



دستورالعمل فعالیت‌های تبلیغاتی انتخابات در فضای مجازی

لازمه حضور فعال و تاثیرگذار در فضای مجازی، تمرکز در تصمیم‌گیری، جدیت در اجرا بدون از دست دادن زمان، هماهنگی میان دستگاه‌ها و پرهیز از موازی‌کاری و تعارض است.

“مقام معظم رهبری”

در راستای اجرای منویات مقام معظم رهبری در خصوص حضور فعال و تاثیرگذار در فضای مجازی، تمرکز در تصمیم‌گیری، ایجاد هماهنگی بین دستگاه‌ها، جلوگیری از موازی‌کاری و در چارچوب مصوبه بیست و هفتمین جلسه شورای عالی فضای مجازی به شماره ۲۷/۲۱۶۱/م مورخ ۱۳۹۴/۱۱/۲۴، قوانین و مقررات انتخابات، قانون مجازات اسلامی، قانون جرایم رایانه‌ای و به منظور بهره‌گیری بیشتر از فرصت‌های فضای مجازی به ویژه ایجاد شور انتخاباتی، افزایش مشارکت مردمی و مقابله با تخریب و شائبه افکنی علیه نامزدها، ضابطه‌مند نمودن تبلیغات در فضای مجازی و به استناد اختیارات وزیر کشور و تأیید ستاد انتخابات کشور، دستورالعمل «تبلیغات انتخابات در فضای مجازی» مشتمل بر ۲۰ ماده و ۸ تبصره به شرح ذیل جهت اجرا ابلاغ می‌گردد؛

ماده ۱- تعاریف:

- ۱-۱- **درگاه نشر:** هر نوع موجودیت فضای مجازی اعم از کانال، صفحه، تارنمای اینترنتی، وب‌سایت، پیام‌رسان اجتماعی، برنامه و بات یا ربات که در دسترس عموم بوده و در آن اطلاعات، اخبار و محتوای خبری منتشر یا بازنشر می‌شود و بیش از پنج‌هزار مخاطب دارد.
- ۱-۲- **سکوی نشر:** هر سامانه و زیرساختی که قابلیت ایجاد و مدیریت فنی و مقرراتی درگاه‌های نشر را دارد.
- ۱-۳- **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.
- ۱-۴- **محتوای تبلیغاتی و انتخاباتی:** هر گونه محتوای تهیه شده برای تبلیغات یا امور مرتبط با انتخابات در قالب‌های مختلف صوت، تصویر، انیمیشن، فیلم، نظرسنجی، سخنرانی، متن و



دستورالعمل فعالیتهای تبلیغاتی انتخابات در فضای مجازی

۱-۵- اخبار جعلی یا خلاف واقع: هر گونه اطلاعات و اخبار منتشر شده در فضای مجازی شامل انواع صور متنی، صوتی، تصویری یا چند رسانه ای که مابه ازایی در واقعیت نداشته یا شکل تحریف شده ای از یک واقعیت یا خلاف واقع بوده و اثبات جعلی بودن آن امکان پذیر است.

۱-۶- انتشاردهنده محتوا: هر فرد یا مجموعه ای که به گروهی از مخاطبان دسترسی دارد و از طریق رسانه های مختلف می تواند تبلیغات را در اختیار مخاطبین قرار دهد. سرویس دهندگان اشتراک گذاری ویدئو، دارندگان پنل پیام کوتاه، صاحبان کانال ها و صفحات شبکه های اجتماعی پر مخاطب، درگاه های نشر پرمخاطب و نظایر آن، نمونه هایی از منتشرکنندگان محتوا هستند.

۱-۷- بات های اجتماعی: یک حساب کاربری است که به صورت تمام یا نیمه خودکار در شبکه های اجتماعی فعالیت میکند و غالباً وظیفه تاثیر گذاری بر روی مباحث و یا نظرات خوانندگان را بر عهده دارد.

۱-۸- ترول: انسان هایی هستند که دستور کار مشخصی را در شبکه های اجتماعی دنبال میکنند. همانند بات ها، آنها نماینگر دستکاری در گفتمان به شمار می روند.

۱-۹- سامانه انتخاب ایران: بستری است ارتباطی میان مردم، دست اندرکاران انتخابات، نامزدها و انتشار دهندگان، برای ساماندهی تبلیغات در فضای مجازی و آگاهی از فعالیتهای تبلیغاتی در این فضا که بر اساس مصوبه ستاد ملی مدیریت کرونا توسط وزارت کشور و با هماهنگی وزارت ارتباطات و فن آوری اطلاعات ایجاد می شود.

