

## بررسی قوانین تبلیغاتی در انتخابات مجلس شورای اسلامی

### از منظر حقوق اساسی ایران

دکتر سوناز نصیری sanaznasiri118@yahoo.com

مهدی محمدی qoosoft@gmail.com

#### چکیده

قوانین تبلیغات انتخابات مجلس شورای اسلامی در فصل ششم قانون انتخابات مجلس در ۱۰ ماده و ۵ تبصره به نگارش در آمده است که در جهت ایجاد نظم و چارچوب حاکم بر تبلیغات کاندیدای مجلس شورای اسلامی اجرا میگردد. طبق مواد و قوانین تعریف شده در حقوق اساسی جمهوری اسلامی ایران کاندیدای مجلس موظف اند نسبت به رعایت آن توجه داشته باشند و در صورت عدم رعایت آن مستوجب مجازات تعیین شده خواهند بود. از آنجایی که سلامت و شفافیت برگزاری انتخابات در هر کشوری از اهمیت ویژه ای برخوردار است، قانونگذار برای افزایش ضریب این مهم قوانینی را وضع کرده که با اجرای آن بروز تخلفات به سمت صفر میل می کند، از جمله این قوانین می توان به قانون جدید شفافیت هزینه ها و تبلیغات انتخاباتی مصوب ۱۳۹۸/۱۱/۰۶ اشاره کرد که در راستای ابلاغ آن در روز بیستم بهمن ماه از سوی ستاد انتخابات کشور به تمامی ستادها، انتظار می رود انتخابات یازدهمین دوره مجلس نسبت به دوره های گذشته سالم تر باشد و از ورود افراد سودجو که با هدف پولشویی و اغراض سیاسی وارد عرصه تبلیغات انتخابات می شوند جلوگیری شود.

واژگان کلیدی: حقوق اساسی، انتخابات مجلس، قانون انتخابات.



## مقدمه

شاید به دلیل اهمیت تبلیغات است که طی دهه های اخیر در مجموعه قوانین انتخاباتی کشورها و از جمله کشور ما، فصل مهمی را به تبلیغات اختصاص داده اند. این مقاله، البته بر قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی تمرکز کرده است و قصد دارد نگاهی به وضعیت تبلیغات و به ویژه آسیب های آن و نتایج این آسیب ها بر عرصه انتخابات کشور بیفکند. علت انتخاب تبلیغات در انتخابات مجلس شورای اسلامی، آن است که امروزه در کشورهای دموکراتیک دو گونه انتخابات از اهمیت بالایی برخوردار است: انتخاب رئیس دولت و انتخاب نمایندگان مجالس مقننه. اهمیت این دو نوع انتخابات از لحاظ جوهره سیاسی ویژه آنهاست و اینکه هر فرد به عنوان شهروند ضمن رأی دادن، در واقع سرنوشت جامعه ملی را رقم می زند. به رغم گسترش انواع انتخاباتها در سطوح کمنها، بخشها، شهرستانها، استانها و حتی در شهرها و روستاها، هیچ کدام از این انواع انتخابات ویژگیهای انتخابات سیاسی را ندارند که برای تعیین متصدیان امور مملکتی است، زیرا در انتخاباتهای مذکور مالا انتخاب در محدوده مسائل محلی و جوامع خاص و جزء اتفاق می افتد، نه صورتبندی قدرت در کل کشور (قاضی، ۱۳۷۲: ۶۸۱-۶۸۲).

## حقوق اساسی

شاخه ای از حقوق عمومی است که در آن از ساختار حقوقی دولت و رابطه سازمانهای آن با یکدیگر از یک سو و حقوق و آزادی های مردم از سوی دیگر بحث می کند به عبارتی قوانین حاکم بر فرمانروا و فرمانبر. هدف حقوق اساسی تنظیم قدرت و تضمین آزادی بوده و مهمترین منبع حقوق اساسی در هر کشور قانون اساسی است. کلیه قواعد و مقررات عرفی و وضع شده می باشد که به وضع حقوقی، قدرت سیاسی، حقوق افراد و نحوه توزیع قدرت میان فرمانروایان و فرمانبران می پردازد.

## کنفدراسیون ، فدرال و مجلس

کنفدراسیون یعنی چند دولت کشور به منظور حفظ خود در زمینه‌هایی مثل نظامی و اقتصادی همکاری نموده و طی پیمان‌نامه‌ای که دارای ماهیت بین‌المللی است میزانی از حاکمیت خود را به یک سازمان مشترک مرکزی بسپارند. مواردی که برای تحقق یک کنفدراسیون لازم است:

۱- وجود چند دولت مستقل که خواهان پیوند مشترک خود در برخی از امور بوده اما حاکمیت سیاسی خود را از دست نمی‌دهند.

۲- وجود پیمان‌نامه‌ای بین‌المللی که همه اعضا آن را تصویب و حمایت کنند.

۳- جزیی بودن واگذاری حاکمیت از سوی دولت‌های عضو و حفظ بخش عظیم حاکمیت خود

۴- وجود نهادهایی مانند مجلس یا نیروی نظامی برای اداره امور کنفدراسیون

فدرال دولت مرکبی است دارای تعدادی دولت عضو که این دولت‌ها با اراده خود قسمت اعظمی از حاکمیت سیاسی خود به دولت مرکزی واگذار نموده و قسمت کوچکی از حاکمیت را برای خود نگه می‌دارند. مشخصات دولت فدرال عبارتند از:

۱- مرکز از دولت کشورهای کوچکتر است.

۲- روابط میان این دولت‌ها از جنس حقوق بین‌المللی می‌باشد.

۳- دولت فدرال دارای صلاحیت‌های زیادی است.

۴- این دولت‌ها دو مجلسی می‌باشد.

## کنترل قدرت در ایران

در کشور ما شیوه کنترل قانون به روش سیاسی یا شبه قضایی است که این وظیفه توسط شورای نگهبان انجام می‌شود. اصل ۹۱ قانون اساسی اذعان می‌دارد: به منظور پاسداری از احکام اسلام و قانون اساسی از نظر عدم مغایرت مصوبات مجلس شورای اسلامی با آنها شورایی به نام شورای نگهبان با ترکیب زیر تشکیل می‌شود: ۶ فقیه به انتخاب رهبری، ۶ نفر حقوقدان با معرفی قوه قضاییه و انتخاب مجلس.

