

بیمه مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی

هدی غفاری،^۱ محمود زمانی^۲

تاریخ دریافت: ۹۶/۰۴/۱۸، تاریخ تایید: ۹۶/۰۷/۱۱

چکیده

رسانه‌های همگانی به‌عنوان ابزاری برای برقراری ارتباط میان انسان‌ها می‌توانند زمینه‌ساز وقوع بسیاری از تعارضات میان پاسداشت حقوق فردی شهروندان و حق اطلاع‌رسانی به‌عنوان کارویژه خود باشند. پیش‌بینی مسئولیت مدنی رسانه‌ها راه حلی عادلانه برای تبیین ملازمه میان حقوق و تکالیف رسانه‌های همگانی و مجوزی برای ادامه فعالیت آنها تلقی می‌شود. با وصف عمومی بودن رسانه‌های همگانی و گستردگی حوزه خسارت، جبران زیان احتمالی، دشوار خواهد بود. با پوشش بیمه‌های مسئولیت مدنی، رغبت دادرسان به محکوم ساختن رسانه به جبران زیان حتی بدون توجه به مبنای مسئولیت بیشتر می‌شود و گاهی بدون پرداختن به مسئله مبنای، در راستای حمایت از زیان‌دیدگان، حکم به مسئولیت مدنی رسانه‌ها می‌دهند. به‌علاوه گاهی به علت مبالغ سنگین غرامت‌ها، پرداخت این وجوه، حیات اقتصادی رسانه‌ها را به مخاطره می‌اندازد.

واژگان کلیدی: رسانه همگانی، بیمه، مسئولیت مدنی، شخص ثالث، غرامت.

hodaghafari@yahoo.com
samersad12@yahoo.com

۱- عضو هیأت علمی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبایی
۲- دانشجوی دکتری حقوق خصوصی دانشگاه تهران

مقدمه

با یک نگرش اجمالی بر وضعیت فعلی نظام حقوقی حاکم بر فعالیتهای رسانه‌ای در ایران می‌توان فقدان قواعد اختصاصی را برای تبیین مسئولیت مدنی رسانه‌ها دریافت. در حقیقت فقدان قواعد اختصاصی مسئولیت مدنی برای رسانه‌های همگانی^۱ موجب شده که از یک طرف رسانه‌های همگانی آزادی‌های خود را بی‌محابا اعمال کرده، حقوق اشخاص را تضییع نمایند. از سوی دیگر عدم آشنایی قانونگذار و دستگاه قضایی با مکانیزم‌های مدنی جبران، به‌خصوص جبران خسارت‌های معنوی به‌عنوان بخش وسیعی از خسارت‌های ناشی از فعالیتهای رسانه‌ای، آنها را به‌سوی جرم‌انگاری بسیاری از فعالیتهای زیان‌بار رسانه‌ای سوق داده است. حال آنکه مسئولیت مدنی و ضمانت اجراهای آن می‌تواند، نقشی بسیار مؤثر و کارآمدتر از مسئولیت کیفری را به‌عنوان تدبیری بازدارنده از نقض حقوق شهروندان ایفا نماید. در مورد مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی آثار معدودی در زبان فارسی وجود دارد. لیکن در خصوص بیمه مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی تاکنون اثری به زبان فارسی تألیف نشده است و موضوع از این حیث کاملاً بدیع محسوب می‌شود.

ابزارها و شرایط حقوقی مناسب، امکان پیشرفت مطبوعات آزاد را فراهم می‌سازد. یکی از این ابزارها طراحی و تنظیم بیمه‌های مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی است. تضمین آزادی مطبوعات و رسانه‌های همگانی، به برقراری حکومت‌های مردم‌سالار و توسعه اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی پایدار و آبادانی و صلح و مبارزه علیه فساد و... کمک می‌کند. مبالغ خسارت‌ها و غرامت‌های راجع به موضوع‌هایی که مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی را در پی دارد، گاهی اوقات به‌گونه‌ای است که پرداخت این مبالغ، ادامه فعالیت رسانه‌ها را به خطر می‌اندازد. لذا در برابر مبالغ خسارت‌ها و غرامت‌های وارد شده به افراد زیان‌دیده از جانب این‌گونه رسانه‌ها، بیمه‌ها می‌توانند پوشش‌های مناسبی طراحی، پیشنهاد و ارائه دهند. پوشش بیمه‌ای مسئولیت مدنی برای رسانه همگانی، تضمینی برای حیات و بقای آن و ادامه رسالت و اهداف تعیین‌شده و مشروع رسانه خواهد بود. در مواقعی که با ادعای خسارت شخص حقیقی یا حقوقی برای نشر اکاذیب یا جریمه‌دار شدن احساسات شخصی یا خدشه‌دار شدن نام نیک شرکتی یا نقض حریم خصوصی مواجه می‌شود، با اتکاء به آن بیمه‌نامه و امنیت ایجادشده قادر به دفاع از خود بوده و از صدمات مالی که بعضاً حیات آن را به خطر می‌اندازد، جلوگیری

۱- در تعریف رسانه همگانی گفته شده: «رسانه‌های همگانی وسایل یا تدابیر فنی هستند که ارتباط جمعی از طریق آنها به‌وقوع می‌پیوندد» (بلیک، رید و هارولدسن، ادوین، طبقه‌بندی مفاهیم در ارتباطات، ترجمه مسعود اوحدی، تهران، سروش، ۱۳۷۸، ص ۵۲).

