

# میرایم مربوط به تبلیغات انتخاباتی

تألیف:  
پیرمان مختاری



نشر اختر

سر شناسه	: مختاری، قهرمان، ۱۳۵۱-
عنوان و نام پدیدآور	: جرایم مربوط به تبلیغات انتخاباتی/تالیف قهرمان مختاری.
مشخصات نشر	: تبریز: اختر، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۱۵۲ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۴۸۶-۲۶۲-۲
وضعیت فهرست نویسی: فیفا	
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: انتخابات - قوانین و مقررات - ایران
موضوع	: Election law-- Iran:
موضوع	: سیاست انتخاباتی -- ایران
موضوع	: Election policy -- Iran :
رده بندی کنگره	: KMH۲۹۲۳
رده بندی دیرزی	: ۳۴۲/۵۵۰۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۰۰۰۹۴



نشر اختر

## جرایم مربوط به تبلیغات انتخاباتی

تألیف: قهرمان مختاری

ناشر: نشر اختر

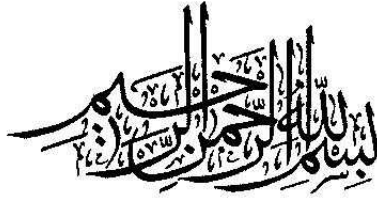
چاپ اول ۱۳۹۸ • ۱۵۲ صفحه • قطع وزیری • ۱۰۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۸۶-۲۶۲-۲

تبریز- اول خیابان طالقانی، روبروی مصلی، نشر اختر

تلفن: ۰۴۱-۳۵۵۵۵۳۹۳

قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان



## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۳	مقدمه
۱۹	فصل اول: کلیات و مفاهیم نظری
۲۰	۱-۱ مفهوم انتخابات
۲۱	۱-۱-۱ انواع انتخابات
۲۳	۱-۱-۲ جرم انتخاباتی
۲۵	۱-۲ مفهوم تبلیغات
۲۷	۱-۲-۱ انواع تبلیغات
۳۰	۱-۴ مبانی جرایم انتخاباتی در ایران
۳۱	۱-۴-۱ قائلین به مبنای شرعی
۳۳	۱-۴-۲ قائلین به مبنای عرفی
۳۴	۱-۵ تاریخچه قوانین انتخاباتی در ایران
۳۵	۱-۵-۱ سیر تحول قانون انتخابات در قبل از انقلاب ایران
۳۹	۱-۵-۲ سیر قانون گذاری انتخابات بعد از انقلاب اسلامی ایران

- ۳۹ ..... ۱-۲-۵-۱ مجلس شورای اسلامی
- ۴۱ ..... ۲-۲-۵-۱ ریاست جمهوری
- ۴۲ ..... ۳-۲-۵-۱ شوراهای اسلامی کشور
- ۳۹ ..... ۴-۲-۵-۱ مجلس خبرگان رهبری
- ۴۴ ..... ۶-۱ اصول حقوقی حاکم بر تبلیغات انتخاباتی
- ۴۴ ..... ۱-۶-۱ اصول تبلیغات از منظر برگزار کنندگان انتخابات
- ۴۵ ..... ۱-۶-۱ اصل وجود آزادی های سیاسی در تبلیغات انتخاباتی
- ۴۶ ..... ۱-۶-۱ اصل ۲۱-۱-۶-۱ در احتیاج دادن رسانه ها به صورت مساوی در تبلیغات انتخاباتی
- ۴۹ ..... ۲-۶-۱ اصول تبلیغات از منظر داوطلبان شرکت در انتخابات
- ۵۰ ..... ۱-۲-۶-۱ اصل امکان گزینشی برنده نامزد انتخابات
- ۵۱ ..... ۱-۲-۶-۱ اصل امکان شناخت توان علمی و مدیریتی نامزد انتخابات
- ۵۱ ..... ۱-۲-۶-۱ اصل ۳-۲-۶-۱ تحدید روش های فاسد و عام فریبانه
- ۵۱ ..... ۱-۲-۶-۱ اصل ۴-۲-۶-۱ صداقت
- ۵۲ ..... ۱-۲-۶-۱ اصل ۵-۲-۶-۱ احترام به دیگر اشخاص
- ۵۴ ..... ۱-۲-۶-۱ اصل ۳-۶-۱ تبلیغات از منظر رأی دهندگان (مخاطبان تبلیغات)
- ۵۴ ..... ۱-۳-۶-۱ اصل دسترسی آسان به مخاطبان تبلیغات انتخاباتی
- ۵۵ ..... ۱-۳-۶-۱ اصل مشارکت و حمایت از نامزدهای انتخاباتی
- ۵۷ ..... **فصل دوم: جرایم ارتكابی مربوط به تبلیغات انتخاباتی**
- ۵۸ ..... ۲-جرایم ارتكابی مربوط به تبلیغات انتخاباتی
- ۵۹ ..... ۱-۲- ماهیت جرائم تبلیغات انتخاباتی
- ۵۹ ..... ۱-۱-۲- بررسی ماهیت جرایم تبلیغات انتخاباتی از نقطه نظر عنصر قانونی
- ۶۱ ..... ۲-۱-۲- بررسی ماهیت جرایم تبلیغات انتخاباتی از نقطه نظر عنصر مادی
- ۶۱ ..... ۳-۱-۲- بررسی ماهیت جرایم تبلیغات انتخاباتی از نقطه نظر عنصر معنوی

