

# نقد کیفرشناختی تشهیر رسانه‌ای\*

تاریخ دریافت: ۹۲/۷/۱۲

تاریخ تأیید: ۹۲/۱۱/۱۶

علی مراد حیدری\*\*

## چکیده

تشهیر، مجازاتی است که به موجب آن، محکوم علیه، میان مردم معرفی و شناسانده می‌شود. در قانون مجازات اسلامی ۱۳۹۲، کیفر تشهیر در قالب اعلام حکم محکومیت در رسانه‌ها (تشهیر رسانه‌ای) مورد توجه قرار گرفته است. از حیث ارزش کیفرشناختی، تشهیر، مزایا و معایبی دارد. عدم اعتماد بر گواهی شخص دروغگو، اثر ضد تبلیغی، تعدیل تصویر رسانه‌ای جرایم و... از مزایای تشهیر می‌باشند و منافات با کرامت انسانی و حریم خصوصی، ترویج عوام‌گرایی کیفری، گسترش ابتذال رسانه‌ای، ناکارآمدی و... از معایب آن است. معایب تشهیر بر مزایای آن برتری دارد، پس باید از حیث نوع جرایم، محدود به جرایم اقتصادی و از حیث گروه مجرمین، محدود به مجرمین یقه سفید باشد. تشهیر رسانه‌ای پیش از آنکه یک اقدام حقوقی و قضایی باشد، ماهیتی رسانه‌ای دارد از این روی باید از سوی نهادها و متخصصان رسانه‌ای «آیین‌نامه اجرایی نحوه تشهیر رسانه‌ای» تدوین شود. آیین‌نامه پیشنهادی باید دربردارنده محدودیت از جنبه نوع رسانه مجاز به انتشار حکم، شکل و قالب انتشار، زمان اعلام و نیز روش تشهیر باشد.

**واژگان کلیدی:** تشهیر، رسانه، انتشار حکم، کیفرشناسی، جرایم یقه سفیدها.

۱۳۳

حقوق اسلامی / سال دهم / شماره ۳۸ / پاییز ۱۳۹۲

\* این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی «نقد کیفرشناختی نوآوری های قانون مجازات اسلامی ۱۳۹۲» است که با حمایت مالی دانشگاه حضرت معصومه (س) انجام شده است.  
\*\* استادیار دانشگاه حضرت معصومه (a.m.heydari@hmu.ac.ir).

## مقدمه

هرچند لطمه خوردن به آبروی بزهکار، پیامد ناگزیر بیشتر مجازات‌هاست، اما رسوا کردن قضایی محکوم علیه نزد مردم، مجازات خاصی است که از آن با عنوان «تشهیر» یاد می‌شود. تشهیر به معنای شهره کردن، مشهور کردن و رسوا کردن است (معین، ۱۳۷۱، ج ۱، ص ۱۰۸۸) است. در فقه جزایی، کیفر تشهیر، گاه از باب «تشهیر بالعقوبه» است که لازمه اجرای مجازات اصلی و گونه‌ای از «کیفر تبعی» است که در واقع از شیوه اجرای مجازات اصلی ناشی می‌گردد. نمونه بارز این نوع تشهیر، اجرای علنی کیفر زنا در حضور یک گروه از مؤمنین است که اجرای آن موجب شناخته شدن و شهرت مجرم است (موسوی خمینی، [بی تا]، ج ۲، ص ۴۶۶).<sup>\*</sup> گاه نیز، تشهیر از باب «تشهیر للعقوبه» است و رسواسازی، به عنوان «کیفر اصلی» مورد حکم قرار می‌گیرد. این نوع تشهیر برای ارتکاب جرایمی همچون قذف و قوادی<sup>\*\*</sup> پیش‌بینی شده است.<sup>\*\*\*</sup> همچنین، در شهادت دروغ<sup>\*\*\*\*</sup> و کلاهبرداری، تشهیر به عنوان کیفر مستقل و اصلی، مورد حکم قرار گرفته است.<sup>\*\*\*\*\*</sup> در دیدگاه عدم انحصار تعزیر در شلاق نیز، در صورتی که حاکم مصلحت بداند می‌تواند تشهیر را مستقلاً به عنوان یک مصداق از تعزیر مورد حکم قرار دهد. قانون مجازات اسلامی ۱۳۹۲، به تشهیر از

\* *فاضل هندی* لزوم اعلام به مردم برای حضور موقع اجرای حد را از باب تشهیر - به عنوان کیفر اضافی - دانسته است «ینبغی للإمام إذا استوفی حداً أي أراد استيفاء أن يشعر الناس و يأمرهم بالحضور كما فعل أمير المؤمنين عليه السلام تشهيراً له زيادة في عقوبته» (اصفهانی، ۱۴۲۴، ج ۱۰، ص ۴۵۶).

\*\* جماعتی از فقها گفته‌اند: مرد قواد حد زده می‌شود، سرش تراشیده می‌شود، و به مردم شناسانده می‌شود و نفی بلد می‌شود ولی زن قواد فقط حد زده می‌شود (مغنیه، ۱۴۲۱، ج ۶، ص ۲۷۰).

\*\*\* گفته شده اشهار افراد در این جرایم، اختصاص به مردان دارد و زنان از تشهیر به صورت کیفر تکمیلی معافند (هاشمی شاهرودی، ۱۴۲۶، ج ۱، ص ۵۰۸).

\*\*\*\* *عبدالله بن سنان* و *سماعه* از امام صادق<sup>ع</sup> روایت کرده‌اند که فرمود: «شهود دروغین حد زده می‌شوند و سپس در شهر گردانده می‌شوند تا مردم آن‌ها را بشناسند» (عاملی، ۱۳۶۷، ج ۱۸، ص ۵۸۴). یجب شهره شاهد الزور (حلی، ۱۴۱۸، ج ۲، ص ۲۹۱).

\*\*\*\*\* در مورد شهادت دروغ، تشهیر به عنوان یکی از مجازات‌های اصلی مورد حکم قرار می‌گیرد. عبارت شیخ طوسی مبنی بر این که: «إذا ثبت شهادة الزور قطعاً، فالعقوبة التعزیر و الشهرة» (طوسی، ۱۳۸۷، ج ۸، ص ۱۶۴) بیانگر اصلی بودن کیفر تشهیر است.

نوع اول اشاره نکرده است،\* لکن تشهير به دو صورت «مجازات مستقل» و «مجازات تکمیلی» مورد توجه قانونگذار است. تشهير به دو گونه دیرین (چهره به چهره) و نوین (رسانه‌ای)، قابل اعمال است. تشهير نخست، این گونه است که متهم را در میان کوچه و بازار می‌گردانند یا در میان شهر و محله او اعلام می‌کنند که فلانی مرتکب چنین بزه‌ی شده است (حلی، ۱۴۱۰، ج ۲، ص ۱۵۰)، اما در تشهير رسانه‌ای، چهره، تصویر، صدا یا ویژگی‌های محکوم‌علیه و یا حکم محکومیت قطعی وی در رسانه‌های چاپی، دیداری، شنیداری و یا رسانه‌های الکترونیک، منتشر می‌گردد. بعضی از فقهای معاصر بر این باورند که عمل تشهير در زمان حاضر با بودن وسایلی مانند تلویزیون، روزنامه و غیره که می‌توان شخص مورد نظر و مجرم را، هم به طور زنده از طریق تلویزیون و هم به گونه صامت از طریق چاپ عکس او در روزنامه‌ها در سطح وسیعی به همگان معرفی کرد، منحصر به گرداندن مجرم در محلات و بازار و ... نبوده و می‌توان او را از طریق ظاهر ساختن در صفحه تلویزیون و انجام مصاحبه و پخش اعترافاتش، «تشهير» نمود و این عمل تشهير تلویزیونی منحصر به موارد خاصی مانند قواد که برای تشهير او نص وجود دارد نبوده و برخی از جرم‌های دیگری را نیز که شناختن مرتکب و عامل آن برای مردم مفید و در برخی موارد شاید ضروری باشد، می‌توان تشهير تلویزیونی کرد (منتظری نجف‌آبادی، ۱۴۰۹، ج ۴، ص ۸۲). این گونه از تشهير با توجه به گستردگی دامنه مخاطبین و آثار بسیار گسترده آن، دارای اهمیت بیشتری است. در این نوشتار، تشهير رسانه‌ای از دید کیفرشناسی مورد نقد قرار گرفته و با بررسی مزایا و معایب آن و نیز نقد و تحلیل مقررات ناظر به تشهير رسانه‌ای، پیشنهاداتی جهت محدود کردن دامنه آن ارائه شده است.

## ۱. نقد و بررسی مزایا و معایب تشهير رسانه‌ای

ماهیت بسیاری از امور به گونه‌ای است که منافع و مفسد دارد و به حکم عقل اگر مزایای چیزی بر معایب آن برتری داشت، باید آن را به کار بست و اگر معایب آن بیشتر

\* ر.ک: مواد ۲۲۵، ۲۴۳، ۲۵۰ ق.م.ا.

بود، باید از آن پرهیز کرد. چنین رویکردی مطابق با فرهنگ قرآنی است که در مورد شراب خواری و قماربازی می‌فرماید: «يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا: این دو، گناهان بزرگی هستند، گرچه منافی هم برای مردم دارند، اما گناه آنها بزرگ‌تر از منافع آن است» (بقره: ۲۱۹) و بر مبنای برتری مفسده، تحریم شده‌اند. تشهیر رسانه‌ای هم، از همین مقوله است و مقنن باید با سنجیدن منافع و مفساد، رویکردی درست در برابر آن در پیش گیرد.