می‌نمایند. با عنایت به مراتب فوق، در این مجال برآنیم تا به بررسی مفهوم بیمة مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی و آثار حقوقی مترتب بر آن بپردازیم. بنابراین سؤال اصلی که مقاله حاضر در صدد پاسخگویی به آن است، به شرح ذیل است: بیمة مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی به چه معناست؟ و آثار حقوقی مترتب بر آن چیست؟

با عنایت به مراتب فوق و در راستای پاسخ به سؤال مزبور، مقاله حاضر در سه بخش مبانی و مفاهیم و قلمرو و آثار حقوقی و نیز شرایط عمومی بیمة مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی به رشته تحریر در آمده است.

بخش اول: مبانی و مفاهیم

۱- تعریف بیمه

به موجب ماده ۱ قانون بیمه: «بیمه عقدی است که به موجب آن یک طرف تعهد می‌کند در ازای پرداخت وجه یا جوهی از طرف دیگر در صورت وقوع یا بروز حادثه، خسارت وارده بر او را جبران نموده یا وجه معینی بپردازد. متعهد را بیمه‌گر، طرف تعهد را بیمه‌گذار، وجهی را که بیمه‌گذار به بیمه‌گر می‌پردازد حق بیمه و آنچه را که بیمه می‌شود، موضوع بیمه نامند». این تعریف حقوقی، جامع نیست و هرچند ایراداتی دارد، اما مهم‌ترین ایراد آن این است که صرفاً بیمه اشخاص را شامل می‌شود و بنابراین شامل بیمه مسئولیت نمی‌گردد. تعریف دقیق‌تر و فنی که از بیمه می‌شود این است که بیمه عبارت است از: «عملی که به موجب آن یک طرف (بیمه‌گر) با قبول مجموعه خطرهای و با رعایت قواعد آمار و احتمالات در ازای دریافت وجهی (حق بیمه) از طرف دیگر (بیمه‌گذار) تعهد می‌نماید در صورت تحقق خطر معینی خسارت وارد به او و یا شخص دیگر را جبران کرده و یا وجه معینی بپردازد و یا خدمتی انجام دهد (محمود صالحی، ۱۳۸۱: ۱۰۴). آن‌گونه که در این تعریف ملاحظه می‌شود، دامنه بیمه فقط محدود به پوشش خطرهایی که متوجه شخص بیمه‌گذار می‌شود نبوده و زیان‌های وارده به اشخاص ثالث که نتیجه اعمال بیمه‌گر است را نیز پوشش می‌دهد.

۲- مسئولیت مدنی^۱

مسئولیت مدنی در دو مفهوم عام و خاص به کار رفته است. در مفهوم عام، هرگونه تعهد قانونی عامل زیان به جبران خسارت ناشی از فعل یا ترک فعل خود که به شخص دیگری وارد شده اعم از اینکه منشأ قراردادی داشته باشد یا غیرقراردادی، مسئولیت مدنی گفته می‌شود.

در مفهوم خاص مسئولیت مدنی فقط مسئولیت غیر قراردادی را شامل می‌شود. این‌گونه تعاریف کلی هستند و با توجه به نوع مسئولیت موضوع بیمه، در تعریف کامل از مسئولیت مدنی می‌توان گفت: «التزام و تعهد قانونی شخص به جبران ضرر و زبانی که در نتیجه عمل مستند او به دیگری وارد شده است» (باریکلو، ۱۳۹۳: ۲۴). این‌گونه تعاریف کلی هستند و با توجه به نوع مسئولیت موضوع بیمه، در تعریف کامل از مسئولیت مدنی: «مسئولیت مدنی عبارت است از تعهد و التزامی که شخص به جبران زیان وارد به دیگری دارد؛ اعم از آن که زیان مذکور بر اثر عمل شخص مسئول یا عمل اشخاص وابسته به او و یا ناشی از اشیاء و اموال تحت مالکیت یا تصرف او باشد» (محمودصالحی، ۱۳۸۱: ۲۹۴-۲۹۵) این تعریف تمامی مسئولیت‌هایی که قابلیت انتساب به شخص اعم از حقیقی و حقوقی را داشته باشند، در بر می‌گیرد. رسانه‌های همگانی نیز به نوبه خود مکلف به رعایت یکسری قواعد و ضوابط عرفی یا قانونی هستند که از آنها به «استانداردهای رفتار»^۱ تعبیر می‌شود و در صورت عدم رعایت این استانداردهای رفتاری، مسئولیت مدنی آنها را در پی خواهد داشت (انصاری و همکاران، ۱۳۸۱: ۱۳۰). بنابراین در این مقاله، به مفهوم خاص مسئولیت و بیمه آن در خصوص رسانه‌های همگانی پرداخته می‌شود.

