

Explanation of media rights governing presidential election debates in national media

Ali Taghinezhad*¹
Meysam Farokhi²

Abstract

Electoral debates have been held in five presidential elections since 2009, and candidates have been able to use this important tool of electoral propaganda to present a glimpse of their personalities, proposals, plans, and criticism of the opinions expressed by other candidates in the context provided by the Iranian Broadcasting Organization. Considering the subject of the article, the question is based on “What are the media rights governing electoral debates in the national media?” Here, an attempt has been made to analyze the existing propositions using a descriptive-analytical method. The purpose of raising this issue is to consider the basic issues for the appropriate and desirable quality of electoral debates from the perspective of media rights. Based on the results of the research, the three areas of candidates, voters, and the organizing organization (Radio and Television) are considered important, influential, and active elements of the presidential election. In addition to enumerating and enumerating their rights, including freedom of speech, presenting authentic documents to the nation by candidates, and the right to easy access to useful information about the debates for voters, the organizing organization is responsible for duties such as not deleting or interrupting the audio and video during the live broadcast of the debates, which are mentioned in this article.

Keywords: Media rights, election debates, presidency, candidates, audiences, national media.

1- PhD student in public law at Islamic Azad University of Qom, Qom, Iran

shahed1368@gmail.com

2- Associate Professor, Department of Communication and Cultural Studies, Faculty of Refah, Tehran, Iran

farokhi@refah.ac.ir

اصول و ضوابط حاکم بر مناظره‌های انتخاباتی ریاست

جمهوری در صداوسیما

نوع مقاله: پژوهشی

علی تقی‌نژاد^{۱*}

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۲

میثم فرخی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۱/۱۷

چکیده

مناظره‌های انتخاباتی از سال ۱۳۸۸ تاکنون طی ۵ انتخابات ریاست جمهوری برگزار شده و نامزدها با توسل به این ابزار مهم تبلیغات انتخاباتی توانستند نمای اجمالی از شخصیت خود، پیشنهادها، طرح‌ها و انتقاد آنها نسبت به نظرهای مطرح‌شده سایر نامزدها در بستر فراهم‌شده صداوسیما را به نمایش گذارند. با توجه به موضوع مقاله، سؤال مبتنی بر این است که «اصول و ضوابط حاکم بر مناظره‌های انتخاباتی ریاست جمهوری در صداوسیما چیست؟». در اینجا سعی شده است با روش توصیفی-تحلیلی، به تحلیل گزاره‌های موجود، پرداخته شود. هدف از طرح این مسئله، این است که موارد اساسی جهت کیفیت شایسته و مطلوب مناظره انتخاباتی از دیدگاه حقوق رسانه، مدنظر قرار بگیرد. بر اساس نتایج حاصل از تحقیقات، سه حیطه نامزدها، رأی‌دهندگان و سازمان صداوسیما از ارکان مهم، اثرگذار و فعال انتخابات ریاست جمهوری تلقی می‌شوند که از جمله حقوق نامزدها این است که هر کدام از آنها حق دارند با بهره‌بردن از آزادی بیان، در مناظرات انتخاباتی شرکت نموده و به بیان مطالب، پیشنهادها و یا نقد سایر نظرها بپردازند و مانعی برای اظهارنظر وجود ندارد؛ الا اینکه محدوده آزادی بیان را نقض کرده و یا سخنی برخلاف شرع گفته شود. یکی از حقوق رأی‌دهندگان، حق دسترسی آسان به اطلاعات مفید مناظرات است؛ بدین‌منظور که آنها حق دارند به‌صورت شفاف و بدون هرگونه حذف و اضافه‌ای، به برنامه‌ها، اظهارنظرها، نقدها و پیشنهادها نامزدها، دسترسی داشته باشند. همچنین تکالیف متعددی مانند عدم حذف و یا تقطیع صوت و تصویر در حین پخش مستقیم مناظره‌ها بر عهده سازمان صداوسیما گذاشته شده است؛ بدین‌معنا که سازمان مذکور، بدون وجود دستور یا بخشنامه یا هر امر قانونی دیگر، مجاز به حذف یا تقطیع صوت و تصویر نخواهد بود.

واژگان کلیدی

حقوق رسانه‌ای، مناظرات انتخاباتی، ریاست جمهوری، نامزدها، مخاطبان، رسانه ملی.

shahed1368@gmail.com

۱. دانشجوی دکتری حقوق عمومی دانشگاه آزاد اسلامی قم، قم، ایران

farokhi@refah.ac.ir

۲. دانشیار گروه ارتباطات و مطالعات فرهنگی دانشکده رفاه تهران، تهران، ایران

مقدمه

بدون شک یکی از ابزارهای مهم تبلیغات انتخاباتی و معرفی نامزدها در عرصه‌های مختلف مدیریتی و اجرایی کشور، برگزاری جلسات متعدد مناظرات انتخاباتی است که از منظر حضرت امام خامنه‌ای حفظه‌الله، «ابتکار مهمی بود؛ ابتکار جالبی بود؛ خیلی صریح بود، خیلی شفاف بود، خیلی جدی بود».^۳ به جهت اهمیت این موضوع، وزارت کشور، شورای نگهبان و سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران موظفند تمامی شرایط و ضوابط برگزاری مناظرات مطلوب و سالم را فراهم سازند تا «انتخاب اصلح» برای رأی‌دهندگان میسر گردد. به همین منظور، ذیل بند (۸) سیاست‌های کلی انتخابات مقرر شده است: «تعیین قواعد و ضوابط رقابت سیاسی سالم به‌منظور افزایش مشارکت و حضور آگاهانه و با نشاط مردم و کمک به انتخاب اصلح»؛^۴ در اینجا، به سه هدف بسیار مهم اشاره شده است که دغدغه صریح حضرت آیت‌الله خامنه‌ای حفظه‌الله هم هست. ایشان در سال ۱۴۰۰ فرمودند: «در رجه اول، مشارکت بالا است، بعد انتخاب مطلوب و انتخاب خوب است تا دولتی تشکیل بشود که دارای کفایت باشد، مدیریت لازم را داشته باشد، بالیمان باشد، مردمی باشد، لبریز از امید باشد».^۵ به همین منظور، برگزاری مناظرات انتخاباتی به‌معنای ایجاد فرصت برابر جهت استفاده از ظرفیت به‌وجودآمده برای نامزدها و نیز عدم تبعیض در معرفی هر کدام از نامزدها، اهمیت مضاعفی پیدا خواهد کرد. ناگفته نماند که مناظرات، انواعی دارد: ۱) مناظره در برابر «نامزدها» که به شیوه مرسوم صورت می‌گیرد. ۲) مناظره به شیوه «میزگرد تخصصی» که در چهاردهمین دوره از انتخابات ریاست جمهوری، در مقابل «کارشناسان برنامه» انجام گردید؛ البته در این نوع شیوه، چون یک نامزد فرصت پاسخ به پرسش‌های کارشناسان دارد و صرفاً به نظریه‌ها و برنامه‌های خود در وقت مقرر می‌پردازد، مسلماً حالت مناظره جدی نخواهد داشت. به دلیل اهمیت برگزاری مناظرات و جنبه آگاهی‌بخشی آن برای رأی‌دهندگان، توجه عمومی گسترده‌ای را جلب می‌کند؛ مثلاً در

۳. خطبه‌های نماز جمعه تهران؛ ۱۳۸۸/۳/۲۹

۴. بند (۸) سیاست‌های کلی «انتخابات» ابلاغی مورخ ۱۳۹۵/۷/۲۴ توسط مقام معظم رهبری حفظه‌الله.

۵. بیانات در ارتباط تصویری با نمایندگان تشکل‌های دانشجویی؛ ۱۴۰۰/۲/۲۱

چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری ایران، بنا به گزارش نظرسنجی‌های مرکز تحقیقات صداوسیما، بیش از ۳۵ میلیون نفر از هموطنان، بیننده دو مناظره مرحله دوم انتخابات بودند (پایگاه اطلاع‌رسانی مشرق، ۱۴۰۳) و در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۲۰ میلادی، به ترتیب ۸۴/۴ و ۷۳/۱ میلیون رأی‌دهنده تنها از طریق تلویزیون، مناظره‌های انتخاباتی را تماشا کردند (McCarthy, 2020, P.1). در این مقاله سعی شده است با توجه به برگزاری چندین دوره از مناظره‌های انتخاباتی ریاست جمهوری که بدون تردید، یکی از مؤثرترین انتخابات کشور محسوب می‌شود، ضمن نوشتار مختصری راجع به مفاهیم و کلیات مناظرات انتخاباتی و مبارزات انتخاباتی و نیز قوانین و مقررات حاکم بر سازمان صداوسیما، به برخی از موارد مهم و اساسی حقوق نامزدهای انتخابات، حقوق رأی‌دهندگان و همچنین تکالیفی که برعهده صداوسیما است و به نظر می‌رسد باید مورد توجه تصمیم‌گیران نظام قرار بگیرد، پرداخته شود. برای ورود به مسئله و در پاسخ به سؤال پژوهش مبنی بر اینکه «اصول و ضوابط حاکم بر مناظره‌های انتخاباتی ریاست جمهوری در صداوسیما چیست؟» لازم و ضروری است قبل از شناخت بیشتر و بهتر از ماهیت و اهمیت جایگاه مناظره‌ها در نظام حقوقی جمهوری اسلامی ایران، به تاریخچه آن در ایران اسلامی رجوع شود، سپس به مهمترین مباحث حقوق رسانه‌ای حاکم بر مناظرات انتخاباتی، از جمله حقوق نامزدها، حقوق رأی‌دهندگان و همچنین اهم تکالیف صداوسیما اشاره و مباحث آن تبیین گردد.

