



دستورالعمل تبلیغات نامزدهای انتخابات ششمین دوره مجلس خبرگان رهبری



وزارت کشور

ستاد انتخابات کشور

بهمن ۱۴۰۲

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



فهرست

.....۱.....

فصل اول. مقدمه

.....۲.....

فصل دوم. تعاریف

.....۳.....

فصل سوم. تبلیغات در فضای حقیقی

.....۴.....

فصل چهارم. تبلیغات در فضای مجازی



فصل اول. مقدمه

با توجه به اصلاح قانون انتخابات مجلس خبرگان رهبری و نگاه جدی تر قانون گذار به موضوع تبلیغات نامزدها در فضای حقیقی و مجازی و به منظور ساماندهی و مدیریت تبلیغات انتخاباتی و ایجاد فضای مناسب جهت تحقق انتخابات رقابتی و نیز تضمین بهره‌مندی یکسان نامزدها از امکانات قانونی همچون صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران دستورالعمل پیش‌رو به عنوان یک سند اجرایی در امر تبلیغات نامزدهای انتخابات خبرگان رهبری در فضای حقیقی و مجازی در ستاد انتخابات کشور تهیه و تدوین گردیده است، لذا رعایت مفاد آن از سوی نامزدها و نمایندگان قانونی، احزاب و گروه‌های رسمی، رسانه‌های رسمی دارای مجوز و تشکلات و جبهه‌های سیاسی لازم الاجرا خواهد بود.

فصل دوم. تعاریف

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، خط‌مشی و برنامه نامزدها یا احزاب و گروه‌های سیاسی به مردم است تا از این طریق آنها را به رای دادن به نامزدهای مورد نظر یا جریان و گروه خاص ترغیب نمایند.
۲. فعالیت‌های انتخاباتی: به هر گونه فعالیت قانونی اطلاق می‌گردد که نامزدها، احزاب و گروه‌های سیاسی و طرفداران آنها در تبلیغات و یا امور مرتبط با انتخابات در فضای حقیقی و مجازی انجام می‌دهند.
۳. فضای مجازی: مجموعه‌ای از ارتباطات انسانی از طریق رایانه و وسایل مخابراتی همچون تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی در بستر اینترنت بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی است.
۴. تأمین مالی انتخابات: به مجموعه منابعی گفته می‌شود که جهت تأمین هزینه‌های انتخاباتی انجام و یا صرف می‌شود.
۵. درگاه نشر تبلیغات: هر نوع درگاه نشر در فضای مجازی که از طریق آن تبلیغات انتخاباتی منتشر می‌شود؛ نظیر گروه‌ها و کانال‌های شبکه‌های پیام‌رسان صوتی، متنی، تصویری و ویدئویی (و سامانه‌های ارسال پیام کوتاه SMS) و نظایر آن.
۶. محتوای تبلیغاتی و انتخاباتی: هرگونه محتوای تهیه شده برای تبلیغات یا امور مرتبط با انتخابات در قالب‌های مختلف صوت، تصویر، انیمیشن، فیلم، نظرسنجی، سخنرانی، متن و...
۷. اخبار جعلی یا خلاف واقع: هر گونه اطلاعات و اخبار منتشر شده در فضای مجازی شامل انواع آثار متنی، صوتی، تصویری یا چند رسانه‌ای که ما به ازایی در واقعیت نداشته یا شکل تحریف شده‌ای از یک واقعیت یا خلاف واقع (شبهات و شایعات) بوده و اثبات جعلی بودن آن امکان‌پذیر است.
۸. انتشار دهنده محتوا: هر فرد یا مجموعه‌ای که به گروهی از مخاطبان دسترسی دارد و از طریق رسانه‌های مختلف می‌تواند تبلیغات را در اختیار مخاطبین قرار دهد. سرویس دهندگان اشتراک‌گذاری ویدئو، دارندگان سامانه پیام کوتاه، صاحبان کانال‌ها و صفحات شبکه‌های اجتماعی پرمخاطب، درگاه‌های نشر پرمخاطب و نظایر آن، نمونه‌هایی از منتشرکنندگان محتوا هستند.
۹. منظور از قانون و آیین نامه اجرایی در جداول ذیل، قانون انتخابات مجلس خبرگان رهبری و آیین نامه اجرایی آن می‌باشد.