ماده ۲ - کلیه نامزدهای انتخابات موظف هستند برای انجام تبلیغات در فضای مجازی نسبت به معرفی مشخصات دقیق ستاد تبلیغات مجازی خود و اعلام مشخصات مسئولین این ستاد به وزارت کشور اقدام نمایند همچنین داوطلبین (ریاست جمهوری) میبایست نسبت به انتخاب یک درگاه داخلی به عنوان درگاه مرجع تبلیغات و اطلاع رسانی اقدام و اطلاعات این درگاه را در سامانه انتخاب ایران وارد نمایند.

تبصره: به منظور جلوگیری از ارسال پیامک های ناشناس، داوطلبین (ریاست جمهوری) میبایست برای استفاده از بستر سامانه های پیام کوتاه نسبت به اختصاص mask برای سرشماره تبلیغاتی خود اقدام نمایند.



دستورالعمل فعالیت‌های تبلیغاتی انتخابات در فضای مجازی

ماده ۳ - تبلیغات انتخابات در فضای مجازی محدود به مواعد مقرر در قوانین و مقررات انتخابات است و هرگونه فعالیت تبلیغاتی انتخابات توسط داوطلبین خارج از موعد قانونی در فضای مجازی ممنوع است.

تبصره ۱ - زمانبندی انجام تبلیغات برای انتخابات به شرح ذیل میباشد:

۱ - انتخابات ریاست جمهوری از زمان اعلام رسمی اسامی نامزدها توسط وزارت کشور تا ۲۴ ساعت قبل از شروع اخذ رای خواهد بود.

۲ - انتخابات مجلس شورای اسلامی ۸ روز قبل از روز اخذ رای (مرحله اول و دوم) آغاز و تا ۲۴ ساعت قبل از روز اخذ رای خواهد بود.

۳ - انتخابات شوراهای اسلامی شهر و روستا از ۸ روز قبل از روز اخذ رای تا ۲۴ ساعت قبل از اخذ رای خواهد بود.

۴ - انتخابات خبرگان رهبری پس از انتشار رسمی اسامی نامزدها از ۱۵ روز مانده به روز اخذ رای تا ۲۴ ساعت قبل از شروع اخذ رای خواهد بود.

تبصره ۲ - بارگذاری اطلاعات در سامانه **انتخاب ایران** توسط وزارت کشور و وزارت ارتباطات و فن آوری اطلاعات، در راستای اطلاع رسانی به مردم و نامزدها، مشمول محدودیت اعلام شده در این ماده نخواهد بود.

ماده ۴ - نامزدها و طرفداران آنها به هیچ وجه مجاز به تبلیغ علیه نامزدهای دیگر در فضای مجازی نبوده و تنها می توانند شایستگی های خود یا داوطلب مورد نظرشان را مطرح نمایند.

ماده ۵ - نشر محتوای مجرمانه، نظیر هرگونه توهین، تهمت، افتراء، انتشار اسرار (از جمله از سوی نامزدها و طرفداران آنها) مطابق قانون مجازات اسلامی و قانون جرایم رایانه‌ای در فضای مجازی ممنوع بوده و با متخلفین طبق قوانین و مقررات برخورد خواهد شد.

ماده ۶ - تولید، انتشار و بازنشر هرگونه محتوا یا اخبار جعلی یا خلاف واقع، توسط هر یک از نامزدها و یا ستادهای ایشان در هر یک از درگاه های نشر داخلی یا خارجی، ممنوع است.



دستورالعمل فعالیت‌های تبلیغاتی انتخابات در فضای مجازی

ماده ۷ - کلیه مسئولیت‌های حقوقی و کیفری مترتب بر محتوای ارایه شده توسط نامزدهای انتخاباتی و یا انتشار دهندگان، مطابق قوانین جاری کشور از جمله قانون جرایم رایانه‌ای و قانون مطبوعات با نامزد منتشر کننده محتوا و مسئول درگاه نشر خواهد بود.

ماده ۸ - نامزدهای انتخاباتی و ستادهای انتخاباتی آنان موظف هستند همه‌ی پیوندهای (لینک‌های) صفحات تبلیغاتی خود در فضای مجازی را در سامانه انتخاب ایران درج نمایند.

تبصره ۱- نامزدها و ستادهای آنان، باید از درگاه‌هایی که در سامانه مذکور ثبت کرده‌اند، بهره‌برداری کنند.

تبصره ۲- تبلیغات انتخاباتی نامزدها از طریق رسانه‌های معاند و ضد انقلاب و همچنین باز نشر تبلیغات توسط سایر رسانه‌ها ممنوع است.

تبصره ۳: ثبت پیوندها (لینک) صرفاً به صفحات مجاز و غیرفیلتر در این سامانه مجاز خواهد بود و مسئولیت رعایت این موضوع به عهده کاربر سامانه خواهد بود.