### ۱-۱. مزایای تشهیر رسانه‌ای

یکی از مزایای تشهیر رسانه‌ای اینکه، شناساندن مرتکب جرم موجب می‌شود مردم، طرفین دعوا و قاضی دادگاه، نگاه تردیدآمیز به سخن‌ها و گفته‌های وی داشته باشند و شهادت وی از درجه اعتبار ساقط باشد. بعضی فقها گفته‌اند: شناساندن شاهد دروغ در شهر او و اطراف آن واجب است برای این که از پذیرش شهادت او اجتناب شود و دیگران از این کار بازداشته شوند (نراقی، ۱۴۱۵، ج ۱۸، ص ۴۳۲). این توجیه به‌ویژه در جرایمی که ماهیت آن سخن نادرست متهم است - همچون قذف که متهم به دروغ نسبت رابطه نامشروع جنسی به شخص بی‌گناهی می‌دهد، قابل پذیرش است؛ چون کسی که یک بار به دروغ آبروی دیگری را برده است، تضمینی بر راستگویی وی وجود ندارد و نباید گواهی چنین شخصی مبنای حکم دادگاه قرار گیرد. بعضی فقها در این زمینه گفته‌اند، تشهیر قاذف برای این است که مردم او را به وصف «خلاف شرع گویی» بشناسند تا اگر بار دیگر چنین سخنی گفت حرفش اعتباری نداشته باشد و شهادتش پذیرفته نشود و لازمه این کار آن است که مردم او را بشناسند تا حرف‌های او در حق دیگران موجب آبروریزی آنها و افتادن آنها از چشم مردم نشود (کریمی جهرمی، ۱۴۱۲، ج ۲، ص ۲۳۲). علامه حلی هم در این زمینه گفته است: «يشهر القاذف ليجتنب شهادته» (اسدی حلی، ۱۴۱۳، ج ۳، ص ۵۴۷). از سوی دیگر، شهادت دروغ، جرم علیه عدالت قضایی است که موجب انحراف مسیر دستگاه عدالت می‌گردد، بنابراین، پرهیز از پذیرش شهادت مجرم، موجب اطمینان به دستگاه عدالت قضایی نیز می‌شود.

توجیه دیگری که برای تشهیر رسانه‌ای قابل طرح است، پرهیز و جلوگیری از

بزه‌دیدگی مردم و فریب خوردن آنهاست. در این زمینه گفته شده، لطمه زدن به شهرت مجرمین حرفه‌ای و افشای ماهیت آنان و اخطار به بزه‌دیدگان بالقوه، به عنوان یک پیشگیری وضعی، می‌تواند فرصت و امکان بزهکاری آنان را کاهش دهد (میرخلیلی، ۱۳۸۳، ص ۶۸). تأثیر آگاهی بخشی و اخطار به بزه‌دیدگان بالقوه، در پیشگیری از جرم، بیشتر در جرایم مالی و نیز سایر جرایمی که مبتنی بر حيله‌گری و فریب‌کاری است، قابل پذیرش است. بنابراین، کسی که با حيله و تقلب مردم را فریب داده و اموال آنان را تصاحب می‌کند و همچنین کسی که با معرفی خود به عنوان مرد مجرد، دختران را فریب داده و با آنها ازدواج می‌کند، باید به سایر مردم شناسانده شود تا دیگران در دام فریب کاری وی نیفتند.\*

همچنین شاید بتوان گفت، تعدیل تصویر رسانه‌ای جرایم نیز یکی از کارکردهای تشهیر رسانه‌ای است. به این معنا که رسانه‌ها بیشتر به انعکاس جرم‌های خیابانی و خشونت بار می‌پردازند و جرم‌های مالی و به‌ویژه جرایم یقه‌سفیدان کمتر مورد توجه رسانه‌ها قرار می‌گیرد. گرابوسکی و ویلسون در مورد نقش رسانه‌ها در تصویر جرم می‌گویند: «بر اساس آمارهای رسمی، جرایم علیه اموال متداول‌ترین گونه‌های جرم هستند، در حالی که این نوع جرم‌ها کمترین توجه رسانه‌ها را به خود جلب می‌کند. اما در مقابل، جرم‌های خشونت بار - که از نظر کارشناسی جرمی بسیار نامتداول است - پوشش رسانه‌ای بسیار بیشتری به خود اختصاص می‌دهد» (گرابوسکی و ویلسون، ۱۹۹۸، ص ۱۱). بنابراین تشهیر رسانه‌ای که بیشتر ناظر به جرایم اقتصادی است می‌تواند تا حدودی به ایجاد تعادل تصویر رسانه‌ای جرایم کمک نماید.

از دلایل دیگری که برای تشهیر رسانه‌ای گفته می‌شود، اثر بازدارنده آن - همانند سایر مجازات‌ها - است. افرادی که دارای انگیزه ارتکاب جرم هستند با مشاهده رسوایی مجرم، سرنوشتی مشابه برای خود تصور می‌کنند و همین تصور رسوایی موجب می‌شود مجرم بالقوه، از عملی کردن و فعلیت بخشیدن به قصد خود منصرف

\* مال برده شده یا عوض آن از کلاهبردار پس گرفته می‌شود و در کتاب‌های المقنعة و النهایة و السرائر و الوسيلة و التحریر آمده که کلاهبردار به مردم شناسانده می‌شود تا مردم از افتادن در دام او بر حذر باشند (اصفهانی، همان، ص ۶۴۸).

گردد. *فاضل هندی*، اعمال تشهیر را برای بازداشتن مجرم و دیگران از انجام چنین عملی و برای عبرت حاضران دانسته و این که با تحمل مجازات، پاک‌شدن متهم از گناه برای آنان اثبات شده و حاضران برای او دعا و طلب رحمت کنند (اصفهانی، ۱۴۲۴، ص ۴۵۶).<sup>\*</sup> همچنین در مورد مجرم نیز تشهیر اثر بازدارنده دارد و مجرم با محاسبه سود و زیان ناشی از ارتکاب جرم و رسوایی در جامعه، ارتکاب جرم را مفید نمی‌بیند.

مزیت دیگری که برای تشهیر رسانه‌ای گفته می‌شود، اثر ضد تبلیغی آن است. این اثر به ویژه در مورد اشخاص حقوقی که اقدام به تولید کالاها و محصولات مورد استفاده عموم می‌نمایند مطرح می‌شود. شرکت‌ها و کارخانه‌هایی که با تبلیغات گسترده توانسته‌اند اعتماد عمومی مصرف‌کنندگان را جلب کنند و از این طریق کالاها و محصولات تقلبی و نامرغوب را به فروش برسانند، باید به مردم شناسانده شوند تا مصرف‌کنندگان از ماهیت و کیفیت محصولات آگاهی یابند. بنابراین تشهیر اشخاص حقوقی متخلف، گامی جهت حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان است. بعضی کیفرشناسان معتقدند:

تشهیر و اعلان، در قلمروهایی همچون حقوق کار، حقوق اقتصادی، حقوق مصرف و در سایر بخش‌ها مفید است: در وهله اول شهروندان را از جرم ارتكابی مطلع و اشخاص ثالث را تشویق به احتیاط بیشتر می‌کند، یعنی یک تبلیغ متقابل [ضدتبلیغ] است که بزهکاران حرفه‌ای راضی به آن نیستند و بالاخره توجه مردم را به نقض قانون و ضمانت اجرای اعمالی جلب می‌کند (بولوک، ۱۳۷۷، ص ۷۵).

تشهیر، همچنین در مورد نوع خاصی از جرایم که اصطلاحاً جرایم یقه‌سفیدی نامیده می‌شوند مؤثر است. این جرایم اعمالی هستند که اشخاص محترم و متعلق به طبقه اجتماعی بالا در چارچوب شغل و حرفه‌شان مرتکب می‌شوند؛ ولی اثری از ارتکاب این اعمال و نرخ فراوانی آنها در آمار پلیس یافت نمی‌شود (پیکا، ۱۳۹۰، ص ۷۴). از دید جرم‌شناسان، بالا بودن رقم سیاه در بزهکاری یقه‌سفید و عدم تعقیب و مجازات آنان به این جهت است که بزهکار یقه‌سفید فردی منظم و از نظر اجتماعی سازش یافته

<sup>\*</sup> «زجرأ له و لغيره عن مثل فعله، و ليعتبر الحاضرون، و ليظهر لهم براءة المحدود و ليدعوا له و يترحموا عليه».

و انطباق پذیر است (نجفی ابرنآبادی، ۱۳۷۷، ص ۳۵۴). بدیهی است مراد از انطباق‌پذیری مورد ادعا، سازگاری بزهکار با هنجارهای مورد قبول جامعه نیست؛ بلکه قدرت تطبیق صوری رفتارهای خود با انتظارات عمومی و ظواهر قانونی ناشی از دانش این افراد به قوانین و مقررات و مناسبات اداری و اجتماعی است و عمده جرایم آنان، خیانت و دست‌اندازی به بیت‌المال و اموال عمومی است. امام علی<sup>علیه السلام</sup> در نامه خود خطاب به مالک/شتر در مورد این گونه افراد می‌فرماید: «اموال بیت المال را از وی بگیر و سپس او را خوار دار و خیانت‌کار بشمار و طوق بدنامی به گردنش بیفکن».\*

یکی دیگر از فواید تشهیر رسانه‌ای، کم‌هزینه بودن آن نسبت به مجازات‌هایی همچون زندان است. اگر جهت نگهداری مجرمین در زندان، جامعه و دستگاه قضایی، متحمل هزینه‌های زیاد می‌شود، تشهیر، هزینه خاصی ندارد و حتی هزینه انتشار حکم در رسانه نیز از محکوم<sup>علیه</sup> گرفته می‌شود. پس چنین اقدامی برای جامعه، گران تمام نمی‌شود، در صورتی که برای محکوم دارای هزینه بوده و گران است (همان، ص ۷۵). بنابراین مجازاتی با آثار بازدارندگی عمومی و خاص، بدون هزینه مادی خاصی قابل اعمال است.

## ۱-۲. معایب تشهیر رسانه‌ای

هرچند تشهیر دارای فوایدی است، لکن پیامدهای بد آن، بیش از مزایای آن است. از جنبه کیفرشناختی، مجازات تشهیر رسانه‌ای دارای معایبی است که در ادامه به بعضی از آنها اشاره می‌گردد.