۲- تعریف بیمه مسئولیت مدنی

بیمه مسئولیت رسانه، اولین بار در سال ۱۹۳۰ در ایالات متحده آمریکا توسط شرکت بیمه اتکایی کارفرمایان برای محافظت در برابر ادعای تهمت و افترا پایه گذاری شد (۲۰۱۱ O'Connor). از بیمه مسئولیت مدنی^۲ تعاریف متفاوتی شده است. از جمله گفته شده: «از دیدگاه فنی، بیمه مسئولیت مدنی عبارت از عملی است که بر پایه آن مؤسسه بیمه‌گر اشخاصی را که بر اثر خطرها و حوادث ناشی از فعل و فعالیت خود ممکن است در برابر دیگران مسئول مدنی واقع شوند (بیمه‌گذاران) در ازای دریافت مبلغی (حق بیمه یا حق تضمین) برای جبران خسارت زیان‌دیدگان، گردآوری و ساماندهی می‌کند و مجموع خطرهایی را بر پایه موازین آماری برعهده می‌گیرد» (محمودصالحی، ۱۳۸۱: ۳۱۰). اما در مناسب‌ترین تعریف و با توجه به قواعد حاکم بر مسئولیت مدنی^۳، می‌توان گفت: «بیمه مسئولیت، قراردادی است که به موجب

1- Standard of Conducts

2- Civil Liability Insurance

۳- طبق ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی: «هرکس بدون مجوز قانونی عمداً یا در نتیجه بی احتیاطی به جان یا سلامتی یا آزادی یا حیثیت یا شهرت تجارتي یا به هر حق دیگر که به موجب قانون برای افراد ایجاد گردیده لطمه‌ای وارد نماید که موجب ضرر مادی یا معنوی دیگری شود، مسئول جبران خسارت ناشی از عمل خود می‌باشد».

آن یک طرف (بیمه‌گر) متعهد می‌شود تا در مقابل دریافت حق بیمه، خسارات و زیان‌های مالی و جانی و معنوی ناشی از فعل و ترک فعل طرف دیگر (بیمه‌گذار) به شخص ثالثی را در محدوده قرارداد جبران نماید (Garner, 1388: 915). از مصادیق فعل زیان‌بار رسانه همگانی به موردی می‌توان اشاره کرد که با درج گزارش غیر واقع یا هجونامه علیه شخص یا اشخاص خاص، موجب زیان آنها شود و مصداق ترک فعل، موردی می‌تواند باشد که رسانه با درج خبری، اتهامی متوجه شخص یا اشخاصی می‌کند، ولی از درج پاسخ و توضیح شخص یا اشخاص مذکور امتناع می‌کند و همین امتناع، سبب وقوع خسارت به آنان می‌شود (حسینی، ۱۳۸۹: ۲).

۴- مفهوم و هدف بیمه مسئولیت مدنی رسانه همگانی

بیمه مسئولیت مدنی رسانه همگانی، شکل خاصی از نوع بیمه شخص ثالث است که رسانه همگانی مسئولیت خود را در برابر خسارات احتمالی ناشی از خطاها و تقصیرهای ناشی از اعمال و رفتار دیداری و شنیداری خود اعم از مدیر مسئول، نویسنده، ویراستار، صاحب امتیاز و ناشر به اشخاص ثالث بیمه می‌کند (Perry, 2000: 69). هدف بیمه‌های مسئولیت اصولاً جبران خسارت‌های مالی و جانی وارده به اشخاص ثالث بر اثر اعمال بیمه‌گذار است. حمایت دوسویه این نوع بیمه، یعنی حمایت از اموال و دارایی‌های بیمه‌گذار از یک سو و حمایت از زیان‌دیده از طریق تضمین جبران خسارت از سوی دیگر است.

(Swiss Re, 2001). بیمه مسئولیت رسانه می‌تواند پوشش مناسبی در برابر افترا و ادعاهای نقض حریم خصوصی و همچنین کپی‌رایت و دیگر حقوق حمایت‌شده مالکیت معنوی یا نقض علامت تجاری و خسارت ناشی از خطا، حذف، تحریف و یا اظهارات گمراه‌کننده در برابر دعاوی ناشی از نمایش، ارتباطات، انتقال و یا تدارک اطلاعات که ممکن است حقوق دیگران را نقض کند فراهم کند (Lipton, 2010). اما پوشش‌های بیمه رسانه، شکل استاندارد و یکسانی ندارد و با توجه به نیازهای بیمه‌گذار قابل تنظیم و توافق است. به‌گونه‌ای که برخی از شرکت‌های بیمه‌ای حتی خسارات ناشی از هک کردن و ویروسی کردن اطلاعات در فضای رسانه الکترونیکی را هم تحت پوشش قرار می‌دهند. از مصادیق خسارت مادی ناشی از جرایم مطبوعاتی، تفویت منفعت یا ضرر به مالکیت‌های معنوی است. بروز خسارت بر اثر فعالیت رسانه با توجه به دامنه پوشش و حوزه عملکرد، گاهی چنان گسترده است که قدرت جبران خسارت را ندارد و حیات رسانه را به خطر می‌اندازد در این صورت، تضمین‌های بیمه‌ای ضامن بقای رسانه و جبران زیان‌های وارده است. با این اوصاف، این نوع بیمه در مفهوم حقوقی به‌عنوان «تعهد به نفع ثالث» شناخته می‌شود؛ چراکه بی‌شبهت به بیمه‌های مسئولیت مدنی دارندگان