۱. سابقه تاریخی مناظره‌های انتخاباتی در ایران اسلامی

یکی از اثرگذارترین قسمت تبلیغات انتخاباتی نامزدها، شرکت فعال در مناظرات است که ضمن بیان برنامه‌ها، فرصتی برای نشان‌دادن نقاط ضعف سایر رقبا به مخاطبان است. به دلیل فضای موجود کشور و نظریه‌هایی که از سوی برخی گروه‌ها در جامعه منتشر می‌شد، باید سابقه تاریخی مناظره‌ها را در سال‌های ابتدایی پس از پیروزی انقلاب اسلامی جست‌وجو کرد؛ به طوری که اولین مناظره برگزارشده، «در چنین شرایط فکری و اجتماعی بود که طی سال‌های ۱۳۵۷-۱۳۶۰، بحث آزادی، هرج‌ومرج و زورمداری، از عمده‌ترین

مسائل روز شد» (بهشتی، ۱۳۸۱، ص. ۸)؛ البته چنین مناظره‌هایی در بین عامه مردم، به مناظره‌های ایدئولوژیک معروف شده بود که در یک طرف آن، آیت‌الله شهید بهشتی (ره) و علامه مصباح یزدی (ره) و در طرف دیگر، نورالدین کیانوری و احسان طبری حضور داشتند (بهشتی، ۱۳۹۲، ص. ۴۲)؛ اما این نوع از مناظره‌ها مدنظر نیست. مطلب مهم اینکه رسانه‌ای شدن مناظره‌ها، به‌عنوان بخش اساسی تبلیغات انتخاباتی نامزدها، به اواخر دهه ۱۳۷۰ برمی‌گردد (علی‌محمدی، ۱۳۹۲، ص. ۸). با توجه به اینکه برگزاری مناظره‌ها در عرصه سیاسی، سابقه چندان طولانی‌ای ندارد؛ اما می‌توان سال ۱۳۷۲ را که انتخابات آن مقارن با دومین دوره سازندگی بود، شروع مناظره‌های انتخاباتی نامید؛ انتخاباتی که آقای هاشمی رفسنجانی برای دومین بار نامزد شده بود، ولی نپذیرفت که در مناظرات حاضر بشود (علی‌محمدی، ۱۳۹۲، ص. ۱۲). در سال ۱۳۷۶ چهار نامزد حاضر در گردهمایی مشترکی حاضر شدند و جلسه، اصلاً معنا و مفهوم مناظره نداشت و در سال ۱۳۸۰ هم با وجود اینکه شرایطی برای نامزدها فراهم شد تا بتوانند درمقابل یکدیگر به مناظره بپردازند، ولی برخی از آنها حاضر نشدند در مناظره شرکت کنند. در گذر زمان، با شروع مناظره‌های انتخاباتی، ابتدا نمایندگان نامزدهای دوره نهم ریاست جمهوری، از اوایل اردیبهشت‌ماه ۱۳۸۴ به مناظره پرداختند؛ بدین معنا که در مرحله اول انتخابات، ۹ نامزد حضور داشتند که پس از مشخص شدن نتایج دور اول و راهیابی آقایان هاشمی رفسنجانی و احمدی‌نژاد به دور دوم، صداوسیما زمینه مناظره نمایندگان این دو نامزد را فراهم کرد؛ به طوری که آقایان کلهر و مرعشی به نمایندگی از آن دو نامزد، به مناظره با یکدیگر پرداختند. طی دوره‌های بعد، با حضور خود نامزدها در صداوسیما، تبلیغات انتخاباتی، رنگ و بوی جدی‌تر و تندتری پیدا کرد (دارابی، ۱۳۸۸، ص. ۲۲۲). اولین باری که مناظراتی بین نامزدهای ریاست جمهوری به شکل دوفره صورت گرفت، سال ۱۳۸۸ بود که در انتخابات بعدی نیز با اشکال مختلفی برگزار گردید؛ بنابراین، سابقه تاریخی مناظرات انتخاباتی که از طریق صداوسیما جمهوری اسلامی پخش می‌شد، به انتخابات نهم ریاست جمهوری بازمی‌گردد و برای اولین بار بعد از انقلاب، در دوره دهم ریاست جمهوری، مناظره‌های سیاسی میان کاندیداها به صورت پخش مستقیم برگزار شد (سعیدی، ۱۳۹۳، صص. ۱۰۵-۱۱۱). در واقع، رسمی‌ترین،

جدی‌ترین و چالش‌برانگیزترین مناظره‌ها، مناظره‌ای بود که آقایان احمدی‌نژاد، رضایی، کروی و موسوی برای دستیابی به سگان ریاست جمهوری در برابر افکار عمومی به رقابت و گفت‌وگو با یکدیگر پرداختند (حجتی، ۱۳۹۰، ص. ۳۱). با توجه به روند برگزاری مناظرات انتخاباتی در طی ۵ دوره اخیر، رویکرد صداوسیما با ملاحظه کاهش یا افزایش تعداد نامزدها نیز ثابت مانده است؛ به طوری که سازمان صرفاً در مقام مجری است و باید طبق دستورالعمل یا بخشنامه یا هرگونه مقرره‌ای مبنی بر چینش نامزدها و غیره که توسط کمیسیون بررسی تبلیغات انجام می‌گیرد، اقدامات لازم را جهت افزایش کیفیت برنامه‌ها و انتخاب اصلح توسط رأی‌دهندگان، بدون دستکاری و یا حذف موارد خودخواسته، انجام بدهد؛ البته روش صداوسیما با هماهنگی کمیسیون مذکور در برخی موارد، تغییر پیدا کرد، به گونه‌ای که مناظرات انتخاباتی را در موضوعات مختلف سیاسی (داخلی و بین‌المللی)، اجتماعی، فرهنگی، در سه برنامه مجزا برگزار کرد.

۲. پیشینه پژوهش

با بررسی تحقیقات انجام‌شده، نکته قابل توجه این بود که در هیچ‌کدام از مقالات و پایان‌نامه‌ها، به صورت مختصر و یا جامع، مباحثی در حوزه «اصول و ضوابط حاکم بر مناظره‌های انتخاباتی ریاست جمهوری» پرداخته نشده بود و صرفاً در مقاله «حقوق مخاطبان رسانه از منظر فقه شیعی»، تنها از جنبه مخاطبان عام آن بررسی شده بود. بر اساس مطالعات و بررسی‌های انجام‌شده و با توجه به ماهیت اصلی موضوع مقاله، پژوهش‌های مرتبط با حقوق رسانه و مناظره، در جدول ذیل آورده می‌شود:

جدول شماره ۱: پژوهش‌های مرتبط با حقوق رسانه و مناظره

عنوان	مقاله / پایان‌نامه	پدیدآورنده	مفاد آن
شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مناظرات مطلوب انتخابات ریاست جمهوری در	مقاله	آقایان باقری‌کنی و نعمتی	به شناسایی مؤلفه‌های مؤثر پرداخته و به دنبال ارتقای کیفیت برگزاری مناظرات بوده و صرفاً در نتیجه‌گیری، کلیاتی از نقش نهاد ناظر نوشته شده و با توجه به

عنوان	مقاله / پایان‌نامه	پدیدآورنده	مفاد آن
ایران از منظر رهبر معظّم انقلاب			موضوع مقاله، ماهیت حقوقی قابل توجهی نداشته است.
بررسی شیوه‌های مناظرات امام صادق علیه‌السلام و مقایسه آن با مناظرات انبیاء در قرآن کریم	پایان‌نامه	سیده فاطمه میرصفی	فقط از جنبه اسلامی به نگارش درآمده و از منظر حقوقی، بررسی نشده است.
آثار هدایتی مناظرات انبیاء در قرآن	پایان‌نامه	مریم رحیمی	فقط از جنبه اسلامی به نگارش درآمده و از منظر حقوقی، بررسی نشده است.
بررسی و تحلیل گفتمان مناظره‌ای در نامه‌های نهج‌البلاغه	پایان‌نامه	محمد مالیر	فقط از جنبه اسلامی به نگارش درآمده و از منظر حقوقی، بررسی نشده است.
علل سیاسی-اجتماعی و حقوقی پدیده تخریب و مبارزات منفی در انتخابات ریاست جمهوری ایران (بررسی مقایسه‌ای انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸ و ۱۳۹۶)	پایان‌نامه	ساسان مرادی	به زمینه چرایی مبارزات انتخاباتی در ایران به‌عنوان یک رقابت منفی و غیراخلاقی بررسی شده و طبق نتایج به‌دست‌آمده، عواملی مانند «عدم گزار به جامعه مدنی و نبود احزاب، ضعف شدید قوانین در زمینه جلوگیری از تخریبات، پیگیری نکردن تخلفات انتخاباتی از طرف قوه قضائیه، خصلت ذاتی خود انتخابات به‌عنوان یک مبارزه قدرت و سوگیری نهادهای ناظر و اجراکننده انتخابات» را از مهم‌ترین دلایل تخریب در انتخابات برشمرده و صرفاً علل حقوقی پدیده تخریب و مبارزات منفی در انتخابات ریاست جمهوری و مقایسه آن در سال‌های ۱۳۸۸ و ۱۳۹۶ را ذکر نموده است که با موضوع این مقاله، ارتباط مستقیمی ندارد

عنوان	مقاله / پایان‌نامه	پدیدآورنده	مفاد آن
حقوق مخاطبان رسانه از منظر فقه شیعی	مقاله	آقایان جعفری و نوروزی	صرفاً به مهمترین مصادیق مربوط به حقوق مخاطبان عام (یکی از ارکان اثرگذار) از منظر حقوق و قوانین اسلامی پرداخته است.