- ۶۲ ..... ۲-۲ ویژگی‌ها و مصادیق جرایم تبلیغات انتخاباتی:
- ۶۲ ..... ۱-۲-۲ بازه زمانی خاص انتخابات و تبلیغات انتخاباتی:
- ۶۲ ..... ۲-۲-۲ گستردگی دامنه جرائم انتخاباتی و تبلیغاتی:
- ۶۳ ..... ۳-۲-۲ گستردگی مرتکبان جرایم تبلیغات انتخاباتی:
- ۶۴ ..... ۳-۲ مرتکبان جرائم تبلیغات انتخاباتی:
- ۶۴ ..... ۱-۳-۲ جرائم تبلیغات انتخاباتی رأی‌دهندگان:
- ۶۵ ..... ۱-۱-۳-۲ تقلب در فرایند تبلیغات انتخاباتی:
- ۶۶ ..... ۲-۱-۳-۲ امحاء غیرقانونی آگهی تبلیغاتی:
- ۶۶ ..... ۱-۲-۱-۳-۲ عنصر ذنونی:
- ۶۷ ..... ۲-۱-۱-۳-۲ عنصر مادی:
- ۶۷ ..... ۳-۱-۱-۳-۲ عنصر معنوی:
- ۶۸ ..... ۲-۱-۳-۲ خرید و فروش رأی به نفع امتیاز خاص:
- ۶۸ ..... ۱-۲-۱-۳-۲ عنصر قانونی:
- ۷۰ ..... ۲-۲-۱-۳-۲ عنصر مادی:
- ۷۰ ..... ۳-۲-۱-۳-۲ عنصر معنوی:
- ۷۰ ..... ۳-۱-۳-۲ تبلیغات در مکان‌های ممنوعه:
- ۷۳ ..... ۴-۱-۳-۲ ایجاد رعب و وحشت برای رأی‌دهندگان یا اعضای شعب:
- ۷۳ ..... ۱-۴-۱-۳-۲ عنصر قانونی:
- ۷۵ ..... ۲-۴-۱-۳-۲ عنصر معنوی:
- ۷۵ ..... ۲-۳-۲ جرایم متصدیان امر تبلیغات انتخاباتی:
- ۷۶ ..... ۱-۲-۳-۲ اخلال در امر انتخابات و تبلیغات انتخاباتی:
- ۷۷ ..... ۲-۲-۳-۲ عدم رعایت بی‌طرفی و جانبداری متصدیان در تبلیغات انتخاباتی:
- ۷۷ ..... ۱-۲-۲-۳-۲ جانبداری ناظرین از داوطلبان نامزدهای انتخاباتی:

- ۷۸ ..... ۲-۲-۲-۳-۲ تبلیغ له یا علیه داوطلبان نامزدهای انتخاباتی
- ۸۰ ..... ۳-۲-۳-۲ دخالت در امر انتخابات و تبلیغات به هر نحو غیر قانونی
- ۸۱ ..... ۳-۳-۲ جرایم مربوط به داوطلبان نمایندگی انتخابات
- ۸۲ ..... ۱-۳-۳-۲ تهدید یا تطمیع در امر انتخابات
- ۸۲ ..... ۱-۱-۳-۳-۲ عنصر قانونی
- ۸۳ ..... ۱-۳-۳-۲ عنصر مادی
- ۸۳ ..... ۳-۳-۲ عنصر معنوی
- ۸۴ ..... ۲-۳-۳-۲ دادن وعده‌های دروغین از طرف نامزدها در تبلیغات انتخاباتی
- ۸۵ ..... ۴-۳-۲ جرایم رساندن سر به تبلیغات انتخاباتی
- ۸۶ ..... ۱-۴-۳-۲ جرایم تبلیغات انتخاباتی سدا و سیما
- ۸۹ ..... ۲-۴-۳-۲ جرایم انتخاباتی مطبوعات
- ۹۲ ..... ۳-۴-۳-۲ جرایم رایانه‌ای و مخابراتی در امر انتخابات