وسایل نقلیه موتوری زمینی در برابر اشخاص ثالث نیست. مبنای ایجاد تعهد به نفع ثالث تجویز قانون گذار است که گاهی اوقات جنبه الزام و تضمین نیز دارد (محمودصالحی، ۱۳۸۱: ۲۶۶).
 اعمال بیمه گذار (رسانه) همیشه جنبه افترا و توهین و یا هتک حرمت ندارد و با توجه به دامنه وسیع فعالیت رسانه‌های همگانی و نقش آنها در نشر تبلیغات تجاری و امکان بروز خسارت‌های مادی و جسمی به اشخاص ثالث، پوشش خسارت‌های منبعث از چنین تبلیغاتی از دیگر اهداف بیمه‌های مسئولیت رسانه همگانی محسوب می‌شود. اشخاص ثالثی که موضوع انتفاع احتمالی از این نوع بیمه‌ها قرار می‌گیرند، نامعین و نامحدودند و نمی‌توان مصدقاً از آنها را تعیین نمود، اما با توجه به دامنه فعالیت رسانه همگانی که محلی، منطقه‌ای، ملی و یا بین‌المللی باشد، می‌تواند برآوردها و ارزیابی‌های متفاوتی از نظر مدیریت ریسک و تخصیص حق بیمه و همچنین خطرات قابل پوشش داشته باشد.

۵- موضوع بیمه مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی

موضوع عقد بیمه، خطر یا ریسک تحقق حادثه زیان‌بار است. ریسک مورد توجه بیمه، به معنای احتمال وقوع حادثه است. مطابق این مفهوم، ریسک، واقعه‌ای است اتفاقی و احتمالی که منشأ ایراد خسارت خواهد بود. بر همین اساس، ریسک قابل بیمه شدن باید اوصافی داشته باشد از جمله؛ غیر قابل احتراز، واقعی، ناظر به آینده، مشروع و زیان‌بار باشد.
 ریسک‌ها به‌طور کلی در چهار دسته؛ ریسک‌های خالص یا ایستا^۱، ریسک‌های سوداگرانه یا پویا^۲، ریسک‌های خاص^۳ و ریسک‌های عام^۴ طبقه‌بندی می‌شوند (کریمی، ۱۳۷۹: ۶۲). ارائه پوشش بیمه‌ای توسط بیمه‌گران در مقابل حوادث غیرقطعی، مستلزم دو شرط توانایی شناسایی و تعیین کمیت، یا تخمین شانس وقوع حادثه و همچنین توانایی تعیین حق بیمه برای هر مشتری بالقوه و یا گروهی از مشتریان می‌باشد. اگر هر دو شرط محقق شود، ریسک به‌عنوان یک ریسک بیمه‌پذیر در نظر گرفته می‌شود. مدیریت ریسک در رسانه‌های همگانی موضوعی بسیار پیچیده است؛ چرا که تنوع و غیرقابل پیش‌بینی بودن فعالیت آنها، متصف به اوصافی است که به‌راحتی نمی‌توان خطرات احتمالی را تخمین زد. پوشش‌های مورد نیاز رسانه‌های همگانی بسیار متنوع و گسترده هستند و نمی‌توان به‌صورت فرم‌های استاندارد از پیش تعیین شده، نیازهای بیمه‌ای آنها را درج نمود، لذا چنین بیمه‌نامه‌هایی متناسب با دامنه وسیع ادعاهای احتمالی اشخاص ثالث طراحی می‌شوند (Fiona at all, 2013). اما بیمه‌نامه‌ها معمولاً