## مجلس شورای اسلامی

مجلس شورای اسلامی رکن اصلی نهاد قانون گذاری در کشور ایران است که از نمایندگان منتخب مردم تشکیل شده است. در فرمان مشروطیت از مجلس ایران هم به عنوان مجلس مقدس شورای ملی و هم مجلس شورای اسلامی نام برده شده است. در قانون اساسی مشروطه و قانون اساسی جمهوری اسلامی پیش از بازنگری نام این نهاد مجلس شورای ملی بوده است. هر چند که در ۳۱ تیر ۱۳۵۹ نمایندگان مجلس این نهاد را «مجلس شورای اسلامی» نامگذاری نمودند. (قانون تغییر نام مجلس ۱۳۵۹)

مصوبات مجلس شورای اسلامی اگر مورد تأیید شورای نگهبان قرار گیرند، برای اجرا به قوه مجریه ایران و قوه قضائیه ابلاغ می‌شوند (اصل ۵۸ قانون اساسی). در برخی مسائل بسیار مهم اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ممکن است اعمال قوه مقننه از راه همه‌پرسی و مراجعه مستقیم به آراء مردم صورت گیرد که در خواست این مراجعه به آراء عمومی نیز باید به تصویب دو سوم مجموع نمایندگان مجلس برسد (اصل ۵۹ قانون اساسی). مجلس ایران از سایر قوا مستقل است و به‌طور قانونی نباید هیچ اثرگذاری از بیرون بر تصمیمات مجلس وجود داشته باشد (شعبیه بهمن ۱۳۸۹).

## انتخابات در مجلس

بر طبق اصل ۶۲ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، مجلس شورای اسلامی از نمایندگان ملت که به طور مستقیم انتخاب می‌شوند، تشکیل می‌گردد. دوره نمایندگی در این مجلس چهار سال است که انتخابات هر دوره باید پیش از پایان دوره قبل برگزار شود، به طوری که کشور در هیچ زمان بدون مجلس نباشد (اصل ۶۳ قانون اساسی). عده نمایندگان مجلس ۲۷۰ نفر است و از تاریخ همه‌پرسی سال ۱۳۶۸ پس از هر ده سال، با در نظر گرفتن عوامل انسانی، سیاسی، جغرافیایی و نظایر آن‌ها حداکثر بیست نفر نماینده می‌تواند اضافه شود. زرتشتیان و کلیمیان هر کدام یک نماینده و مسیحیان آشوری و کلدانی مجموعاً یک نماینده و مسیحیان ارمنی جنوب و شمال هر کدام یک نماینده انتخاب می‌کنند. محدوده حوزه‌های انتخابیه و تعداد نمایندگان را قانون معین می‌کند (اصل ۶۴ قانون اساسی).

پس از برگزاری انتخابات، جلسات مجلس شورای اسلامی با حضور دو سوم مجموع نمایندگان رسمیت می‌یابد و تصویب طرح‌ها و لوایح طبق آیین‌نامه مصوب داخلی انجام می‌گیرد مگر در مواردی که در قانون اساسی حدنصاب خاصی تعیین شده باشد. برای تصویب آیین‌نامه داخلی موافقت دو سوم حاضران لازم است (اصل ۶۵ قانون اساسی).

در زمان جنگ و اشغال نظامی کشور به پیشنهاد رئیس‌جمهور و تصویب سه چهارم مجموع نمایندگان و تأیید شورای نگهبان انتخابات نقاط اشغال شده یا تمامی مملکت برای مدت معینی متوقف می‌شود و در صورت عدم تشکیل مجلس جدید، مجلس سابق همچنان به کار خود ادامه خواهد داد (اصل ۶۸ قانون اساسی).

مذاکرات مجلس شورای اسلامی باید علنی باشد و گزارش کامل آن از طریق رادیو و روزنامه رسمی برای اطلاع عموم منتشر شود. تنها در شرایط اضطراری و در صورتی که رعایت امنیت کشور ایجاب کند، به تقاضای رئیس‌جمهور یا یکی

از وزراء یا ده نفر از نمایندگان، جلسه غیر علنی تشکیل می‌شود. مصوبات جلسه غیر علنی در صورتی معتبر است که با حضور شورای نگهبان به تصویب سه چهارم مجموع نمایندگان برسد. گزارش و مصوبات این جلسات باید پس از بر طرف شدن شرایط اضطراری برای اطلاع عموم منتشر گردد (اصل ۶۹ قانون اساسی).

نمایندگان مجلس شورای اسلامی هر چهار سال یک بار و از طریق انتخابات تعیین می‌شوند. نامزدهای شرکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی باید مورد تأیید نهادهای مربوط قرار گیرند. این نهادها به دو گروه تقسیم می‌شوند. اول هیئت‌های اجرایی که وابسته به دولت و وزارت کشور هستند و دوم شورای نگهبان.

هیئت‌های اجرایی برای هر داوطلب هفت شرط را مورد بررسی قرار می‌دهند و در صورت احراز تمامی این شروط از جانب داوطلب وی را برای تأیید صلاحیت به شورای نگهبان معرفی می‌کنند. شرایط هفت‌گانه به شرح زیر است:

۱. داشتن سلامت جسمانی در حد نعمت بینایی، شنوایی و گویایی
۲. عدم سوء پیشینه و محکومیت قضایی
۳. عدم سوء شهرت در حوزه انتخابی
۴. داشتن حداقل ۳۰ سال کامل سن برای ثبت نام
۵. داشتن حداقل مدرک کارشناسی ارشد یا معادل آن (بنا بر یک تبصره افراد دارای مدرک کارشناسی که سابقه پنج سال کار در حد کارشناسی را داشته باشند نیز مجاز به ثبت نام هستند)
۶. اعتقاد و التزام عملی به نظام جمهوری اسلامی ایران و قانون اساسی آن
۷. اعتقاد و التزام عملی به اسلام و اصل مترقی ولایت مطلقه فقیه

پس از هیئت‌های اجرایی نوبت به شورای نگهبان می‌رسد که به تأیید صلاحیت داوطلبان شرکت در انتخابات مجلس بپردازد. در صورتی که شورای نگهبان نیز صلاحیت داوطلبی را تأیید کرد وی می‌تواند در انتخابات شرکت کند. میزان مشارکت مردم در انتخابات نخستین دوره ۵۲ درصد، در دومین دوره ۶/۶۴ درصد، در سومین دوره ۷/۵۹ درصد، در چهارمین دوره ۵۸ درصد، در پنجمین دوره ۱/۷۱ درصد، در ششمین دوره ۶۷ درصد، در هفتمین دوره ۱۵/۵۱ درصد، در هشتمین دوره ۵۱ درصد، در نهمین دوره ۲/۶۴ درصد و در دهمین دوره ۶۲ درصد و در یازدهمین دوره ۴۲ درصد بوده است.

### قوانین حاکم بر تبلیغات انتخاباتی

ماده ۵۶ (اصلاحی ۳/۳/۱۳۹۵) - تبلیغات و شیوه های تبلیغی مجاز منحصر به موارد مجاز مذکور در این قانون است و مراجع اداری، انتظامی و قضایی موظف به برخورد با تبلیغات غیرمجاز هستند.