### ۱-۲-۱. منافات با کرامت انسانی

تشهیر و بردن آبروی انسان، کرامت انسان را که موهبت الهی<sup>\*\*</sup> و از حقوق اساسی

\* «و أَخَذَتْهُ بِمَا أَصَابَ مِنْ عَمَلِهِ، ثُمَّ نَصَبَتْهُ بِمَقَامِ الْمَذْلُومِ، وَ سَمَّتَهُ بِالْخِيَانَةِ، وَقَلَّدَتْهُ عَارِ الثُّهْمَةِ» (دشتی، ۱۳۸۱، ص ۴۱۰).

\*\* «وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَ حَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَ رَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَ فَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا» (اسراء: ۷۰).

بشر است،\* خدشه‌دار می‌کند. ارتکاب جرم، شخص را مهدورالعرض نمی‌کند؛ بلکه مجرم، با ارتکاب جرم به جامعه بدهکار شده و با تحمل مجازات، تاوان آن را پرداخت می‌کند. بنابراین، تحمیل مجازاتی غیر از آن چه شرع و قانون برای جرم تعیین کرده، تعدی از حدود الهی و نقض حقوق انسان‌ها است. تشهیر رسانه‌ای در قانون مجازات اسلامی نوعی تعزیر است و در این زمینه گفته شده اگر نوع تعزیر یا شکل اجرای آن موجب هتک کرامت انسانی و در تعارض با مبانی و ارزش‌های پذیرفته شده اخلاقی در یک جامعه باشد، دلیلی بر جواز آن وجود ندارد. به علاوه تعزیر برای رعایت مصالح فرد و جامعه و حفظ حقوق الهی و مردمی است، و هتک حرمت و کرامت انسانی، خود از اموری است که مبعوض و منهی<sup>عنه</sup> شارع است، و چگونه با امری که مبعوض شارع است، حرمت احکام شریعت و حقوق الهی و مردمی حفظ می‌گردد؟ (منتظری نجف‌آبادی، ۱۳۸۷، ص ۱۳).

### ۲-۲-۱. منافات با اصل شخصی بودن مجازات

عقلاً، شرعاً و قانوناً هر کسی مسئول کردار خودش است و کسی نباید بار گناه دیگران را به دوش بکشد. با وجود این، ماهیت برخی مجازات‌ها همچون زندان و جزای نقدی به گونه‌ای است که ناخواسته، آثار آن متوجه اطرافیان و خانواده مجرم هم می‌شود. اما این اثر در مورد تشهیر بیشتر و ناگوارتر است. کسی که به تبهکاری شناخته شده و رسوا می‌شود، دود این هویت‌سوزی بیش از همه به چشم اعضای خانواده و بستگان وی می‌رود و آنها هستند که باید به دلیل گناه نکرده، همواره در جامعه شرمسار و سرافکننده باشند. بدیهی است قضاوت افکار عمومی و نگاه‌های معنادار مردم به بستگان و اطرافیان مجرم، قضاوت عادلانه‌ای نیست و همچون مازو نمی‌توان گفت اگر کسان محکوم‌علیه از این کار ضرری بینند یا اعتبار و شخصیت آنان در انظار لکه‌دار شود باید از بخت بد خویش بنالند، نه از قضاوت عادلانه تاریخ! (آشوری، ۱۳۷۵، ج ۱، ص ۲۳۴).

\* اصل ۳۹ قانون اساسی: «هتک حرمت و حیثیت کسی که به حکم قانون دستگیر، بازداشت، زندانی یا تبعید شده، به هر صورت که باشد ممنوع و موجب مجازات است».



### ۳-۲-۱. منافات با حریم خصوصی

یکی دیگر از پیامدهای تشهیر، تعارض آن با حریم خصوصی افراد است. حریم خصوصی، محدوده‌ای از زندگی هر فرد است که حق دارد از مداخله دیگران مصون مانده و دولت و افراد نباید بدون رضایت فرد وارد آن حریم گردند. گفته شده خلوت، تنهایی، ناشناختگی، محرمیت، محبوب ماندن، خصوصی بودن، رازداری، آزادی عمل و مصونیت، محاسن اجتماعی حریم خصوصی است (Staples, 2007, p.393). حریم خصوصی گونه‌های مختلفی دارد و قلمروهای متنوعی از زندگی هر فردی را شامل می‌گردد، اما سوابق زندگی و اسرار شخصی هم، از مهم‌ترین جلوه‌های حریم خصوصی فرد است و همان‌گونه که هر فردی حق دارد نوع بیماری او، میزان درآمدش، نحوه آشنایی و ازدواج با همسرش، سوابق تحصیلی و امثال آن‌ها پنهان مانده و دیگران از آنها اطلاع پیدا نکنند، به همان صورت فرد حق دارد جز در موارد خاص و به حکم قانون همچون اطلاع دادگاه و مراجع قضایی از پرونده شخصیت و سجل کیفری عموم مردم از سوابق زندگی و رفتارهای مجرمانه و محکومیت‌های پیشین وی آگاهی نیابند. بنابراین اعلام حکم محکومیت در رسانه‌های عمومی و رسوا کردن مجرم در نزد عموم مردم و مخاطبان رسانه‌ها با حق حریم خصوصی محکوم علیه منافات دارد. همچنین انتشار چنین سوابقی می‌تواند شأن و احترامی را که مجرمین سابق به دست آورده‌اند، بر باد دهد و انگیزه اصلاح آنها را تباہ ساخته، سبب شود که دوستان و خویشاوندان از آنها روی گردان شوند (انصاری، ۱۳۹۱، ص ۱۶۶). افزون بر این، تشهیر، زمینه «مصاحبه‌های کمینی» را فراهم می‌نماید که در آن، خبرنگار بدون اجازه و هماهنگی با شخص مصاحبه شونده و به صورت ناگهانی فرد مورد نظر را در شرایط اخذ مصاحبه قرار می‌دهد. در این‌گونه مصاحبه‌ها، غافل‌گیر شدن شخصی که کمین برای او گذاشته شده، غالباً به آشکار شدن تقصیر وی منتهی می‌گردد، به ویژه در مواردی که مصاحبه شونده تجربه‌ای برای برخورد با اصحاب رسانه ندارد و تلاش او برای فرار از مصاحبه و پرسش‌های خبرنگار سمج، می‌تواند تصویری مقصرانه از وی ارائه نماید (حیدری، ۱۳۸۹، ص ۱۷۳). از همین روی در بسیاری از کشورها، کسانی که موضوع گزارش رسانه‌ای قرار می‌گیرد - حتی افراد مظنون به فعالیت‌های غیرقانونی - حق دارند یا اصلاً

مصاحبه انجام ندهند و یا اینکه حداقل پاسخ‌های حساب شده‌ای به سؤالات خبرنگاران بدهد (همان). ممکن است گفته شود شهرت، محدودکننده حریم خصوصی است و افراد مشهور به ازای شهرتشان، از حریم خصوصی محدودتری برخوردارند، به‌ویژه در مورد مسئولین و مدیران سیاسی و اداری حق جامعه بر دانستن، نسبت به حریم خصوصی شخصی برتری دارد (Stuart, 2009, p.621)؛ لکن باید دانست که شهرت اقسام گوناگونی دارد و صاحب‌نظران بر این باورند که، رسانه باید شهرت ناشی از موقعیت بد را از دسته‌های دیگر همچون شهرت ناشی از کاندیدای انتخابات شدن یا شهرت ناشی از موفقیت بزرگ و ... جدا کند (Chadwick, 2005, p.9)، بنابراین، شهرت منفی - همچون شهرت به ارتکاب جرم - موقعیت خوبی برای کسانی که آن را به دست می‌آورند نیست و عدم آمادگی آنها برای شهرت می‌تواند فشارها را بیشتر از آنهایی که در دسته‌های دیگر شهرت قرار دارند، برای این دسته سخت کند.

#### ۴-۲-۱. قبح زدایی از جرم

اگر تشهیر رسانه‌ای در چند مورد نادر انجام شود، ممکن است مردم نسبت به رفتاری که مجرم مرتکب آن شده دید بدی پیدا کنند، لکن اگر این عمل زیاد و پی‌درپی انجام شود، اندک اندک حساسیت افکار عمومی نسبت به جرایم ارتكابی کمتر شده و قبح و زشتی عمل در نزد مردم از بین می‌رود. بکاریا بر این باور بود که کيفرهای تزدیلی نباید بیش از اندازه و به دفعات و یا در مورد افراد زیادی اجرا شود؛ چون در صورت اول، رفته رفته قبح آن از بین رفته و واکنش افکار عمومی ضعیف می‌شود و در صورت دوم، بدنام کردن تعداد زیادی از افراد موجب کاهش قبح آن می‌شود (بکاریا، ۱۳۷۷، ص ۸۲). افراد با دیدن پی‌درپی یک موضوع، به آن عادت کرده و حساسیت آنها کمتر می‌شود، شاید از این جهت است که در ادبیات دینی حتی اگر رفتار غیر اخلاقی عملاً اتفاق افتاده و نسبت‌دادن رفتار غیر اخلاقی و نامشروع صحت داشته باشد، باز هم انتشار آن حرام و مصداق اشاعه فحشا است؛\* چراکه پخش کردن و انتشار اخبار مربوط به

\* «إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ» (نور: ۱۹). در تبصره ماده ۶۹۷ کتاب پنجم ق.م.ا. ۱۳۷۵ نیز پس از بیان حکم افتراء

رفتارهای غیر اخلاقی موجب عادی جلوه دادن آن و کاستن از قبح عمل می‌گردد.

## ۵-۲-۱. قهرمان سازی

شهرت‌طلبی یکی از خواسته‌های غریزی افراد است. هر کسی به حکم طبیعت دوست دارد مشهور باشد و همه او را بشناسند. این خواهش درونی اگر کنترل نشود، آرامش روحی و روانی فرد را برهم زده و گاهی فرد را وادار به انجام کارهایی بس خطرناک می‌کند که سلامتی یا آبروی وی را به خطر می‌اندازد:

گرچو فرهادم برآید جان به تلخی حیف نیست بس حکایت‌های شیرین باز می‌ماند زمن  
از این روی، تشهیر رسانه‌ای برای بعضی افراد نه تنها امری نامطلوب نیست؛ بلکه وسیله‌ای جهت ارضای شهوت شهرت‌طلبی است و حتی ممکن است بعضی افراد - به ویژه جوانان - برای کسب شهرت و نشان دادن خود به دوستان و همسالان دست به ارتکاب جرم بزنند. در این زمینه قضاوت قهرمان پندارانه گروه‌های همسال نیز، نقش مهمی در تقویت این حس در نزد مجرمین دارد.

