدعاية أمام اللجان الفرعية التي ستجرى فيها عمليات التصويت حتى لا يتم التأثير على رأى الناخبين.

وبحسب قرارات الهيئة، فإن فترة الدعاية الانتخابية لمرشحي المرحلة الثانية من الانتخابات البرلمانية تبدأ يوم ١٩ أكتوبر والتي تستمر حتى يوم ١ نوفمبر الذي يبدأ فيه الصمت الانتخابي لتلك المرحلة.

ميزانية الدعاية الانتخابية

وحددت الهيئة الوطنية للانتخابات، أن يكون الحد الأقصى للإنفاق في الجولة الأولى للمرشحين الفردي ٥٠٠ ألف جنيه وفي حالة الإعادة يكون حجم الإنفاق مائتي ألف جنيه، ويكون الحد الأقصى للمرشحين بنظام القائمة المخصص لها ٤٢ مقعداً ٧ ملايين جنيه، وفي مرحلة الإعادة يكون الحد الأقصى اثنين مليون و ٨٠٠ ألف جنيه.

ويكون سقف الدعاية الانتخابية بنظام القائمة المخصص لها ١٠٠ مقعد ١٠ ملايين و ٦٠٠ ألف جنيه، وفي مرحلة الإعادة يكون الحد الأقصى اثنين ٦ ملايين و ٦٠٠ ألف جنيه.

وسمحت الهيئة الوطنية للمرشحين بالنظامين تلقى التبرعات، حيث يتم تمويل الدعاية الانتخابية من أموال المرشح الخاصة، وله أن يتلقى تبرعات نقدية أو عينية من أي شخص طبيعي مصري أو من الأحزاب المصرية بشرط ألا يجاوز التبرع العيني والنقدي من أي شخص أو حزب ٥٪ من الحد الأقصى المصرح به للإنفاق على الدعاية الانتخابية.

المحظورات والمباحات في الدعاية الانتخابية

حددت الهيئة الوطنية للانتخابات، عدة محظورات في ممارسة الدعاية الانتخابية لمرشحي انتخابات مجلس النواب وهي حظر الدعاية الانتخابية في غير مواعده، كما حظرت تنظيم الاجتماعات العامة بغرض الدعاية الانتخابية، مراعاة للتباعد الاجتماعي لحماية المواطنين من التعرض للإصابة بفيروس كورونا، مع عدم التعرض لحرمة الحياة الخاصة للمواطنين أو للمرشحين، أو تهديد الوحدة الوطنية أو استخدام الشعارات الدينية أو الرموز التي تدعو للتمييز بين المواطنين بسبب الجنس أو اللغة أو العقيدة أو تحض على الكراهية، أو استخدام العنف أو التهديد باستخدامه، أو استخدام المباني والمنشآت ووسائل النقل المملوكة للدولة أو لشركات القطاع العام وقطاع الأعمال العام، والمؤسسات التي تساهم الدولة في مالها بنصيب، ودور الجمعيات والمؤسسات الأهلية، أو استخدام المرافق العامة ودور العبادة والجامعات والمدارس والمدن الجامعية وغيرها من مؤسسات التعليم العامة والخاصة.

كما يحظر استعمال أو السماح باستعمال وسائل الدعاية الانتخابية في غير أهدافها (وهي الدعاية للبرنامج الانتخابي) كما لا يجوز للمترشح أن يتنازل لغيره عن المكان المخصص لحملته الانتخابية، واستعمال مكبرات الصوت لأغراض الدعاية الانتخابية بالاتفاق مع السلطة المحلية، وعدم إنفاق الأموال العامة وأموال شركات القطاع العام أو قطاع الأعمال العام أو الجمعيات والمؤسسات الأهلية، أو الكتابة بأية وسيلة على جدران المباني الحكومية أو الخاصة، أو تقديم هدايا أو تبرعات أو مساعدات نقدية أو عينية أو غير ذلك من المنافع أو الوعد بتقديمها سواء أكان ذلك بصورة مباشرة أم غير مباشرة، أو القيام بأية دعاية انتخابية تنطوي على خداع الناخبين أو التدليس عليهم بنشر أو إذاعة أخبار كاذبة عن موضوع الانتخاب أو عن سلوك أحد المترشحين أو عن أخلاقه أو التشهير به من خلال الكلمات أو الصور أو المعاني أو الرموز أو الإيماءات أو حيل التعبير أو أي شكل آخر بقصد التأثير على العملية الانتخابية أو توجيه الناخبين إلى إبداء الرأي على وجه معين أو الامتناع عنه.