- 1- Pure risk
- 2- Speculative risk
- 3- Particular risk
- 4- Fundamental risk

بر اساس خطرات مشخصی تنظیم می‌شوند و مواردی چون؛ افترا، تجاوز به حریم خصوصی، نقض حقوق پدیدآورندگان آثار و نقض علائم تجاری و سرقت ادبی را تحت پوشش قرار می‌دهند. بنابراین در دسته‌بندی ریسک‌ها به‌عنوان ریسک‌های ذهنی و انتزاعی شناخته می‌شوند. ریسک‌های ذهنی و انتزاعی ریسک‌هایی هستند که یا قابلیت محاسبه و بیان به زبان ریاضی را ندارند و یا قابلیت محاسبه ریاضی آنها بسیار ناچیز است. بنابراین تصورات بیمه‌گر از این‌گونه ریسک‌ها بر اساس حدس و گمان است (بحرالعلوم طباطبایی، ۱۳۷۶: ۳۵). اصولاً ابهام، منجر به تخمین نادرست ریسک می‌شود. به‌علاوه دو پدیده «انتخاب نامساعد»^۱ و «خطر اخلاقی»^۲ که نتیجه «عدم تقارن اطلاعاتی»^۳ است، نقش بسیار اساسی در قابلیت یا عدم قابلیت بیمه‌پذیری مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی ایفا می‌کند. با این اوصاف، موضوع اصلی بیمه مسئولیت مدنی در رسانه‌های همگانی، تأمین و جبران خسارات ناشی از تقصیر و خطا و یا فعالیت مخاطره‌آمیز بیمه‌گذار (فعل و ترک فعل) شامل هرگونه خسارت اعم از مالی، جانی و معنوی می‌شود.^۴ به همین دلیل، پیدایی ریسک‌های نوظهور مثل خطرات مرتبط با رسانه‌های همگانی، بیمه‌گران را در چالش جدیدی قرار داده است. اما راهکارهایی که برای این شرکت‌ها پیشنهاد شده، استفاده از ابزارهای کلاسیکی نظیر؛ تعیین سقف مالی تعهدات مفروض، تعیین زیان‌های تحت پوشش بیمه طی مدت مشخص و مقرر در بیمه‌نامه است (کاول، ۱۳۸۴: ۲۴). برای مقابله با دو پدیده «انتخاب نامساعد» و «خطر اخلاقی» در بیمه مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی، راهکارهایی چون تعیین نرخ حق بیمه به‌صورت شناور،^۵ خودداری از تمدید بیمه‌نامه^۶، الزامات مربوط به ایمنی^۷ و درج شرایط خاص در بیمه‌نامه^۸ رواج دارد که البته از دیدگاه اقتصادی، چنین رویکردهایی برای شرکت‌های بیمه‌ای چندان مؤثر واقع نمی‌شوند (بادینی، ۱۳۹۲: ۵۶۷-۵۷۳). با این حال، در شرایط کنونی و با رویکرد حقوقی، چنین رویکردهایی، برای رسانه‌ها و اشخاص ثالث، خالی از فایده نیست.

1- Adverse Selection

۲- Moral Hazard شرایط روحی و خصوصیات افراد است که احتمال وقوع خطر را بالا می‌برد.

3- Asymmetric information

۴- ماده ۱: هر کس بدون مجوز قانونی عمداً یا در نتیجه بی‌احتیاطی به جان یا سلامتی یا مال یا آزادی یا حیثیت یا شهرت تجاری یا به هر حق دیگری به موجب قانون برای افراد ایجاد گردیده لطمه‌ای وارد نماید که موجب ضرر مادی یا معنوی دیگری شود، مسئول جبران خسارت ناشی از عمل خود می‌باشد.

5- Insurance Floating Rate

6- Nonrenewal Threats

7- Safety Requirements

8- Contract Terms

بخش دوم: اوصاف، قلمرو و آثار بیمه مسئولیت رسانه همگانی

۱- اوصاف بیمه مسئولیت مدنی رسانه همگانی

بیمه مسئولیت مدنی رسانه، تفاوت چندانی با دیگر بیمه‌های مسئولیت مدنی ندارد. کارکرد اصلی این نوع بیمه، کاهش خطر نیست، بلکه از دیدگاه اقتصادی، ضرر و خسارات حاصله را توزیع می‌کند (بادینی، ۱۳۹۲: ۴۵۶). بنابراین در مقایسه با دیگر بیمه‌های اشخاص و اموال، این نوع بیمه، داری اوصاف و ویژگی‌هایی است؛ اولین ویژگی اینکه بیمه مسئولیت مدنی پیرو اصل غرامت^۱ است. اصل غرامت به این معنی است که بیمه‌گذار یا شخص ثالث زیان‌دیده تا میزانی که زیان دیده‌اند، حق درخواست و دریافت غرامت یا تاوان و ترمیم دارند و بیمه‌گران نیز حداکثر تا میزانی که طبق قرارداد بیمه متعهد به پرداخت خسارت شده‌اند، طبق ارزیابی خسارت واقعی، آن را پرداخت خواهند کرد (محمودصالحی، ۱۳۸۱: ۱۳۶). در بیمه مسئولیت مدنی رسانه همگانی مسلماً شخص بیمه‌گذار حقی بر دریافت خسارت ندارد و صرفاً خسارت شخص ثالث از طریق تعهدات بیمه‌ای جبران می‌شود. ویژگی دیگر بیمه‌های مسئولیت مدنی، عدم اجرای اصل جانشینی (موضوع ماده ۳۰ قانون بیمه)^۲ در این رشته است. طبق اصل جانشینی، قائم‌مقامی بیمه‌گر با قبول و پرداخت خسارت تحقق می‌یابد؛ بنابراین طلب بیمه‌گذار از مقصر حادثه توأم با تمامی توابع و حقوق مربوط به آن، به بیمه‌گر منتقل می‌شود (بابائی، ۱۳۸۲: ۱۶۰). اما به‌طور اصولی در این شاخه از بیمه، جانشین شدن بیمه‌گر و مراجعه به مسئول حادثه برای بازپس گرفتن خسارت پرداخت‌شده به ثالث زیان‌دیده بی‌مورد، غیرمنطقی و نقض غرض است؛ زیرا بیمه‌گر با دریافت حق بیمه (بهای مسئول واقع‌شدن بیمه‌گذار) مسئولیت مدنی یعنی بدهکاری بیمه‌گذار را به اشخاص ثالث زیان‌دیده بیمه و تضمین می‌کند (بادینی، ۱۳۹۲: ۵۲۳) و این بدین معنی است که در بیمه‌های مسئولیت، حقوق زیان‌دیده بیشتر تضمین می‌شود؛ زیرا زیان‌دیده گذشته از رسانه همگانی مسئول حادثه، حق رجوع به بیمه‌گر را نیز به‌دست می‌آورد (قاسم‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۶۵). البته بدین معنی نیست که حق دارد تمام خسارت را از هر دو بگیرد (محمودصالحی، ۱۳۸۱: ۱۶۱)، بلکه منظور این است که به هر کدام که بخواهد حق رجوع دارد و اگر یکی از این دو، تمام خسارت را پرداخت کند، دیگری مسئولیتی نخواهد داشت. سومین ویژگی این است که در بیمه مسئولیت مدنی رسانه همگانی، تضمین بیمه‌ای نامحدود است. برخلاف بیمه‌های مسئولیت مدنی با موضوع معین که میزان