## ۶-۲-۱. رواج عوام‌گرایی کیفری

انتشار حکم محکومیت، در رسانه‌های عمومی یا همراه با معرفی قاضی صادرکننده رأی در ضمن حکم منتشره است و یا اینکه رسانه‌ها و خبرنگاران با کنجکاوی و پیگیری خود اقدام به معرفی قاضی صادرکننده رأی و احیاناً اظهارات دادستان می‌نمایند. از این روی قاضی در تصمیم‌گیری، استدلال و تعیین مجازات، تنها نصوص و ظواهر قانونی یا اصول و قواعد حقوقی را ملاک حکم قرار نمی‌دهد؛ بلکه نیم‌نگاهی به قضاوت مردم نسبت به قضاوت خود دارد و درست در چنین وضعیتی است که احکام دادگاه‌ها تابع افکار عمومی و احساسات جامعه خواهد شد و در این میان، خطر پایمال شدن حقوق متهم بیشتر می‌گردد. به‌ویژه هرگاه حساسیت رسانه‌ای، هم نسبت به موضوعی وجود داشته باشد، بیم صدور احکام شدید و بدون ارفاق بیشتر می‌گردد و این امر زمینه رواج عوام‌گرایی کیفری را فراهم می‌کند. عوام‌گرایی کیفری، رویکردی است که به موجب آن

---

آمده است: «در مواردی که نشر آن امر اشاعه فحشا محسوب گردد هرچند بتواند صحت اسناد را ثابت نماید مرتکب به مجازات مذکور محکوم خواهد شد».

سیاست‌مداران و دست‌اندرکاران امور حقوقی و قضایی، برای جلب رضایت مردم و کسب مقبولیت به حوزه‌هایی که مورد علاقه افکار عمومی است توجه ویژه‌ای نشان داده و اقدامات عامه‌پسندانه انجام می‌دهند. در این راستا، استفاده از روش‌های رسانه‌ای برای اقناع افکار عمومی نسبت به نحوه برخورد با مجرمین جایگاه ویژه‌ای دارد. در این رویکرد، موضوعاتی که برای رسانه‌ها و عموم مردم جذاب هستند، شانس بیشتری برای طرح و برخورد دارند. نگارنده بر این باور است که اگر نگوئیم وضع ماده ۳۶ قانون مجازات اسلامی و تبصره آن، معلول نارضایتی افکار عمومی از اختلاس‌های هنگفت و دست‌اندازی‌های گسترده سال‌های اخیر به اموال دولتی بوده است، دست کم می‌توان گفت، تشهیر رسانه‌ای می‌تواند به عنوان ابزاری کارآمد جهت اقناع و اعاده رضایت افکار عمومی مورد استفاده قرار گیرد که حساسیت ویژه‌ای نسبت به جرایم اقتصادی - به‌ویژه تعدیات مسئولین و کارمندان دولتی نسبت به اموال عمومی - دارند.

### ۷-۲-۱. گسترش ابتدال رسانه‌ای

جذابیت رسانه مبتنی بر حس زیبایی دوستی دیداری و شنیداری چشم و گوش انسان است که دیدن صحنه‌های زیبا و شنیدن آواهای خوش را مطالبه می‌کند. در کنار این، حس کنجکاوی نیز لذت با خبر شدن از حوادث و وقایع پیرامونی را در پی دارد. بیشتر برنامه‌های رسانه‌ای بر مبنای ارضای این سه حس در مخاطبان تولید می‌شود و برنامه‌سازان رسانه‌ای، سعی دارند پیام‌های مدنظر خود را در قالب‌هایی ارائه نمایند که حواس زیبایی‌شناختی انسان را تحریک و ارضا نماید. اگر مارشال مک لوهان در قلمرو مطالعات رسانه‌ای می‌گوید: «رسانه، پیام است» (اسولیوان و دیگران، ۱۳۸۵، ص ۲۳۹)، اشاره به اهمیت و جذابیت شکل و قالب و تکنیک‌های ارائه محتوا و پیام است. نگرانی از این که رسانه‌های عمومی تحت شرایطی اهداف و وظایف عمومی خود را به حاشیه برده و با پرداختن به مسائل خارج از حیطه حقوق و تکالیف خود ابعاد مختلف زندگی خصوصی افراد را هدف قرار داده و موجب نقض حریم خصوصی ایشان گردند (محسنی، ۱۳۸۹، ص ۳۶۹)، واقعیتی انکارناپذیر است. این امر موجب می‌شود که برنامه‌های نمایشی مربوط به جرم، جایگزین برنامه‌های علمی و مستند شوند. برنامه

کرایم واچ (Crimewatch) بی بی سی نمونه‌ای از این دست است که به یکی از پرطرفدارترین برنامه‌های این شبکه تبدیل شده و بسیاری از کشورهای دیگر هم، نسخه مشابه این برنامه را از تلویزیون خود پخش می‌کنند (پرت، ۱۳۹۲، ص ۹۷). در فرآیند تشهیر رسانه‌ای نیز، انتشار حکم محکومیت که در بردارنده داستان ارتکاب جرم است، موجب ارضا حس کنجکاوی خواننده، شنونده یا بیننده شده و این امر منجر به جذب مخاطب بیشتر می‌گردد و از آنجا که اساس فعالیت رسانه، به‌ویژه در فضای رقابت رسانه‌ای بر جذب مخاطب بیشتر است، انتشار حکم محکومیت و پرونده‌های جنایی موجب می‌گردد که رسانه مکتوب یا دیداری و شنیداری به جای تولید برنامه‌های فاخر و آموزنده که نیازمند بهره‌مندی از تکنیک‌ها و هنرهای ویژه است، بخشی از برنامه‌های خود را به پخش و انتشار احکام جزایی اختصاص دهد که نتیجه این امر کاهش ارزش هنری تولیدات رسانه‌ای و گسترش ابتذال رسانه‌ای است.

۱۴۵

#### ۸-۲-۱. ایجاد سوء سابقه نانوشته

پس از قطعیت حکم کیفری، محکومیت به عنوان سابقه کیفری برای متهم محسوب می‌گردد. بعضی از محکومیت‌های کیفری، محکومیت مؤثر هستند یعنی محکوم‌علیه را از حقوق اجتماعی محروم می‌کنند و در آینده نیز در صورت ارتکاب جرم جدید، سابقه محکومیت مؤثر، در مرحله تعیین مجازات، مانع بهره‌مندی متهم از برخی ارفاقات قانونی و قضایی است. این موضوع امری طبیعی و در تمام نظام‌های حقوقی مطرح است. اما نوعی از سابقه نیز وجود دارد که خارج از محکومیت کیفری مؤثر و بدون استعلام از سجل کیفری و ناشی از ذهنیت دادستان و قاضی نسبت به فرد خاصی است که در نتیجه شناخته شدن و رسوا گشتن قبلی او به وجود می‌آید و در تصمیم‌گیری دادستان و قاضی در تشخیص تقصیر متهم و تعیین میزان مجازات، نقش به‌سزایی دارد. امروزه حقوقدانان، توجه به سوابق کیفری و شخصیتی متهم را در زمره دلایل فاقد ارزش اثباتی و هم‌عرض اوردالی و دوئل به‌شمار می‌آورند و بیم آن دارند که دادستان‌ها در کیفرخواست خود، سوابق متهم را مورد اشاره قرار داده و از آن به عنوان یکی از دلایل ارتکاب جرم از سوی متهم یاد کنند! (آشوری، همان،

ص ۲۲۷). از این روی، در انگلستان سوابق متهم فقط می‌تواند در مرحله «تعیین کیفر» مدنظر قرار گیرد و نه در مرحله «تشخیص تقصیر» و در کانادا طبق رویه قضایی «قاضی باید به هیأت منصفه یادآور شود که نباید بر مبنای سوءاخلاق متهم، نتیجه‌گیری کند که متهم آدم بدی است و در نتیجه قابلیت بیشتری برای ارتکاب بزه دارد» (همان، ص ۲۲۸). به نظر نگارنده، تشهیر رسانه‌ای مجرم، نوعی سوءسابقه نانوشته برای وی در ذهن دادستان، بازپرس، دادیار، قاضی و سایر متصدیان امر عدالت ایجاد می‌کند که این ذهنیت، نقش غیر قابل انکاری در اثبات تقصیر متهم و نیز در تعیین میزان مجازات دارد و عملاً مجرمی که مورد تشهیر رسانه‌ای قرار گرفته نسبت به مجرمینی که در مورد آنها، تشهیر صورت نگرفته، شانس کمتری جهت برخورداری از ارفاقات قضایی دارد. شاید بدین جهت است که در ماده ۱۱ قانون احترام به آزادی‌های مشروع و حفظ حقوق شهروندی مصوب ۱۳۸۳/۲/۱۵، مقامات پلیس و دادسرا و مقامات قضایی از «کنجکاوای در اسرار شخصی و خانوادگی و سؤال از گناهان گذشته افراد» منع شده‌اند.\*

### ۹-۲-۱. ناکارآمدی

برخلاف آنچه گفته می‌شد که تشهیر موجب پرهیز از قبول شهادت مجرم و نیز آگاهی بخشی عمومی و جلوگیری از فریب خوردن و به دام افتادن مردم توسط مجرم است، تشهیر رسانه‌ای فایده چندانی ندارد؛ چراکه تحقق چنین اهدافی هر چند ممکن است در تشهیر سنتی چهره به چهره و یا در تشهیر رسانه‌ای با نشان دادن صدا و چهره متهم محقق شود، لکن تشهیر رسانه‌ای در قالب انتشار حکم محکومیت، حتی همین فواید اندک را هم ندارد؛ چراکه صرف چاپ یا قرائت دادنامه در رسانه عمومی و اعلام هویت شناسنامه‌ای در جامعه‌ای با جمعیت انبوه که تطبیق هویت شناسنامه‌ای با ظواهر شخصی دشوار است، هویت واقعی شخص را نشان نمی‌دهد که مردم از قبول سخنان وی یا انجام معامله با او پرهیز کنند.