فعالیت تبلیغات انتخاباتی نامزدهای نمایندگی هشت روز قبل از روز اخذ رأی (مرحله ی اول و دوم) آغاز و تا بیست و چهار ساعت قبل از اخذ رأی ادامه خواهد داشت (مفاد ماده (۵۶) قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی سابق مصوب ۱۳۶۲/۱۲/۹).

ماده ۵۷ (اصلاحی ۱۳/۱۰/۱۳۷۸) - استفاده از هرگونه پلاکارد، پوستر، دیوارنویسی و کاروان‌های تبلیغاتی و استفاده از بلندگوهای سیار در خارج از محیط سخنرانی و امثال آن به‌استثنای عکس برای تراکت و زندگی‌نامه و جزوه و همچنین سخنرانی و پرسش و پاسخ از طرف نامزدهای انتخاباتی و طرفداران آنان ممنوع می‌باشد. متخلفین از این ماده به سه تا سی روز زندان (ماده (۶۵) قانون مجازات اسلامی) محکوم می‌گردند.

تبصره ۱- اعلام نظر شخصیت‌ها در تأیید نامزدها به شرطی مجاز است که بدون ذکر عنوان و مسئولیت آن‌ها باشد و مدرک کتبی مربوط به امضای آنان تسلیم هیئت اجرایی انتخابات شده باشد.

تبصره ۲ (الحاقی ۱/۱۲/۱۳۸۶)- نصب و الصاق عکس و پوستر ممنوع می‌باشد و چاپ عکس صرفاً محدود به زندگی‌نامه، جزوه، بروشور و کارت حداکثر در قطع ۱۵×۱۰ مجاز می‌باشد. نصب بنر و پارچه در محل ستادهای اصلی نامزدها به تفکیک برادران و خواهران مجاز می‌باشد. تخلف از مفاد این تبصره توسط چاپخانه مستوجب مجازات مندرج در این ماده می‌باشد (ماده ۶۵ مکرر) الحاقی ۳/۳/۱۳۹۵).

ماده ۵۸ (اصلاحی ۱۳/۱۰/۱۳۷۸)- هیچ‌کس حق ندارد آگهی تبلیغاتی نامزدهای انتخاباتی را که در محل‌های مجاز الصاق گردیده، در زمان قانونی تبلیغات پاره و یا معدوم یا مخدوش نماید و عمل مرتکب جرم محسوب می‌شود.

ماده ۵۹- انجام هرگونه فعالیت تبلیغاتی از تاریخ اعلام رسمی اسامی نامزدها برای نامزدهای نمایندگی مجلس از صداوسیما و میز خطابه نماز جمعه و یا هر وسیله دیگری که جنبه رسمی و دولتی دارد و فعالیت کارمندان در ساعات اداری و همچنین استفاده از وسایل و سایر امکانات وزارتخانه‌ها، ادارات، شرکت‌های دولتی و مؤسسات وابسته به دولت و شهرداری‌ها و شرکت‌ها و سازمان‌های وابسته به آن‌ها و نهادها و مؤسساتی که از بودجه عمومی (به هر مقدار) استفاده می‌کنند و همچنین در اختیار گذاشتن وسایل و امکانات مزبور ممنوع بوده و مرتکب مجرم شناخته می‌شود.

تبصره ۱- مؤسسات و نهادهایی که دارای آنان از اموال عمومی است، همانند بنیاد مستضعفان، مشمول این ماده می‌باشند.



تبصره ۲- نشریات و مطبوعات متعلق به سازمان‌ها، وزارتخانه‌ها، ادارات، نهادها و مؤسسات یادشده در متن این ماده، حق تبلیغ برای نامزدهای انتخاباتی را ولو به صورت درج آگهی ندارند.

ماده ۶۰ (اصلاحی ۳/۳/۱۳۹۵)- اعضای شورای نگهبان، اعضای هیئت‌های نظارت شورای نگهبان، رئیس جمهور، وزیرکشور و معاونان و مشاوران آن‌ها، رئیس و اعضای ستادانتخابات کشور، رئیس و اعضای ستادانتخابات استان، استانداران، فرمانداران و معاونان و مشاوران آن‌ها و اعضای هیئت‌های اجرایی انتخابات و بازرسان و سایر دست‌اندرکاران امور اجرایی و نظارتی انتخابات، نمی‌توانند به نفع یا به ضرر نامزدها و جریان‌های سیاسی در انتخابات اعلام‌نظر کنند.

تبصره (الحاقی ۳/۳/۱۳۹۵)- در صورت تخلف از حکم این ماده، مرتکبان به جزای نقدی درجه‌شش، موضوع ماده (۱۹) قانون مجازات اسلامی مصوب ۱/۲/۱۳۹۲ محکوم می‌شوند.

ماده ۶۱ (اصلاحی ۳/۳/۱۳۹۵)- الصاق اعلامیه، پوستر و هرگونه آگهی تبلیغاتی روی علائم راهنمایی، تابلوی بیمارستان‌ها و تابلوی مدارس و سایر مؤسسات آموزشی و سازمان‌های عمومی و ادارات دولتی و سازمان‌های وابسته به دولت و خودروهای دولتی و اتوبوس‌های شرکت واحد اتوبوس‌رانی و تأسیسات عمومی و دولتی و صندوق‌های پست، باجه‌های تلفن، پست‌های برق و تلفن، تابلوها و همچنین اماکن بخش خصوصی (مگر با رضایت اشخاص ذی‌حق) در سراسر کشور ممنوع می‌باشد.

تبصره (الحاقی ۳/۳/۱۳۹۵)- شهرداری‌ها، فرمانداری‌ها و بخش‌داری‌ها می‌توانند با استفاده از امکانات محلی، مکان‌های مناسبی اعم از ثابت یا سیار را برای الصاق یا ارائه‌ی آثار تبلیغاتی نامزدها تعیین کنند.

ماده ۶۲- هرگونه آگهی و آثار تبلیغاتی باید قبل از شروع اخذ رأی از محل شعبه ثبت‌نام و اخذ رأی توسط اعضای شعب امحا گردد.

ماده ۶۳ (اصلاحی ۱۳ / ۱۰ / ۱۳۷۸) - ستادهای تبلیغات انتخاباتی تنها در مراکز بخش‌ها، شهرها و شهرستان‌ها دایر می‌گردد. در شهرهای بزرگ در هر منطقه شهرداری یک محل به‌عنوان ستاد انتخاباتی می‌تواند دایر گردد. در مواردی که یک منطقه، چند عنوان از عناوین فوق‌الذکر را داشته باشد، در حکم یک عنوان می‌باشد.

