

مطالعات حقوق تطبیقی

دوره ۱۰، شماره ۲

پاییز و زمستان ۱۳۹۸

صفحات ۴۶۷ تا ۴۸۳

نظام مطلوب تأمین مالی کارزارهای انتخاباتی در ایران در

پرتو معیارهای بین‌المللی

مصطفی زمانی‌زاده

دانشجوی دکتری گروه حقوق عمومی، دانشکده حقوق، هیات و علوم سیاسی، واحد علوم و

تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

(Email: mostafa.zamanizadeh44@gmail.com)

اسدالله یآوری*

دانشیار گروه حقوق عمومی، دانشگاه شهیدبهبشتی، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۳/۰۵، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۶/۳۰)

چکیده

امروزه در جهان، انتخابات منصفانه بدون کنترل جریان پول در کارزارهای انتخاباتی غیرممکن است. در این راستا نظام‌های تأمین مالی سیاسی مختلفی در جهان شکل گرفته است که به منظور قاعده‌مند کردن ورود پول به کارزارهای انتخاباتی از ابزارها و مکانیزیم‌های تنظیمی متفاوتی بهره می‌گیرند. نگاهی به قوانین انتخاباتی ایران بیانگر خلأ کاملاً محسوس در حوزه نظام تأمین مالی کارزارهای انتخاباتی است و اگرچه قوانین انتخاباتی ایران بارها اصلاح شده، ولی این حوزه همواره مورد غفلت واقع شده، و این درحالی است که نقش پول در فرایندهای انتخاباتی ایران اهمیتی بیش از گذشته یافته است. این مقاله با روش تحلیلی - توصیفی در پی پاسخ به این پرسش است که با توجه به تجارب سایر کشورها و متن جامعه ایران، الگوی مطلوب این نظام کدام است؟ فرضیه این مقاله این است که نظام مطلوب تأمین مالی کارزارهای انتخاباتی در ایران با توجه به بافت سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و تجارب دیگر کشورها، یک نظام ترکیبی از کمک‌های شخصی در کنار کمک‌های دولتی است. طراحی این نظام در ایران مستلزم تغییراتی در سایر حوزه‌ها به خصوص دسترسی آزاد به اطلاعات، حوزه تعارض منافع و تغییراتی در سیاست‌های کلی نظام در امر انتخابات است.

واژگان کلیدی

ابزارهای تنظیمی، تأمین مالی، کارزارهای انتخاباتی، نظام مطلوب.

مقدمه

مشروعیت نظام سیاسی دنیای معاصر متکی به انتخابات منصفانه و عادلانه است. از مهم‌ترین فاکتورهای انتخابات منصفانه، دسترسی برابر افراد و احزاب به منابع مالی برای رقابت است، چراکه مدیریت انتخابات به شکل عام و تبلیغات انتخاباتی به شکل خاص در سطوح مختلف مستلزم تأمین بودجه قابل توجه است (گودین، کیل.کای.اس، ۱۳۷۹، ص ۲۲)؛ ازاین‌رو با تعاریفی که از نظام انتخاباتی به‌عمل آمد (خسروی، ۱۳۷۸، ص ۲۰۴)، کارکرد اصلی نظام انتخاباتی هر کشور طراحی یک نظام تأمین مالی کارزارهای انتخاباتی است که جریان پول در فرایندهای سیاسی مرتبط با انتخابات را قاعده‌مند سازد.

هدف از این نوشتار تبیین جایگاه نظام تأمین مالی کارزارهای انتخاباتی در قوانین انتخاباتی ایران و ارائه یک الگوی مطلوب با توجه به تجارب سایر کشورها و استانداردها و ابزارهای موجود و شناخته شده برای تنظیم و کنترل پول در حوزه کارزارهای انتخاباتی با توجه به ویژگی‌ها و متن جامعه ایران است که به شکل‌گیری یک انتخابات منصفانه و عادلانه که ایده‌آل و مطلوب همه نظام‌های سیاسی است، کمک کند. فرضیه این پژوهش طراحی الگوی مطلوب با توجه به متن سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ایران، جهت‌گیری‌های عمومی نظام‌های تأمین مالی مبارزات انتخاباتی به سمت دخالت بیشتر دولت در تأمین مالی کارزارهای احزاب و افراد، حاکمیت شفافیت بر تعاملات مالی کارزارهای انتخاباتی به‌عنوان یک اصل مورد اجماع برای مقابله با فساد در این حوزه، ایجاد یک نظام دوگانه تأمین مالی مرکب از کمک‌های دولتی به‌همراه کمک‌های شخصی و خصوصی با اصالت دادن به بازیگران انفرادی است که مرکز ثقل ابزارهای تنظیمی، محدودیت و ممنوعیت هزینه‌ها و افشای کامل تعاملات مالی کارزارهای انتخاباتی از سوی یک نهاد ناظر مستقل و تخصصی در این حوزه است.

نظام تأمین مالی کارزارهای انتخاباتی در حقوق تطبیقی

نیاز فزاینده احزاب و کاندیداها به پول و نقش فزاینده آن در فرایندهای سیاسی، رابطه پول و سیاست را به یکی از بزرگ‌ترین مشکلات دولت‌های دموکراتیک تبدیل کرده است (Svasand & Widfeldt, 2018). به این دلیل نظام‌های تأمین مالی سیاسی (political funding) از مباحث مهم دموکراسی‌های مدرن و اصلی‌ترین و ثقیل‌ترین بخش قوانین انتخاباتی هر کشور است، چراکه در تعامل بین بخش‌ها و جلوه‌های مهم زندگی سیاسی قرار دارد. ازاین‌رو امروزه اندک کشورهایی را می‌توان یافت که فاقد نظام تأمین مالی سیاسی باشند و از ۱۷۴ کشور که اطلاعات

قابل دسترس از آن‌ها موجود است حدود ۵۸ درصد از آن‌ها مواد قانونی لازم را به اشکال مختلف برای تأمین مالی احزاب سیاسی و کاندیداها دارند (Magnus & Zainubhai, p. 60).
تأمین مالی سیاسی مجموعه‌ای از قواعدی است که با جریان غیرقابل اجتناب پول در سیاست، با سیستم سیاسی و جریاناتی که از آن ناشی می‌شود، سروکار دارد. این نظام چارچوبی را ایجاد می‌کند که در درون آن احزاب و کاندیداها می‌توانند به‌طور قانونی برای به‌دست آوردن پول مورد نیاز و هزینه‌های این پول برای فعالیت‌های خود اقدام نمایند. این سیستم همین‌طور ابزارهای قانونی برای نظارت و اجرای عملیات در درون آن چارچوب را توصیف می‌کند (Zammora, 2008, p. 5).