\* روزنامه رسمی شماره ۰۷۱۸ مورخ ۱۳۸۳/۲/۲۱.

## ۱۰-۲-۱. بدآموزی

تشهیر رسانه‌ای اثر سوئی در آموزش نحوه ارتکاب جرم دارد. جرایمی که محکومین آن مشمول تشهیر رسانه‌ای می‌شوند، عمدتاً جرایم مالی هستند که با شگردها و روش‌های دقیق و زیرکانه و توسط افراد برخوردار از بهره‌های بالا محقق می‌شود. انتشار حکم محکومیت که ناگزیر دربردارنده نوع اتهام و روش ارتکاب جرم و ادله اثباتی آن است - اعم از آن که به صورت قرائت متن حکم باشد یا چاپ آن - موجب می‌شود رسانه‌های عمومی که باید نقش فرهنگ‌سازی و آموزش عمومی را بر عهده بگیرند، تبدیل به مدرسه آموزش جرم شوند.

## ۱۱-۲-۱. فساد اخلاق اجتماعی

تشهیر رسانه‌ای، عملاً ترویج آبروریزی و هتک حیثیت افراد است. انتظار عموم مردم از رسانه‌های عمومی حفظ و ارتقا اخلاق و فرهنگ عمومی است؛\* ولی زمانی که مردم آبروریزی رسمی و پی در پی افراد در رسانه‌ها را مشاهده کنند، این رویکرد، به تدریج تبدیل به یک عرف اجتماعی شده و افراد گمان می‌کنند در محیط کار یا اداره و محله و ... نیز خطاهای افراد را باید افشا کرده و آشکار سازند و آبروی یکدیگر را به حراج گذارند. رواج چنین امری، آرامش روحی و امنیت روانی که لازمه یک زندگی سالم و با نشاط است را به شدت تهدید می‌کند. افزون بر این، تشهیر رسانه‌ای می‌تواند ابزاری در دست سیاسیون و احزاب و جناح‌های سیاسی قرار گیرد که در رقابت‌های سیاسی اقدام به مچ‌گیری از افراد و احزاب رقیب نمایند و این روش موجب فساد اخلاق سیاسی نیز خواهد شد.

۱۴۷

---

\* «ارج نهادن به حیثیت انسانی افراد و پرهیز از هتک حرمت آنان طبق ضوابط اسلامی» یکی از مهم‌ترین اصول برنامه‌های رسانه ملی است (ماده ۶ قانون خط مشی کلی و اصول برنامه‌های سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۶۱/۴/۱۷ مجلس شورای اسلامی). همچنین برابر ماده ۵ این قانون: «صدا و سیما باید به مثابه یک دانشگاه عمومی به گسترش آگاهی و رشد جامعه در زمینه‌های گوناگون مکتبی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و نظامی کمک نماید».

## ۱۲-۲-۱. سلب اعتماد عمومی

هرچند تشهیر رسانه‌ای و اعلام و انتشار احکام محکومیت مجرمین در کوتاه مدت موجب جلب رضایت افکار عمومی و کاهش انتقادات عمومی از عدم برخورد با مفسد اقتصادی می‌گردد که این امر نیز همان‌گونه که گفته شد، نوعی عوام‌گرایی کیفی و غیر قابل دفاع است، لکن در دراز مدت، موجب سیاه‌نمایی وضعیت موجود و سلب اعتماد اجتماعی خواهد شد. در جامعه ایران با محدوده جغرافیایی وسیع، جمعیت بالا و سازوکارهای اداری و اقتصادی در حال رشد، اطلاع افراد از صدها و هزاران مورد ارتشا، اختلاس، پورسانت، تبانی در معاملات دولتی، پول‌شویی، فرار مالیاتی، قاچاق و ... نه تنها اعتماد مردم به دستگاه قضایی را افزایش نمی‌دهد؛ بلکه به تدریج، این ذهنیت در افکار عمومی، تقویت می‌شود که فساد اداری و اقتصادی در کشور بیداد می‌کند و این احساس هرج و مرج و فساد اداری، تصور از هم‌گسیختگی ساختاری و ضعف و فساد ساختارهای اداری و اقتصادی را تصدیق می‌نماید. نتیجه این امر، ایجاد بدبینی و عقده‌های اجتماعی در توده‌های کم‌بهره از منابع و درآمدهای عمومی است. از دید جرم‌شناسان نظریه فشار، ناکافی یا نامناسب بودن ابزارها یا فرصت‌های دستیابی به هدف‌ها است که موجب می‌گردد بعضی افراد با استفاده از شیوه‌های جایگزین - از جمله راه‌های مجرمانه - برای رسیدن به مزایای مطلوب اجتماعی تلاش نمایند (وایت، ۱۳۸۳، ص ۱۴۳). نظریه پنجره‌های شکسته نیز، بر این امر تأکید می‌کند که اگر افراد احساس نمایند، ساختارها ضعیف هستند و افراد زیادی اقدام به هنجارشکنی و نقض قانون می‌کنند، آنها نیز به ارتکاب جرم ترغیب می‌شوند. به بیان دیگر مشاهده یک پنجره شکسته و تعمیر نشده، بیانگر آن است که شکستن پنجره‌های دیگر نیز هزینه‌ای به دنبال ندارد (کلینگ، ۱۳۸۲، ص ۱۸۴). همچنین احساس وجود و ضعف‌های ساختاری و فساد اقتصادی، امنیت سرمایه‌گذاری را هم از بین می‌برد و سرمایه‌گذاران قانونمند و با شرافت را از سرمایه‌گذاری اقتصادی در کشور بازمی‌دارد که نتیجه آن، فرار سرمایه، کاهش تولید، افزایش بیکاری و ... است.

در جرایم امنیتی هم، انتخاب و انتشار پی در پی احکام و اخبار این جرایم، نوعی احساس ناامنی و «ترس از جرم» در بین شهروندان ایجاد می‌کند و موجب می‌گردد که



با وجود امنیت در جامعه، مردم «احساس» ناامنی نمایند! این پدیده ممکن است برنامه‌ها و سیاست‌های دستگاه عدالت کیفری را تحت تأثیر قرار دهد (Lee, 2007, p.107) و بیم آن است که مسئولان دستگاه‌های امنیتی جهت پاسخگویی به مطالبات افکار عمومی، رویکرد برخورد شدید با مجرمین را جایگزین سیاست پیشگیری از وقوع این جرایم نمایند.\* نگرانی از اتخاذ رویکرد امنیتی و سرکوب‌گرانه، زمانی تشدید می‌شود که بدانیم برنامه‌های پیشگیری از جرم غالباً بر عناصر معمولی و غیرهیجانی همچون طراحی محیطی و مداخلات اجتماعی تمرکز دارد که برای رسانه‌ها جذابیت چندانی ندارند؛ بلکه رسانه‌ها تلاش می‌کنند راهکارهای عامه پسند و به ظاهر کارآمد مانند برخوردهای سرکوب‌گرانه و مجازات‌های شدید را به عنوان راه حل کنترل و مدیریت بزهکاری نشان دهند (Lab, 2010, p.696). در این میان، تشهير رسانه‌ای نیز یکی از ابزارهای ساده و کم‌هزینه جلب رضایت مردم، از دستگاه قضا و سرپوش نهادن خلأهای قانونی و فقدان سازوکارهای نظارتی و ضعف‌های ساختاری پیشگیری از بزهکاری است.

## ۲. نقد و تحلیل مقررات تشهير رسانه‌ای

در نظام حقوقی ایران، تشهير در قالب‌هایی همچون اعلام میزان مجازات با نصب پلاکارد (موضوع ماده ۶ قانون الزام شرکت‌ها و مؤسسات ترابری جاده‌ای به استفاده از صورت وضعیت مسافری و بارنامه)، (روزنامه رسمی شماره ۱۲۹۰۶-۱۳۶۸/۴/۴) اعلام نام مؤسسه پزشکی غیرمجاز در جرایم (موضوع ماده ۱ قانون تعزیرات حکومتی امور بهداشتی و درمانی)، (روزنامه رسمی شماره ۱۲۵۴۱-۱۳۶۷/۲/۲) نصب پارچه به عنوان گران‌فروش (موضوع ماده ۲ قانون تعزیرات حکومتی)، (روزنامه رسمی شماره ۱۲۸۴۲-۱۳۶۸/۱/۱۰) و معرفی از طریق رسانه‌های گروهی به عنوان محکوم (موضوع

\* برخوردهایی همچون آویزان نمودن آفتابه به گردن اشرار و چرخاندن آنها در محله ارتکاب جرم در طرح امنیت اجتماعی نیروی انتظامی در سال ۱۳۸۷ که با توجیه شکستن فضای رعب در محله‌های اشرار و جرأت یافتن قربانیان برای طرح شکایت علیه اشرار انجام گرفت، را باید نوعی برخورد عوام‌پسندانه علیه جرایم خشونت‌بار دانست.

ماده ۴ قانون تعزیرات حکومتی)، چاپ مفاد حکم در یکی از روزنامه‌ها (ماده ۲۷ قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان) و ... انجام می‌گرفته است. همچنین اصلاح تبصره ماده ۱۸۸ قانون آیین دادرسی کیفری ۱۳۷۷ در تاریخ ۱۳۸۵/۳/۲۴ مبنی بر انتشار مشخصات محکوم علیه، نوع جرم و میزان مجازات در برخی جرایم مالی نیز گامی در همین راستا است.\* لکن این کیفر در قانون مجازات اسلامی، مورد توجه جدی قرار گرفته و در قالب مجازات اصلی (تعزیر درجه شش ماده ۱۹ ق.م.ا.) و تکمیلی (بند س ماده ۲۳ ق.م.ا.) و برای اشخاص حقیقی (ماده ۳۶ ق.م.ا.) و حقوقی (بند ج ماده ۲۰ ق.م.ا.) تعیین شده است.\* در قانون مجازات اسلامی، تشهیر تنها در قالب «انتشار حکم محکومیت قطعی» است و صدا، چهره یا مشخصات دیگر فرد منتشر نمی‌گردد. در این قانون، تشهیر به دو صورت الزامی و اختیاری است که در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرد.