تبصره ۱ - ستاد تبلیغات انتخابات، مرکزی است که فعالیت‌های تبلیغاتی نامزدها مندرج در مواد فصل ششم این قانون در آن ساماندهی و انجام پذیرد.

تبصره ۲ - تشکیل ستاد تبلیغات انتخاباتی بدون اعلام نشانی محل ستاد و نام مسئول آن به فرمانداری یا بخشداری ممنوع است.

ماده ۶۴ - مطبوعات و نشریات حق ندارند آگهی یا مطالبی علیه نامزدهای انتخاباتی درج کنند و یا برخلاف واقع مطلبی بنویسند که دال بر انصراف گروه یا اشخاصی از نامزدهای معین باشد و در هر صورت نامزدها حق دارند پاسخ خود را ظرف هجده ساعت پس از انتشار نشریه مزبور بدهند و آن نشریه مکلف به چاپ فوری آن طبق قانون مطبوعات می‌باشد. در صورتی که آن نشریه منتشر نشود، مسئول آن باید با هزینه خود پاسخ نامزد را به نشریه مشابه دیگری ارسال دارد و آن نشریه مکلف به درج آن در اولین چاپ خود خواهد بود. انتشار این‌گونه مطالب در غیر مطبوعات نیز ممنوع است و نامزد معترض حق دارد نظر خود را منتشر نماید.

ماده ۶۵ - داوطلبان نمایندگی و طرفداران آنان به‌هیچ‌وجه مجاز به تبلیغ علیه داوطلبان دیگر نبوده و تنها می‌توانند شایستگی‌های خود یا داوطلب موردنظرشان را مطرح نمایند و هرگونه هتک حرمت و حیثیت نامزدهای انتخاباتی برای عموم ممنوع بوده و متخلفین طبق مقررات مجازات خواهند شد.

ماده ۶۵ مکرر (الحاقی ۳/۳/۱۳۹۵) - در فعالیت‌های تبلیغاتی انتخابات، انجام امور زیر ممنوع است و مرتکبان تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند:

۱- نوشتن یا اظهار مطالب خلاف واقع؛

۲- دیوارنویسی؛

۳- انتشار اعلام نظر مقامات و اشخاص موضوع ماده (۶۰) این قانون؛

۴- فریب و اغوای مردم از طریق سوءاستفاده از اعلام نظر یا عکس شخصیت‌ها و مقامات دولتی مذکور در ماده (۲۹) این قانون؛

۵- تبلیغ علیه نامزدها و هرگونه هتک حرمت و حیثیت آنان؛

۶- تخریب یا پاره کردن عکس و دیگر آثار تبلیغاتی نامزدها در مهلت قانونی تبلیغات که در محل‌های مجاز الصاق شده و یا قرار گرفته باشد؛

۷- انجام هرگونه فعالیت تبلیغاتی نظیر سخنرانی و انتشار محموله‌های تبلیغاتی به نفع نامزد خاص، خارج از مهلت قانونی تبلیغات؛

۸- اخلال و برهم‌زدن اجتماعات و سخنرانی‌های قانونی و تعرض به ستادهای انتخاباتی نامزدها؛

۹- استفاده از هرگونه آثار تبلیغاتی از سوی نامزدها و طرفداران آنان، اعم از آثار کاغذی، پارچه‌ای، مقوایی، فلزی یا هر جنس دیگر، با ابعاد بیشتر از ۵۰ در ۷۰ سانتی‌متر؛

۱۰- استفاده از کاروان‌های تبلیغاتی و استفاده از بلندگو در خارج از محیط سخنرانی؛

۱۱- انجام هر یک از موارد فوق از طریق کلیه شبکه‌های اجتماعی و فضاهای مجازی.

تبصره (الحاقی ۳/۳/۱۳۹۵) - متخلفان از مفاد این ماده به یکی از مجازات‌های درجه‌شش محکوم می‌شوند.

### قانون شفافیت هزینه‌های کاندیداها

این مطالبه همچنین از سوی رهبر معظم انقلاب نیز در ابلاغ سیاست‌های کلی انتخابات به صراحت بیان شده اما به قانون تبدیل نشده بود. بند «۴» سیاست‌های کلی انتخابات به صراحت «تعیین حدود و نوع هزینه‌ها و منابع مجاز و غیرمجاز انتخاباتی، شفاف‌سازی منابع و هزینه‌های انتخاباتی داوطلبان و تشکل‌های سیاسی و اعلام به مراجع ذیصلاح و اعمال نظارت دقیق بر آن و تعیین شیوه و چگونگی برخورد با تخلفات مالی» را مورد تأکید قرار داده است؛ نمایندگان مجلس دهم در ماه‌های پایانی عمر خود بالاخره قانونی را به تصویب رساندند تا این ماده شکل عینی به خود گرفته و محقق شود.

ناگفته نماند که برای تحقق این مطالبه بندهایی در طرح اصلاح قانون انتخابات دیده شد اما این قانون در رفت و برگشت‌های بین مجلس و شورای نگهبان بی نتیجه ماند. در حالی که نمایندگان اصرار بر استانی شدن انتخابات مجلس داشتند؛ شورای نگهبان آن را مغایر قانون اساسی دانسته اما معتقد بود بندهای مربوط به هزینه‌های انتخاباتی می‌تواند تصویب شده و به همین دوره از انتخابات مجلس برسد (خبرگزاری مشرق بهمن ۱۳۹۸).

### قانون شفافیت هزینه‌های انتخاباتی

متن قانونی که حالا بعد از طی کردن سیر تقنینی برای اجرا در یازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی ابلاغ شده، به شرح زیر است:

« قانون شفافیت و نظارت بر تأمین مالی فعالیت‌های انتخاباتی در انتخابات مجلس شورای اسلامی

مصوب ۶/۱۱/۱۳۹۸

ماده ۱- اصطلاحات و عبارات زیر در این قانون، در معانی ذیل به کار می‌روند:

۱- تبلیغات: به مجموعه اقدامات نامزدهای انتخابات و یا نمایندگان آنها و سایر افراد — اعم از گفتاری، نوشتاری و رفتاری — به منظور تأثیرگذاری بر رأی‌دهندگان گفته می‌شود که با هدف رساندن پیام، خط مشی و برنامه نامزدها یا احزاب و گروههای سیاسی به مردم می‌باشد تا از این طریق آنها را به رأی‌دادن به نامزدهای مورد نظر یا جریان و گروه خاص ترغیب نمایند.

۲- فعالیت‌های انتخاباتی: به هرگونه فعالیت قانونی اطلاق می‌گردد که نامزدها، احزاب و گروههای سیاسی و طرفداران آنها در تبلیغات و یا امور مرتبط با انتخابات انجام می‌دهند.