فصل سوم. تبلیغات در فضای حقیقی

جدول ۱. مصادیق مجاز در زمان قانونی تبلیغات انتخاباتی

ردیف	مصادیق مجاز در زمان قانونی تبلیغات انتخاباتی	مستند قانونی
۱.	مدت زمان فعالیت تبلیغات انتخاباتی در انتخابات مجلس خبرگان رهبری، (۱۵) روز می باشد که زمان آن از شانزده روز قبل از روز اخذ رأی آغاز و تا بیست و چهار ساعت قبل از اخذ رأی ادامه خواهد داشت. • (به مدت ۱۵ روز) • شروع؛ ساعت ۰۰:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۲۵؛ • پایان؛ ساعت ۰۸:۰۰ صبح روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۰.	ماده ۱۷ قانون و ۲۳ آئین نامه اجرایی آن
۲.	تشکیل ستاد تبلیغات انتخاباتی با اعلام نشانی محل ستاد و نام مسئول آن به فرمانداری یا بخشداری	ماده ۲۳ قانون
۳.	نامزدهای مجلس خبرگان رهبری که صلاحیت آنان توسط شورای نگهبان تأیید و از طرف وزارت کشور اعلام شده، هر یک حق دارند به طور مساوی از امکانات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در مرکز استان استفاده نمایند.	ماده ۲۰ قانون و ماده ۲۲ آئین نامه
۴.	استفاده از رسانه هایی که از بودجه عمومی و امکانات دولتی استفاده می کنند به شرط آنکه همه نامزدها بتوانند به صورت برابر از امکانات تبلیغی آن رسانه استفاده نمایند.	تبصره ماده ۲۰ قانون
۵.	اعلام منابع مالی و هزینه های انتخاباتی نامزدها در صورت مطالبه شورای نگهبان به آن شورا، الزامی است.	ماده ۲۱ قانون
۶.	نصب و استفاده از بلندگو صرفاً در محل ستاد تبلیغاتی نامزدها و محل سخنرانی ایشانمجاز است.	ماده ۱۸ قانون
۷.	نامزدها می توانند در محل ستاد تبلیغاتی خود، در صورت تأیید هیأت استانی بررسی تبلیغات و دیگر محل های تأیید شده توسط این هیأت، سخنرانی عمومی و تجمع قانونی داشته باشند.	ماده ۱۸ قانون
۸.	استفاده از هرگونه آثار تبلیغاتی نامزدها و طرفداران آنان اعم از کاغذی، پارچه ای، مقوایی، فلزی و یا هر جنس دیگر تا ابعاد ۷۰×۱۰۰ سانتیمتر	تبصره ۱ ماده ۲۶ آئین نامه اجرایی
۹.	استفاده از امکانات محلی که بخشداری ها / فرمانداری ها (با همکاری شهرداری ها و دهیاری	تبصره ۲ ماده ۲۶

ردیف	مصادیق مجاز در زمان قانونی تبلیغات انتخاباتی	مستند قانونی
	ها) به صورت محل های مناسب اعم از ثابت یا سیار برای الصاق یا ارائه آثار تبلیغاتی نامزدها معین نموده اند.	آئین نامه اجرایی
۱۰.	انجام فعالیت های تبلیغاتی مجریان و ناظران انتخابات برای نامزدهای انتخاباتی خارج از قلمرو جغرافیایی مسئولیت خود و همچنین فعالیت کارمندان در خارج از ساعات اداری به شرط عدم استفاده از امکانات دولتی و عناوین شغلی خود	ماده ۱۹ قانون
۱۱.	هرگونه اعلام انصراف نامزدها و انتشار آن در رسانه ها پس از تأیید هیات اجرایی شهرستان مرکز استان مجاز است.	ماده ۲۴ قانون
۱۲.	اعلام منابع مالی و هزینه های انتخاباتی نامزدها در صورت مطالبه شورای نگهبان به آن شورا، الزامی است.	ماده ۲۱ قانون