به‌طور کلی در ادبیات تأمین مالی کارزارهای انتخاباتی سه نظام تأمین مالی خصوصی (private system)، عمومی (public system) و ترکیبی (mixed system) مورد بحث قرار گرفته است. نظام تأمین مالی خصوصی نظامی است که در آن بازیگران سیاسی (احزاب و کاندیداها) منابع موردنیاز برای اهداف انتخاباتی و کارزارها را از طریق کمک هواداران، سازمان‌ها، گروه‌ها و یا دارایی شخصی خود تهیه می‌کنند. از این نظام با عنوان نظام خودتأمینی (self funding) هم یاد می‌شود. نظام تأمین مالی کارزارهای انتخاباتی آمریکا و انگلستان را با تفاوت‌هایی می‌توان نمونه‌هایی از نظام تأمین مالی خصوصی تعریف کرد^۱. تأمین مالی عمومی به این معناست که بخش اعظم هزینه‌های جاری یا انتخاباتی احزاب و یا هردو با هم از منابع عمومی از سوی دولت پرداخت می‌شود^۲. اگرچه مطالعات نشان می‌دهد کشوری وجود ندارد که برنامه‌ای کامل و ۱۰۰ درصدی برای تأمین مالی عمومی داشته باشد که در سطح ملی قابل اجرا باشد. برای مثال درآمد احزاب از کمک‌های عمومی در بلژیک که بیشترین منابع دولتی را پرداخت می‌کند، حدود ۸۰ درصد است. (Karo Lein, Weekers, Bart Maddend & Jonopp, 2009, p. 25-29)

روش مختلط یا ترکیبی روشی است که دولت در کنار کمک‌های شخصی و خصوصی بخشی از هزینه‌های کارزارهای انتخاباتی را به روش‌های مختلف جبران می‌کند. در این روش معمولاً میزان سهم دولت تا درصد معینی به میزان مشارکت احزاب و افراد در جلب توجه رأی‌دهندگان از

۱. آمریکا نزدیک‌ترین کشورها به ته خط تأمین مالی خصوصی است و انگلستان را هم می‌توان یک نظام تأمین مالی خصوصی دانست؛ اگرچه بعضی از اشکال کمک‌های غیرمستقیم دولتی به احزاب و کاندیداها دیده می‌شود، ولی عموماً کمک‌های دولتی مستقیم به احزاب و کاندیداها برای کارزارهای انتخاباتی وجود ندارد و جامعه انگلستان در برابر این کمک‌های دولتی مقاومت کرده است. انگلستان نزدیک‌ترین کشور به ته خط کمک‌های دولتی است؛ چراکه اخیراً منابع بیشتری از کمک‌های دولتی به نسبت آمریکا و کانادا اختصاص داده است.

۲. برای مطالعه بیشتر در خصوص نظام تأمین مالی عمومی، نک:

Casas Zamora, Kevin, political funding and state funding systems an overview, Broking institution/university of Costa Rica, may 2008.

طریق دریافت کمک‌های مردمی تعیین می‌شود.^۱ روش‌های اجرای این سیستم به دو شیوه در دنیای معاصر مصداق‌های عینی دارد: نخست، روش معادل‌سازی کمک‌ها (matching system) که می‌توان نظام تأمین مالی در آلمان^۲ را نمونه‌ای از این روش معرفی کرد و دوم، روش اعتبار مالیاتی (tax Rleif system) که فرانسه^۳ یکی از کشورهایی است که این روش را برای تشویق کمک‌های خرد در کنار سایر کمک‌های دولتی به احزاب سیاسی به کار گرفته است.

وضعیت موجود نظام تأمین مالی کارزارهای انتخاباتی در ایران

نگاهی به قوانین انتخاباتی ایران بیانگر این امر است که نظام تأمین مالی سیاسی در ایران حلقه مفقوده قوانین انتخاباتی و ضعیف‌ترین و لاغرترین بخش این قوانین است و ابزارها و مکانیسم‌های تنظیمی تعاملات مالی به‌طور کلی در این قوانین مورد غفلت قرار گرفته است.

۱. محدودیت و ممنوعیت کمک‌ها^۴

قوانین انتخاباتی ایران به‌طور کلی در خصوص کمک به نامزدها هیچ‌گونه محدودیت و ممنوعیت قانونی وضع نکرده است و در مورد احزاب هم از آنجا که قانون حاکم بر آن‌ها قانون احزاب است، این قانون هیچ‌گونه محدودیتی بر میزان کمک‌ها و منبع کمک‌ها مقرر نکرده و فقط مانع از دریافت هرگونه کمک مالی و تدارکاتی از بیگانگان شده است.^۵

۱. موافقان و مخالفان نظام‌های ترکیبی اساساً بر همان مواردی تأکید دارند که در خصوص کمک‌های عمومی در نظام تأمین مالی عمومی مورد بحث قرار می‌گیرد، چون در این نظام بخش مهمی از هزینه کارزارهای انتخاباتی از طرف دولت پرداخت می‌شود.

۲. برای مطالعه بیشتر در خصوص نظام تأمین مالی آلمان، نک: Katz, Richard & Cortty, willam, HandBook of party politics, sage publication, 2006. 2- campaign finance : an overview, Australia, France, Germany, Israael and United Kingdom, April 2009. available at. <http://www.law.gov>. 3- state funding of political parties in Germaney, November 2012, <http://Bundestag.de/htdocs-e/bundestag/function/party>.

۳. برای مطالعه بیشتر در خصوص نظام تأمین مالی فرانسه، نک: Juna, Barbara, "financing of political parties and electoral campaign in france", Legal service of cncfppr. www.cncfppr.fr & political party funding in france. <http://www.ambafrance-uk.org/politics-political-party-funding.html>

۴. در انگلستان، قانون کمک‌های مجاز را احصا کرده (Act 20009(PPERA), PART IV, sectoin 50) و بر کمک‌های اشخاص حقوقی شرایط خاصی اعمال کرده است. در امریکا بر کمک‌های اشخاص حقیقی سقف اعمال شده است (section 503(3), pub.LN (07-155), Bipartisian Campaign Reform Act 2002)

اشخاص حقیقی سقف تعیین شده و بر اشخاص حقوقی ممنوعیت مطلق حاکم است (code electoral art.L52-8)

در آلمان برعکس انگلستان کمک‌های غیرمجاز شمرده شده‌اند (German political Act, Art.25 & 24(a)).

۵. ماده ۱۷ قانون احزاب و جمعیت‌ها و انجمن‌های سیاسی و صنفی و انجمن‌های اسلامی و اقلیت‌های دینی

۲. محدودیت و ممنوعیت هزینه‌ها^۱

در خصوص ممنوعیت و محدودیت هزینه‌ای، قوانین انتخاباتی ایران ساکت است و هیچ‌گونه محدودیت و ممنوعیتی با این عنوان ذکر نشده است، ولی می‌توان در مواردی این‌گونه ممنوعیت و محدودیت را از قانون استنباط کرد؛ از جمله ماده ۳۳ قانون انتخابات ریاست جمهوری که خرید و فروش رأی و تطمیع در امر انتخابات را ممنوع کرده و نیز ماده ۶۶ قانون انتخابات مجلس که همین موارد را به صراحت ممنوع و برای آن‌ها مجازات تعیین کرده است. هر چند که به نظر نمی‌رسد نگاه قانون‌گذار به بحث محدودیت و ممنوعیت هزینه‌ای به‌عنوان یک ابزار تنظیمی باشد.