۳- هزینه‌های انتخاباتی: هزینه‌هایی مادی است که نامزدهای انتخابات و احزاب و گروههای سیاسی در انجام فعالیت‌های انتخاباتی و تبلیغات، صرف می‌کنند.

۴- تأمین مالی انتخابات: به مجموعه منابعی گفته می‌شود که جهت تأمین هزینه‌های انتخاباتی انجام و یا صرف می‌شود.

۵- سامانه مالی انتخابات: پایگاهی است که وزارت کشور به صورت الکترونیکی ایجاد و نامزدها و احزاب و گروه‌های سیاسی ملزم به ثبت اطلاعات مالی خود مطابق قانون در این سامانه می‌باشند.

ماده ۲- هیچ شخص و یا نامزدی نمی‌تواند اقدام به دریافت یا پرداخت کمک مالی نقدی یا غیرنقدی جهت تأمین منابع مالی فعالیت‌های انتخاباتی و هزینه‌کرد آنها نماید، مگر به صورتی که در این قانون مقرر شده است.

ماده ۳- امکانات و منابع قانونی تأمین مالی تبلیغات و فعالیت‌های انتخاباتی نامزدهای انتخابات، اعم از نقدی و غیرنقدی و مستقیم و غیرمستقیم منحصرأ شامل موارد زیر است:

۱- اموال و دارایی شخصی نامزد؛

۲- کمک‌های احزاب و گروههای سیاسی؛

۳- کمک‌های اشخاص حقیقی ایرانی؛

۴- منابع و امکانات عمومی که مطابق این قانون و سایر قوانین مرتبط استفاده از آن برای انجام فعالیت‌ها و تبلیغات انتخاباتی مجاز است، از قبیل سالن‌های اجتماعات، جایگاه‌های نصب تبلیغات، امکانات و رسانه‌های صوتی و تصویری در فضای مجازی؛

تبصره ۱- اشخاص حقوقی به جز احزاب و گروه‌های سیاسی، از هرگونه کمک به فعالیت‌های انتخاباتی تحت هرعنوانی به صورت مستقیم و غیرمستقیم توسط اشخاص حقوقی به جز احزاب سیاسی ممنوع می‌باشند، اعم از اینکه به صورت کمک نقدی یا غیرنقدی باشد و یا اینکه اموال، خدمات یا دیگر امتیازات مستقیم و یا غیرمستقیم را به قیمتی کمتر از آنچه قیمت متعارف آنها است، برای نامزدها و یا در جهت فعالیت‌های انتخاباتی و تبلیغات فراهم نمایند.

تبصره ۲- نامزدها و احزاب و گروه‌های سیاسی حق ندارند هیچ‌گونه کمک مالی و غیرمالی از اشخاصی که دارای تابعیت غیرایرانی می‌باشند و یا اشخاصی که به یکی از جرائم اقتصادی محکوم می‌باشند را اعم از مستقیم و غیرمستقیم دریافت کنند.

ماده ۴- دریافت و پرداخت کمک مالی نقدی یا غیرنقدی برای تأمین منابع مالی فعالیت‌های انتخاباتی باید شفاف بوده و هویت پرداخت‌کننده و دریافت‌کننده آن به شرح ذیل معلوم باشد:

۱- پرداخت‌کننده: شخص حقیقی: نام و نام خانوادگی، کدملی

احزاب و گروه‌های سیاسی: عنوان حزب، شماره پروانه، نام و نام خانوادگی دبیر حزب

۲- دریافت کننده: نام و نام خانوادگی، تاریخ دریافت

تبصره ۱- هرگونه پرداخت و کمک نقدی باید از طریق اسناد بانکی یا به صورت الکترونیکی و از طریق شماره حساب موضوع ماده (۷) این قانون انجام گیرد.

تبصره ۲- در صورت عدم رعایت الزامات و ضوابط قانونی مقرر در خصوص وجوه پرداختی، نامزدها حق استفاده از آن را نداشته و باید وجوه دریافتی به پرداخت کننده عودت داده شود.

در صورتی که پرداخت کننده کمک مشخص نباشد و یا اطلاعات ارائه شده از سوی آن بیانگر موارد فوق نبوده و یا اشتباه باشد، اموال مذکور اعم از نقدی و غیرنقدی، مشمول احکام اموال مجهول المالک است.

ماده ۵- حداکثر هزینه هر نامزد انتخاباتی، در هر دوره انتخابات متناسب با پراکندگی جمعیت، محدوده جغرافیایی و تعداد کرسی های هر حوزه انتخابیه با پیشنهاد وزارت کشور به تأیید هیأت مرکزی نظارت می رسد.

تبصره ۱- هزینه ها و مخارجی که با موافقت نامزدها یا ستاد انتخاباتی آنها توسط اشخاص حقیقی و یا احزاب و گروه های سیاسی صورت می گیرد، به عنوان هزینه نامزدها محاسبه می شود. مخارج احزاب و گروه های سیاسی در حوزه فعالیت های انتخاباتی از زمان شروع ثبت نام انتخابات مشمول این حکم می باشد.

تبصره ۲- احزاب و گروه های سیاسی در محدوده مجاز تبلیغات انتخاباتی صرفاً با موافقت نامزدها مجاز به انجام تبلیغات برای آنها بوده و بدون کسب موافقت کتبی آنها حق انجام هیچ گونه تبلیغاتی را برای آنها ندارند.

تبصره ۳- انجام کلیه هزینه‌های انتخاباتی و تبلیغاتی و همچنین انجام کارها و یا فروش محصولات یا ارائه خدمات که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم مربوط به انتخابات بوده و در قبال آن پول پرداخت می‌شود، بدون اخذ رضایت کتبی از نامزد یا حزب و یا نماینده مجاز امور مالی آنها و بدون پرداخت از طریق حساب مربوطه ممنوع است.

تبصره ۴- میزان کمک و هدایای هر شخص حقیقی به یک نامزد یا مجموع نامزدها جهت تأمین هزینه‌های انتخاباتی، حداکثر به میزان بیست درصد (۲۰٪) سقف هزینه انتخاباتی نامزد مقرر در این ماده است.