۳. مفاهیم و کلیات

۳-۱. مناظرات انتخاباتی

«مناظرات انتخاباتی»^۶ مناظره‌هایی است که میان نامزدهای شرکت‌کننده در انتخابات مختلف برگزار می‌شود. قبلاً تنها ابزار پخش عمومی این مناظره‌ها تلویزیون بود، به همین دلیل به مناظره‌های انتخاباتی، مناظره‌های تلویزیونی هم گفته می‌شود و در ادبیات مربوط برای اشاره به مناظره‌های انتخاباتی بیشتر از این اصطلاح استفاده می‌شود (Coleman, 2000, p. 1). رقابتی‌تر شدن انتخابات، شکل‌دهی رفتار انتخاباتی، آشکارسازی شخصیت واقعی نامزدها و نقاط ضعف و قوت آنها و افزایش مسئولیت نامزدها در قبال شعارهای انتخاباتی آنها (Jamieson and Birdsell, 1990: chapter 5) از جمله پیامدهای مثبت مناظره‌های انتخاباتی است (نجفی دورکی، ۱۴۰۱، ص. ۱۴). که می‌تواند به تعریف محتوایی مناظره، کمک کند؛ البته با توجه به خلأ تعریف قانونی از مناظرات انتخاباتی، با مذاقه در مفهوم لغوی و اصطلاحی مناظره، سه نمونه تعریف از مناظرات انتخاباتی، به شرح ذیل آورده می‌شود: (۱) قالبی رسمی و چالشی در برابر عموم برای طرح دیدگاه‌ها و عقاید رقبا (انتخاباتی، ۲) چهارچوبی مباحثه‌بنیاد بین دو طرف راجع به مسائل مربوط به حوزه اختیارات کرسی انتخاباتی مورد رقابت که ابتدائاً با ردّ و بدل نظرهای یکدیگر مواجه خواهیم شد و سپس قضاوت نهایی آن، توسط شخص دیگری که بین طرفین مناظره‌کننده نقش داور را ایفا می‌کند، بیان می‌شود (۳) یکی از اشکال تبلیغات انتخاباتی که نامزدها براساس ماده (۶۵) قانون انتخابات ریاست جمهوری ایران مصوب (۱۳۶۴) و بند (۳) سیاست‌های کلی انتخابات

6. Election debates.

ابلاغی مورخ ۱۳۹۵/۷/۲۴ مقام معظم رهبری با استفاده از امکانات دولتی و شرایط برابر و با توجه به اصل آزادی بیان و اندیشه، به بیان طرح برنامه‌ها و دیدگاه‌های خود راجع به مسائل ملی و بین‌المللی و نقد سازنده نسبت به نظرهای دیگر نامزدها، به رقابت سالم با یکدیگر می‌پردازند. به نظر می‌رسد به دلیل عدم تبیین حقوقی مناظرات، لزوماً تعریف دقیقی هم از مناظرات انتخاباتی در نظام حقوقی موجود مطرح نیست و باید ذیل قانون انتخابات ریاست جمهوری و یا قانون مجزای دیگری، تعریف جامع و کامل ارائه گردد.

۲-۳. مبارزات انتخاباتی

میدان فعالیت‌های سیاسی در نظام‌های واجد مردم‌سالاری، میدان رقابت‌ها و «مبارزات انتخاباتی»^۷ است. این مهم به دست نمی‌آید، مگر با توجه به اصل رقابتی بودن تبلیغات نامزدها که در زمان قانونی انجام می‌شود (خسروی، ۱۳۸۷، ص. ۱۵۳). امروزه انتخابات ریاست جمهوری در آمریکا، تحت تأثیر عوامل و عناصر متعددی قرار دارد که گسترده هستند؛ از مهمترین آنها، وابستگی و تعلقات حزبی است. یکی از مهم‌ترین عوامل کوتاه‌مدت، موضوعات مطرح‌شده در انتخابات، شخصیت نامزدها و مبارزه انتخاباتی هستند (دهشیر، ۱۳۸۹، ص. ۱۰۵). مبارزه انتخاباتی، از جمله فعالیت‌هایی است که نامزدها قبل از انتخابات برای جلب آرای رأی‌دهندگان انجام می‌دهند. بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند هر مبارزه انتخاباتی از سه عنصر تشکیل شده است که عبارت‌اند از: پیام، پول و ماشین (ره‌نورد و مهدوی‌راد، ۱۳۸۹، ص. ۲۳۶) و به عبارتی دیگر، شامل سه طرف می‌شود: ۱. نامزدهای انتخاباتی، ۲. رسانه‌های منتقل‌کننده پیام‌های انتخاباتی، ۳. رأی‌دهندگان (بشیریه، ۱۳۹۲، ص. ۱۶۲). مبارزات انتخاباتی با وسایل ارتباط جمعی پیوند تنگاتنگی دارد. نامزدها یا احزاب سیاسی باید از دستاوردهای ارتباطات در مبارزات انتخاباتی بهره بگیرند. شیوه‌های مبارزه انتخاباتی، به گونه‌ای چشمگیر فضای انتخابات را دگرگون کرده و سبب اعتبار یافتن «انتخابات شخصیت‌محور» شده است (دهشیر، ۱۳۸۹، ص. ۷۳). در سال ۱۹۳۳م، دو

7. Referendum Campaign.

کالیفرنایی به نام‌های کلم وایتکر^۸ و لئون اسمیت باکستر^۹، نخستین شرکت مشاوره‌ای مبارزه‌های انتخاباتی، به نام «شرکت مبارزات انتخاباتی» را تأسیس کردند که در زمینه ارائه خدمات تبلیغاتی و مشاوره در زمینه تدوین راهبردهای حزبی فعالیت کردند (کاونانگ، ۱۳۷۹، ص. ۲۵). در ایام انتخابات، اشخاص حقیقی، از طریق احزاب یا گروه‌های سیاسی و یا به‌طور مستقل وارد عرصه مبارزه انتخاباتی می‌شوند و با تحت تأثیر قراردادن افکار عمومی و جلب اعتماد رأی‌دهندگان، تلاش می‌کنند تا به قدرت برسند (بزرگ‌مهری، ۱۳۸۶، ص. ۳). رقابت‌های انتخاباتی در آمریکا، بعد از اینکه نامزد حزب از سوی کمیسیون ملی اعلام شد، شروع می‌شود (علی‌محمدی، ۱۳۹۴، ص. ۴۸) و بنا به سیستم موجود در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا که مبارزات انتخاباتی آنها حزب‌محور است، مسلماً رأی‌دهندگان احزاب، به‌عنوان بخش طبیعی از حکومت و جامعه به‌شمار می‌آیند (ره‌نورد و مهدوی‌راد، ۱۳۸۹، صص. ۲۲۳-۲۲۴). یکی از اهداف مبارزه انتخاباتی این است که یک تصویر شایسته‌ای از نامزدها به‌وجود آید و هدف بعدی هم ترغیب رأی‌دهندگان به نامزد مورد نظر می‌باشد (دهشیار، ۱۳۸۹، ص. ۱۰۶). برای جلب توجه در بین مردم، مبارزات انتخاباتی باید براساس واقعیات موجود، همراه با چاشنی صداقت و تقوا صورت بگیرد تا در تشخیص نامزد اصلح انتخاب موجهی حاصل بشود (شریعتی، ۱۳۹۴، ص. ۳۴۲). در مبارزات سیاسی، هر فردی طبق برنامه از قبل تدارک‌دیده‌شده و متناسب با امکانات، حرکت می‌کند. در این برنامه، حملات متقابل طرف‌دیگر و همچنین وسایل ابزاری آن را هم پیش‌بینی می‌کند (ضابط‌پور، ۱۳۸۹، ص. ۲۸۵). در آمریکا، هر فردی که نامزد ریاست جمهوری می‌شود، باید سازمانی به نام کمیته سیاسی ایجاد کند تا بتواند به مبارزات انتخاباتی خود بپردازد و یکی از بخش‌های این کمیته مذکور هم باید مربوط به امور مالی باشد و ضمناً در «کمیسیون انتخابات فدرال» (FEC) هم به ثبت رسیده باشد (علی‌محمدی، ۱۳۹۴، ص. ۵۳).

۴. قوانین و مقررات حاکم بر صداوسیما

به‌دلیل آنکه صداوسیما یکی از مهم‌ترین نهادهای رسانه‌ای به‌شمار می‌رود، قبل از تبیین

8. Clem Whitacre
9. Leon Smith Baxter

موضوع، باید به رسانه و حقوق آن پرداخته شود. «رسانه»، وسیله‌ای است که مطلب یا خبری را به اطلاع عموم برساند و همچنین به وسیله‌ای گفته می‌شود که در ارتباط جمعی، مورد استفاده قرار می‌گیرد (پورمسجدیان و دیگران، ۱۴۰۲، ص. ۲۳۳) و حقوق رسانه از دو لحاظ بین‌رشته‌ای است؛ از یک لحاظ ترکیبی از موضوعات، مسائل و روش‌های رشته‌های حقوق و رشته ارتباطات است و از سوی دیگر، ترکیبی از رشته‌های مختلف حقوق عمومی (اساسی، اداری)، حقوق بشر، حقوق بین‌الملل، حقوق خصوصی و حقوق کیفری است (انصاری، ۱۳۹۶، ص. ۳). رسانه ملی ما به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای فرهنگی و رسانه‌ای، نقش ویژه‌ای را در مباحث مهم و اساسی اطلاع‌رسانی، آموزش، فرهنگ‌سازی و نیز جهت‌دهی صحیح و آموزنده به افکار عمومی ایفا می‌کند. با توجه به اهمیت این نهاد، قوانین و مقررات متعددی جهت نظارت، کنترل و هدایت فعالیت‌های آن در طی سال‌های اخیر، تدوین و تأیید شده است که در ادامه، به مهمترین قوانین و مقررات حاکم بر صداوسیما پرداخته می‌شود.