جدول ۲. مصادیق غیرمجاز در تبلیغات انتخاباتی

ردیف	مصادیق غیرمجاز در تبلیغات انتخاباتی	مستند قانونی
۱.	از زمان ثبت نام داوطلبان تا زمان آغاز رسمی تبلیغات انتخاباتی (پس اعلام تأیید صلاحیت نهایی داوطلبان توسط شورای نگهبان) هرگونه فعالیت تبلیغی توسط داوطلبان، تبلیغات غیر مجاز محسوب می گردد. فعالیت تبلیغاتی نامزدها خارج از مهلت قانونی تبلیغات. • شروع؛ ساعت ۰۰:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۲۵؛ • پایان؛ ساعت ۰۸:۰۰ صبح روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۰	ماده ۱۷ قانون
۲.	انجام هرگونه فعالیت تبلیغاتی تحت عنوان داوطلبی خارج از مهلت قانونی تبلیغات.	ماده ۲۳ آیین نامه اجرایی
۳.	تشکیل ستاد تبلیغات انتخاباتی بدون اعلام نشانی محل ستاد و نام مسئول آن به فرمانداری یا بخشداری	ماده ۲۳ قانون
۴.	راه اندازی کاروان های تبلیغاتی و بلندگوهای سیار در خارج از محیط سخنرانی از طرف نامزدهای انتخاباتی و حامیان آنان ممنوع است.	ماده ۱۸ قانون



فصل سوم

تبلیغات در فضای حقیقی

ردیف	مصادیق غیر مجاز در تبلیغات انتخاباتی	مستند قانونی
۵.	انجام امور مخل به نظم عمومی و مغایر با حقوق دیگران	ماده ۱۸ قانون
۶.	برنامه های تبلیغاتی رادیو و تلویزیونی نامزدهای انتخابات خبرگان باید قبل از پخش، ضبط شود و از نظر کمیسیون بازرسی تبلیغات بگذرد.	ماده ۲۱ آیین نامه اجرایی
۷.	ورود نیروهای مسلح، قوای سه گانه اعم از وزارتخانه ها و دستگاه های تابعه آنها، دستگاه های اطلاعاتی و امنیتی، سازمان ها، نهادها و شرکت های دولتی و نهادهای عمومی در دسته بندی های سیاسی و جناحی انتخاباتی.	ماده ۱۰ قانون
۸.	درج آگهی یا مطلبی خلاف واقع علیه نامزدهای انتخاباتی دال بر انصراف گروه یا اشخاص معینی از آنان توسط رسانه ها و جراید (اعم از حقیقی و مجازی)	ماده ۲۴ قانون
۹.	استفاده از امکانات صدا و سیما بیش از آنچه توسط هیأت استانی بررسی تبلیغات تعیین شده است. صدا و سیما نیز نباید از هنگام انتشار پذیرش نامزدی تا تعیین نتیجه برنامه های دیگر آنها را پخش کند.	ماده ۲۴ آیین نامه اجرایی
۱۰.	استفاده از وسائل، کارکنان و سایر امکانات دولتی و مؤسسات و شرکت های وابسته به دولت، نهادهای انقلاب اسلامی، جایگاه های خطابه نماز جمعه، کلیه دانشگاه ها و شهرداری ها و کلیه دستگاه هایی که از بودجه عمومی کشور به هر مقدار استفاده می نمایند.	۲۵ آیین نامه نامه اجرایی
۱۱.	استفاده از رسانه هایی که از بودجه عمومی و امکانات دولتی استفاده می کنند، مگر اینکه همه داوطلبان به صورت برابر استفاده نمایند.	تبصره ماده ۲۰ قانون
۱۲.	روسای قوای مجریه، قضائیه و مقننه و معاونان و مشاوران آنها، اعضای شورای نگهبان، ائمه جمعه دائمی و موقت، وزراء و معاونان و مشاوران آنها، کارکنان نیروهای مسلح، رئیس و اعضای هیأت های نظارت، هیأت های اجرایی و ستاد انتخابات در کلیه سطوح، استانداران، سفراء، فرمانداران، بخشداران، شهرداران و معاونان و مشاوران آنها و بازرسان و سایر دست اندرکاران امور اجرایی و نظارتی انتخابات، موظفند در طول مدت مسئولیت در فرآیند انتخابات، در ساعات و محیط اداری و غیراداری بی طرفی کامل را حفظ نمایند و نمی توانند به نفع یا ضرر نامزدها و احزاب و گروههای سیاسی در انتخابات و مواضع آنها اقدام یا تبلیغ کنند.	ماده ۱۹ قانون
۱۳.	الصاق اعلامیه، پوستر و هرگونه آگهی تبلیغاتی روی علائم راهنمایی، تابلوی بیمارستان ها	ماده ۲۶ آیین نامه