ويباح للمرشح قيام المرشح بالدعاية عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، استخدام مكبرات الصوت، فيما لا يخالف القانون وأيضا وضع لافتات في الأماكن التي تحددها السلطة المحلية بالمحافظة. كما نص القرار على الالتزام في الدعاية الانتخابية بأحكام الدستور والقانون والقرارات التي تصدر من الهيئة الوطنية للانتخابات.

مظاهر الدعاية الانتخابية لبرلمان ٢٠٢٠

تُعد الدعاية الانتخابية من بين أهم مظاهر الممارسة الديمقراطية في العملية الانتخابية، حيث يلعب النشاط الدعائي دوراً مهماً في الحملات الانتخابية للقوى والأحزاب السياسية في سبيل التأثير في اتجاهات الرأي العام وخلق موقف محدد حول أي قضية من القضايا، وهذا الأمر المعتاد عليه كما تشهد انتخابات النواب ٢٠٢٠ ظاهرة ملفتة تتمثل في تحلي عدد لا يستهان به من المرشحين بما يمكن تسميته بـ"الروح الرياضية"، والتي ظهرت في ترحيب مرشحين بترشح آخرين أو حزنهم على انسحاب أو استبعاد البعض الآخر، هذا فضلاً عن غياب روح العداة الشخصي بين المتنافسين واختفاء كبير لما كان يحدث من مظاهر عدائية في حملات الدعاية في الانتخابات السابقة من قبيل تقطيع المرشحين للافتات بعضهم البعض.

شهدت محافظات الجمهورية تطوراً ملفتاً في وسائل الترويج للمرشحين في انتخابات مجلس النواب، مع انتشار الدعاية عبر شاشات العرض بدلاً من اللافتات القماشية، والاعتماد المتزايد على وسائل التواصل الاجتماعي، فيما استمرت وسائل الدعاية المعتادة في لعب دورها، خاصة في المناطق البعيدة والنائية بالدوائر.

ففي محافظة الإسكندرية، تزايد اعتماد المرشحين على وسائل الدعاية الحديثة، والترويج لبرامجهم الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة موقع فيسبوك، عبر إعلانات مدفوعة، ما دفع شركات الدعاية والإعلان إلى محاولة إغراء المزيد من المرشحين بدفع الأموال لتنظيم حملات الترويج إلكترونياً.

وتزامن ذلك مع اختفاء ظاهرة المؤتمرات الانتخابية، التي كانت تشهدها دوائر المحافظة في مواسم الانتخابات، بسبب الإجراءات الاحترازية للوقاية من انتشار فيروس كورونا المستجد، بالإضافة إلى ارتفاع تكلفة إقامة المؤتمرات في الشوارع، مقارنة بالدعاية الإلكترونية.

على جانب آخر، استعان أحد المرشحين في انتخابات مجلس النواب بدائرة العطارين بالإسكندرية بالمطرب أحمد سعد للترويج لحملته الانتخابية، عبر إطلاق أغنية خاصة للمرشح على نفس لحن أغنية (بحبك يا صاحبي)، مع تغيير بعض كلماتها لتناسب الحدث، وهو ما لاقى صدى واسعاً في الشارع السكندري.