1- Indemnity

۲- ماده ۳۰ قانون بیمه مصوب سال ۱۳۱۶: «بیمه‌گر در حدودی که خسارات وارده را قبول یا پرداخت می‌کند، در مقابل اشخاصی که مسئول وقوع حادثه یا خسارت هستند، قائم‌مقام بیمه‌گزار خواهد بود و اگر بیمه‌گزار اقدامی کند که منافی با عقد مذکور باشد، در مقابل بیمه‌گر مسئول شناخته می‌شود».

بدهی مسئول خسارت یا پیامد مالی تحقق مسئولیت مدنی بیمه‌گذار به صورت مبلغ بیمه‌شده در قرارداد بیمه مشخص می‌شود، در بیمه‌های مسئولیت مدنی رسانه همگانی، میزان و حدود پیامد مالی مسئولیت مدنی بیمه‌گذار نامعلوم است (محمودصالحی، ۱۳۸۱: ۳۱۷). این عدم محدودیت با توجه به دامنه فعالیت رسانه همگانی هم از نقطه نظر نوع فعالیت (اعم از شنیداری و نوشتاری و تصویری؛ چه در فضای حقیقی و چه مجازی)، و هم از نقطه نظر دامنه جغرافیایی اعم از محلی، ملی، منطقه‌ای یا بین‌المللی، ریسک بیشتری نسبت به دیگر بیمه‌های مسئولیت مدنی با تضمین نامحدود را در خود دارد. وصف دیگری که در این نوع بیمه وجود دارد و مشترک با همه قراردادهای بیمه‌ای است، ضرورت رعایت حدّ اعلای حُسن نیت^۱ است. عقد بیمه مبتنی بر حسن نیت طرفین عقد؛ یعنی بیمه‌گذار و بیمه‌گر است که لازم است در کلیه مراحل اعتبار عقد بیمه و حتی قبل از صدور بیمه‌نامه نیز رعایت گردد. با توجه به اصل حسن نیت، بیمه‌گذار می‌بایستی هنگام صدور بیمه‌نامه کلیه اطلاعاتی را که از مورد بیمه دارد (اعم از ریسک‌های موجود و احتمالی، شرایط فعالیت حرفه‌ای، حوزه و دامنه فعالیت از نظر نوع و وسعت جغرافیایی و...) به درستی و با حسن نیت کامل به بیمه‌گر اعلام نماید. در صورت تشدید خطر حین مدت اعتبار بیمه‌نامه نیز بیمه‌گذار بایستی مراتب را به اطلاع بیمه‌گر برساند. همچنین هنگام وقوع خسارت بیمه‌گذار موظف است با حسن نیت کامل کلیه اطلاعات لازم برای رسیدگی خسارت را در اختیار بیمه‌گر قرار دهد. به همین خاطر در بیمه‌های رسانه، شرط تعهد به همکاری بیمه‌گذار و کارشناسان رسانه‌ای برای شناسایی و دسترسی به اسناد و مدارکی که شواهدی بر ریسک و تشدید خطر هستند، گنجانیده می‌شود. ضرورت و ضمانت اجرای عدم حسن نیت در قرارداد بیمه در مواد ۱۱، ۱۲ و ۱۳ قانون بیمه^۲، بیان شده است که حسب مورد

1- Utmost Good Faith

۲- ماده ۱۱: چنانچه بیمه‌گذار یا نماینده او با قصد تقلب مالی را اضافه بر قیمت عادلانه در موقع عقد قرارداد بیمه داده باشد، عقد بیمه باطل و حق بیمه دریافتی قابل استرداد نیست.