۴-۱. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران

اصل ۱۷۵ قانون اساسی که بعد از بازنگری در سال ۱۳۶۸، به‌عنوان یکی از اصول متقن و محکم اضافه شد، به‌صراحت به موضوع صداوسیما پرداخته است. بر اساس این اصل: (۱) صداوسیما باید در چهارچوب موازین اسلامی و مصالح کشور، فعالیت‌ها و اقدامات خود را انجام بدهد. (۲) نحوه اداره و نظارت بر سازمان صداوسیما را قانون مشخص می‌کند؛ یعنی مجلس شورای اسلامی باید محدوده فعالیت، موضوع اقدامات و مسائل مهم را تعیین نماید. (۳) رئیس سازمان صداوسیما توسط مقام معظم رهبری «حفظه‌الله» تعیین و عزل می‌شود؛ بدین‌شرح که از درون سازمان، افرادی رشد و تربیت شده‌اند، ولی لزوماً این‌طور نیست فرد توسط یک شورای داخلی یا افرادی بنا به مصلحت، به ریاست سازمان مذکور منتصب بشوند. (۴) شورایی شش نفره که مرکب از نمایندگان رئیس‌جمهور، رئیس قوه قضائیه و مجلس شورای اسلامی هستند، بر این سازمان نظارت خواهند کردند. اصل مذکور، نشان‌دهنده جایگاه ویژه سازمان صداوسیما در نظام حقوقی ایران اسلامی است و به‌عنوان

یک نهاد اثرگذار و راهبردی رسانه‌ای و دانشگاهی بزرگ و عمومی، از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. علاوه بر این، در مقدمه قانون اساسی، بند (۲) اصل سوم، اصول (۲۴) و (۴۴) نیز به وسایل ارتباط جمعی اشاره شده است» (جمعی از نویسندگان، ۱۴۰۰، ج ۲، ص ۴۴۲).

۲-۴. قانون خط‌مشی کلی و اصول سازمان صداوسیما

این قانون که در اوایل سال‌های پیروزی انقلاب اسلامی به تصویب رسید، به‌عنوان چهارچوب اصلی فعالیت‌های صداوسیما شناخته می‌شود. برخی از اصول مهم این قانون عبارت‌اند از اینکه صداوسیما باید در راستای اهداف انقلاب اسلامی و تقویت وحدت ملی عمل کند. برنامه‌های سازمان باید مبتنی بر ارزش‌های اسلامی، اخلاقی و فرهنگی باشد و تبلیغات تجاری و اقتصادی نیز در چهارچوب قوانین اسلامی و مصالح کشور صورت پذیرد. ضمن اینکه صداوسیما موظف است به آموزش، اطلاع‌رسانی دقیق و توسعه فرهنگ اسلامی اهتمام داشته باشد. پیرو همین موضوع، برخی افراد، انحصار پخش رادیویی و تلویزیونی، اعتماد مخاطبان و نظام به رسانه و برخورداری از بالاترین قدرت سیاست‌گذاری، نظارت و اجرا را جزء نقاط قوت صداوسیما تلقی می‌کنند (محمدی و نصراللهی، ۱۴۰۱: ۱۰۱).

۳-۴. اساسنامه سازمان صداوسیما

اساسنامه سازمان، چهارچوب فعالیت‌ها، ساختار سازمانی، وظایف و اختیارات این نهاد را مشخص می‌کند. این اساسنامه تأکید می‌کند هرگونه فعالیت خارج از موازین اسلامی و مصالح کشور می‌تواند تبعات حقوقی به همراه داشته باشد. به‌موجب ماده (۷) اساسنامه مذکور، پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در هر نقطه از کشور، در انحصار این سازمان خواهد بود (جمعی از نویسندگان، ۱۴۰۰، ج ۲، ص ۴۴۲).

۴-۴. اظهار نظر شورای نگهبان نسبت به ماهیت و نظارت بر سازمان صداوسیما

شورای نگهبان در پاسخ به استفساریه حضرت آیت‌الله یزدی (ره)، در نظریه تفسیری خود به شماره ۷۹/۲۱/۹۷۹ مورخ ۱۳۷۹/۷/۱۰، به مباحث «اختیار اختصاصی مقام رهبری نسبت به سیاست‌گذاری، هدایت و تدابیر لازم صداوسیما» و «انتشار و پخش برنامه‌های صوتی

و تصویری از طریق صداوسیما» پرداخته است که به شرح ذیل خواهد بود:

«الف- نظریه تفسیری درخصوص اصل ۱۷۵ قانون اساسی»

مطابق اصل ۱۷۵ قانون اساسی در نظام جمهوری اسلامی ایران صداوسیما زیر نظر مستقیم مقام معظم رهبری می‌باشد؛ بنابراین سیاست‌گذاری، هدایت و تدابیر لازم در همه ابعاد خصوصاً در راستای تحقق آزادی بیان و نشر افکار با رعایت موازین اسلامی و مصالح کشور در همه شئون و مراتب که در صدر اصل مذکور به آن اشاره شده است، از اختیارات اختصاصی آن مقام می‌باشد.

ب- «نظریه تفسیری درخصوص اصل ۴۴ قانون اساسی»

مطابق نصّ صریح اصل ۴۴ قانون اساسی، در نظام جمهوری اسلامی ایران، رادیو و تلویزیون دولتی است و تأسیس و راه‌اندازی شبکه‌های خصوصی رادیویی و تلویزیونی به هر نحو، مغایر این اصل می‌باشد. بدین جهت انتشار و پخش برنامه‌های صوتی و تصویری از طریق سیستم‌های فنی قابل انتشار فراگیر (همانند ماهواره، فرستنده، فیبر نوری و غیره) برای مردم در قالب امواج رادیویی و کابلی غیر از سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران، خلاف اصل مذکور است (سامانه جامع نظرات شورای نگهبان، استفساریه اصل ۱۷۵ قانون اساسی). با توجه به مفاد قانون اساسی و همچنین تفسیر مذکور، صداوسیمای خصوصی در حکومت اسلامی، جایز نیست و باید در چهارچوب قوانین و مقررات حکومت و همچنین با دخالت حکومت همراه باشد (عمیدی مظاهری، ۱۴۰۰، ص. ۲۲۰).

۵. حقوق نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری

نامزدها پس از تأیید صلاحیت توسط شورای نگهبان، واجد حقوقی خواهند شد که برای انتخاب شدن بدان نیازمند می‌باشند؛ از جمله حقّ بر تبلیغات انتخاباتی صحیح و شفاف در منظر و ملأ عام به‌طور یکسان و عادلانه. سایر حقوقی که شامل نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری است، به شرح موارد زیر است:

۵-۱. آزادی بیان نامزدها در مناظرات انتخاباتی

یکی از راه‌های شناخت صریح نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری، بهره‌وری قانونی،

مشروع و برابر آنها از تبلیغات انتخاباتی است و حضورشان در مناظرات انتخاباتی، از جمله مصادیق آشنایی حداکثری رأی‌دهندگان تلقی می‌گردد (تقی‌نژاد و دیگران، ۱۴۰۳، ص. ۱۷۶). «آزادی بیان»^{۱۰} یکی از حقوق بشری و آزادی‌های مشروع است که علاوه بر بند (۱۹) اعلامیه جهانی حقوق بشر^{۱۱} مبنی بر اینکه هر کسی حق آزادی بیان و عقیده دارد، مطابق با اصل (۹) قانون اساسی نیز هیچ فرد یا دولتی نمی‌تواند موجبات سلب آن را فراهم سازد یا علیه آن، اقدامی صورت بدهد. بدون شک، آزادی بیان در حقوق و قوانین اسلام پذیرفته شده؛ البته مانند خیلی از حقوق دیگر، باید در چهارچوب قوانین و مقررات کشور تعریف شده باشد و مسلماً اگر محدوده یا ضمانت اجرایی برای نقض آن، در نظر گرفته نشود، نظم اجتماعی و تشکیلات جامعه نیز دچار اختلال خواهد شد. براساس ماده (۶۵) قانون انتخابات ریاست جمهوری مصوب ۱۳۶۴، هر یک از نامزدها حق دارند به‌طور مساوی از صداوسیما برای معرفی و ارائه برنامه‌های خود استفاده نمایند؛ لذا با بهره‌گیری از آزادی بیان حق دارد در مناظرات انتخاباتی شرکت نموده و به بیان مطالب، پیشنهادها و یا نقد سایر نظرها بپردازد. مانعی برای اظهارنظر وجود ندارد؛ الا اینکه محدوده آزادی بیان را نقض کرده و یا سخنی برخلاف واقع یا خلاف شرع گفته شود. صراحت در کلام و بیان از سوی نامزدها می‌تواند راهگشای بسیاری از مشکلات جامعه باشد و سایرین حاضر در مناظره نباید از حریت گفتاری افراد در مقابل عملکرد یا سابقه آنها، واکنش سلبی یا غیرواقعی از خود نشان بدهند؛ البته این، مانع از دفاع نامزد/ نامزدها از سوابق و اعمال گذشته خود تلقی نمی‌شود و طبق ماده (۶۴) اصلاحی قانون انتخابات ریاست جمهوری مصوب ۱۳۹۱، به آنها فرصت احقاق حق یا دفاع از خود، داده خواهد شد.

۲-۵. حق بر انتقاد سازنده و مؤثر ناظر بر مناظرات انتخاباتی

انتقاد، یکی از مهمترین مظاهر آزادی بیان و محک مناسبی برای سنجش مردمی بودن نظام سیاسی کشور تلقی می‌شود. در نظام اسلامی که رضایت عمومی نیز مدنظر حکمرانان جامعه خواهد بود، نقد حاکمان یا نقد رفتار حاکمان، نوعی حقوق شهروندی یا تکلیف آنان

10. freedom of speech.