۳. کمک‌های دولتی به کارزارهای انتخاباتی^۲

این نوع کمک‌ها در نظام انتخاباتی ایران نه برای نامزدها وجود دارد و نه برای کارزارهای انتخاباتی احزاب. فقط یک شکل از اشکال کمک‌های عمومی غیرمستقیم در خصوص کاندیداهای ریاست جمهوری مطابق ماده ۵۶ قانون انتخابات ریاست جمهوری پیش‌بینی شده است.

مصوب ۷ شهریور ۱۳۶۰.

۱. محدودیت و ممنوعیت هزینه‌ها در امریکا و انگلستان اگرچه با چالش‌های حقوقی مواجه شده، ولی به‌عنوان یک ابزار به‌کار گرفته شده است. برای اطلاعات بیشتر، نک:

the Regulation framework of political parties in Germany, united kingdom, Newealand and singapore, 15 april 2004. available at: <http://www.legco.gov.hk>. & Ewing, Keit, politics and law (oxford university press, 1992) & Ohman, Mognus, political finance Regulation Around the world., IDEA, database

۲. کمک‌های دولتی به احزاب و کاندیداها از چالش‌برانگیزترین ابزارها در میان سایر ابزارها است که منتقدان و موافقان زیادی دارد. برای مثال، درحالی که در آلمان و فرانسه و تقریباً تمامی کشورهای اروپایی این نوع کمک‌ها به شکل مستقیم و غیرمستقیم پرداخت می‌شود، در انگلستان کمک‌های مالی مستقیم پرداخت نمی‌شود و در امریکا هم در سطح فدرال این کمک‌ها به شکل استثنایی با شرایط خاصی قابل دسترس است. برای اطلاعات بیشتر، نک:

The Review of the funding of political parties: An intrim Assessment, October 2006, available at www.partyfunding.gov.uk & political party funding in France, <http://ambafrance-uk.org/politics-party-funding.html> & the money politics and transparency , campaign finance incator, Assesshng Regulation and practice in 45 contries around the world in 2012 & - Cassas Zamora , Kevin , , political finance and state funding systemes : an overview , Brooking institution, university of casta rica , may 2008 .& state funding of political parties in Germany, november 2012, <http://bundestag.de/htdocse/bundestag/function/party>.

۴. نبود شفافیت در تعاملات مالی کارزارهای انتخاباتی در ایران^۱

در خصوص شفافیت تعاملات مالی کارزارهای انتخاباتی افراد و احزاب در ایران قانون کاملاً ساکت است. افراد هیچ الزام قانونی درباره اعلان گزارش کمک‌ها و هزینه‌های انتخاباتی خود به نهاد ناظر ندارند. در خصوص احزاب، کمیسیون ماده ۱۰ بر فعالیت مالی احزاب نظارت می‌کند. برابر این قانون، کلیه درآمدها و هزینه‌های مالی گروه‌های پروانه‌دار باید در دفاتر قانونی ثبت شود و در پایان سال برای بررسی در اختیار کمیسیون قرار گیرد^۲ و کمیسیون الزام قانونی برای افشای هزینه‌ها و کمک‌های صورت گرفته به احزاب ندارد و نهاد ناظر هم به‌موجب هیچ قانونی به افشای اطلاعات مالی کاندیداها و احزاب ملزم نیست. در ماده ۳۳ آئین‌نامه داخلی شورای نگهبان آمده که مشروح مذاکرات مربوط به بررسی صلاحیت نامزدهای انتخاباتی به لحاظ رعایت حیثیت افراد محرمانه تلقی شده و انتشار آن به دستور دبیر وابسته است.

۵. فقدان نظارتی تخصصی و مستقل بر تعاملات مالی انتخابات

وظیفه اصلی و انحصاری نظارت بر تعاملات مالی کارزارها در بیشتر کشورها به‌عهده کمیسیون‌های خاص و تخصصی مستقل است که با اسامی متفاوتی نامیده می‌شوند. هرچند شایع‌ترین نام معمولاً کمیسیون انتخاباتی است. در ایران همان‌طور که از اصل ۹۱ قانون اساسی هویداست، شورای نگهبان در کنار صلاحیت پاسداری از شریعت اسلام و قانون اساسی دو وظیفه خطیر دیگر، یعنی تفسیر قانون اساسی (اصل ۹۸) و نظارت بر انتخابات و همه‌پرسی (اصل ۹۹) را برعهده دارد. اعطای صلاحیت‌های سه‌گانه شورای نگهبان در قانون اساسی بیانگر اهمیت و جایگاه مهم این نهاد در ساختار حقوقی جمهوری اسلامی ایران است (گرچی از ندریانی و خادمی، ۱۳۶۹، ص ۷۰۹-۶۷۹). از آنجا که نظارت شورای نگهبان بر انتخابات عام و فراگیر و در خصوص تمامی مراحل انتخابات از زمان ثبت نام تا پایان شمارش آرا و اعلام نتایج است، لذا این شورا در تمامی مسائل مربوط به انتخابات از جمله مسائل مالی نظارت و اعلام نظر می‌نماید. هرچند به عقیده صاحب‌نظران در نظام حقوقی ایران نظارت مالی بر انتخابات چندان

۱. شفافیت تعاملات مالی در تمامی نظام‌های انتخاباتی دنیا به‌عنوان یک اصل غیرقابل اغماض پذیرفته شده است و جهت‌گیری قوانین خصوصاً در نظام‌های تأمین مالی خصوصی مثل امریکا و انگلستان که پول نقش بیشتری در نتیجه انتخابات بازی می‌کند به سمت شفافیت بیشتر پیش می‌رود. برای اطلاعات بیشتر، نک:

money in politics Handbook: a guide to increasing transparency in Emerging Democracies, office of Democracy and Humanitarian Assistance, US agency for international Development Washington Dc, 20523-3100. november 2003. & Disclosing campaign contribution to reduce Corruption, www.transparency policy.net/campaign-finance.php.

۲. ماده ۱۷ قانون احزاب و مصوب ۷ شهریور ۱۳۶۰

مهم تلقی نمی‌شود و هیچ فقه‌ای صلاحیت خاصی را در این زمینه به شورای نگهبان اعطا نمی‌کند (گرجی، ۱۳۸۹، ص ۳۵۲-۳۳۳).