ردیف	مصادیق غیر مجاز در تبلیغات انتخاباتی	مستند قانونی
	و تابلوی مدارس و سایر مؤسسات آموزشی و سازمان‌های عمومی و ادارات دولتی و سازمان‌های وابسته به دولت و اتومبیل‌های دولتی و اتوبوس‌های شرکت واحد اتوبوسرانی در سراسر کشور.	اجرایی
۱۴.	دادن وعده‌های خارج از اختیارات قانونی نمایندگان	ماده ۲۷ قانون
۱۵.	هرگونه تخریب، توهین، هتک حرمت و حیثیت اشخاص حقیقی و حقوقی در فضای حقیقی یا مجازی توسط نامزد یا هواداران ایشان	ماده ۲۷ قانون
۱۶.	دیوار نویسی؛	ماده ۲۷ قانون
۱۷.	تخریب یا پاره کردن عکس و دیگر آثار تبلیغاتی نامزدها در مهلت قانونی تبلیغاتی که در محل‌های مجاز، الصاق شده و یا قرار گرفته باشد؛	ماده ۲۷ قانون
۱۸.	نصب یا توزیع محتوا و آثار تبلیغات انتخاباتی تهیه شده بدون رعایت مفاد قانون انتخابات مجلس خبرگان رهبری، آیین نامه آن و قوانین موضوعه مرتبط در فضای حقیقی و مجازی	ماده ۲۷ قانون
۱۹.	استفاده از آثار تبلیغاتی متضمن موارد مغایر عفت عمومی و یا موازین شرع در فضای حقیقی و مجازی	ماده ۲۷ قانون
۲۰.	اخلال و برهم زدن اجتماعات و سخنرانی‌های قانونی و تعرض به ستادهای انتخاباتی نامزدها؛	ماده ۲۷ قانون
۲۱.	استفاده از کاروان‌های تبلیغاتی؛	ماده ۲۷ قانون
۲۲.	اقدام مغایر امنیت ملی نظیر تفرقه قومی و مذهبی در فضای حقیقی و مجازی	ماده ۲۷ قانون
۲۳.	استفاده از هرگونه آثار تبلیغاتی نامزدها و طرفداران آنان اعم از کاغذی، پارچه‌ای، مقوایی، فلزی و یا هر جنس دیگر با ابعاد بیشتر از ۷۰×۱۰۰ سانتیمتر ممنوع است. (مجلس خبرگان رهبری)	تبصره ۱ ماده ۲۶ آیین نامه اجرایی
۲۴.	چاپ آگهی یا مطالبی علیه نامزدهای انتخاباتی در مطبوعات و نشریات	ماده ۲۷ قانون

جدول ۳. تبلیغات عمومی با استفاده از امکانات دستگاه‌های اجرایی، صدا و سیما، شهرداری‌ها و دهیاری‌ها