## ۲-۱. تشهیر اختیاری

تشهیر اختیاری در قالب مجازات تکمیلی و مستند به ماده ۲۳ ق.م.ا. و بند (س) آن است که به موجب آن قاضی می‌تواند محکوم به حد، قصاص یا مجازات تعزیری درجه شش تا درجه یک را به مجازات تکمیلی نیز محکوم نماید که یکی از مصادیق آن «انتشار حکم محکومیت قطعی» است. در این مورد انتشار حکم محکومیت قطعی

\* در موارد محکومیت قطعی به جرم ارتکاب اختلاس، ارتشا، مداخله یا تبانی یا اخذ پورسانت در معاملات دولتی، اخلال در نظام اقتصادی کشور، سوءاستفاده از اختیارات به منظور جلب منفعت برای خود یا دیگری، جرایم گمرکی، جرایم مالیاتی، قاچاق کالا و ارز و به طور کلی جرم علیه حقوق مالی دولت، به دستور دادگاه صادرکننده رأی قطعی خلاصه متن حکم شامل مشخصات فرد، سمت یا عنوان، جرایم ارتكابی و نوع و میزان مجازات محکوم علیه به هزینه وی در یکی از روزنامه‌های کثیرالانتشار و عنداللزوم یکی از روزنامه‌های محلی منتشر و در اختیار سایر رسانه‌های عمومی گذاشته می‌شود. مشروط به آن که ارزش عواید حاصل از جرم ارتكابی یکصد میلیون ریال یا بیشتر از آن باشد» (تبصره ۳ قانون اصلاح تبصره (۱) ماده (۱۸۸) قانون آیین دادرسی دادگاههای عمومی و انقلاب در امور کیفری مصوب ۱۳۷۸ و الحاق سه تبصره به آن مصوب ۱۳۸۵/۳/۲۴).

\*\* برابر تبصره ۱ ماده ۱۲۷ ق.م.ا. در مواردی که مجازات مباشر انتشار حکم محکومیت باشد، مجازات معاون، انتشار حکم نبوده؛ بلکه جزای نقدی درجه هفت خواهد بود.

محدودیت خاصی ندارد و تنها باید متناسب با جرم ارتكابی و خصوصیات مجرم باشد. به عنوان نمونه قاضی می‌تواند نسبت دهنده ناروا به یک شهروند پاکدامن را به حد قذف محکوم کند و افزون بر آن، جهت پرهیز دیگران از اعتماد به گفته‌های چنین فردی، دستور انتشار حکم محکومیت او در یک روزنامه را نیز صادر نماید.

## ۲-۲. تشهير الزامی

تشهير الزامی در قالب مجازات اصلی و مستند به ماده ۳۶ ق.م.ا. و تبصره آن است. تشهير الزامی نیز خود به دو صورت است؛ گاهی الزام، مطلق و بدون شرط است و گاهی هم الزام به انتشار حکم در رسانه‌ها، مشروط است.

### ۲-۲-۱. تشهير مشروط

تشهير مشروط در مورد جرایم موجب حد محاربه و افساد فی الارض یا تعزیر تا درجه چهار و نیز کلاهبرداری بیش از یک میلیارد ریال و در صورتی است که موجب اخلال در نظم یا امنیت نباشد.\*

### ۲-۲-۲. تشهير مطلق

تشهير مطلق (الزامی و بدون شرط)، ناظر به جرایم مالی و مبتنی بر ارزش مال موضوع جرم (یک میلیارد ریال یا بیش از آن) است. جرایم موضوع تشهير الزامی شامل موارد زیر است: الف) رشا و ارتشا، ب) اختلاس، پ) اعمال نفوذ برخلاف حق و مقررات قانونی در صورت تحصیل مال توسط مجرم یا دیگری، ت) مداخله وزرا و نمایندگان

\* عبارت ماده ۳۶ ق.م.ا. مبنی بر این که: «حکم محکومیت قطعی در جرایم موجب حد محاربه و افساد فی الارض یا تعزیر تا درجه چهار و نیز کلاهبرداری بیش از یک میلیارد ریال در صورتی که موجب اخلال در نظم یا امنیت نباشد در یکی از روزنامه‌های محلی در یک نوبت منتشر می‌شود»، جمله خبری در مقام انشا و به معنای امر و الزام به انتشار حکم است. بنابراین، تشهير مشروط به معنای تشهير اختیاری نبوده و به این معنا نیست که دادگاه در صورت تمایل می‌تواند حکم محکومیت را منتشر نماید، بلکه در صورت عدم اخلال در نظم و امنیت جامعه، دادگاه مکلف به انتشار حکم است؛ لکن از آن جا که احراز شرط «عدم اخلال در نظم و امنیت جامعه» با قاضی دادگاه است، بنابراین صلاحیت و نظر قاضی تنها در حیطة تشخیص موضوع - و نه حکم - معتبر است.

مجلس و کارمندان دولت در معاملات دولتی و کشوری، ث) تبانی در معاملات دولتی، ج) أخذ پورسانت در معاملات خارجی، چ) تعدیات مأموران دولتی نسبت به دولت، ح) جرایم گمرکی، خ) قاچاق کالا و ارز، د) جرایم مالیاتی، ذ) پولشویی، ر) اخلال در نظام اقتصادی کشور، ز) تصرف غیرقانونی در اموال عمومی یا دولتی. در مقام مقایسه تشهیر الزامی مطلق و مشروط چند نکته قابل بررسی است.

نکته نخست این که در تشهیر مشروط، ملاک تشهیر، میزان مجازات است و موضوع تشهیر، جرایم دارای مجازات خاص است، در حالی که در تشهیر مطلق، ملاک تشهیر، نوع جرم است و موضوع تشهیر، جرایم اقتصادی است.

نکته دوم این که در تشهیر مشروط دامنه تشهیر محدود است و حکم محکومیت قطعی در یکی از روزنامه‌های محلی در یک نوبت منتشر می‌شود (ماده ۳۶ ق.م.ا.).\* در حالی که دامنه تشهیر مطلق گسترده است و حکم محکومیت قطعی در رسانه ملی یا یکی از روزنامه‌های کثیرالانتشار منتشر می‌شود و ظاهراً محدودیتی از حیث دفعات انتشار حکم وجود ندارد.\*\* نکته سوم اینکه شرط جواز انتشار حکم در هر دو نوع تشهیر الزامی (مطلق و مشروط)، قطعیت حکم است و تا پیش از قطعیت حکم امکان انتشار هويت محکوم علیه وجود ندارد و منتشر کننده جریان محاکمه در رسانه‌های گروهی، قبل از قطعی شدن حکم، به مجازات مفتری محکوم خواهد شد.\*\*\* از سوی

\* انتشار حکم موضوع ماده ۳۶ قانون مجازات اسلامی در مورد جرایم مذکور در صدر ماده در صورتی الزامی است که اولاً موجب اخلال در نظم یا امنیت جامعه نباشد؛ ثانیاً فقط برای یک بار در یکی از روزنامه‌های محلی منتشر گردد (نظریه شماره ۷/۹۲/۱۰۵۸ - ۹۲/۶/۴ اداره حقوقی قوه قضاییه).

\*\* البته به نظر می‌رسد با توجه به تنوع رسانه‌ها و ماهیت فعالیت‌های رسانه‌ای، تصریح مقنن به «یک نوبت» انتشار در تشهیر از نوع اول نیز بی‌فایده است چون «نقل قول» مکرر سایر رسانه‌های کثیرالانتشار ملی و یا پایگاه‌های خبری، فاقد هرگونه ضمانت اجرا و عملاً غیر قابل پیشگیری است.

\*\*\* (تبصره ۱ ماده ۱۸۸ ق. آ. د. ک. مصوب ۱۳۷۷) برابر ماده ۹۶ قانون آیین دادرسی کیفری مصوب ۱۳۹۲: «انتشار تصویر و سایر مشخصات مربوط به هويت متهم در کلیه مراحل تحقیقات مقدماتی توسط رسانه‌ها و مراجع انتظامی و قضایی ممنوع است مگر در مورد اشخاص زیر که تنها به درخواست بازپرس و موافقت دادستان شهرستان، انتشار تصویر و یا سایر مشخصات مربوط به هويت آنان مجاز است: الف) متهمان به ارتکاب جرایم عمدی موضوع بندهای (الف)، (ب)، (پ) و (ت) ماده (۳۰۲) این قانون که متواری بوده و دلایل کافی برای توجه اتهام به آنان وجود داشته باشد و از طریق دیگری امکان دستیابی به آنان موجود نباشد، به منظور شناسایی آنان و یا تکمیل ادله،

دیگر قانونگذار، ضمانت اجرای خاصی جهت تخلف احتمالی در فرآیند انتشار حکم از طریق روزنامه‌های محلی، روزنامه‌های کثیرالانتشار یا رسانه ملی تعیین نکرده است. همچنین معلوم نیست در صورتی که پس از اعاده دادرسی، متهمی که حکم او در رسانه‌ها اعلام شده براءت تحصیل کند، چگونه باید از وی اعاده حیثیت گردد. در این زمینه علاوه بر اعاده حیثیت و اعلام حکم براءت متهم در رسانه‌ها، باید حق تصحیح (Right of Correction) رسانه‌ای را هم برای متهم به رسمیت شناخت که به موجب آن متضرر از مطالب خلاف واقع یا نسبت‌های ناروای رسانه‌ای، حق دارد در همان رسانه و در شرایطی عادلانه مطالب منتشره را تصحیح نموده و پاسخ آن و نیز توضیحات لازم پیرامون موضوع را منتشر نماید (حیدری، ۱۳۹۱، ص ۱۱۲). اعطای حق تصحیح به متهمی که تبرئه شده موضوع تازه‌ای نیست و هیأت وزیران شورای اروپا در سال ۲۰۰۳ پیشنهاد کرد که به متهم دعاوی کیفری، اجازه تصحیح و یا پاسخ گزارشات نادرست و یا توهین‌آمیز رسانه‌ها، داده شود (شورای وزیران، ۲۰۰۳، پیشنهاد ۱۳). شورا از دادگاه و پلیس نیز تصحیح انتشار مطالب نادرست مطبوعاتی در مورد متهم را خواسته است.