نظام مطلوب تأمین مالی کارزارهای انتخاباتی در ایران

با توجه به تجربیات سایر کشورها و شرایط سیاسی اجتماعی و تاریخی ایران و جهت‌گیری عمومی به سمت نظام‌های ترکیبی، این نظام مطلوب می‌تواند یک نظام ترکیبی دولتی و منابع خصوصی باشد که ابزارهای تنظیمی متداول کارزارهای انتخاباتی در دیگر کشورها به شرح زیر را مورد استفاده قرار دهد:

۱. محدودیت و ممنوعیت کمک‌ها

در ایران موضوع کمک‌ها از چند نظر دارای اهمیت است: نخست اینکه نظام فعلی ایران یک نظام خودتأمینی است؛ یعنی کاندیداها و احزاب از آنجا که کمک‌های دولتی وجود ندارد خود مسئول تأمین مخارج و هزینه‌های کارزارهای خود هستند و دوم اینکه چون این حوزه قاعده‌گذاری نشده است، در نتیجه احزاب و کاندیداها می‌توانند بدون ممانعت قانونی از هر شخصی، خواه حقیقی و خواه حقوقی، تقاضای کمک نمایند و سوم اینکه در سال‌های اخیر به موازات افزایش هزینه‌های انتخاباتی نیاز بازیگران یعنی افراد و احزاب به کمک‌ها دوچندان شده است؛ به شکلی که به رسوایی‌های سیاسی مالی فراوان انجامیده و عدم التزام قانونی به روشن کردن منابع و مبالغ کمکی زمینه‌ای فراهم کرده است تا افراد نتوانند در این خصوص مورد تعقیب و پیگرد قانونی قرار گیرند.^۱

کمک‌های اشخاص حقیقی یا کمک‌های خُرد (small contribution) در ایران بنابه دلایلی از جمله نبود آن چیزی که «مشارکت چک پولی»^۲ نامیده می‌شود، موضوعیت ندارد، ولی کمک‌های اشخاص حقوقی و شرکت‌ها و خصوصاً پیمانکاران دولتی که کمک آن‌ها عمدتاً به دلیل جبران و تلافی پنهان و با هدف دریافت پاداش‌ها و امتیازات اقتصادی و سیاسی در تمامی سطوح ملی، محلی و منطقه‌ای صورت می‌گیرد، لازم است به شدت قاعده‌مند شود.

۱. برای اطلاعات بیشتر در خصوص افزایش هزینه‌های انتخاباتی کاندیداها، نک: رادیه، رودابه (تیر ۱۳۸۸)، «انتخابات و مخابرات»، دنیای مخابرات و ارتباطات، شماره ۶۱، ص ۷-۶؛ نیکانلو، سایه (تیر ۱۳۸۸)، «نقش فناوری نوین در انتخابات نهم»، ماهنامه تحلیلگران عصر اطلاعات، سال سوم، شماره ۲۲، ص ۱۲-۸.
 ۲. معمولاً ابتدایی‌ترین و راحت‌ترین شکل، مشارکت سیاسی است که از طریق کمک مالی خُرد به افراد یا احزاب مورد علاقه انجام می‌پذیرد.

۲. محدودیت و ممنوعیت هزینه‌ها

محدودیت و ممنوعیت هزینه‌ها مهم‌ترین بخش یک نظام تأمین مالی سیاسی است. از لحاظ تطبیقی محدودیت هزینه‌های انتخاباتی یک نگرش و روند جهان‌شمول است، به‌طوری که می‌توان گفت اغلب و شاید تمامی نظام‌های تنظیمی کارزارهای انتخاباتی هزینه‌محور هستند. بحث قاعده‌مند کردن هزینه‌ها به نسبت کمک‌ها، امکان‌پذیرتر، عملی‌تر و نظارت‌پذیری آسان‌تری دارد.

محدودیت و ممنوعیت هزینه‌ها باید به‌عنوان اصلی‌ترین ابزار تنظیمی در نظام تأمین مالی سیاسی ایران به‌کار گرفته شود. برای این منظور لازم است که نخست، هزینه‌های انتخاباتی به تفکیک و با جزئیات توصیف شود که منابع در چه مواردی مصرف گردد و چه اقسام هزینه‌ای ممنوع است. دومین اقدام در این زمینه ممنوعیت بعضی از اشکال هزینه‌ها از جمله هزینه خرید رأی است. هزینه‌های انتخاباتی اشخاص ثالث از دیگر حوزه‌های مهم برای قاعده‌گذاری است، چراکه نقش این افراد در تبلیغات و فعالیت‌های انتخاباتی خصوصاً در بحث تخلفات انتخاباتی در ایران به‌مانند تمامی دنیا یک نقش غالب و غیرقابل اغماض است. قانون در خصوص اشخاص ثالث باید اولاً این اشخاص را به‌طور دقیق و مفصل تعریف و نوع، میزان، نحوه و دایره فعالیت (ملی - منطقه‌ای - محلی)، نوع انتخابات و ارتباط آن‌ها با کاندیداها و احزاب را قاعده‌مند سازد. از دیگر مسائل مرتبط با هزینه‌ها بحث زمان هزینه‌هاست که با عنوان طول و مدت کارزارهای انتخاباتی شناخته می‌شود. یکی از دلایل و فلسفه وجودی محدود کردن دوران تبلیغات و مشخص کردن طول دوره مبارزات انتخاباتی کاستن از هزینه‌ها بوده است. تجربه عملی نشان داده است که بخش مهمی از مشکل و تخلفات انتخاباتی ناشی از همان دوره قبل از ثبت نام است که قانون به آن توجهی نشان نداده و حتی طی تفسیری که از این ماده از سوی مجلس شورای اسلامی به‌عمل آمده و موضوع آن انجام تبلیغات قبل از موعد مجاز است، مجلس پاسخ داده است که «ممنوعیت تبلیغاتی از زمان ثبت نام تا زمان اعلام رسمی اسامی کاندیدهای تأیید شده توسط هیأت اجرایی است و شامل قبل و بعد از زمان مذکور نخواهد بود. مشروط به آنکه تحت عنوان کاندیداتوری نباشد»^۱. در ایران این نوع تبلیغات قبل از موعد که معمولاً بسیار هم هزینه‌بر است، به نام کاندیداتوری انجام نمی‌گیرد، ولی عملاً هدف تبلیغات انتخاباتی است. از موارد مهم دیگر در موضوع هزینه‌ها بحث صاحب‌منصبان و مقامات دولتی است. بخش زیادی از تبلیغات غیررسمی و خارج از مدت زمان انتخاباتی از سوی کسانی انجام می‌گیرد که خود جزء مقامات منتخب هستند و قصد ورود مجدد به صحنه انتخابات را دارند. قانون در این

۱. قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی استفساریه ذیل ماده ۵۶

زمینه ساکت است و اصولاً خط تمایز بین اهداف انتخاباتی و اهداف ناشی از وظایف رسمی وجود ندارد؛ هرچند که تفکیک این امور از یکدیگر بسیار سخت است، ولی به شدت نیاز به قاعده گذاری دارد.