ماده ۱۲: هرگاه بیمه‌گذار عمداً از اظهار مطالبی خودداری کند یا عمداً اظهارات کاذب بنماید و مطالب اظهار نشده یا اظهارات کاذب طوری باشد که موضوع خطر را تغییر داده یا از اهمیت آن در نظر بیمه‌گر بکاهد، عقد بیمه باطل خواهد بود حتی اگر مراتب مذکوره تأثیری در وقوع حادثه نداشته باشد. در این صورت نه فقط وجوهی که بیمه‌گذار پرداخته است قابل استرداد نیست، بلکه بیمه‌گر حق دارد اقساط بیمه را که تا آن تاریخ عقب افتاده است نیز از بیمه‌گذار مطالبه کند.

ماده ۱۳: اگر خودداری از اظهار مطالبی یا اظهارات خلاف واقع از روی عمد نباشد، عقد بیمه باطل نمی‌شود در این صورت هرگاه مطلب اظهار نشده یا اظهار خلاف واقع قبل از وقوع حادثه معلوم شود، بیمه‌گر حق دارد یا اضافه حق بیمه را از بیمه‌گذار در صورت رضایت او دریافت داشته قرارداد را ابقاء کند و یا قرارداد بیمه را فسخ کند. در صورت فسخ بیمه‌گر باید مراتب را به موجب اظهارنامه یا نامه سفارشی دو قبضه به بیمه‌گذار اطلاع دهد اثر فسخ

در صورت غیر عمد بودن، منجر به فسخ و در صورت عمدی بودن، منجر به بطلان قرارداد بیمه خواهد شد.

۲- قلمرو مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی و نقش بیمه

اصولاً قلمرو بیمه مسئولیت مدنی باید عام باشد و محدودیت‌های قابل اعمال باید نیازمند ارائه دلیل باشد (خدابخشی، ۱۳۸۸: ۵۷). علی‌رغم توسعه بیمه مسئولیت مدنی، کماکان مقاومت‌هایی در برابر پذیرش و پوشش رفتارها و خطرات ناشی از تقصیر سنگین برخی بیمه‌گذاران وجود دارد. در مواردی محاکم، در صورتی که تقصیر سنگین موجب خسارت شود، به نفع زیان‌دیده تفسیر کرده و مشروط بر اینکه به‌منظور تحصیل وجوهی از محل بیمه نباشد، قابل بیمه‌شدن دانسته‌اند (خدابخشی، ۱۳۸۸: ۹۸). اما در خصوص جرایم و اعمال آمیخته به تقلب و نیز رفتارهای عمدی بیمه‌گذار تحت هیچ شرایطی پوشش بیمه‌ای ارائه نمی‌دهند. خسارت‌های ناشی از جرم نیز در بیمه‌های مسئولیت تحت پوشش قرار نمی‌گیرند. در حقوق ایران بر خلاف حقوق کامن‌لا خسارت‌های تنبیهی^۱ - که به‌دنبال مسئولیت مدنی مورد حکم واقع می‌شود- نیز قابلیت پوشش بیمه را ندارند (خدابخشی، ۱۳۸۸: ۳۱۹-۳۲۲). دلیل بیمه‌ناپذیری این نوع خسارت، وصف مجازات و بازدارندگی آن است و همانند جزای نقدی در نظر گرفته می‌شود با این تفاوت که جزای نقدی به صندوق دولت، ولی خسارت تنبیهی به زیان‌دیده پرداخت می‌شود. در مقابل، برخی دیگر معتقدند خسارت تنبیهی قابل بیمه‌شدن هستند؛ چرا که وجود بیمه در خسارت تنبیهی باعث از بین بردن حالت بازدارندگی خسارت تنبیهی نمی‌شود، زیرا پرداخت حق بیمه، خود حالت بازدارندگی دارد و مهم این است که اهداف زیربنایی خسارت تنبیهی مدنظر باشند (کاتوزیان، ۱۳۷۴: ۲۳۶). از دیگر مواردی که گفته می‌شود قابلیت بیمه‌شدن ندارند می‌توان به عدم‌النفع اشاره کرد. هرچند عدم‌النفع به‌صورت مجزا تحت عنوان پوشش بیمه‌ای خاصی قرار دارد و برخی شرکت‌های بیمه‌ای چنین محصولی را به زیان پولی تعبیر کرده و ارائه می‌دهند، اما در بیمه مسئولیت رسانه‌های همگانی به‌دلیل اینکه موضوع بیمه‌نامه پول نیست، نمی‌توان چنین پوششی را در نظر گرفت. در تبصره ۲ ماده ۷۲۸ ق.آ.د.م مبنی بر غیر قابل مطالبه‌بودن خسارت ناشی از عدم‌النفع، منظور قانون‌گذار

ده روز پس از ابلاغ مراتب به بیمه‌گذار شروع می‌شود و بیمه‌گر باید اضافه حق بیمه دریافتی تا تاریخ فسخ را به بیمه‌گذار مسترد دارد. در صورتی که مطلب اظهار نشده یا اظهار خلاف واقع بعد از وقوع حادثه معلوم شود خسارت به نسبت وجه بیمه پرداختی و وجهی که بایستی در صورت اظهار خطر به طور کامل و واقع پرداخت شده باشد، تقلیل خواهد یافت.