### فصل سوم: پاسخ‌های نظام حقوقی ایران در مورد جرایم تبلیغات انتخاباتی

- ۹۷ ..... ۳-۳-۳-۲ پاسخ‌های نظام حقوقی ایران در مورد جرایم تبلیغات انتخاباتی
- ۹۸ ..... ۱-۳-۳-۲ پاسخ‌های کیفری
- ۹۹ ..... ۱-۱-۳-۳-۲ مجازات نقدی
- ۹۹ ..... ۲-۱-۳-۳-۲ مجازات حبس
- ۱۰۰ ..... ۳-۱-۳-۳-۲ مجازات شلاق
- ۱۰۰ ..... ۲-۳-۳-۲ پاسخ‌های غیر کیفری
- ۱۰۱ ..... ۱-۲-۳-۳-۲ توقف انتخابات
- ۱۰۲ ..... ۲-۲-۳-۳-۲ بطلان انتخابات و آرای ماخوذه
- ۱۰۳ ..... ۳-۲-۳-۳-۲ مجازات‌های اداری

- ۳-۳- مجازات های مربوط به جرایم تبلیغات انتخاباتی ..... ۱۰۳
- ۱-۳-۳- مجازات جرم امحاء غیرقانونی آگهی تبلیغاتی ..... ۱۰۳
- ۲-۳-۳- مجازات جرایم تبلیغات انتخاباتی در مکان های ممنوعه ..... ۱۰۴
- ۳-۳-۳- مجازات جرم ایجاد رعب و وحشت برای رأی دهندگان یا اعضای شعب ..... ۱۰۶
- ۴-۳-۳- مجازات جرم خرید و فروش رای در تبلیغات انتخاباتی ..... ۱۰۹
- ۵-۳-۳- مجازات جرم جانبداری ناظرین در تبلیغات انتخاباتی ..... ۱۱۰
- ۶-۳-۳- مجازات تبلیغ له یا علیه داوطلبان ..... ۱۱۱
- ۷-۳-۳- مجازات جرم تهدید یا تطمیع در امر انتخابات و تبلیغات انتخاباتی ..... ۱۱۲
- ۸-۳-۳- مجازات جرم حالت غیرقانونی در تبلیغات انتخاباتی ..... ۱۱۳
- ۴-۳-۴- خلاء جرم انگاری در رأی نامعتبر مختلف فرایند انتخابات ..... ۱۱۴
- ۵-۳-۵- آسیب شناسی قانون تبلیغات انتخاباتی ..... ۱۲۱
- ۱-۵-۳- کمبودها و محدودیت های مربوط به قانون تبلیغات انتخاباتی ..... ۱۲۱
- ۱-۱-۵-۳- عدم جامعیت زمان تبلیغات ..... ۱۲۱
- ۲-۱-۵-۳- غفلت از ابزارهای مدرن تبلیغاتی ..... ۱۲۳
- ۳-۱-۵-۳- غفلت از برنامه محوری در تبلیغات انتخاباتی ..... ۱۲۴
- ۴-۱-۵-۳- غفلت از روح و فلسفه تبلیغات انتخاباتی ..... ۱۲۴
- ۵-۱-۵-۳- کم توجهی به فلسفه ستادهای انتخاباتی و تبلیغاتی ..... ۱۲۵
- ۲-۵-۳- تعارض های قانون تبلیغات انتخاباتی ..... ۱۲۶
- ۱-۲-۵-۳- تعارض موادی از قانون با مواد دیگر: ..... ۱۲۶
- ۲-۲-۵-۳- تعارض موادی از قانون با موادی از آئین نامه اجرایی: ..... ۱۲۷
- ۳-۲-۵-۳- تعارض مجری و ناظر ..... ۱۲۸
- ۳-۵-۳- اقدامات قانونی بی سرانجام ..... ۱۲۸
- ۱-۳-۵-۳- محدودیت امکان هتک حرمت نامزدها: ..... ۱۲۹

- ۱۳۰ ..... ۳-۵-۲ عدم پیگیری تخلفات بعد از موفقیت نامزد:.....
- ۱۳۰ ..... ۳-۶ نظارت بر فرآیند تبلیغات انتخاباتی.....
- ۱۳۱ ..... ۳-۶-۱ نظارت بر فعالیت‌های تبلیغات انتخاباتی.....
- ۱۳۱ ..... ۳-۶-۱ زمان فعالیت‌های انتخاباتی.....
- ۱۳۲ ..... ۳-۶-۲ حدود و نحوه فعالیت‌های تبلیغاتی.....
- ۱۳۵ ..... ۳-۶-۳: نظارت بر هزینه‌های تبلیغات و نحوه اعمال آن.....
- ۱۳۸ ..... نتیجه‌گیری.....
- ۱۴۴ ..... منابع و مآخذ.....