ردیف	مصادیق تبلیغات عمومی	مستند قانونی
۱.	بمنظور تضمین برخورداری یکسان نامزدهای خبرگان از امکانات دولتی و بازرسی و کنترل نحوه تبلیغات نامزدها، در هر استان هیأتی به نام هیأت استانی بررسی تبلیغات انتخابات خبرگان در محل استانداری و بنا به دعوت استاندار تشکیل می‌گردد.	ماده ۲۲ آیین نامه
۲.	نامزدهای انتخاباتی خبرگان که صلاحیت آنان توسط شورای نگهبان تأیید و از طرف وزارت کشور اعلام شده، هر یک حق دارند به طور مساوی از امکانات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در مرکز استان استفاده نمایند.	ماده ۲۲ آئین نامه
۳.	برنامه های تبلیغاتی رادیو تلویزیون نامزدهای انتخابات خبرگان باید قبل از پخش، ضبط شود و از نظر کمیسیون بازرسی تبلیغات بگذرد.	ماده ۲۱ آیین نامه
۴.	نامزدهای خبرگان، با هر سمتی که داشته باشند نباید بیش از آنچه توسط هیأت استانی بررسی تبلیغات تعیین شده، از صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران استفاده نمایند. صدا و سیما نیز نباید از هنگام انتشار پذیرش نامزدی تا اعلام نتایج برنامه های دیگر آنها را پخش کند.	ماده ۲۴ آیین نامه
۵.	گزارش تخلف و نقض ضوابط تبلیغات در فضای حقیقی و مجازی در جلسه مشترک هیأت های اجرایی و نظارت، بررسی و ضمن تذکر به مرتکبان، نسخه ای از گزارش مذکور به مراجع صالح قضایی و همچنین هیأت مرکزی نظارت ارسال می‌شود.	تبصره ۲ ماده ۲۷ قانون

فصل چهارم. تبلیغات در فضای مجازی

جدول ۴. تبلیغات در فضای مجازی

ردیف	تبلیغات در فضای مجازی	مستند قانونی
۱.	تبلیغات انتخابات از سوی داوطلبان، هواداران، احزاب و تشکلهای در فضای مجازی محدود به مواعید مقرر در قوانین و مقررات انتخابات است و هرگونه فعالیت تبلیغاتی انتخابات توسط داوطلبین خارج از موعد قانونی در فضای مجازی ممنوع است.	ماده ۱۷ قانون
۲.	نامزدها و طرفداران آنها، احزاب و تشکلهای حامی آنها به هیچ وجه مجاز به تبلیغات علیه نامزدهای دیگر در فضای مجازی نبوده و تنها میتوانند شایستگیهای خود و یا نامزد موردنظرشان را مطرح نمایند.	ماده ۲۷ قانون
۳.	مبادرت به انتشار هرگونه محتوا علیه هر یک از رقبای انتخاباتی نمایند یا برخلاف واقع، خبر یا گزارشی را دال بر انصراف یک یا چند نامزد، یا موارد دیگری که در روند انتخابات خللی ایجاد کند منتشر نمایند.	مواد ۲۴ و ۲۷ قانون
۴.	طبق قانون جرایم رایانه‌ای هرگونه دسترسی غیرمجاز، ایجاد اختلال و تغییر غیرمجاز محتوای درگاه‌های نشر تبلیغات متعلق به نامزدهای انتخاباتی جرم محسوب شده و در صورت تغییر غیرمجاز در محتوای هر یک از درگاه‌های نشر تبلیغات نامزد، وی مکلف است بلافاصله موضوع را به هیأت اجرایی مرکز حوزه انتخابیه، هیأت استانی بررسی تبلیغات و هیأت نظارت استان مربوطه به صورت مکتوب اعلام نماید و هیأت‌های مذکور پس از احراز ضمن گزارش موضوع به دستگاه قضائی وفق قوانین و مقررات جرایم رایانه‌ای، مراتب را از طریق رسانه‌ها به عموم مردم اطلاع رسانی می‌کنند.	به استناد قانون جرایم رایانه‌ای و مصوبه بیست و هفتمین جلسه شورای عالی فضای مجازی
۵.	ارتکاب موارد ذیل در فعالیت های تبلیغاتی انتخابات توسط نامزدها، احزاب، گروهها و اشخاص حقیقی و حقوقی، در فضای مجازی جرم است : ۱. دادن وعده های خارج از اختیارات قانونی نمایندگان ۲. هرگونه تخریب، توهین، هتک حرمت و حیثیت اشخاص حقیقی و حقوقی ۳. تولید محتوا و آثار تبلیغات انتخاباتی بدون رعایت مفاد قانون انتخابات مجلس خبرگان رهبری، آیین نامه آن و قوانین موضوعه مرتبط در فضای حقیقی و مجازی ۴. استفاده از آثار تبلیغاتی متضمن موارد مغایر عفت عمومی و یا موازین شرع	ماده ۲۷ قانون



ردیف	تبلیغات در فضای مجازی	مستند قانونی
	۵. اقدام مغایر امنیت ملی نظیر تفرقه قومی و مذهبی	