۳. کمک‌های دولتی به کارزارهای انتخاباتی

موضوع کمک‌های دولتی به کارزارهای انتخاباتی احزاب و کاندیداها در ایران مستلزم روشن ساختن چند مسئله است:

نخست، اصالت بازیگران. به این معنی که آیا افراد بازیگران صحنه انتخابات هستند یا احزاب؟ به دلایل بسیاری به نظر می‌رسد که در ایران کاندیداهای فردی نیروهای پیش‌برنده و صحنه گردان انتخابات هستند و اصالت بیشتری نسبت به احزاب سیاسی دارند. لذا در شرایط فعلی کمک‌های دولتی باید بر کاندیداهای فردی متمرکز شود. البته در این راستا احزاب هم باید برای کارکردهای روزمره و شکل‌گیری و فرهنگ‌سازی مورد توجه قرار گیرند.

دوم، ملاک‌های تخصیص منابع دولتی به احزاب و افراد. معمولاً ملاک‌ها در این زمینه متفاوت است. در نظام‌های کاندیدامحور که افراد ارتباطی با احزاب ندارند، معمولاً این منابع بین کاندیداها به‌طور مساوی تقسیم می‌شود. در خصوص احزاب هم معمولاً بر اساس درصد آرا و کرسی‌های به‌دست آمده منابع تخصیص می‌یابد. در ایران چون کارکرد احزاب و میزان وابستگی کاندیداها به احزاب نظام خاصی ندارد و فعالیت حزبی خصوصاً در کارزارهای انتخاباتی محل بحث و مناقشه است، علی‌رغم وجود احزاب مختلف نمی‌توان درک روشنی از میزان تأثیرگذاری آن‌ها بر نتایج انتخاباتی به‌دست آورد.

سوم، انواع کمک‌ها. بحث دیگر در خصوص کمک‌های دولتی نوع این کمک‌هاست که معمولاً به دو نوع کمک مستقیم و غیرمستقیم دولتی تقسیم می‌شود. کمک‌های غیرمستقیم از جهات مختلف از جمله اینکه مستقیماً برای اهداف کارزاری اختصاص می‌یابند و فقط در طی مدت انتخابات قابل پرداخت هستند و اینکه مستقیماً در جهت موردنظر یعنی کمک به کارزارهای انتخاباتی احزاب و کاندیداها هزینه می‌شود، انحراف آن‌ها از اهداف موردنظر وجود ندارد و همین‌طور نظارت‌پذیری و غیره مفیدتر از کمک‌های مستقیم است. ولی در ایران کمک‌های غیرمستقیم مانند پخش‌های رادیو تلویزیونی، اماکن عمومی و ارسال‌های پستی مانند سایر کشورها، به‌ویژه کشورهای اروپایی مثل فرانسه، آلمان و انگلستان جایگاهی ندارد.

پرداخت کمک‌های مستقیم، راحت‌تر، انگیزه برای به‌دست آوردن آن بیشتر و به همین نسبت کنترل و ملاک توزیع آن سخت‌تر است. به همین دلیل باید سیستمی طراحی شود که هم به عدالت نزدیک‌تر، هم کاربردی‌تر و هم قابل حسابرسی و شفافیت‌پذیر باشد و هم باعث

سوءاستفاده نشود. از شیوه‌های پرداخت مستقیم کمک‌های دولتی جبران بخشی یا درصدی از هزینه‌های انتخاباتی است، مانند فرانسه، که به‌نظر می‌رسد در ایران این نوع کمک‌ها مفیدتر باشد. از جمله مسائل مهم در این خصوص بحث نیاز به منابع مالی برای تبلیغات قبل از انتخابات است که چنانچه این منابع در دسترس نباشد یکی از آسیب‌ها و آفت‌های پول در نظام سیاسی هویدا می‌شود و این همان توجه و گرایش به سمت ثروتمندان برای تأمین مالی کارزار است که درحقیقت یکی از اهداف نظام تأمین مالی سیاسی جلوگیری از این اقدام است. به این منظور نظام تأمین مالی سیاسی مطلوب باید حداقل بخشی از کمک‌های دولتی را قبل از شروع تبلیغات انتخاباتی در دسترس افراد و کاندیداها قرار دهد. اینکار می‌تواند در ایران با توجه به تجربه آلمان شکل بگیرد.

۴. شفافیت هزینه‌های انتخاباتی

در طراحی نظام تأمین مالی سیاسی در ایران شفافیت مسائل مالی انتخابات یک ضرورت است. در کنار طراحی هر نظامی، چه خصوصی و خودتأمینی و چه مختلط و ترکیبی، وجود یک نظام افشای کامل مالی انتخابات لازم و ضروری است. وظیفه شفافیت به شکل خاص باید به نهاد مسئول واگذار شود که پس از دریافت گزارش‌های مالی کمک‌ها و هزینه‌ها، این اطلاعات را در موعد مقرر جمع‌آوری و به شکل مطلوب در اختیار و دسترس عموم از طریق یک وبسایت قرار دهد. بدیهی است که به‌منظور کارکرد بهتر نظام شفافیت، قدرت انتخاب اطلاعات قابل افشا نباید به شکل غیرمتمرکز در دست نهادهای دیگر قرار گیرد، بلکه این کار باید انحصاراً در دست نهاد ناظر انتخاباتی باشد.

موانع دیگر موضوع شفافیت در ایران، بیشتر حول محور حریم خصوصی اشخاص دور می‌زند که در حقیقت عاملی برای توجیه و مخفی نگه‌داشتن بسیاری از اطلاعات مالی است؛ حتی اطلاعاتی که می‌تواند به رد صلاحیت کاندیداها منجر شود. شرط شکل‌گیری این نظام شفافیت این است که حوزه حریم خصوصی - جایی که مصلحت بزرگ‌تری به نام مصلحت عمومی در میان است - عقب‌نشینی نماید؛ همان‌طوری که این حوزه در بسیاری از کشورها زمانی که بحث فساد در میان باشد به نفع مصلحت جامعه عقب‌نشینی کرده است.^۱

۱. برای مطالعه بیشتر در خصوص نقش شفافیت در حکمرانی مطلوب و شفافیت هزینه‌های انتخاباتی در ایران، فرانسه و امریکا، نک: یزدانی زوز، هرمز (تابستان ۱۳۸۸)، «نقش شفافیت در تحقق حکومت مطلوب»، فصلنامه حقوق عمومی، شماره ۵ و زمانی‌زاده، مصطفی (تابستان ۱۳۹۲)، بررسی تطبیقی شفافیت هزینه‌های انتخاباتی در نظام‌های انتخاباتی امریکا، فرانسه و ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز.