فيما شهدت محافظة مطروح تزايداً في الاعتماد على الدعاية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في ظل تباعد المسافات داخلها، وإن لم تخل المدن الكبيرة، على رأسها مدينة مرسى مطروح من اللافتات المكثفة التي تروج للمرشحين في انتخابات النواب.

وفي الغربية، انتشرت الدعاية الانتخابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لجذب أصوات الشباب في الدوائر الانتخابية، فيما استعان بعض المرشحين بالصحف المحلية مثل نبض زفتي وصوت الغربية وأخبار الدلتا وغيرها، للترويج لحملاتهم الانتخابية على صفحاتها.

كما شهدت المحافظة تنظيم بعض المؤتمرات والمسيرات الانتخابية للتعريف بالمرشحين، مع الاستعانة بمكبرات الصوت المحمولة على السيارات والدراجات النارية للترويج للمرشحين، مع تراجع لافت في الاعتماد على اللافتات الدعائية.

وفي محافظة أسيوط، لجأ بعض المرشحين إلى مواقع التواصل الاجتماعي للترويج لأنفسهم، وأطلقوا عددًا من المقاطع الدعائية المصورة لإقناع الناخبين بالتصويت لهم، مع نشر صور تجمعهم بكبار العائلات والشخصيات العامة في دوائرهم.

أما محافظة سوهاج، فشهدت استعانة كبيرة بالتكنولوجيا الحديثة في المشهد الانتخابي، بعدما استعان أحد المرشحين بشاشة عرض ضخمة وسيارة نصف نقل جابت شوارع مدينة طهطا لترافق موكبه الانتخابي من أجل عرض برنامجه ودعوة أبناء الدائرة للتصويت لصالحه، على خلفية الأغاني الوطنية.

فيما استعان آخرون بوسائل التواصل الاجتماعي بشكل أساسي للترويج لأنفسهم، بينما اكتفى ذوو الميزانيات المحدودة من المرشحين بالملصقات الصغيرة التي انتشرت بكثافة في شوارع بعض المدن والقرى.

واستخدم عدد من المرشحين طرق مستحدثة في الدعاية الانتخابية منها قيام احد المرشحين بمدينة الغردقة خلال الأيام الماضية، بالغوص حاملا بوستر انتخابي له. إلى أعماق مياه البحر الأحمر وفي دائرة حلايب وشلاتين جنوب البحر الأحمر شهدت هي الأخرى منافسة ساخنة بين المرشحين على المقعد الفردي لمجلس النواب من خلال الدعاية الانتخابية ومسيرات التأييد، حيث لجأ مؤيدو مرشح حزب المحافظين، إلى تنظيم مسيرات على ظهور الجمال حاملين أعلام مصر وصور وبوسترات مرشحهم وصور الرئيس عبدالفتاح السيسي، حيث تعد تربية وركوب الجمال من أهم مظاهر الحياة بحلايب وشلاتين.

بينما اعتمدت الدعاية الانتخابية بالنسبة للمرشحين لمجلس النواب بمحافظة شمال سيناء، في الأساس على الزيارات المباشرة إلى المقاعد والمجالس الخاصة بالعائلات والقبائل، فهذا الأسلوب هو سيد الموقف في مختلف أنحاء شمال سيناء.

وفي الشرقية، بدأ المرشحون في الدعاية للتعريف ببرامجهم الانتخابية سواء بعقد المؤتمرات أو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي القليوبية، عقد أهالي قرية شبرا هارس بمركز طوخ مؤتمراً جماهيرياً لدعم وتأييد مرشحي حزب مستقبل وطن، والنائب أحمد بدوي، مرشح القائمة الوطنية من أجل مصر.

وفي المنوفية، استعان كريم طلعت السادات، مرشح حزب مستقبل وطن عن دائرة تلا والشهداء، بعمه، النائب السابق أنور عصمت السادات، رئيس حزب الإصلاح والتنمية، في جولاته الانتخابية، في مركز الشهداء.