11. Universal Declaration of Human Rights.

به‌شمار می‌آید (نجفی و دیگران، ۱۳۹۴، ص. ۱۴۹). نقدی که منتج به رشد و پیشرفت جامعه بشود، قطعاً منصفانه و سازنده است و نباید مورد حمله قرار بگیرد. حق بر انتقاد از سایر نامزدها، جزء حقوق شهروندی است که هم نامزدها و هم دیگران باید از آن بهره‌مند شوند. نامزدها با توجه به سابقه، فعالیت‌ها و کارنامه‌ای که دارند، حق دارند نسبت به برنامه سایرین، ایراد وارد کنند؛ البته این‌ها نباید غیرمنصفانه و غیرعلمی باشد. بنا به فرمایش حضرت آیت‌الله خامنه‌ای «نباید از آزادی ترسید و از مناظره گریخت و نقد و انتقاد را به کالای قاچاق و یا امری تشریفاتی، تبدیل کرد؛ چنانچه نباید به‌جای مناظره، به جدال و مراء، گرفتار آمد و به‌جای آزادی، به دام هتاک و مسئولیت‌گریزی لغزید».^{۱۲} مناظره نباید محلّ منازعه باشد، باید محلی برای پرداختن به چگونگی حلّ مسائل اصلی کشور با توجه به دیدگاه‌های مختلف افراد باشد. بیان احساسات و طرح اتهامات نباید جایگزین انتقادات منصفانه و عالمانه بشود، مخصوصاً در جلسات مناظرات که می‌تواند بخش قابل‌توجهی از آراء ملت را تغییر بدهد و نقش رئیس‌جمهور آینده کشور را نمایان کند.

۳-۵. برابری نامزدها در بهره‌مندی از فرصت حضور در مناظره

ذیل ماده (۶۵) قانون انتخابات ریاست جمهوری اشاره به اصل برابری نامزدهای انتخابات در استفاده از صداوسیما شده است: «نامزدهای ریاست‌جمهوری که صلاحیت آنان توسط شورای نگهبان تأیید و اسامی آنها از طرف وزارت کشور اعلام می‌گردد، هر یک حق دارند به‌طور مساوی از صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران برای معرفی و ارائه برنامه‌های خود استفاده نمایند. ترتیب و تنظیم برنامه تبلیغات نامزدهای انتخاباتی از طریق صداوسیما، به‌عهده کمیسیون بررسی تبلیغات می‌باشد». ماده (۱۵) لایحه قانونی انتخاب اولین رئیس‌جمهور کشور جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۵۸ مقرر می‌دارد: «نامزدهایی که از طرف وزارت کشور اعلام می‌شوند، هر یک حق دارند به‌طور مساوی از سیماو صدای جمهوری اسلامی ایران برای معرفی و ارائه برنامه‌های خود استفاده نمایند». جالب است که معمولاً در کشورهای مدعی مردم‌سالاری، مانند کشور آمریکا، چنین امکانی برای همه

۱۲. پاسخ به نامه جمعی از دانش‌آموختگان و پژوهشگران حوزه علمیه در مورد کرسی‌های نظریه‌پردازی؛ ۱۳۸۱/۱۱/۱۶

نامزدها فراهم نیست و تمامی نامزدها باید به صاحبان قدرت و ثروت در جامعه اتکا داشته باشند. در این کشورها، فقط نامزدهایی می‌توانند در مناظره‌های تلویزیون حضور یابند که اولاً متمکن بوده، ثانیاً عضو احزاب سرشناس و مطرح باشند (ضرغامی، مناظره، ۱۳۹۲، ص. ۱۳). چنانچه بیان شد، دیگر عرصه آزادی انتخاب برای مردم وجود نخواهد داشت و آنها باید به همان نامزدی رأی بدهند که قبلاً از طریق احزاب شناسایی شده و با هزینه‌های تبلیغاتی بسیار بالایی در مناظره‌ها شرکت می‌کنند.

۶. حقوق رأی‌دهندگان

طبق نظام حقوقی ایران اسلامی، افرادی که حائز شرایط رأی‌دادن در انتخابات باشند، جزء رأی‌دهندگان به‌شمار می‌آیند و حاکمیت باید ضمن به‌رسمیت شناختن حقوق آنها، تکالیفی را که برعهده دارد، انجام بدهد. با توجه به ماهیت جمهوری اسلامی، هر فرد انتخاب‌کننده در قبال جامعه، مسئولیت اجتماعی دارد و بر اساس اصل ۵۶ قانون اساسی، «هیچ‌کس نمی‌تواند این حق الهی را از انسان، سلب کند یا در خدمت منافع فرد یا گروهی خاص قرار دهد». در انتخابات ریاست جمهوری کشور نیز حقوقی برای رأی‌دهندگان متصور خواهد شد که به شرح ذیل می‌باشد:

۶-۱. حق بر مشارکت در اداره امور کشور

مناظره‌ها به رأی‌دهندگان کمک می‌کند تا در مورد نامزدهای کمتر شناخته‌شده، اطلاعات بیشتری در مقایسه با نامزدهای شناخته‌شده کسب کنند. از این حیث، مناظره‌ها در خدمت یکسان‌سازی میدان رقابت انتخاباتی بین نامزدهایی هستند که برخی از آنها بیش از دیگران مورد توجه و پوشش رسانه‌ای قرار گرفتند یا برای مدت طولانی‌تری قبل از مناظره‌های انتخاباتی در معرض دید عموم قرار داشتند (Holbrook, 1999, P. 67). برخی معتقدند الزام نامزدها به شرکت در مناظره درباره موضوعات مهم و پخش زنده مناظره برای رأی‌دهندگان، اصول کلیدی مردم‌سالاری است؛ اینکه نامزدهای ریاست جمهوری باید در یک میدان بازی برابر رقابت کنند و به‌واسطه نظرات‌شان، شایستگی خود را برای این مقام

اثبات کنند و در نهایت، توسط مردم انتخاب شوند (Ravel and Hill, 2020, P. 283). ممکن است در صورت حضور یکی از نامزدها در مناظره که جامعه به کارآمدی و صلاحیت وی اعتقاد دارد، احتمالاً اکثریت مردم به وی رأی دهند و اعتمادی که از بین رفته یا کاهش یافته، بازگردد (Brock, 2020, P. 1). این‌ها نشان از مشارکت حداکثری رأی‌دهندگان در انتخابات است. مشارکت مردم پس از انقلاب اسلامی پررنگ و محسوس شد؛ به طوری که تنها در سال ۱۳۵۸، ملت در انتخابات و همه‌پرسی قانون اساسی نیز شرکت داشته و نقش جمهوریت نظام را به خوبی ایفا نمودند. بدون تردید، پدیده انتخابات، صحنه حضور آگاهانه، فعال و مؤثر مردمی است که می‌تواند نقشه راه آینده را مشخص نماید. بر همین اساس، اصل (۵۹) قانون اساسی مقرر می‌دارد: «در مسائل بسیار مهم اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ممکن است اعمال قوه مقننه از راه همه‌پرسی و مراجعه مستقیم به آرای مردم صورت گیرد. درخواست مراجعه به آرای عمومی، باید به تصویب دوسوم مجموع نمایندگان مجلس برسد». عرصه انتخابات نیز مانند دیگر مسائل مهم کشور، از جمله موارد بسیار مهمی تلقی می‌شود که با توجه به نظام مردم‌سالاری دینی که مبتنی بر مقبولیت مردمی است، بدون مشارکت عمومی و یا مراجعه به آرای ملت، نمی‌توان نتیجه‌ای را پذیرفت؛ بنابراین، اعتماد و رأی انتخاب‌کنندگان به نامزد اصلی که در جلسات مناظره‌ها، پایبندی به قانون اساسی و قوانین عادی و اصرار بر رعایت اخلاق داشته، یکی از وجوه اداره کشور توسط ملت به‌شمار می‌رود.

۶-۲. حق دسترسی آسان به اطلاعات مفید مناظرات

از جمله حقوقی که باید برای رأی‌دهندگان اختصاص داد و مورد پذیرش حاکمیت قرار بگیرد، حق دسترسی آسان به اطلاعات مفید راجع به جلسات مناظره انتخاباتی است. قبل از بیان حق مذکور، لازم است یادآوری شود که حق بر آزادی اطلاعات، به‌عنوان یکی از حقوق بشری محسوب می‌شود (خسروی و آجری آیسک، ۱۴۰۲، ص. ۲۰۵) و قانون‌گذار نیز به همین دلیل، در ماده (۲) قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات مصوب ۱۳۸۷ مقرر نموده است که: «هر شخص ایرانی حق دسترسی به اطلاعات عمومی را دارد، مگر آنکه

قانون منع کرده باشد. استفاده از اطلاعات عمومی یا انتشار آنها تابع قوانین و مقررات مربوط خواهد بود». بر همین اساس می‌توان نوشت یکی از حقوق بااهمیت و اولویت‌دار رأی‌دهندگان در مسئله مناظره‌ها که یکی از مصادیق «حق دسترسی به اطلاعات عمومی» است، در دسترس بودن مطالب بیان‌شده توسط نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری است. افرادی که حائز شرایط رأی‌دهی هستند و تمایل دارند در انتخابات شرکت کنند، ناچارند برنامه‌های نامزدها را از طریق صداوسیما و یا رسانه‌های جمعی دیگر، رصد و پیگیری نمایند؛ لذا در صورتی که قادر به شنیدن یا دیدن محتوای مناظره‌ها نشدند، این حق برای آنها پابرجاست که بتوانند به صورت دقیق، برنامه‌ها، اظهارنظرها، نقدها و پیشنهادهای نامزدها را بررسی نمایند؛ البته نکته مهم این است که نباید بعد از پخش مستقیم مناظره‌ها، مختصری از برنامه یا قطعاتی از آن مجدداً پخش بشود؛ باید تمامی موارد بدون حذف و تقطیع، جهت انتخاب نامزد اصلح، در اختیار مخاطبان قرار بگیرد.