۵. نهاد نظارتی تخصصی و مستقل بر تعاملات مالی انتخابات

امروزه سیر تحولات و جریان‌های انتخاباتی و نقش پررنگ مسائل مالی می‌طلبد که یک نهاد نظارتی خاص و مستقل به شکل تخصصی برای نظارت بر تعاملات مالی کارزارهای انتخاباتی شکل گیرد. چراکه تاکنون نهاد ناظر در ایران بیشتر دغدغه جهت‌گیری سیاسی کاندیداها را داشته است تا سلامتی و پاک‌دستی مالی انتخابات را.

شکل‌گیری این نهاد در ایران با یک مانع قانونی قوی مواجه است. به موجب تفسیری که شورای نگهبان - که خود نهاد ناظر بر انتخابات است - از قانون اساسی به عمل آورده، نظارت در همه مراحل و مباحث مربوط به انتخابات در انحصار شورای نگهبان است و در موقعیت فعلی از لحاظ قانونی و قدرت تفسیری که قانون به شورای نگهبان بخشیده است نمی‌توان به موازات شورای نگهبان نهاد ناظر مستقلی تعبیه کرد؛ چراکه نظارت هر نهاد دیگری در تعارض با دیدگاه‌های غالب در شورای نگهبان قرار می‌گیرد. شاید در وضعیت کنونی چاره و راهکار این باشد که نظارت شورای نگهبان را به دو شکل در این حوزه به رسمیت بشناسیم:

اول اینکه محث صلاحیت‌های عمومی و سیاسی را که شورای نگهبان حساسیت زیادی بر آن دارد همچنان به این شورا واگذار گردد^۱ و درحقیقت این بخش از صلاحیت شورای نگهبان به چالش کشیده نشود؛ چراکه سیاست‌های کلی ابلاغی انتخابات هم مؤید همین امر است که نظام در شرایط کنونی تمایلی ندارد این نقش شورای نگهبان کم‌رنگ شود.

اما در مبحث دوم نظارت بر هزینه‌های انتخاباتی، کسانی که مورد تأیید شورای نگهبان قرار گرفته‌اند به کمیسیون مستقل انتخاباتی سپرده شوند. به نظر نمی‌رسد در ظاهر امر شورای نگهبان مخالفتی با این نظارت داشته باشد؛ ضمن اینکه شورای نگهبان در این فرایند به‌عنوان نهاد عالی و مرجع رسیدگی به شکایات و تجدیدنظر است که تصمیم آن فصل‌الخطاب است. در مواردی که بحث تعارض منافع وجود دارد؛ برای مثال، زمانی که خود اعضای شورای نگهبان کاندیداها یا مجلس خبرگان هستند، بحث نظارت و تأیید صلاحیت از سوی نهاد دیگری صورت گیرد، چراکه منطقاً و عقلاً کسانی که با هم رقیب هستند نباید در خصوص صلاحیت و عدم صلاحیت رقبای خود تصمیم‌گیری کنند و بحث نظارت بر امور مالی کاندیداها یا مجلس خبرگان هم به همین کمیسیون واگذار شود. مهم‌ترین وظایف این کمیسیون به شرح زیر است:

۱. در خصوص موضوع صلاحیت کاندیداها در انتخابات مختلف دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد که موضوع این مقاله نیست، ولی زمانی که صلاحیت‌ها به موارد مالی ربط دارد به بحث این مقاله مربوط است. برای اطلاعات بیشتر در خصوص انواع نظارت‌ها و بحث صلاحیت‌ها از سوی شورای نگهبان، نک: یآوری، اسداله (۱۳۹۶)، «بررسی صلاحیت نامزدهای انتخابات توسط شورای نگهبان: تأملی دیگر»، فصلنامه تحقیقات حقوقی، شماره ۸۰، ص ۲۲۷-۲۱۳.

- نظارت بر امور مالی کارزارهای انتخاباتی افراد و احزاب از طریق دریافت گزارش ها و صورت‌هزینه‌های انتخاباتی و اظهار نظر درباره آن‌ها.
- تصمیم‌گیری در خصوص ماهیت هزینه‌ها و کمک‌ها؛ یعنی توصیف کمک‌ها و هزینه‌های انتخاباتی به لحاظ ماهیت کار و تخصص باید از سوی کمیسیون انجام پذیرد.
- طراحی فرم‌های گزارشی و نحوه گزارش‌دهی و تعیین مهلت زمانی برای ارسال اظهارنامه‌های مالی.
- چون صرفاً این کمیسیون اطلاعات مالی احزاب و کاندیداها را دریافت و بررسی می‌کند، لذا افشای اطلاعات مالی دریافتی از طریق وبسایت یا سایر روش‌ها برای اطلاع عامه از مهم‌ترین وظایف این کمیسیون است. در خصوص افشا لازم است که این افشا مشمول رعایت اصل حریم خصوصی افراد نشود تا با توسل به آن مانعی در راه شفاف‌سازی ایجاد گردد و کمیسیون در این زمینه اختیار تام داشته باشد.
- مشورت‌های و توصیه‌های انتخاباتی به احزاب و کاندیداها و نهادهای مرتبط و پیشنهاد اصلاح قوانین به مجلس شورای اسلامی و اخطار و احضاریه به کاندیداها و احزاب برای تصحیح رفتار و انطباق اعمال با قانون در جهت پیشگیری از نقض قانون.
- اقدامات لازم در خصوص ارجاع تخلفات مالی انتخاباتی احزاب و کاندیداها به دادگاه‌های عمومی در صورتی که نقض قوانین مالی انتخابات مستوجب مجازات کیفری بوده یا عنوان تخلفات اداری برای مجریان و کارمندان دولت داشته باشد و نیز اعمال مجازات مالی از سوی خود کمیسیون از طریق دادگاه انتخاباتی در صورت نقض مقررات مالی که مستوجب مجازات‌های مالی است.

جرایم و تخلفات و ضمانت‌های اجرایی

در این زمینه قانون باید به شکل شفاف مسئولیت‌ها و مجازات‌ها را مشخص و قاعده‌مند گرداند و تناسب بین جرم و مجازات حتماً باید رعایت شود. مجازات‌ها نباید آن‌چنان خفیف باشد که قدرت بازدارندگی خود را از دست بدهد و نه آن‌چنان شدید که امکان اعمال آن وجود نداشته باشد.

۱. مجازات‌های انتخاباتی

منظور از مجازات‌های انتخاباتی مجازات‌هایی است که بر اعتبار انتخاب کاندیدا اثرگذار است و

شامل سلب صلاحیت و یا محرومیت از شرکت در انتخابات به مدت معین پس از قطعیت حکم یا ابطال انتخابات می‌شود.^۱ این مجازات‌ها در صورتی قابل اعمال است که تخلف، قصور در تسلیم حساب‌ها یا تجاوز از حد مقرر هزینه‌ها و یا تخلفات به دریافت کمک‌ها مربوط باشد.