ماده ۹ - چنانچه داوطلبان مبادرت به انتشار هرگونه محتوا علیه هر یک از نامزدهای انتخاباتی نمایند یا بر خلاف واقع، خبر یا گزارشی را دال بر انصراف یک یا چند نامزد، یا موارد دیگری که در روند انتخابات ایجاد اختلال می‌کند، منتشر نمایند. در صورتی که اینگونه مطالب در هریک از رسانه‌های الکترونیک یا هر یک از بخش‌های شبکه‌های مجازی انتشار یابد، هر یک از نامزدها یا ستاد انتخابات آنان می‌تواند، تکذیبیه یا توضیحات خود را برای انتشار دهنده ارسال و انتشار دهنده موظف است با هزینه خود نسبت به انتشار پاسخ یا توضیحات ارائه شده اقدام نماید. مفاد این ماده نافی حق طرح شکایت در مراجع قضایی نمی‌باشد.

ماده ۱۰ - انتشار دهندگان نمی‌توانند، هرگونه محتوا، خبر یا گزارشی را که در امر و روند انتخابات ایجاد اختلال می‌کند، منتشر نمایند. در صورتی که اینگونه مطالب در هریک از رسانه‌های الکترونیک یا هر یک از بخش‌های شبکه‌های مجازی انتشار یابد، با اعلام ستاد انتخابات، انتشار دهنده موظف است نسبت به حذف آنی مطالب مورد اعتراض اقدام کند. همچنین در صورت ارسال تکذیبیه یا هرگونه توضیحات در این زمینه



دستورالعمل فعالیت‌های تبلیغاتی انتخابات در فضای مجازی

از سوی ستاد انتخابات، انتشار دهنده موظف است علاوه بر حذف مطالب منتشره، با هزینه خود نسبت به انتشار پاسخ یا توضیحات ارائه شده اقدام نماید. مفاد این ماده نافی حق طرح شکایت در مراجع قضایی نمی باشد.

ماده ۱۱ - طبق قانون جرایم رایانه ای هرگونه دسترسی غیرمجاز، ایجاد اختلال و تغییر غیر مجاز محتوای درگاه های نشر تبلیغات متعلق به نامزدهای انتخاباتی جرم محسوب شده و در صورت تغییر غیرمجاز در محتوای هر یک از درگاه های نشر تبلیغات یک نامزد، وی مکلف است بلافاصله موضوع را به هیات اجرایی و هیات نظارت شهرستان مربوطه به صورت مکتوب اعلام نماید و هیأت‌های مذکور پس از احراز ضمن گزارش موضوع به دستگاه قضائی وفق قوانین و مقررات، مراتب را از طریق رسانه‌ها به عموم مردم اطلاع رسانی می کنند.

ماده ۱۲ - تبلیغ له یا علیه نامزدهای انتخاباتی با استفاده از امکانات فضای مجازی متعلق به وزارتخانه ها و ادارات، شرکتهای دولتی و موسسات وابسته به دولت و شهرداریها و شرکتها و سازمانهای وابسته به آنها و نیروهای مسلح و کلیه نهادها، پایگاهها و موسساتی که از بودجه عمومی (به هر مقدار) استفاده می کنند یا دارایی یا بخشی از دارایی آنان از اموال عمومی است و همچنین در اختیار گذاشتن این فضاها و همچنین فعالیت کارکنان اداری این مراکز در ساعات اداری برای انجام تبلیغات انتخاباتی ممنوع بوده و مطابق قانون جرم محسوب می شود.

تبصره ۱- ممنوعیت فوق شامل برخورداری یکسان نامزدهای انتخابات از امکانات مزبور در چارچوب دستورالعمل کمیسیون بررسی تبلیغات انتخابات نمی باشد.

تبصره ۲- دستگاه‌های یادشده در متن این ماده حق تبلیغ برای نامزدهای انتخاباتی در فضاهای مجازی متعلق به خود را حتی به صورت درج آگهی ندارند.

ماده ۱۳ - هر گونه فعالیت تبلیغاتی نامزدهای انتخابات به صورت ناشناس و گمنام، ممنوع است.

ماده ۱۴ - استفاده از باتها و ترولها در تبلیغات انتخابات ممنوع است.