ماده ۶- هزینه‌های انتخاباتی هر داوطلب صرفاً شامل موارد زیر است:

۱- هزینه‌های مربوط به دایر کردن محل ستاد انتخابات اعم از اجاره‌بهای آن و هزینه‌های خدمات و حمل و نقل و سایر هزینه‌های متعارف ستاد؛

۲- هزینه‌های برپایی تجمع عمومی مرتبط با اهداف انتخاباتی؛

۳- هزینه‌های تبلیغات مجاز؛

۴- هزینه و حق الزحمه نماینده مالی و عوامل اجرایی و کارشناسی ستادها در فعالیتهای انتخاباتی؛

تبصره - سایر هزینه‌ها و تعهدات به جز موارد موضوع این ماده، از جمله ارائه کمک و خدمات نقدی و غیرنقدی به افراد توسط نامزد یا از طرف وی ممنوع و در حکم خرید و فروش رأی محسوب می‌شود. فرمانداری‌ها و بخشدارها مربوطه مکلفند ضمن ارائه تذکر کتبی و انجام اقدامات لازم جهت جلوگیری از این اقدامات، مراتب را به مراجع قضائی صالح و هیأت‌های اجرایی و نظارت گزارش دهند.



نامزدها مکلفند از طریق ستادهای انتخاباتی خود، نحوه و نوع تبلیغات را مدیریت کرده و از تخلفات مقرر در قوانین جلوگیری نمایند.

ماده ۷— داوطلبان موظفند حسابی را جهت واریز، برداشت و هرگونه نقل و انتقال وجوه و منابع نقدی مربوط به هزینه‌های انتخاباتی، نزد یکی از بانک‌های دارای مجوز از بانک مرکزی، تعیین یا افتتاح و هنگام ثبت نام و یا درخواست مجوز توسط احزاب، شماره و مشخصات آن و گواهی بانک مربوطه را در این خصوص ارائه دهند.

در انتخابات دوره یازدهم مجلس شورای اسلامی این تکلیف باید تا قبل از شروع زمان مجاز تبلیغات انجام شود.

تبصره - بانک افتتاح‌کننده این حساب مکلف است در ضمن برگزاری انتخابات و همچنین پس از آن اطلاعات مربوط به حساب‌های یادشده را بنا به درخواست رسمی وزارت کشور و هیأت مرکزی نظارت جهت اقدامات قانونی لازم در اختیار این مراجع قرار دهد.

ماده ۸— همه نامزدها موظفند، علاوه بر اعلام شماره حساب، شخصی را به‌عنوان نماینده مالی، به‌همراه مشخصات کامل آن به هنگام درخواست مجوز و یا ثبت نام حسب مورد به وزارت کشور، فرمانداری‌ها و یا بخشدارهای معرفی نمایند. تغییر نماینده مالی صرفاً با اعلام رسمی آن به مراجع مربوطه امکان‌پذیر است. کلیه هزینه‌های مربوط به احزاب و گروه‌های سیاسی و هزینه‌های مربوط به انتخابات توسط نامزدها باید از طریق نماینده مالی صورت گیرد.

در انتخابات دوره یازدهم مجلس شورای اسلامی این تکلیف باید تا قبل از شروع زمان مجاز تبلیغات انجام شود.

تبصره ۱— نماینده مالی می‌تواند یک شخص حقیقی و یا یک شخص حقوقی در حوزه امور مالی باشد. همچنین داوطلبان می‌توانند خود را به‌عنوان نماینده مالی معرفی نمایند. مسئولیت حسن اجرای وظایف نماینده مالی با نامزد و یا حزب و گروه سیاسی مربوطه است.

تبصره ۲— نماینده مالی مکلف است کلیه کمک‌ها و منابع تأمین مالی تبلیغات و فعالیت‌های انتخاباتی حزب و یا نامزد و هزینه‌ها و مخارج آنها را ثبت و نگهداری نماید به‌نحوی که شامل مجموعه دریافت‌ها و مجموعه هزینه‌های تعهدشده یا انجام‌شده مربوط به انتخابات و یا سایر فعالیت‌های احزاب باشد.

تبصره ۳— وظایف و مسئولیت‌های نماینده مالی مطابق این قانون، نافی مسئولیت نامزدها و احزاب و گروه‌های سیاسی در خصوص اجرای این قانون و تضمین حسن اجرای وظایف نماینده مالی نیست.

ماده ۹— نامزدها موظفند تمامی مصارف و مخارج مرتبط با فعالیت‌های انتخاباتی و هزینه‌های تبلیغاتی خود و منابع تأمین مالی این هزینه‌ها و میزان کمک‌های مالی نقدی و غیرنقدی دریافتی را به نحو شفاف در سامانه مالی انتخابات ثبت نمایند. وزارت کشور موظف است ظرف مدت یک‌سال پیش از صدور و اعلام دستور آغاز فرآیند انتخابات سامانه را به‌گونه‌ای طراحی نماید که اطلاعات ثبت‌شده در آن از طریق کمیسیون ماده (۱۰) قانون نحوه فعالیت احزاب و گروه‌های سیاسی مصوب ۱۳۹۵/۸/۸ مجمع تشخیص مصلحت نظام و هیأت‌های اجرائی و نظارت حسب مورد قابل دسترس، حسابرسی و رسیدگی باشد.

مراجع مربوطه موظفند در صورت مشاهده موارد تخلف، آن را به هیأت نظارت استان مربوطه گزارش نموده، هیأت مذکور پس از بررسی موارد ذی‌ربط را به مرجع صالح قضائی ارجاع می‌دهد.

تبصره - اجرای حکم این ماده از دوره بعد انتخابات مجلس شورای اسلامی مجری می‌باشد.

ماده ۱۰ - نامزدها مکلفند، علاوه بر ارائه اسناد و مدارک لازم در طول دوره برگزاری انتخابات به مراجع ذی‌صلاح، گزارش مالی خود را که بیانگر مجموع منابع تأمین هزینه‌های انتخاباتی و تبلیغاتی به تفکیک موارد مذکور در ماده (۳) این قانون و همچنین تفصیل این منابع به صورت جزء به جزء مشتمل بر مشخصات کامل اشخاص و یا احزاب کمک‌کننده و همچنین امکاناتی که از محل منابع عمومی دریافت گردیده است و مصارف آنها باشد، همراه با اسناد مالی لازم در خصوص دریافت و هزینه از حساب معرفی شده، حداکثر بیست‌روز بعد از رأی‌گیری به فرمانداری ذی‌ربط جهت ارسال به وزارت کشور و هیأت مرکزی نظارت ارائه دهند.

ماده ۱۱ - تخلف از مفاد این قانون و انجام هرگونه هزینه تبلیغاتی و انتخاباتی برخلاف احکام آن جرم است و مرتکب به یکی از مجازات‌های تعزیری درجه شش به استثنای مجازات حبس محکوم می‌شود و در صورتی که نامزدهای انتخابات مرتکب این جرم شوند؛ علاوه بر مجازات مقرر، به محرومیت از نامزدی در هرگونه انتخابات عمومی و سراسری از یک تا دو دوره از سوی مراجع صالح قضائی محکوم می‌شوند.