۲. مجازات‌های مالی

مجازات‌های مالی در مواردی است که دولت بخشی از هزینه‌های انتخاباتی کاندیداها را پرداخت کرده یا به‌طور مستقیم بر اساس معیارهایی کمک مالی می‌کند. در این نوع مجازات‌ها در صورت بعضی از تخلفات مالی به تشخیص کمیسیون، کاندیدا یا حزب نمی‌تواند به نسبت تخلف، منابع عمومی دریافت نماید یا به استرداد بخشی از کمک‌های مالی عمومی و یا جریمه معادل یا بیشتر از مبلغ تخلف ملزم می‌شود.

۳. مجازات‌های اداری

در مواردی است که مجریان امور که عمدتاً کارمندان دولت هستند قبل یا هنگام برگزاری انتخابات مرتکب تخلف شوند؛ مجازات‌هایی که موضوع قانون تخلفات اداری هستند.

۴. مجازات‌های کیفری

دو نوع مجازات کیفری قابل اعمال است؛ یکی مجازات زندان و دیگری جریمه نقدی و یا هر دو. این مجازات‌ها در مواردی است که نقض شدید قانون و با علم و آگاهی و سوءنیت اتفاق افتاده باشد؛ مواردی مثل دریافت پول‌های کثیف و دریافت کمک از اشخاص غیرمجاز و یا مواردی مثل خرید و فروش آرا.

در اقدام بعدی در راستای اثرگذاری بیشتر باید مجازات‌های صورت‌گرفته و احکام مرتکبان

۱. در خصوص ریاست جمهوری به لحاظ تبعات سیاسی و اجتماعی رد اعتبار انتخاباتی کاندیدای پیروز مشکل‌آفرین است و عملاً امکان کمی دارد. برای مثال در فرانسه نتایج انتخابات ریاست جمهوری قبل از اینکه حساب‌های مبارزات انتخاباتی مورد بررسی دقیق قرار گیرند، اعلام می‌شود و این حساب و کتاب‌ها نمی‌تواند مورد چالش قرار گیرد و درحالی که قوانین و مقررات از سوی کاندیدای پیروز نقض شده باشد، احتمال کمی دارد مجازات مقرر شده در قوانین هرگز به‌کار گرفته شوند؛ هرچند که موارد ابطال انتخابات نمایندگان پارلمان در سال‌های اخیر گسترش یافته است. برای مطالعه بیشتر، نک: تقی‌زاده، جواد (تابستان ۱۳۸۶)، «شورای قانون اساسی فرانسه و نظارت بر انتخابات ریاست جمهوری و همه‌پرسی»، فصلنامه حقوق اساسی، سال چهارم، شماره ۸، ص ۱۱۵-۱۵۲.

تخلف و جرایم انتخاباتی قطعی شده، به روش‌های مقتضی به اطلاع عامه مردم برسد. معمولاً در ایران یا مجازاتی در این خصوص وجود ندارد یا اگر احیاناً کاندیدایی مجازات شود با توسل به حفظ حریم خصوصی و آبروی افراد جزئیات این‌گونه مجازات‌ها به اطلاع افکار عمومی نمی‌رسد. لازم است در مواردی که مسائل مادی و مالی در خصوص رد صلاحیت یا ابطال نمایندگی دلیل بوده است، بحث حریم خصوصی مانع از بیان آن و اطلاع عامه نگردد (عاملی که بارها شورای نگهبان با استناد به آن دلایل رد صلاحیت یا ابطال حوزه‌های انتخابیه را اطلاع‌رسانی کرده است). از دیگر موارد در این خصوص برای تأثیرگذاری بحث عدم اطالۀ دادرسی است. با توجه به اینکه اثرگذاری این قوانین منوط به برخورد قاطع و به‌موقع با متخلفان است، لازم است که در این‌گونه موارد اطالۀ دادرسی صورت نگیرد و بلافاصله پس از انتخابات با متخلفان برخورد شود و این برخورد به اطلاع افکار عمومی برسد تا از این طریق هم متخلفان بالقوه متنبه شوند و هم اعتماد عمومی به نظام سیاسی و خصوصاً فرایندهای انتخاباتی حاصل گردد. این مهم انجام نخواهد شد مگر با ایجاد دادگاه‌های انتخاباتی بی‌طرف، مستقل و بالاراده برای اعمال مجازات قانونی مقرر و وجود یک نظام رسانه‌ای و ارتباطی آزاد که اطلاعات در این خصوص را به اطلاع همگان و عموم مردم برساند. البته وجود یک نهاد ناظر مستقل، بی‌طرف، بالانگیزه و دارای قدرت کافی هم از شرایط لازم است.

نتیجه

نظام تأمین مالی کارزارهای انتخاباتی با توجه به نقش پررنگ پول در دنیای امروزی از ضروریات هر نظام انتخاباتی است. به همین دلیل، تقریباً در بین کشورهای جهان به‌ندرت می‌توان کشوری را یافت که در جهت کنترل پول در فرایندهای انتخاباتی از ابزارهای تنظیمی استفاده نکرده باشد. اگرچه همه کشورهای با توجه به بافت اجتماعی، فرهنگی، تاریخی و سیاسی خود ابزارهای مختلفی را به کار می‌گیرند و به همین دلیل هنوز استانداردهای بین‌المللی در این باره شکل نگرفته است، ولی در مورد کاربرد بعضی از ابزارها مانند شفافیت، تقریباً یک اجماع جهانی وجود دارد. نظام مطلوب در این خصوص نظامی است که با شناسایی عوامل تأثیرگذار مالی بر انتخابات، منابع ناسالم و مفسده‌انگیز را حذف، منابع کافی را برای به‌جریان انداختن یک انتخابات منصفانه تأمین نماید و هزینه‌های غیرضروری را کاهش دهد و از طریق یک سیستم باز و شفاف و پاسخگو زمینه اعتماد عمومی به انتخابات را فراهم سازد.

ایران از معدود کشورهایی است که تاکنون فاقد این نظام بوده و ابزارهای اصلی کنترل پول در فرایندهای انتخاباتی مورد غفلت قرار گرفته و امروزه وقت آن فرا رسیده که یک نظام مطلوب تأمین مالی سیاسی با توجه به تجربه سایر کشورها و بافت جامعه ایران تعریف و

کاربردی گردد. این نظام می‌تواند یک نظام تأمین مالی ترکیبی مشتمل بر کمک‌های دولتی و منابع شخصی و خصوصی با مشخص کردن معیارها و ملاک‌های دقیق تخصیص منابع دولتی باشد. بر کمک‌های کلان باید سقف اعمال گردد، درحالی که کمک‌های خرد مورد تشویق قرار گیرد. محدودیت و ممنوعیت‌های هزینه‌ای باید مرکز ثقل نظام تأمین مالی سیاسی مطلوب در ایران باشد تا از این طریق، نخست، رقابت هزینه‌ای شکل نگیرد، دوم اینکه نیاز به منابع مالی کمتر شود و سوم، به یک انتخابات منصفانه کمک کند. این محدودیت هزینه‌ای می‌تواند بر اساس نوع انتخابات (ملی، استانی و شهرستانی) و حوزه‌های انتخابیه متغیر باشد.