۳-۶. حق شکایت بر مصوبه مرتبط با مناظرات

امروزه آزادی بیان، آزادی مطبوعات و لزوم مشارکت در امور سرنوشت‌ساز کشور، حقوق شهروندی نامیده شده که رعایت آنها منجر به توزیع عادلانه قدرت، ثروت و اطلاعات می‌شود (پورسعید و توتونچیان، ۱۳۹۹، ص. ۴۰). نکته مهم این است که حقوق شهروندی به دلیل زندگی در اجتماع معین و با توجه به متقضیات و شرایط زمانی و مکانی، می‌تواند متفاوت باشد و دولت، اجرای حقوق و آزادی‌های شهروندان را براساس قوانین داخلی، برای اتباع خود، تأمین و تضمین می‌کند و محتوای آن ممکن است در کشورها، کمی متفاوت باشد (میدعلی، ۱۳۹۳، ص. ۷۴). یکی از مصادیق حقوق شهروندی، برگزاری جلسات مناظرات مطلوب برای انتخاب رئیس‌جمهور است؛ چراکه مناظرات غیرمنصفانه و غیرقانونی، می‌تواند منشأ رأی‌های ناسالم در نظام انتخاباتی باشد؛ البته در صورت استمرار چنین مناظراتی، مسلماً شاهد تبعات و فسادهای جبران‌ناپذیری هم خواهیم بود که حین یا بعد از مناظره، چنانچه جرمی یا اقدامی علیه امنیت ملی صورت بگیرد، نهادهای ذیصلاح باید فوراً رسیدگی نمایند. حق هر کدام از شهروندان است که به داده‌های مطرح‌شده توسط نامزدها، دسترسی داشته باشند و از

فرایندهای سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری مرتبط و شناخت سازوکارهای اتخاذ تصمیم توسط مسئولان حکومتی نیز کسب اطلاع نمایند (ساریخانی و اکرمی، ۱۳۹۲، ص ۹۳). یکی از انواع نظارت بر محتوای مناظرات، نظارت عمومی شهروندانی است که خواستار انتخاب یک شخص برای تصدی کرسی ریاست جمهوری می‌باشند. ذیل تبصره (۳) ماده (۱) «طرح اصلاح موادی از قانون انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران» مصوب ۱۳۹۹/۱۰/۲۱ که هنوز به تأیید نهایی شورای نگهبان نرسیده است، مقرر شده است: «داوطلبان ریاست جمهوری موظفند به هنگام ثبت نام، سوابق قابل ارزیابی درخصوص تصدی مسئولیت‌ها و مدیریت‌های محوله را ارائه دهند؛ البته نامزدها در این مرحله باید سوابق را به وزارت کشور تحویل داده تا مسئولان ذی‌ربط صحت‌سنجی نمایند و مراحل ثبت نام صورت بگیرد؛ اما در زمان مناظره، یکی از حقوق ملت جهت انتخاب اصلح این است که آنها با برنامه‌ها و سیاست‌های پیشنهادی نامزدها، آگاهی اجمالی داشته تا بتوانند رأی بدهند؛ بنابراین، مناظره باید محل کنکاش و تحقیق نامزدها توسط مردم باشد. نهاد اجرایی انتخابات باید مصوباتی راجع به نحوه چگونگی برگزاری مناظرات تهیه و تدوین نماید تا براساس آن، اقداماتی انجام بشود. به نظر می‌رسد «کمیسیون بررسی تبلیغات انتخاباتی» مطرح در ماده (۶۲) قانون انتخابات ریاست جمهوری مصوب ۱۳۶۴ که زیر نظر هیئت اجرایی مرکزی انتخابات و براساس دعوت وزیر کشور تشکیل می‌گردد، مصوبات یا دستورالعمل‌هایی راجع به شیوه و اجرای مناظرات به تصویب می‌رساند؛ البته در قانون مذکور، به دلیل عدم بازنگری جدید، چنین کارویژه‌ای مختص کمیسیون مشاهده نمی‌شود؛ اما مطابق با مواد (۶۴) و (۶۵) آن قانون و بنا بر رویه موجود، کمیسیون می‌تواند چنین وظیفه‌ای را به عهده بگیرد و اگر مصوباتش موجب تضییع حقوق ملت یا افراد جامعه باشد، حقوق شهروندی ایجاب می‌کند هر شخصی طبق ماده (۱۲) قانون دیوان عدالت اداری مبنی بر «رسیدگی به شکایات، تظلمات و اعتراضات اشخاص حقیقی یا حقوقی از آیین‌نامه‌ها و سایر نظامات و مقررات دولتی»، اعتراض و شکایت خود را به «دیوان عدالت اداری» ارائه نماید.

۷. تکالیف سازمان صداوسیما

طبق ماده (۵) قانون خط مشی کلی و اصول برنامه‌های سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی مصوب ۱۳۶۱، گسترش آگاهی و کمک به رشد جامعه در زمینه‌های گوناگون از وظایف سازمان صداوسیما تلقی شده است. همان‌طور که قبلاً نیز بیان شد، یکی از ارکان مهم و اثرگذار انتخابات ریاست جمهوری، صداوسیما است و به دلیل آنکه انتخاب رئیس‌جمهور، از اهمیت بالایی برخوردار است؛ لذا مخاطبان بیشتری هم در جریان آن قرار خواهند گرفت. در اینجا مسلماً تکالیف متعددی نیز برعهده سازمان خواهد بود که باید برای انجام دقیق هر کدام از تکالیف محول‌شده، دقت و تأمل قابل‌توجهی داشته باشد. در ذیل، اهم تکالیف آورده می‌شود:

۷-۱. عدم حذف یا تقطیع صوت و تصویر جلسات مناظره

رسانه باید به‌عنوان واسطه بین مردم و واقعیت‌ها، وفادار رخدادهای اجتماعی، سیاسی و غیره باشد (جعفری و نوروزی، ۱۴۰۰، ص. ۱۴). به عبارتی‌دیگر، وفاداری و اقتضای امانت‌داری صحیح، نگهداری امانت به‌صورت دست‌نخورده و سالم است. دست‌بردن در اخبار با هدف تغییر محتوا و ماهیت آن به نوعی خیانت در امانت است که اسلام از آن نهی کرده است «لاتخونوا الله و الرسول و تخونوا اماناتکم» (انفال، آیه ۲۷) (جبلی، ۱۳۸۳)؛ البته ما در اینجا می‌توانیم به جای «اخبار»، محتوای مناظرات انتخاباتی را جایگزین آن کنیم. مستند به اصول ۱۹ و ۲۰ قانون اساسی، «حق اظهارنظر» و یا پاسخ‌گویی نامزدها به سایرین، جزء حقوق اساسی و بشری محسوب می‌شود که باید بدان احترام گذاشت. براساس حق ملت نسبت به رأی به نامزد اصلح و مشارکت حداکثری مردم، نباید مانع شفافیت اظهارنظرها، نقدها، مباحث جدی در حکمرانی داخلی و سایر مسائل مطرح‌شده از سوی نامزدها شد. بدین‌ترتیب، وظیفه اولیه سازمان مجری، پخش زنده (مستقیم) تمام بخش‌های مناظرات انتخاباتی است و بدون دستور یا بخشنامه یا هر امر قانونی دیگر، مجاز به حذف یا تقطیع صوت و تصویر نیست؛ البته در اینجا نیز استثنائاتی وجود دارد مبنی بر اینکه در صورت عدم رعایت قانون توسط هر کدام از نامزدها، صداوسیما مجاز است و می‌تواند جهت حفظ

شخصیت‌های نامزدها، اقدام به حذف برخی قسمت‌های مناظرات نماید.

۷-۲. محاسبه دقیق برابری زمان برای هر یک از نامزدها

با توجه به ماده (۶۵) قانون انتخابات ریاست جمهوری مبنی بر حق بهره‌مندی یکسان نامزدها از صداوسیما، مجدداً ذیل بند (۳) سیاست‌های کلی انتخابات نیز به «بهره‌مندی داوطلبان در تبلیغات انتخاباتی با تقسیم برابر متناسب با امکانات در هر انتخابات، حسب مورد از صداوسیما ...» اشاره شده است. ممکن است در مناظرات انتخاباتی، در برخی از موارد، شاهد نقض تعهدات و وظایف صداوسیما در تنظیم دقیق فرصت بهره‌مندی نامزدها در تبلیغات انتخاباتی باشیم؛ بدین‌منظور که برای یکی از نامزدها مثلاً ۵ دقیقه در نظر گرفته می‌شود، ولی برای سایر نامزدها، فرصت محدودتری را اختصاص می‌دهد. در اینجا تضييع حق سایر نامزدها مبرز است و باید سازمان مجری با هماهنگی کمیسیون بررسی تبلیغات که در ماده (۶۲) قانون انتخابات ریاست جمهوری بدان تصریح شده است، به‌گونه‌ای در مراحل دیگر یا در زمان‌های دیگر، فرصت مجددی را در نظر بگیرد. به‌دلیل عدم صراحت قانون در این زمینه، به نظر می‌رسد باید این مورد در قانون مذکور، ذکر شده و دارای ضمانت اجرای کافی و مناسب نیز باشد.