## پیشگفتار

انتخابات برجسته ترین ابزار نیروی شهروندان جامعه و بهترین شیوه نمایش مردم سالاری است که با قوانین و قواعد الزام آور به صورت طولی و هرمی ضابطه مند می شود. در بالای این هرم، قانون اساسی جای دارد که چارچوب کلی نظام انتخاباتی را نشان می دهد و سپس بابت به قانون عادی می رسد که به طور جزئی به گزاره ها و شیوه های انتخابات و تبلیغات انتخاباتی می پردازد.

برگزاری هم پرسی و انتخابات ادواری ریاست جمهوری، مجلس شورای اسلامی، مجلس خبرگان رهبری و شوراهای اسلامی شهر و روستا، نمونه بارزی از این ادعاست که پایه جمهوریت، نه تنها به میزان در حال تحکیم است. طبیعی است که در چنین عرصه ای، عقلایی و قانونمند کردن مسارات انتخاباتی از سوی داوطلبان، رای دهندگان و برگزار کنندگان انتخابات یک نیاز استراتژیک می باشد.

انتخابات مهم ترین مکانیزم تأثیر گذار بر تحولات پویا و تحرکات اجتماعی-سیاسی در جمهوری اسلامی بوده است که ضمن ارتقاء بستر رقابت و همآوردی جناح ها و یا انشعاب ها و ائتلاف های جدید سیاسی، فرصتی برای تحول و تغییر گفتمان های سیاسی و تغییر موازنه قدرت اشخاص و جناح ها ایجاد کرده و گردش نخبگان را درون نظام سیاسی میسر می سازد.

تبلیغات انتخاباتی یکی از مهم ترین وجوه انتخابات است که ترویج و در موارد لازم، اصلاح آن گامی در راه توسعه آرمان های دموکراتیک در میان دولت ها محسوب می شود و این مهم، جزء در پناه حقوق و اصول حقوقی امکان پذیر نیست در غیر این صورت تبلیغات از مسیر مستقیم و حقوق مند خارج می شود و به بیراهه می رود. تبلیغات انتخاباتی به دلیل نقش مهمی که در فرایند انتخابات و انتخاب نظام حکومتی و حاکمان دارد، همواره بستری

مناسب برای ارتکاب اعمال بزهکارانه و تقلب های انتخاباتی و تبلیغاتی به وسیله سودجویان بوده است. نظام حقوقی ایران در راستای مقابله با این اعمال بزهکارانه در قلمرو تبلیغات انتخاباتی، اقدام به جرم انگاری و در مواردی تعیین مجازات نموده است لیکن هم در زمینه جرم انگاری و هم در زمینه واکنش کیفری با عدم هدفمندی در عملکرد، در تبلیغات انتخاباتی های مختلف و... روبرو هستیم.

در این کتاب بررسی ابعاد مختلف جرایم تبلیغات انتخاباتی با تمرکز بر فرایند جرم انگاری و پاسخ های مختلف نظام حقوقی ایران به این جرایم، انباشتگی قوانین انتخاباتی، خلافتها و کاستی های سایر قوانین مورد مطالعه قرار گرفته است. مطالب این کتاب مشتمل بر سه فصل است:

فصل اول اختصاص به کلمات و مفاهیم نظری انتخابات و تبلیغات انتخاباتی دارد.  
در فصل دوم جرایم ارتكابی بود که به تبلیغات انتخاباتی از نقطه نظر ماهیت جرایم، گستردگی مرتکبان، گستردگی دامنه جرایم مورد مطالعه قرار گرفته است.  
در فصل سوم که اختصاص به پاسخ های نظام حقوقی ایران در مورد جرایم تبلیغات انتخاباتی دارد، انواع پاسخ های کیفری، غیر کیفری، خلاء جرم انگاری، آسیب شناسی قانون تبلیغات انتخاباتی و نظارت بر فرایند تبلیغات انتخاباتی مورد بررسی قرار گرفته است.

قهرمان مختاری  
خرداد ۱۳۹۸