بينما أثارت وفاء صلاح الدين، أصغر مرشحي دائرة شبين الكوم، الجدل من جديد، بعد تأييدها فكرة تعدد الزوجات، حيث فوجئ أهالي الدائرة بنشرها صوراً تحمل فيها رمزها الانتخابي، وهو ثمرة الموز، كنوع جديد من الدعاية الانتخابية التي لم يعتدها الأهالي، والتي وصفها البعض بكونها غريبة، وسخر منها البعض الآخر، إلا أنها بررت ذلك بأنها تضع في عين الاعتبار الأمهات والآباء الذين لا يجيدون القراءة والكتابة.

وعلى المستوى الحزبي

تواصل الأحزاب السياسية دعم مرشحيها، سواء على المقاعد الفردية أو القوائم، من خلال اللقاءات الميدانية وعرض البرامج الانتخابية وتفعيل وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الشباب والاستماع لمشكلاتهم ومتطلباتهم.

وبدأ مرشحو حزب المصريين الأحرار على المقاعد الفردية، جولاتهم الميدانية ولقاءاتهم مع الأهالي لعرض برامجهم الانتخابية، من خلال عرضها على شاشات مكبرة في الشوارع الرئيسية، وحث المواطنين على المشاركة في تلك الاستحقاقات الانتخابية.

فيما يواصل حزب العدل دعم مرشحيه في انتخابات النواب، بتقديم كافة أشكال الدعاية الانتخابية لهم وإعلان تأييدهم بكل ما يمتلكه الحزب من إمكانيات لخلق حلقة تواصل سهلة بين المرشحين والأهالي. وأعلنت أمينة العمل الجماهيري بالحزب، ووجهة الحزب رسالة إلى أمناء لجان المحافظات، تحت عنوان: «نحو مشاركة فعالة في انتخابات مجلس النواب»، شدد فيها على أهمية المشاركة الفعالة لأعضاء ولجان الحزب في كل المحافظات في هذا الاستحقاق الانتخابي.

المظاهرة السلبية للدعاية الانتخابية

في إطار ما يقوم به مرصد الانتخابات البرلمانية التابع للتحالف المصري لحقوق الانسان والتنمية من متابعة البيئة الانتخابية تم رصد ظواهر للدعاية السلبية والايجابية في عدد من المحافظات، وكان من أبرز هذه المظاهر: -

أولاً: السلبيات

- ١- في سابقة تعد الاولى من نوعها بعد أن تولي الرئيس السيسي الحكم، خرج أحد المرشحين عن المألوف، ودمج السياسة بالدين في إحدى مؤتمراته الانتخابية. الامر الذي لاقى غضب على مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، بسبب المؤتمر الذي اقامه المرشح، حيث اصطحب أحد المشايخ والقساوسة مرتدين الزي الاسلامي والكنائس، وذلك لدعمه في انتخابات مجلس النواب. الأمر الذي رفضه متابعي الساحة السياسية، معلنين عن رفضه التام لدمج السياسة بالدين لأي سبب كان، قائلين: "اعتدلوا يرحمكم الله". وأكد المتابعون عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك"، ان اللوائح والقوانين الخاصة بالأزهر والكنيسة تنص على عدم الانخراط في المعتقد السياسي والدعاية.
- ٢- لافتات الدعاية المبكرة التي انتشرت في معظم المحافظات، ما شوه المنظر الجمالي لها وأثار سخط الأهالي في بعض المناطق.
- ٣- لجوء عدد من المرشحين والقوائم الي خرق ضوابط الدعاية الانتخابية، التي حددتها الهيئة العليا للانتخابات، بعدما لجأت بعض الحملات إلى استغلال واجهات المدارس والمساجد والمؤسسات الحكومية في بعض المدن والقري، في الترويج لمرشحيهم، وهو ما واجهته مجالس المدن والأحياء بقوة، عبر إزالة هذا النوع من الدعاية.
- ٤- تم رصد مؤتمرات شعبية لعدد من الأحزاب وخاصة حزبي مستقبل وطن والشعب الجمهوري قبل الموعد الرسمي لبدء الحملات الانتخابية
- ٥- تم رصد قيام بعض مرشحي الفردي ببعض الدوائر بتحمل بعض من نفقات غرامة التصالح في المباني المخالفة وفق قانون التصالح
- ٦- قام حزب مستقبل وطن بالإعلان عن سداد غرامة التصالح في المباني المخالفة لقانون التصالح في مخالقات المباني وذلك عدد ٢٧ ألف شخص موزعة على كافة المحافظات.
- ٧- تم رصد بعض الرشاوى الانتخابية المقنعة في شكل توزيع كراتين من قبل المرشحين على بعض الجمعيات الأهلية، وكذلك إقامة معارض لتوزيع السلع المدرسية بأسعار مخفضة، كما شملت الرشاوى وعود بتوفير وظائف في شركات مملوكة لبعض المرشحين المحتملين
- ٨- تم رصد واستغلال بعض دور العبادة لعمل لقاءات مع جموع الناخبين داخل دوائريهم. وقد تركزت هذه الدعايات في القرى والنجوع والمناطق الأكثر فقرا في المدن.