ماده ۱۲ - ماده (۵۷) قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی مصوب ۱۳۷۸/۹/۷ با اصلاحات و الحاقات بعدی و تبصره (۲) ماده مذکور و همچنین قانون تفسیر بند (۲) قانون اصلاح موادی از قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی مصوب ۱۳۷۸/۱۰/۲۹ نسخ می‌شود و متن تبصره (۱) ماده (۵۷) قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی مصوب ۱۳۷۸/۹/۷ با اصلاحات و الحاقات بعدی به‌عنوان ماده (۵۷) قانون مذکور محسوب می‌شود.

قانون فوق مشتمل بر دوازده ماده و چهارده تبصره در جلسه علنی روز یکشنبه مورخ ششم بهمن‌ماه یکهزار و سیصد و نود و هشت مجلس شورای اسلامی تصویب شد و در تاریخ ۱۳۹۸/۱۱/۹ به تأیید شورای نگهبان رسید.

### مجازات تبلیغات پیش از موعد انتخاباتی

ماده ۵۶ قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی در اصلاحی ۱۳۹۵ تأکید کرده است که «تبلیغات و شیوه‌های تبلیغی مجاز منحصر به موارد مجاز مذکور در این قانون است و مراجع اداری، انتظامی و قضایی موظف به برخورد با تبلیغات غیرمجاز هستند.»

یکی از مواردی که در این قانون به عنوان فعالیت انتخابات مجاز شناخته شده است، موضوع «زمان قانونی برای انجام تبلیغات انتخاباتی» است. بر اساس بخش اخیر ماده ۵۶ قانون فوق‌الذکر، «فعالیت تبلیغات انتخاباتی نامزدهای نمایندگی هشت روز قبل از روز اخذ رأی (مرحله اول و دوم) آغاز می‌شود و تا ۲۴ ساعت قبل از اخذ رأی ادامه خواهد داشت.»

بنابراین هرگونه تبلیغ خارج از زمان مذکور، به عنوان تبلیغات غیرمجاز محسوب می‌شود. بر اساس بند ۷ ماده ۶۵ قانون گفته شده که یکی از موارد ممنوعیت انتخاباتی، «انجام هرگونه فعالیت تبلیغاتی نظیر سخنرانی و انتشار محموله‌های تبلیغاتی به نفع نامزد خاص، خارج از مهلت قانونی تبلیغات» است که برای متخلفان از آن مجازات درجه ۶ در نظر گرفته شده است. این مقررات به نحو دیگری در ماده ۵۶ قانون انتخابات سال ۱۳۶۲ هم وجود داشت. در آن ماده آمده بود: «فعالیت تبلیغاتی انتخاباتی، پس از انتشار آگهی اسامی نامزدها شروع می‌شود و تا ۲۴ ساعت قبل از اخذ رأی ادامه خواهد داشت.» در ۲۰ آبان سال ۱۳۷۰ این ماده بدین شکل اصلاح شد: «مدت فعالیت انتخاباتی برای تمامی داوطلبان تأیید شده موضوع ماده ۵۲ یکسان و هشت روز قبل از اخذ رأی آغاز شده و تا ۲۴ ساعت قبل از اخذ رأی ادامه دارد.» در اصلاحات سال ۱۳۷۸ نیز عیناً همین ماده مرقوم شد.

با وجود این مقررات، این سؤال وجود داشت که آیا زمان تبلیغات اطلاق دارد و تبلیغات در خارج از زمان آن، تخلف محسوب می‌شود یا اینکه زمان اطلاق ندارد؟ پاسخ این سؤال در زمان حاکمیت قانون ۱۳۶۲ در قالب استفساریه‌ای ارائه شد، مبنی بر اینکه «ممنوعیت تبلیغات از زمان ثبت‌نام تا اعلام اسامی کاندیداهای تأیید شده توسط هیئت اجرایی است و شامل قبل و بعد از زمان مذکور نخواهد بود مشروط بر آنکه تحت عنوان کاندیداتوری نباشد.»

البته این استفساریه با تصویب قوانین بعدی نسخ شده است، اما می‌تواند منظور مقنن را در خصوص محدودیت زمانی تبلیغات انتخاباتی به روشنی نشان دهد؛ چه اینکه قانونگذار اجازه فعالیت انتخاباتی افراد را به طور کلی سلب نکرده و حتی به آن‌ها اجازه فعالیت در قالب دعوت به انتخابات را نیز داده است، اما گفته است که نباید تحت عنوان «کاندیدای انتخابات» باشد. بررسی مشروح مذاکرات مجلس شورای اسلامی در زمان بررسی استفساریه مذکور نشان می‌دهد که نمایندگان اگرچه با تبلیغ علنی در مدت زمانی قبل از آغاز رسمی تبلیغات مخالف بودند، اما اطلاق ممنوعیت تبلیغات به خصوص در مورد افراد غیرشهیر که نیاز به معرفی خود در جامعه دارند را به صلاح ندانسته و در نهایت به همان استفساریه‌ای که گفته شد، رأی دادند.

بنابراین می‌توان از مجموع این موارد نتیجه گرفت که در فاصله زمانی ثبت‌نام در انتخابات تا زمان اعلام تأیید صلاحیت‌ها، اگرچه کاندیداها تا حدودی حق معرفی، برگزاری جلسات و اقدام نیمه‌تبلیغاتی دارند، اما به هیچ‌وجه تحت نام «کاندیدای انتخابات» نباید وارد این عرصه شوند، البته دعوت مردم به انتخابات یا بررسی ویژگی‌های نماینده مطلوب یا مجلس مطلوب، می‌تواند در نطق‌ها یا سخنرانی‌های این افراد مدنظر قرار گیرد، اما هرگز نباید از خود به عنوان کاندیدای انتخابات در این مسیر نام ببرند. از سوی دیگر، هرگونه تبلیغ، برخلاف مفاد قانونی ذکر شده، از جمله خارج از مهلت مقرر قانونی، از نظر قانونگذار جرم تلقی شده و قوه قضائیه می‌تواند در شعب مخصوصی که برای رسیدگی به جرائم انتخاباتی تعیین می‌کند، به صورت خارج از نوبت به این موارد رسیدگی و متخلف را به مجازات درجه ۶ (حبس از شش‌ماه تا دو سال یا جزای نقدی از ۲۰ تا ۸۰ میلیون ریال یا محرومیت از حقوق اجتماعی تا پنج سال یا انتشار حکم در رسانه‌ها) محکوم کند، البته مطبوعات هم باید در بیان مطالب کاندیداها دقت کنند، زیرا به موجب ۶۴