در کنار همه این ابزارها عنصر اصلی و عامل موفقیت این نظام، شفافیت و افشا است. چنانچه شفافیت و افشا وجود نداشته باشد، میزان اثرگذاری و سنجش دقیق این ابزارها عملاً غیرممکن است. وجود یک نظام شفاف و افشا، شرط ضروری و لازم موفقیت و مطلوبیت این نظام تأمین مالی کارزارهای انتخاباتی است.

نتیجه بررسی اقدامات مالی کاندیداها و احزاب پس از انتخابات در صورت نقض قوانین باید به مجازات آن‌ها منجر گردد که این مجازات می‌تواند شامل اعتبار انتخاباتی نمایندگان هم بشود؛ هرچند که به‌مانند تمامی نظام‌های تأمین مالی سیاسی در خصوص رئیس‌جمهور با توجه به پیامدهای سیاسی و اجتماعی آن امکان کمتری وجود دارد، ولی در خصوص نمایندگان مجلس و نمایندگان شوراهای محلی امکان‌پذیر است.

نظام‌های تأمین مالی سیاسی بنابه ذات خود با سایر بخش‌ها و وجوه زندگی سیاسی اجتماعی مرتبط است، به همین دلیل، طراحی یک نظام تأمین مالی سیاسی مستلزم تغییرات قانونی در سایر حوزه‌ها است. موفقیت این نظام در ایران به اصلاحات و تغییرات قانونی به‌خصوص در حوزه‌هایی مانند دسترسی آزاد به اطلاعات و گردش اطلاعات وابسته است که ارتباط مستقیم با بحث شفافیت دارد که مرکز ثقل تعاملات مالی کارزارهای انتخاباتی است. از دیگر حوزه‌ها، تعارض منافع است که مشکل جدی در تصویب قوانین مالی انتخابات و اجرای این قوانین است؛ چراکه تصویب و اجرای قوانین در دست کسانی است که خود ذی‌نفع هستند. سیاست‌های کلی نظام در خصوص انتخابات هم می‌تواند بسیاری از اصلاحات در این حوزه را با مشکل مواجه سازد. اما مهم‌ترین موضوع، اراده سیاسی در کلیت نظام برای شکل‌گیری یک نظام تأمین مالی سیاسی کارآمد است؛ چیزی که در ظاهر کار به نظر می‌رسد در شرایط فعلی وجود ندارد.

منابع و مأخذ

۱. فارسی

۱. بزرگمهری، مجید (زمستان ۱۳۸۶)، «بررسی تطبیقی تبلیغات در نظام انتخاباتی ریاست جمهوری ایران و فرانسه»، فصلنامه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۱، ش ۴.
۲. خسروی، حسن (۱۳۸۷)، حقوق انتخابات دمکراتیک، چ ۱، تهران: انتشارات مجد.
۳. دلیو. پاتی افوسو، اماه؛ راج سویر امانین؛ کیشور آپرتی (۱۸۳۴م)، چارچوب‌های حقوقی مقابله با فساد، مترجم: احمد رنجبر، تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
۴. رادبه، رودابه (تیر ۱۳۸۸)، «انتخابات و مخابرات»، ماهنامه دنیای مخابرات، ش ۶۱.
۵. رهنورد، فرج‌الله و مهدوی، رادف (۱۳۸۹)، مدیریت انتخابات، چ ۱، تهران: انتشارات اطلاعات.
۶. صوفیه، جمال (تیر ۱۳۸۸)، «sms و انتخابات»، ماهنامه دنیای مخابرات، ش ۶۱.
۷. گرجی، علی‌اکبر (۱۳۸۱)، تبلیغات انتخاباتی، قم: انتشارات دارالمهدی.
۸. گرجی، علی‌اکبر (زمستان ۱۳۸۹)، «قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی در بوتۀ نقد»، فصلنامه حقوق، دوره ۴، ش ۴.
۹. گرجی، علی‌اکبر و عابدی، سعید (تابستان ۱۳۸۸)، «انتخابات در چنبرۀ فساد مالی»، فصلنامه حقوق عمومی، سال دوم، ش ۵.
۱۰. گرجی، علی‌اکبر و خادمی، مازیار (پائیز و زمستان ۱۳۹۶)، «مطالعه تطبیقی گسترۀ نظارت نهاد شورای نگهبان قانون اساسی بر قوانین عادی در نظام حقوقی ایران و هند»، مطالعات حقوق تطبیقی، دوره ۸، ش ۲.
۱۱. گودین، کیل.‌گای.اس (۱۳۷۹)، انتخابات آزاد و منصفانه در حقوق و رویه‌های بین‌المللی، مترجم: سید جمال سیف و قاسم زمانی، تهران: مؤسسۀ پژوهش‌های شهر دانش.
۱۲. نجابت‌خواه، مرتضی (خرداد ۱۳۸۹)، «بررسی تطبیقی تأمین مالی احزاب و انتخابات»، عصر مدیریت، سال چهارم، ش ۱۴ و ۱۵.
۱۳. یآوری، اسدالله (زمستان ۱۳۹۶)، «بررسی صلاحیت نامزدهای انتخابات توسط شورای نگهبان: تأملی دیگر»، فصلنامه تحقیقات حقوقی، ش ۸۰.

ب) خارجی

14. Cassas Zamora, Kevin (may 2008), political finance and state funding systemes: an overview, Brooking institution, university of casta rica.
15. Lars Svasand, Jon Piere and Wifeldt, Anders, state subsidies to political parties: conforting reotoric whit reality, west European politics, 13 january 2018,

availableat: <http://www.tandfonline.com/loi/fwp20>.

16. Karo Lein ,Weekers,Bart Maddend & Jonopp (2009),"explaining the evaluation of the party finance Regim in Belgium", Journal of election public opinion and parties, P. 25-29.
17. Ohman,Magnus,Political, "Finance Regulation Around the world,An Overviewof the International IDEA database",<http://www.idea.net/political-finance>.
18. Ohman,Magnus & Zainulbhai,Hani, "Political Finance Regulation: the Global Experence" (IFES).
19. Pinto Duschinesky,Micheal (October 2002), "financing politics: a global view", journal of democracy.vol 13,no 4,.
20. Pinto Duschinsky,Micheal and Postinkov,Alexander,"campaign finance in foriegn contries: legal regulation and political practices". www.ifes.org -
21. Disclosing campaign contribution to reduce corruption. www.transparency-policy.net/campaign-finance-php.
22. Funding of Political Parties and Campaign Election, A Handbook on Political Finance, IDEA 2014. www.idea.net
23. Money in politics Hand Book:A guide to increasing transparency in emerging democracy, office of Democracy and Governance Bureau for Democracy , Conflict and Humanitarian Assistance,U.S Agency for international Devolpment, Washington, DC 20523-3100, November 2003.