۷-۳. رعایت اخلاق رسانه‌ای

منظور از رعایت اخلاق رسانه‌ای، تمام قواعدی است که مسئولان رسانه‌ها، به‌صورت داوطلبانه در انجام کار حرفه‌ای، رعایت کنند؛ بدون هرگونه الزام خارجی یا اینکه در صورت تخلف، دچار مجازات‌های قانونی بشوند (اسماعیلی، ۱۳۸۵، ص. ۹). رسانه معمولاً برای بقای خود، به رعایت حقوق مخاطب، نیازمند است؛ رعایت نکردن حقوق مخاطبان نه‌تنها به خود رسانه، بلکه به جامعه هم لطمه می‌زند (جعفری و نوروزی، ۱۴۰۰، ص. ۸۱). «اخلاق رسانه‌ای»^{۱۳} در اینجا صرفاً مختص سازمان مجری برنامه مناظرات است؛ وگرنه نامزدها هم باید متوجه حضورشان در رسانه و عکس‌العمل‌های خود و نتایج آن باشند. براساس

13. Media ethics.

ماده (۹) اساسنامه سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۶۲، «هدف اصلی سازمان به‌عنوان یک دانشگاه عمومی نشر فرهنگ اسلامی، ایجاد محیط مساعد برای تزکیه و تعلیم انسان و رشد فضایل اخلاقی و شتاببخشیدن به حرکت تکاملی انقلاب اسلامی در سراسر جهان می‌باشد. این هدف‌ها در چهارچوب برنامه‌های ارشادی، آموزشی، خبری و تفریحی، تأمین می‌گردد. ...» در راستای این مسئله مهم، تأثیر زیاد رسانه‌ها بر مخاطبان خود، بر کسی پوشیده نیست و به همین جهت است که ضرورت اخلاق در رسانه‌ها، بسیار امر حیاتی تلقی می‌گردد. یکی از ابزارهای درونی در رسانه‌ها، تدوین منشور اخلاق حرفه‌ای است که این اصول توسط متصدیان رسانه تنظیم شده و نقش اساسی در دستیابی به اهداف رسانه‌ها و عمل به رسالت‌های اجتماعی آنها دارد. ازجمله مهم‌ترین اصول می‌توان به «تعهدات و وظایف رسانه‌ها در برابر جامعه» اشاره نمود و همچنین به «توجه به معیارهای حرفه‌ای خبری مانند حقیقت، صحت و عینیت» اشاره کرد (قاسمی و فنزاد، ۱۳۹۷، صص. ۱۶۰-۱۶۲). در اینجا لازم است به این نکته اشاره کرد که یکی از پیامدهای عدم رعایت اخلاق رسانه‌ای، نشر و گسترش بداخلاقی و تهمت به نامزدها است که در نتیجه، می‌تواند منجر به بدبینی نسبت به سایر نامزدها گردد و مقدمات انحراف در انتخاب اصلح نیز فراهم بشود؛ کمااینکه قبلاً در برخی از جلسات مناظره‌های انتخاباتی ریاست جمهوری ایران مشاهده می‌شد که از سوی یکی از نامزدها، مطالب خلاف واقع که حاوی تهمت بود، نسبت به تعدادی از نامزدها مطرح می‌شد و نهاد ناظر، اقدام و برخورد قاطع و جدی در این زمینه، انجام نمی‌داد؛ چراکه قانون و سازوکار اجرایی دقیق و شفاف در این زمینه وجود نداشت. پیرو این مسئله، به جهت پخش زنده برنامه مناظرات انتخاباتی، می‌توان به «پرهیز از هتک حرمت نامزد/نامزدها به سایر نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری» نیز تأکید نمود؛ بدین‌منظور که در لحظات اولیه هتک حرمت، طبق بند (۵) سیاست‌های کلی انتخابات ابلاغی مورخ ۱۳۹۵/۷/۲۴ توسط مقام معظم رهبری مبنی بر «ممنوعیت هرگونه تخریب» که شامل هتک حرمت و یا توهین به اشخاص نیز می‌شود، اخلاق رسانه‌ای ایجاب می‌کند که پخش زنده تا زمان رفع مشکل، متوقف گردد. ضمن اینکه یکی از ضمانت‌اجراهای عدم رعایت اخلاق رسانه‌ای این است که بر اساس ماده (۱۴)

قانون اصلاح قانون انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۹۱/۱۰/۲۶، در صورتی که ضمن پخش برنامه زنده‌ای، مطالب توهین‌آمیز یا هتک حرمت سایر نامزدها با دیگر افراد و یا مغایر با قوانین، از سوی هر یک از نامزدهای انتخابات یا نماینده آنها واقع شود، سازمان صداوسیما موظف است با تشخیص کمیسیون بررسی تبلیغات به میزان مناسب و به صورت ضبط‌شده، فرصت احقاق حق بدهد. علاوه بر آن، طبق ماده (۷۱) قانون انتخابات ریاست جمهوری مصوب ۱۳۶۴، متخلفان طبق مقررات، مجازات خواهند شد. لازم به ذکر است که طبق بررسی‌های انجام‌شده، در مناظره‌های انتخاباتی که در کشورهای مختلفی برگزار می‌شود، هیچ‌گونه مجازاتی برای تخطی نامزدها در نظر گرفته نشده است (نجفی دورکی، ۱۴۰۱، ص. ۲۵)؛ البته این مورد، در قانون انتخابات ریاست جمهوری کشور نیز ذکر نشده و با توجه به رعایت حقوق الناس، باید مدنظر قانون‌گذار باشد و در اصلاحیه بعدی قانون مذکور، لحاظ گردد.

جدول شماره ۲: حقوق نامزدها، حقوق رأی‌دهندگان و تکالیف صداوسیما

حقوق نامزدها	حقوق رأی‌دهندگان	تکالیف صداوسیما
آزادی بیان نامزدها در مناظرات انتخاباتی	مشارکت در اداره امور کشور	عدم حذف یا تقطیع صوت و تصویر جلسات مناظره
حق بر انتقاد سازنده و مؤثر ناظر بر مناظرات انتخاباتی	حق دسترسی آسان به اطلاعات مفید مناظرات	محاسبه دقیق برابری زمان برای هر یک از نامزدها
برابری نامزدها در بهره‌مندی از فرصت حضور در مناظره	حق شکایت بر مصوبه مرتبط با مناظرات	رعایت اخلاق رسانه‌ای

نتیجه‌گیری

با توجه به سابقه تاریخی مناظرات در ایران اسلامی باید چنین نوشت که مناظره‌های انتخاباتی از دوره هفتم به شیوه بسیار ساده‌ای شروع شد؛ اما مناظره‌های بعدی ریاست جمهوری، پدیده‌های جذاب و نوپایی در تاریخ مردم‌سالاری دینی و انتخابات ایران بود که

با مشارکت حداکثری مردم و تبیین مواضع و برنامه‌های اصلی و فرعی نامزدها تأثیر گذاشت. برگزاری مناظره‌های تلویزیونی، به‌طور همزمان در تمامی عرصه‌های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و غیره، سابقه زیادی ندارد و با شروع مناظره‌های تلویزیونی، تحول عظیمی در عرصه انتخابات ایجاد شد؛ البته به‌دلیل ابداع تازه‌ای که به‌وجود آمد، مسلماً از همان آغاز، ایراداتی بدان وارد شد که با توجه به شرایط موجود در جامعه و دغدغه بسیاری از نخبگان، جهت رفع مشکلات قانونی نظام جمهوری اسلامی ایران، باید گامی محکم در راه پیشرفت و عظمت و عزت کشور برداشت. در این مقاله، ارکان اثرگذار انتخابات ریاست جمهوری، آن هم با رویکرد صداوسیما بررسی شده است. ضمن اینکه در جدول ذیل بخش پیشینه پژوهش، مفاد آن بیان گردید. با توجه به مطالب تبیین‌شده، ازجمله مهمترین مصادیق حقوق نامزدها، می‌توان به آزادی بیان آنها در مناظرات انتخاباتی، حق بر انتقاد سازنده و مؤثر ناظر بر مناظرات انتخاباتی و برابری نامزدها در بهره‌مندی از فرصت حضور در مناظره‌ها اشاره کرد و همچنین با توجه به حائز اهمیت داشتن حقوق رأی‌دهندگان، به‌عنوان یک ضلع اثرگذار و واقعی انتخابات ریاست جمهوری ایران، به مهمترین حقوق آنها مانند مشارکت در اداره امور کشور، حق دسترسی آسان به اطلاعات مفید مناظرات و حق شکایت بر مصوبه مرتبط با مناظرات، تصریح گردید که از منظر حقوقی، از جایگاه مهم و ویژه‌ای برخوردارند و باید مد نظر قانون‌گذار و مجری قانون قرار بگیرد. در رابطه با تکالیف سازمان صداوسیما نیز باید به اهم وظایف آن سازمان اشاره شود؛ مبنی بر عدم حذف یا تقطیع صوت و تصویر جلسات مناظره، محاسبه دقیق برابری زمان برای هر یک از نامزدها و رعایت اخلاق رسانه‌ای. در انتها اینکه به‌نظر می‌رسد «فصل ششم» از قانون انتخابات ریاست جمهوری که مربوط به «تبلیغات» است، برای انتخابات ریاست جمهوری آینده، باید اصلاح گردد. در این‌راستا پیشنهاد می‌شود ناظر به مواردی مانند تعریف دقیق مناظرات انتخاباتی، فصل‌بندی جدید و منطقی ارکان مهم و اثرگذار انتخابات (نامزدها و رأی‌دهندگان) و شرح کامل حقوق آنها و نیز شرح تفصیلی و دقیق تکالیف و تعهدات سازمان صداوسیما به‌عنوان رکن مهم و اثرگذار انتخابات ریاست جمهوری بازنگری قابل تأمل و جدی صورت پذیرد.