قانون انتخابات مجلس، مطبوعات و نشریات حق ندارند آگهی یا مطالبی علیه نامزدهای انتخاباتی درج کنند یا برخلاف واقع مطلبی بنویسند که دال بر انصراف گروه یا اشخاصی از نامزدهای معین باشد و در هر صورت نامزدها حق دارند پاسخ خود را ظرف ۱۸ ساعت پس از انتشار نشریه مزبور بدهند و آن نشریه مکلف به چاپ فوری آن طبق قانون مطبوعات می‌باشد. در صورتی که آن نشریه منتشر نشود، مسئول آن باید با هزینه خود پاسخ نامزد را به نشریه مشابه دیگری ارسال دارد و آن نشریه مکلف به درج آن در اولین چاپ خود خواهد بود. انتشار این‌گونه مطالب در غیر مطبوعات نیز ممنوع است و نامزد معترض حق دارد نظر خود را منتشر کند. (شاهرخ صالحی کهرودی، روزنامه جوان ۱۳۹۸)

### نتیجه گیری

سرجیو زیمن، بازاریاب ارشد و معاون سابق شرکت کوکاکولا در چارچوب وحدت منطق علم بازاریابی و تبلیغات انتخاباتی می‌گوید: "یکی از شیوه‌های اجرایی متعارفی که در کوکاکولا داشتیم، این بود که هرگاه در کشور انتخاباتی برپا می‌شد، از افراد می‌خواستیم کسانی را که در حوزه‌های انتخاباتی برای رئیس‌جمهور یا نخست‌وزیر جدید در زمینه نظرسنجی کار کرده‌اند، استخدام کنند" (زیمن، ۱۳۸۶: ۱۱۳)، چرا که به زعم او چنین افرادی می‌دانستند که چه چیزی در دستگاه ذهنی مردم می‌گذرد. علم بازاریابی مدرن که بازاریابی آرا نیز در همان جهت سیر می‌کند، مهمترین تمرکز خود را بر تحلیل رفتار مصرف‌کنندگان قرار داده است و با این شعار محوری که حق با مشتری (حق با رأی دهنده) است، سعی می‌کند فرهنگ سازمانی را در راستای حفظ حرمت و محق بودن رأی دهنده شکل دهد. ولی برخی نقایص و محدودیت‌های نظام تبلیغات انتخاباتی در ایران نتایج ناخواسته‌ای را به بار آورده است، از جمله خدشه بر فرهنگ عمومی مردم. البته، در مناطق با فرهنگ بالا این مشکل کمتر بروز می‌کند، ولی شیوه‌های رفتاری برخی نامزدها در شهرهای دور افتاده تر و روستاها به گونه‌ای است که به جای تمرکز بر محتوای شعار انتخاباتی و برنامه خود، به نوع کالایی (مثلاً خودکار، جاسویچی، ...) افتخار می‌کنند که نام خود را بر آن الصاق کرده و در میان مردم توزیع کرده‌اند. آری، این روش نیز اگر توأم با برنامه مشخص باشد، می‌تواند در گسترش نام نامزد در مناطق دور دست مؤثر باشد، اما اگر نامزدي بدون برنامه چیزی جز همین بسته‌ها را

توزیع نکنند، شعور مردم را به بازی گرفته است. که متأسفانه در بسیاری موارد چنین بوده است و اسف بارتر اینکه برخی از مردم نیز هیچ برنامه ای را از نامزد مطالبه نمی کنند و به همین قلم و دفتر و چادر مشکی و برنج و سیم کارت و وجه نقد و... (روزنامه اعتماد، روزنامه خراسان، پنجشنبه ۲۳ اسفند ۱۳۸۶) راضی هستند. به هرتقدیر، وظیفه اصلی قانونگذار تنظیم رفتار نامزدها در راستای حفظ حرمت و شخصیت رأی دهنده و ارتقای سطح فرهنگ عمومی جامعه است.

### فهرست منابع

- قاضی، ابوالفضل. (۱۳۷۲). حقوق اساسی و نهادهای سیاسی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ چهارم
- کاتوزیان، ناصر. (۲۵۳۵). مقدمه علم حقوق، تهران: انتشارات دانشگاه تهران: چاپ چهارم. قانون تغییر نام مجلس، مصوب مجلس شورا در ۳۱ تیر ۱۳۵۹
- احمدوند، دکتر شجاع. تبلیغات در قانون انتخابات. ویژه نامه هفته پژوهش شماره ۳۰ پاییز ۱۳۸۹
- اصل ۵۸ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
- اصل ۵۹ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
- شعیب بهمن (۲۷ مهر ۱۳۸۹). «حلقه مفقوده سیاست خارجی ایران». روزنامه همشهری. ص. ایران. دریافت شده در ۲ ژانویه ۲۰۱۰
- اصل ۶۳ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
- اصل ۶۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
- اصل ۶۵ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
- اصل ۶۸ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
- اصل ۶۹ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران

• مفاد این ماده (۵۶) قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی مصوب ۱۳۷۸ / ۹ / ۷ عیناً همان مفاد ماده (۵۶) قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی سابق مصوب ۱۳۶۲ / ۱۲ / ۹ است، در این خصوص «قانون تفسیر قانونی در خصوص ماده (۵۶) اصلاحی قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی» مصوب ۱۳۷۰ / ۱۱ / ۲۹ که مربوط به ماده (۵۶) قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی مصوب ۱۳۶۲ / ۱۲ / ۹ بوده، درخور توجه است. متن قانون مذکور به این شرح است: «موضوع استفسار با توجه به اینکه فعالیت تبلیغاتی موضوع ماده (۵۶) اصلاحی قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی مقید به هشت (۸) روز می باشد، چنانچه داوطلب نمایندگی قبل از مدت تعیین شده اقدام به فعالیت تبلیغاتی نماید، آیا مجازات‌های مقرر در مورد متخلف قابل اعمال می باشد یا خیر؟»

• ماده (۶۵) قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲ / ۲ / ۱ مجلس شورای اسلامی، «مرتکبان جرائم عمدی که حداکثر مجازات قانونی آن‌ها سه ماه حبس است، به جای حبس به مجازات جایگزین حبس محکوم می گردند.»

• ماده (۶۵) مکرر) الحاقی ۳/۳/۱۳۹۵

• خبرگزاری مشرق بهمن ۱۳۹۸

<https://www.mashreghnews.ir/news//۱۰۳۹۶۹۷>

• روزنامه جوان-دی ۱۳۹۸-شاهرخ صالحی کهرودی

<https://www.Javann.ir/۰۰۴۸۰r>

• زمین، سرجیو. (۱۳۸۴). (پایان عصر بازاریابی سنتی: درسهایی از مدیر بازاریابی کوکاکولا، ترجمه

سینا قربانلو، تهران: انتشارات مبلغان، چاپ سوم.

• روزنامه اعتماد، روزنامه خراسان، پنجشنبه ۲۳ اسفند ۱۳۸۶