دستورالعمل فعالیتهای تبلیغاتی انتخابات در فضای مجازی

ماده ۱۵ - ارتکاب موارد ذیل در فضای مجازی جرم محسوب و مستوجب مجازاتهای مقرر در قوانین است:

۱. خرید و فروش رای و یا معاونت در آن
۲. تطمیع و یا تهدید در امر انتخابات
۳. ایجاد اخلال در امر انتخابات از طریق فضای مجازی از جمله از طریق نظرسازی و نظرسنجی کذب، تشکیک در نتایج نهائی رسمی و قانونی انتخابات، رأی گیری غیرمجاز برخط و ...
۴. انتشار اعلام نظر مقامات و اشخاص موضوع ماده (۶۰) قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی به نفع یا ضرر نامزدها و جریانات سیاسی در انتخابات
۵. انتشار نظر شورای نگهبان در خصوص اسامی نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری پیش از اعلام رسمی از سوی وزارت کشور (موضوع ماده ۶۰ قانون انتخابات ریاست جمهوری)
۶. فریب و اغوای مردم از طریق سوء استفاده از اعلام نظر یا عکس شخصیتها و مقامات دولتی مذکور در ماده ۲۹ قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی
۷. ایجاد اخلال در برنامه‌ها، سخنرانیها و اجتماعات افراد در فضای مجازی
۸. اخلال در وحدت ملی و ایجاد اختلاف مابین اقشار جامعه به ویژه از طریق طرح مسائل نژادی و قومی در جریان انتخابات
۹. تحریص یا تشویق افراد و گروه ها به ارتکاب اعمالی علیه امنیت یا حیثیت انتخابات
۱۰. تحریک افراد به اخلال در امر انتخابات
۱۱. استفاده از هرگونه محتوای دیجیتال تبلیغاتی موسوم به تبلیغات تاریک با هدف مخاطب قرار دادن انواع رأی دهندگان به قصد اغوا با پیام های متناقض
۱۲. ایجاد رعب و وحشت برای رأی دهندگان در فضای مجازی
۱۳. دخالت در امر انتخابات به نحو غیرقانونی
۱۴. جعل رایانه‌ای، تخریب و اخلال در داده‌های انتخاباتی و تبلیغاتی و سامانه‌های مرتبط



دستورالعمل فعالیت‌های تبلیغاتی انتخابات در فضای مجازی

ماده ۱۶ - جرایم و تخلفات تنها به انواع مذکور در این دستورالعمل منحصر و محدود نبوده و سایر جرایم و تخلفات به موجب قوانین و مقررات دیگر از جمله قوانین انتخاباتی، قانون مجازات اسلامی و قانون جرایم رایانه‌ای همچنان مجرا و مستند آرای دادگاه‌ها و مراجع ذی‌ربط خواهد بود.

ماده ۱۷ - ستاد انتخابات کشور یا ستاد انتخابات استانها و هیاتهای نظارت موظفند وفق قوانین و مقررات، در مواردی که تخلفی صورت گرفته باشد مراتب را به مقامات قضایی اعلام نمایند.

ماده ۱۸ - مسئولیت حُسن اجرای این دستورالعمل بر عهده ستاد انتخابات کشور است که تخلفات و جرایم تبلیغاتی انتخابات در فضای مجازی (بر طبق مواد این دستورالعمل) را جهت رسیدگی فوق العاده و خارج از نوبت، طبق قانون انتخابات، حسب مورد به هیاتهای اجرایی و مراجع قضایی ذیصلاح اعلام می نماید. بدین منظور، کمیته ای با مسئولیت ستاد انتخابات کشور و متشکل از نمایندگان تام الاختیار وزارتخانه‌های کشور، اطلاعات، فرهنگ و ارشاد اسلامی، ارتباطات و فن آوری اطلاعات، دادستانی کل، مرکز ملی فضای مجازی، نیروی انتظامی و هیأت مرکزی نظارت بر انتخابات مطابق این دستورالعمل بر تبلیغات نامزدهای انتخابات در فضای مجازی نظارت نموده و پس از رسیدگی به گزارشات رسمی و مردمی از وقوع تخلف انتخاباتی، مراتب را به ستاد انتخابات کشور اعلام و ستاد مطابق ضوابط قانونی اقدام خواهد کرد. در استانها نیز کمیته های استانی با اعضای متناظر کمیته فوق با مسئولیت ستاد انتخابات استان تشکیل که پس از رسیدگی به گزارشات مردمی از وقوع تخلف انتخاباتی در آن استان، نتیجه را به کمیته فوق در ستاد ارسال می نمایند.

ماده ۱۹ - کلیه دست اندرکاران برگزاری انتخابات، نامزدها و طرفداران آنها، احزاب و گروه های رسمی، رسانه های رسمی دارای مجوز و همچنین کلیه دستگاهها، نهادها و موسسات، مکلف به رعایت این دستورالعمل می باشند. تخلف از اجرای این دستورالعمل، برابر قوانین و مقررات مربوط به انتخابات، قابل پیگرد اداری و قضائی می باشد.

ماده ۲۰ - احزاب و گروه های رسمی، رسانه های رسمی دارای مجوز، تشکلهای و جبهه های سیاسی در صورت انجام فعالیت تبلیغی انتخاباتی در فضای مجازی مکلف به رعایت قوانین و مقررات مربوطه در این خصوص از جمله مفاد این دستورالعمل می باشند.