نکته چهارم اینکه، با تصویب تبصره ماده ۳۶ ق.م.ا.، تبصره ۳ ماده ۱۸۸ قانون آیین دادرسی کیفری (الحاقی ۱۳۸۵/۳/۲۴) از حیث نوع جرایم، مبلغ حاصله از جرم و هزینه انتشار، قابلیت اجرایی ندارد و نسخ شده به شمار می‌آید.

نکته پنجم اینکه، برخی گفته‌اند باید اطلاق بند س ماده ۲۳ را بر ماده ۳۶ حمل نمود و با توجه به ماده ۳۶ و تبصره آن بایستی به فهم این بند از ماده ۲۳ پرداخت. به

تصویر اصلی و یا تصویر به دست آمده از طریق چهره‌نگاری آنان منتشر می‌شود» با وجود این، متأسفانه در برخی از برنامه‌های مستند رسانه‌های دیداری و شنیداری، مواردی به چشم می‌خورد که چهره متهمین بعد از دستگیری و قبل از محاکمه قضایی و صدور حکم نشان داده می‌شود و گاه اظهارات این متهمین نیز منتشر می‌گردد که این مسئله از حیث حقوقی نادرست و در واقع «محاکمه رسانه‌ای» است که به موجب آن فرد قبل از آن که در یک دادرسی منصفانه و با ادله محکمه پسند مورد محاکمه قرار گیرد، در افکار عمومی محکوم شده و همزمان مورد مجازات مخاطبان رسانه قرار می‌گیرد. این کار با اخلاق حرفه‌ای رسانه‌ای منافات دارد و رسانه‌های اخلاق محور نباید با استفاده از چنین برنامه‌هایی اقدام به جلب مخاطب نمایند.

این تعبیر که بایستی اطلاق مندرج در بند س را مقید به ماده ۳۶ نمود و اظهارداشت که در محکومیت‌های قطعی مندرج در ماده ۳۶ این انتشار اختیاری است اما در مورد سایر محکومیت‌ها یعنی تعزیرات درجه پنج و شش و هفت و هشت و سایر حدود غیر از محاربه و افساد فی الارض و قصاص و دیات، امکان انتشار حکم به عنوان مجازات تکمیلی وجود ندارد (الهام و برهانی، ۱۳۹۲، ص ۱۰۱). هرچند نگارنده با نتیجه این سخن و هدف محدود کردن تشهیر موافق است، لکن به نظر می‌رسد بر استدلال مطرح شده چند ایراد وارد است. ایراد اول اینکه همان‌گونه که پیش‌تر گفتیم، تشهیر در ماده ۳۶، تشهیر مشروط است و نه اختیاری و عبارت «در صورتی که موجب اختلال در نظم یا امنیت نباشد در یکی از روزنامه‌های محلی در یک نوبت منتشر می‌شود»، به معنای اختیاری بودن نیست. این یک جمله شرطیه است که در صورت تحقق مشروط، حکم انتشار الزامی می‌شود. ایراد دوم اینکه، عدم امکان تشهیر در تعزیرات درجه هفت و هشت، ربطی به استدلال مطرح شده در این سخن ندارد چون این درجات در حکم مطلق (ماده ۲۳ ق.ا.م.) هم، نیامده تا با حمل مطلق بر مقید آن را از شمول مطلق خارج نماییم. ایراد سوم اینکه، اساساً در این مورد حمل مطلق بر مقید امکان ندارد چون حمل مطلق بر مقید در مقام جمع عرفی و مربوط به مواردی است که تعارض بدوی بین دو حکم وجود داشته باشد در حالی که در مانحن فیه، تعارضی اعم از بدوی یا مستقر بین بند س ماده ۲۳ و ماده و تبصره ماده ۳۶ وجود ندارد؛ چون زمانی تعارض وجود داشت که ماده ۲۳ و ماده ۳۶ و تبصره ماده ۳۶ از حیث نوع حکم مشابه - مثلاً هر سه حکم الزامی یا هر سه اختیاری - بودند، در حالی که تشهیر در بند س ماده ۲۳، تشهیر اختیاری و تشهیر در ماده ۳۶ و تبصره آن الزامی است. در واقع رابطه این مقررات مانند آن است که کسی یک بار بگوید: «از شنبه تا پنج‌شنبه می‌توانی کلاس آموزش زبان بروی» (حکم اختیاری مشابه ماده ۲۳ ق.ا.م.) و بار دیگر بگوید: «سه‌شنبه‌ها اگر کلاس ورزش نداشتی، کلاس آموزش زبان برو» (الزام مشروط مشابه ماده ۳۶ ق.ا.م.) و بار سوم بگوید: «دوشنبه‌ها باید کلاس بروی» (الزام مطلق مشابه تبصره ماده ۳۶ ق.ا.م.). روشن است که در این موارد، لزوم کلاس رفتن در دوشنبه‌ها و سه‌شنبه‌ها، نافی امکان کلاس رفتن در بقیه روزها نیست، همان‌گونه که تشهیر الزامی مطلق و الزامی مشروط،

به معنای نفی تشهیر اختیاری نیست. هرگونه برداشتی غیر از این، به معنای لغویت بند س ماده ۲۳ ق.م.ا. است که با اصول حقوقی سازگاری ندارد. بنابراین با توجه به سه مقررہ مورد بحث، اولاً در جرایم اقتصادی موضوع تبصره ماده ۳۶ ق.م.ا. انتشار حکم اجباری است؛ ثانیاً در جرایم موضوع ماده ۳۶ ق.م.ا. مشروط بر این که موجب اخلال در نظم یا امنیت نباشد، انتشار حکم الزامی است، ثالثاً دادگاه می تواند فردی را که به حد، قصاص یا مجازات تعزیری درجه شش تا درجه یک محکوم کرده است، به «انتشار حکم محکومیت قطعی» نیز محکوم نماید.

## نتیجه

دیدیم که آثار منفی تشهیر، بیشتر از منافع آن است. بنابراین تشهیر رسانه‌ای باید از ۱۵۵  
حیث نوع جرایم، گروه مجرمین، نوع رسانه، شکل و قالب، زمان و نیز روش تشهیر محدود گردد.

محدودیت از حیث مجرمین: تشهیر رسانه‌ای تنها در مورد مجرمینی مناسب است که با استفاده از موقعیت اجتماعی، جایگاه شغلی، قدرت و نفوذ اداری خود به دارایی‌های عمومی یا به اموال شهروندان دست‌اندازی می‌کنند و در همین حال با استفاده از قدرت تفکر و برنامه ریزی می‌توانند با حفظ شأن و شخصیت اجتماعی خود از هرگونه تعقیب قانونی در امان باشند. در مورد این گروه از مجرمین «یقه سفید»، مجازاتی که بیش از بقیه کیفرها تهدید کننده و بازدارنده است، شناخته‌شدن هویت واقعی آنان برای مردم است. همچنین در مورد اشخاص حقوقی نیز می‌توان از تشهیر استفاده کرد چون فعالیت این اشخاص عمدتاً مرتبط با منافع عمومی و سلامتی افراد است و تبعات روحی - روانی تشهیر نیز کمتر است.

محدودیت از حیث نوع جرم: انتشار حکم تنها در مورد جرایمی باید صورت گیرد که ماهیت آن تعدی به منافع و مصالح عمومی است. این موضوع در «جرایم مبتنی بر اعتماد» صدق می‌کند که بیشتر ناظر به «جرایم اقتصادی» و نوعی سوءاستفاده از اعتماد عمومی است و عدم شناساندن مجرمین موجب متضرر شدن سایر افراد می‌شود. این جرایم عمدتاً جرایم موضوع تبصره ماده ۳۶ ق.م.ا. است که انتشار حکم

محکومیت قطعی در آن الزامی و بدون قید و شرط است. اما در مورد جرایم موضوع ماده ۳۶ ق.م.ا. با توجه به مفهوم سیال و قابل توسعه «اخلال در نظم و امنیت»، قضات باید با استناد به این که هرگونه انتشار حکمی، خواه نا خواه اخلال در نظم و امنیت را به همراه دارد، شرط مذکور را منتفی دانسته و به این طریق الزام ماده را از دوش خود بردارند. در مورد اعمال تشهیر به عنوان مجازات تکمیلی موضوع ماده ۲۳ ق.م.ا. نیز با توجه به اختیاری بودن کیفر تکمیلی، شایسته است قضات محترم از اعمال این اختیار خود، چشم‌پوشی کرده و انتشار حکم را به عنوان مجازات تکمیلی مورد حکم قرار ندهند. از سوی دیگر نکته مورد تأکید در این نوشته آنکه، تشهیر رسانه‌ای بیش از آن که ماهیت حقوقی و قضایی داشته باشد، یک عمل رسانه‌ای است و از این روی آیین‌نامه اجرایی «ضوابط و نحوه تشهیر رسانه‌ای» باید از سوی وزارت ارشاد یا شورای نظارت بر صدا و سیما وضع شده و صاحب‌نظران رسانه‌ای جزئیات شرایط و شیوه‌های تشهیر را تدوین نمایند. آیین‌نامه پیشنهادی باید در بردارنده محدودیت‌های زیر باشد.