منابع

قرآن کریم

- اسماعیلی، محسن (۱۳۸۵)، «تعامل حقوق و اخلاق در رسانه‌ها»، *فصلنامه رسانه*، سال ۱۷، شماره ۲ (پیاپی ۶۶)، صص ۹-۳۰.
- امیدعلی، میثم (۱۳۹۳)، *رسانه و حقوق شهروندی*، قم: صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی.
- انصاری، باقر. (۱۳۹۶)، *حقوق رسانه*، تهران: سمت
- بزرگ‌مهری، مجید (۱۳۸۶)، «بررسی تطبیقی تبلیغات در نظام انتخاباتی ریاست جمهوری ایران و فرانسه»، *فصلنامه مدرس علوم انسانی*، دوره ۱۱، شماره ۴، صص ۱-۲۳.
- بشیریه، حسین. (۱۳۹۲)، *درس‌های دموکراسی برای همه*، تهران: نشر نگاه معاصر.
- بهشتی، سیدمحمد. (۱۳۸۱)، *آزادی، هرج و مرج، زورمداری*، تهران: بنیاد نشر آثار و اندیشه‌های شهید آیت‌الله دکتر بهشتی، نشر بقیعه.
- پورسعید، رامین و توتونچیان، مهری. (۱۳۹۹)، «مبانی دینی حقوق شهروندی»، *نشریه اخلاق زیستی*، دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۳۹-۴۹.
- پورمسجدیان، فاطمه، هدایت، مریم‌سادات و فاطمه حدنه (۱۴۰۲)، «ظرفیت‌های آموزش سواد رسانه در حمایت از حقوق شهروند مجازی»، *دوفصلنامه مطالعات فقه و حقوق رسانه دانشکده غیردولتی و غیرانتفاعی رفاه*، دوره ۵، شماره ۱، صص ۲۲۹-۲۵۰.
- تقی‌نژاد، علی؛ غمامی، سیدمحمد مهدی و حکاک‌زاده، محمدرضا (۱۴۰۳)، «حق بر تبلیغات انتخاباتی سالم؛ مطالعه موردی مناظرات انتخابات ریاست جمهوری»، *تعالی حقوق*، دوره ۱۰، شماره ۲، صص ۷۵-۹۸.
- جبلی، پیمان (۱۳۸۳)، «اخلاق حرفه‌ای خبر در اسلام»، *نشریه دین و ارتباطات*، فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، شماره ۲۱.
- جعفری، رضا و نوروزی، نیما (۱۴۰۰)، «حقوق مخاطبان رسانه از منظر فقه شیعی»، *دوفصلنامه مطالعات فقه و حقوق رسانه دانشکده غیردولتی و غیرانتفاعی رفاه*، دوره ۳، شماره ۱، صص ۷۹-۱۱۰.

- جمعی از نویسندگان (۱۴۰۰)، *محشای قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران*، تهران: پژوهشکده شورای نگهبان.
- حجتی، سیدرضا (۱۳۹۰)، *گفتمان مناظره‌ای، بررسی سازوکارها و ساختار گفتمانی مناظره‌های تلویزیونی*، تهران: ساقی.
- حسینی میرصفی، سیده‌فاطمه (۱۳۹۱)، «شیوه قرآنی مناظرات امام صادق علیه‌السلام»، *فصلنامه بینات*، سال ۱۹، شماره ۴، پیاپی ۷۶.
- خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۸۱)، *مکتوبات*، پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، پاسخ به نامه جمعی از دانش‌آموختگان و پژوهشگران حوزه علمیه در مورد کرسی‌های نظریه‌پردازی؛ ۱۳۸۱/۱۱/۱۶.
- خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۸۸)، *بیانات*، پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، *خطبه‌های نماز جمعه تهران*؛ ۱۳۸۸/۳/۲۹.
- خامنه‌ای، سیدعلی (۱۴۰۰)، *بیانات*، پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، *ارتباط تصویری با نمایندگان تشکل‌های دانشجویی*؛ ۱۴۰۰/۲/۲۱.
- خسروی، احمد و آجری آیسک، عاطفه (۱۴۰۲)، «تفسیر فراملی از قیود حاکم بر حق آزادی اطلاعات (مطالعه موردی آرای دادگاه اروپایی حقوق بشر)»، *دوفصلنامه مطالعات فقه و حقوق رسانه دانشکده غیردولتی و غیرانتفاعی رفاه*، دوره ۵، شماره ۲، صص ۱۸۵-۲۰۹.
- خسروی، حسن (۱۳۸۷)، «حقوق انتخابات دموکراتیک»، تهران: انتشارات مجد.
- دارابی، علی (۱۳۸۸)، «رفتار انتخاباتی در ایران (الگوها و نظریه‌ها)»، تهران: سروش.
- دهشیار، حسین (۱۳۸۹)، «ماهیت تئوریک و عملی سیستم انتخاباتی آمریکا از بوش تا اوباما»، تهران: چشمه.
- رهنورد، فرج‌الله و مهدوی‌راد، نعمت‌الله (۱۳۸۹)، «مدیریت انتخابات»، تهران: اطلاعات.
- ساریخانی، عادل و اکرمی، روح‌الله (۱۳۹۲)، «کارکردهای پیشگیرانه شفافیت در سیاست جنایی»، *فصلنامه حقوقی دادگستری*، شماره ۸۲، صص. ۹۱-۱۱۶.
- سعیدی، زهرا (۱۳۹۳)، «بررسی تأثیرات مناظره‌های تلویزیونی در انتخابات دهم و یازدهم ریاست جمهوری (مطالعه موردی شهر تهران)»، *فصلنامه مطالعات انتخابات*، سال ۳،

شماره ۷ و ۸، صص ۱۰۵-۱۲۷.

ضابط پور، غلامرضا (۱۳۸۹)، «استراتژی و شیوه‌های مبارزاتی امام خمینیرحمةالله‌علیه»، مجموعه مقالات همایش سراسری (جلد اول، اندیشه سیاسی اجتماعی امام خمینی رحمت‌الله‌علیه)، قم: مرکز بین‌المللی ترجمه و نشر المصطفی صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم. ضرغامی، سیدعزت‌الله (۱۳۹۲)، «مناظره»، متن مناظره‌های انتخاباتی دوره ریاست جمهوری اسلامی ایران (خرداد ۱۳۹۲)، تهران: سروش.

علی‌محمدی، محبوبه (۱۳۹۲)، آموزه‌های اسلامی مناظره و چگونگی کاربرد آن در مناظره‌های انتخاباتی، تهران: انتشارات و اطلاع‌رسانی مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما.

علی‌محمدی، محبوبه (۱۳۹۴)، اصول و قواعد حاکم بر مناظره‌های انتخاباتی (در کشورهای آمریکا، انگلیس و فرانسه)، تهران: انتشارات و اطلاع‌رسانی مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما.

عمیدی مظاهری، نوید (۱۴۰۰)، «تأملی در مفاهیم و مبانی سیاست‌گذاری رسانه با نگاهی به صداوسیما، بررسی نظرات رهبر معظم انقلاب در سیاست‌گذاری صداوسیمای تراز»، پژوهش‌نامه فرهنگ و رسانه (نامه فرهنگ و ارتباطات)، دوره ۵، شماره ۲، صص ۱۹۱-۲۲۱. قاسمی، حمید و فنا زاد، رضا (۱۳۷۹)، حقوق رسانه، تهران، اندیشه آرا.

کاواناگ، دنیس (۱۳۷۹)، مبارزه انتخاباتی (بازیابی نوین سیاست)، ترجمه علی‌اکبر عسگری‌تالوت، تهران: انتشارات صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران (سروش). مالمیر، محمد (۱۳۸۹)، بررسی و تحلیل گفتمان مناظره‌ای در نامه‌های نهج‌البلاغه، پایان‌نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد، همدان: دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه بوعلی سینا.

محمدی، حمید، نصراللهی، اکبر (۱۴۰۱)، «سیاست‌گذاری رسانه‌های نوین در ایران: مطالعه موردی: سازمان صداوسیما و مرکز ملی فضای مجازی»، رسانه‌های دیداری و شنیداری، دوره ۱۶، شماره ۴۲، صص ۸۱-۱۰۸.

نجفی دورکی، داود (۱۴۰۱) «اصول و ضوابط برگزاری مناظره‌های انتخاباتی در نظام

جمهوری اسلامی ایران»، دفتر مطالعات سیاسی (گروه سیاست داخلی)، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
نجفی، محمدجواد، مفتاح محمدهادی و موحدی ساوجی، محمدحسن (۱۳۹۴)، «حق انتقاد از منظر قرآن و سنت»، مجله قرآن، فقه و حقوق اسلامی، سال دوم، شماره ۳، صص ۱۷۰-۱۴۹.

قوانین و اسناد حقوقی

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
سیاست‌های کلی انتخابات ابلاغی مورخ ۱۳۹۵ توسط مقام معظم رهبری
قانون انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۶۴
قانون خطمشی کلی و اصول برنامه‌های سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی مصوب ۱۳۶۱
قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات مصوب ۱۳۸۷
طرح اصلاح موادی از قانون انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۹۹
اعلامیه جهانی حقوق بشر مصوب ۱۹۴۸ میلادی
اساسنامه سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۶۲
لایحه قانونی انتخاب اولین رئیس‌جمهور کشور جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۵۸

پایگاه‌های اطلاع‌رسانی

پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله‌العظمی خامنه‌ای «حفظه‌الله» به آدرس ذیل: www.farsi.khamenei.ir
سامانه جامع نظرات شورای نگهبان به آدرس ذیل: www.nazarat.shora-rc.ir
پایگاه اطلاع‌رسانی مشرق، «بیش از ۳۵ میلیون نفر بیننده دو مناظره مرحله دوم انتخابات بودند» به آدرس مقابل: www.mashregnews.ir/news/1620429

منابع انگلیسی

Brock, D. (2022). *20 Top Pros & Cons of Presidential Debates*. Available at: <https://environmental-conscience.com/presidential-debates-pros-cons/>. 14 Jun 2022.
Coleman, S. (2000). *Televised election debates. International perspectives*. S.T. Martin's press.

- Holbrook, T. M. (1999). Political learning from presidential debates. *Political Behavior*, 21(1), 67-89.
- Jamieson, K. H., & Birdsell, D. S. (1990). *Presidential Debates: The Challenge of Creating an Informed Electorate*. Oxford University Press on Demand.
- McCarthy, N. (2020). *Which Presidential Debates Drew the Biggest TV Audiences?* Available at: <https://www.statista.com/chart/23075/estimated-tv-viewership-of-presidential-debates>.
- Ravel, A. M. & Hill, Ch. (2020). Democratizing the Presidential Debates. In *The Best Candidate Presidential Nomination in Polarized Times*, edited by Eugene D. Mazo and Michael R. Dimino. Cambridge University Press.