٩- غاب عن مشهد الانتخابات البرلمانية في المرحلة الاولى عقد مناظرة بين مرشحي الدائرة الواحدة، يتم خلالها طرح البرامج الانتخابية للمرشحين ورؤيتهم السياسية خلال الفصل التشريعي المقبل خاصة بين مرشحي الأحزاب حيث تظهر أهمية فكرة تنظيم مناظرة تُطرح من خلالها الرؤي والأطروحات السياسية والفكرية المختلفة للأحزاب وممثلهم من المرشحين، حيث أن الهدف من المناظرة هو إتاحة الفرصة للجميع لطرح رؤيته على الناخبين حتى يستطيع الناس تقييم المرشحين وبرامجهم الانتخابية وتحديد اختياراتهم، لما تتيحه المناظرات من فرص للاقتراب بأكبر قدر ممكن من الرؤية العميقة لوجهات نظر جميع الأطراف. حيث ستساهم المناظرة في الكثير من المكاشفة وإيضاح خطط الأحزاب ورؤيتها السياسية لخدمة العمل العام بشكل عام والمواطنين بشكل خاص مما سينعكس إيجابيا على حياه المواطنين على المدى البعيد وكذلك حسم اختياراتهم في الانتخابات المقبلة.

ثانياً: الايجابيات

ومن الملامح الإيجابية التي تم رصدتها إزاء هذا الظواهر ما تقوم به أجهزة المحليات في معظم المحافظات بإزالة جميع الدعايات التي قام بها المرشحين وأنصارهم بتعليقها أو لصقها قبل موعد الانتخاب مع عمل محاضر وتحرير غرامات لهم.

أيضا من الملامح الإيجابية ما قرره لجنة الانضباط والقيم بوزارة الأوقاف، لإعفاء الشيخ أبو الفتوح عبد الرشيد عبد الله، مفتش متابعة بمديرية أوقاف الدقهلية - من عمله وعودته إلى إمام وخطيب ومدرس، ونقله للعمل بمديرية أوقاف دمياط، وذلك لخروجه على مقتضى الواجب الوظيفي ومشاركته وتواجهه بالمقر الانتخابي لأحد مرشحي مجلس النواب. وأكدت وزارة الأوقاف في بيان لها، أن المتاجرة بالزي الأزهري أو المنبر أو رسالة الإمام أو الزج بالمسجد ورسالته أو السماح باستخدامه في العملية الانتخابية تستدعي العقوبة الرادعة، حفاظا على حرمة المسجد وصورة الإمام.