محدودیت در نوع رسانه‌ها: در قانون مجازات اسلامی، رسانه ملی، روزنامه‌های کثیرالانتشار و روزنامه‌های محلی به عنوان وسیله تشهیر رسانه‌ای (اعلام حکم محکومیت) تعیین شده‌اند. اما در آیین‌نامه اجرایی باید اولاً نظر به انصراف عنوان روزنامه به روزنامه‌های چاپی و مکتوب، نشریات الکترونیکی مجوز انتشار حکم را نداشته باشند؛ ثانیاً عناوین روزنامه‌های محلی و حتی کثیرالانتشار مجاز به چاپ و انتشار حکم محکومیت احصا شده یا ضوابطی همچون شمارگان روزنامه برای آن تعیین شود تا از تأسیس یا گسترش روزنامه‌های زرد جلوگیری شود؛ ثالثاً در مورد روزنامه‌های مجاز هم، حجم قابل اختصاص به انتشار حکم محکومیت تعیین شود تا نشریه بخش زیادی از مطالب خود را به انتشار حکم اختصاص نداده و از رسالت اصلی روزنامه نگاری فاصله نگیرند، رابعاً سایر روزنامه‌ها و مجلات، مجاز به تکرار و نقل قول احکام محکومیت از روزنامه اصلی نباشند.

محدودیت از جهت قالب تشهیر: از آنجا که در قانون مجازات اسلامی، تشهیر در قالب اعلام حکم محکومیت قطعی مورد توجه قرار گرفته است، بنابراین، در آیین‌نامه باید تصریح گردد که نشان دادن چهره مجرم - در قالب عکس و یا فیلم - و نیز پخش



صدای وی، مجوز قانونی ندارد؛ همچنین نهادهای غیر قضایی همچون پلیس و یا حتی مقامات دادسرا صراحتاً از صدور دستور انتشار چهره و تصویر متهمین - حتی برای یافتن متهمین فراری - منع کردند.

محدودیت از جهت زمان تشهیر: قانونگذار زمان اعلام حکم در رسانه ملی و این که آیا باید در اخبار سراسری باشد یا گزارش هفتگی یا ویژه برنامه یا... تعیین نکرده و تعیین زمان آن علی‌الظاهر در اختیار صدا و سیما است. بنابراین تعیین زمانی برای انتشار حکم، که کمترین بیننده مخاطب تلویزیون یا رادیو است، در کاستن از آثار سوء تشهیر مؤثر خواهد بود.

محدودیت از جهت شیوه تشهیر: قانونگذار روش اعلام حکم در رسانه ملی از جهت اعلام شفاهی حکم یا نمایش تصویر دادنامه یا زیرنویس کردن چکیده حکم یا ... را تعیین نکرده و در این زمینه اعلام حکم از طریق تله‌تکس که مراجعه کننده کمتری نسبت به برنامه‌های دیداری - شنیداری رسانه ملی دارد می‌تواند به کاهش آثار اجرای حکم قانونی کمک نماید. در این روش کسانی که قصد سرمایه‌گذاری یا یک اقدام تجاری دارند می‌توانند با مراجعه به تله‌تکس و آرشیو مربوطه از وضعیت شرکت‌ها یا مؤسسات و نهادهای مورد نظر آگاهی یابد و با آرامش خاطر اقدام به انجام فعالیت اقتصادی مورد نظر نماید. بدیهی است، تدوین آیین‌نامه پیشنهادی باید در نزدیک‌ترین زمان ممکن، انجام گیرد تا پیش از آن که رویه قضایی در این زمانه شکل یافته و ریشه‌دار شود، جلوی مفاسد گسترش تشهیر رسانه‌ای گرفته شود.

## منابع

۱. اسدی حلی، حسن بن یوسف بن مطهر؛ قواعد الأحكام فی معرفة الحلال و الحرام؛ ج ۳، چ ۱، قم: دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۱۳ق.
۲. اسولیوان، تام و دیگران؛ مفاهیم کلیدی ارتباطات؛ ترجمه میرحسین رئیس زاده؛ تهران: فصل نو، ۱۳۸۵.
۳. آشوری، محمد؛ آیین دادرسی کیفری؛ ج ۱، چ ۳، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها، ۱۳۷۵.
۴. اصفهانی، محمد بن الحسن (فاضل هندی)؛ کشف اللثام عن قواعد الأحكام؛ ج ۱۰، الطبعة الاولى، قم: مؤسسه النشر الإسلامی، ۱۴۲۴ق.
۵. الهام، غلامحسین و محسن برهانی؛ درآمدی بر حقوق جزای عمومی؛ چ ۱، تهران: نشر میزان، پاییز ۱۳۹۲.
۶. انصاری، باقر؛ حقوق رسانه؛ چ ۳، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها، ۱۳۹۱.
۷. بکاریا، سزار؛ رساله جرایم و مجازاتها؛ ترجمه محمدعلی اردبیلی؛ چ ۳، تهران: نشر میزان، ۱۳۷۷.
۸. بولوک، برنار؛ کیفرشناسی؛ ترجمه علی حسین نجفی ابرندآبادی؛ چ ۲، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۷.
۹. پرت، جان؛ عوام گرایی کیفری (بسترها، عوامل و آثار)؛ ترجمه هانیه هژبرالساداتی؛ چ ۱، تهران: میزان، ۱۳۹۲.
۱۰. پیکا، ژرژ؛ جرم شناسی؛ ترجمه علی حسین نجفی ابرندآبادی؛ چ ۲، تهران: بنیاد حقوقی میزان، پاییز ۱۳۹۰.
۱۱. حلی، محمد بن منصور بن احمد بن ادریس؛ السرائر الحاوی لتحریر الفتاوی؛ ج ۳، چ ۲، قم: دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۱۰ق.
۱۲. حلی، نجم الدین جعفر بن حسن؛ المختصر النافع فی فقه الإمامیه؛ ج ۲، چ ۶، قم: مؤسسه المطبوعات الدینیة، ۱۴۱۸ق.

۱۳. حیدری، علی‌مراد؛ حق تصحیح رسانه‌ای در حقوق ایران و اسناد بین‌المللی؛ فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۲ (پیاپی ۷۰)، تابستان ۱۳۹۱، ص ۱۱۱-۱۳۹.
۱۴. —؛ «حقوق مصاحبه‌شوندگان در رسانه‌های عمومی»؛ فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۳ (پیاپی ۶۳) پاییز ۱۳۸۹ ص ۱۶۹-۱۹۵.
۱۵. طوسی، ابوجعفر محمدبن حسن؛ المبسوط فی الفقه الامامیه؛ ج ۸، چ ۳، تهران: المكتبة المرتضویه لإحياء الآثار الجعفریه، ۱۳۸۷ق.
۱۶. عاملی، محمدبن‌الحسن الحر؛ وسائل الشیعه؛ ج ۱۸ و ۱۹، چ ۶، تهران: کتابفروشی اسلامی، ۱۳۶۷.
۱۷. کریمی جهرمی، علی؛ الدر المنضود فی احکام الحدود؛ تقریرات اب‌حاث السید محمدرضا گلپایگانی؛ ج ۱، الطبعة الاولى، قم: دارالقرآن الکریم، ۱۴۱۲ق.
۱۸. کلینگ، جورج و ویلسون، جمیزکی؛ «پنجره‌های شکسته، پلیس و امنیت محلی»؛ ترجمه محمد صادری توحیدخانه؛ مجله حقوقی دادگستری، شماره ۴۳، تابستان ۱۳۸۲ ص ۱۷۹-۲۰۴.
۱۹. محسنی، فرید؛ حریم خصوصی اطلاعات (مطالعه کیفری در حقوق ایران، ایالات متحده آمریکا و فقه امامیه)؛ چ ۱، تهران: دانشگاه امام صادق، ۱۳۸۹.
۲۰. مغنیه، محمدجواد؛ فقه الإمام الصادق؛ ج ۶، چ ۲، قم: مؤسسه انصاریان، ۱۴۲۱ق.
۲۱. منتظری نجف‌آبادی، حسین‌علی؛ مبانی فقهی حکومت اسلامی؛ مترجم: محمود صلواتی و ابوالشکوری؛ ج ۴، چ ۱، قم: مؤسسه کیهان، ۱۴۰۹ق.
۲۲. —؛ مجازات‌های اسلامی و حقوق بشر؛ چ ۱، قم: ارغوان دانش، ۱۳۸۷.
۲۳. موسوی خمینی، سیدروح‌الله؛ تحریر الوسیله؛ ج ۲، چ ۱، قم: مؤسسه مطبوعات دارالعلم، [بی‌تا].
۲۴. میرخلیلی، سیدمحمود؛ «پیشگیری وضعی از دیدگاه آموزه‌های اسلام»؛ فصلنامه فقه و حقوق، سال اول، تابستان ۱۳۸۳ شماره ۱، ص ۵۹-۷۴.
۲۵. نجفی ابرندآبادی، علی‌حسین و حمید هاشم بیگی؛ دانشنامه جرم‌شناسی؛ چ ۱، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۷۷.

۲۶. نراقی، مولی احمد بن محمد مهدی؛ مستند الشیعه فی أحكام الشریعه؛ ج ۱۸، چ ۱، قم: مؤسسه آل البیت، ۱۴۱۵ق.
۲۷. هاشمی شاهرودی، سید محمود؛ فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل بیت؛ ج ۱، چ ۱، قم: مؤسسه دائرة المعارف فقه اسلامی بر مذهب اهل بیت، ۱۴۲۶ق.
۲۸. وایت، راب و فیونا هینز؛ جرم و جرم شناسی (متن درسی نظریه‌های جرم و کجروی)؛ ترجمه علی سلیمی و همکاران؛ چ ۱، قم: پژوهشکده حوزه و دانشگاه، بهار ۱۳۸۳.
29. Chadwick, Paul; **Fame, Media, Privacy**; Australian Press Council; University of Ballarat, 2005.
30. Council of Eur, Committee of Ministers; **Principles Concerning the Provision of Information Through the Media in Relation to Criminal Proceedings**; A. P. Press, 2003.
31. Graboskey, p & Wilson; **Journalism and Justice; How Crime is Reported?**; Leichhardt Press, 1998.
32. Lab, Steven & Fisher Bonnie; **Encyclopedia of Victimology and Crime Prevention**; Vol 2, Sage, 2010.
33. Lee, M; **Inventing Fear of Crime**; Criminology and the Politics of Anxiety; Cullompton, William, 2007.
34. Staples, William; **Encyclopedia of Privacy**; London, Greenwood Press, 2007.
35. Stuart, Susan P; **A Primer on Education Privacy As Constitutional Liberty**; Marquette Law Review, 2004.