منافع احتمالی است که تحقق آنها مسلم نیست. معهذا با تفکیک مفاهیم عدم‌النفع و تفویض منفعت و منافع محقق‌الحصول و محتمل‌الحصول، آن قسمت از عدم‌النفع را که ضرری باشد و به علت محروم شدن شخص از منفعت و فایده‌قطع‌ی و مسلم‌الحصولی که انتظار دارد بر او وارد شده، ضمان‌آور است و به‌نظر می‌رسد می‌تواند در قلمرو بیمه مسئولیت قرار گیرد. خسارات ناشی از هزینه‌های دادرسی که در هنگام دفاع از بیمه‌گذار در دعوی مسئولیت مدنی ممکن است بروز کند نیز می‌تواند تحت پوشش این نوع بیمه قرار گیرد (محمودصالحی، ۱۳۸۱: ۳۱۹) و بسیاری از شرکت‌های بیمه‌ای در کامن‌لا چنین هزینه‌هایی را تحت پوشش قرار می‌دهند (Betterley, 2014: 8-12) که در این صورت، ذینفع بیمه‌ای خود بیمه‌گذار نیز می‌تواند واقع شود. اما چالش اساسی در قابلیت بیمه‌پذیری، خسارت معنوی است. با وصفی که به‌نظر اکثر فقهای شورای نگهبان، تقویم خسارت معنوی به مال، مغایر موازین شرعی دانسته شده است، آیا می‌توان قائل به این شد که شرکت‌های بیمه بتوانند خسارت‌های معنوی ناشی از فعالیت رسانه‌های همگانی را تحت پوشش بیمه‌ای قرار دهند؟ این نظر بر خلاف قوانین موضوعه است که بسیاری از آنها نیز توسط همین شورای نگهبان تأیید شده‌اند. اصل قابل جبران بودن خسارت معنوی انکارناپذیر است. اصل ۱۷۱ قانون اساسی، مواد ۱، ۲، ۸، ۹ و ۱۰ قانون مسئولیت مدنی و ماده ۱۴ قانون آیین دادرسی کیفری مصوب ۱۳۹۲ هم این موضوع را تأیید می‌کند، اما در مورد شکل جبران خسارت، اختلاف وجود دارد؛ برخی بر این عقیده‌اند که در فرضی که ضرر معنوی صرف وارد شده باشد، نمی‌توان با پول آن را جبران کرد، ولی چنانچه ضرر معنوی دارای عواقب مالی باشد؛ مانند افسردگی ناشی از فعل زیان‌بار که به تجویز پزشک نیاز به سفرهای تفریحی داشته باشد، باید این خسارت از طریق مادی جبران شود (باریکلو، ۱۳۹۳: ۲۶۶-۲۶۸).

در خسارت معنوی نه‌تنها پرداخت غرامت کافی نیست، بلکه محاسبه خسارت معنوی به پول نیز کار آسانی نیست. در ضررهای معنوی که التیام آلام روحی و روانی و اجتماعی زیان‌دیده مورد توجه است، از طریق الزام به عذرخواهی یا اصلاح موضوع در رسانه همگانی که موضوع در آن منتشر شده است، درج حکم محکومیت رسانه مقصر در رسانه‌های مختلف، جمع‌آوری اثر زیان‌بار و جلوگیری از نشر و پخش یا عرضه آن، درج پاسخ متضرر از جرم در رسانه همگانی مربوطه، درج در پرونده رسانه و تعلیق فعالیت به مدت محدود و در صورت تکرار فعل زیان‌بار، توقیف یا تعطیلی رسانه متخلف حاصل می‌شود و نقش بیمه‌ها در حقوق ایران در پوشش چنین خسارت‌هایی مورد تردید است. اما در حقوق امریکا خسارت ناشی از جرایم

تهمت و افترا را به چهار نوع خسارت حقیقی^۱، ویژه^۲، احتمالی^۳ و تنبیهی^۴ تقسیم کرده‌اند و قابلیت دریافت به صورت مالی را دارند. در خسارت حقیقی مواردی چون دلتنگی، اضطراب، فشار ذهنی و درد و رنج و... مورد ادعا واقع می‌شود که باید اثبات شود و محاسبه آن در دادگاه با دقت خاصی صورت می‌گیرد. در خسارت ویژه می‌توان به تهمت تجاری اشاره کرد که سبب جریمه‌های مالی به واسطه نشر موارد افتراآمیز می‌شود. در خسارت احتمالی، مواردی چون انتشار ناشی از کینه‌توزی یا رعایت نکردن حقیقت، امکان مطالبه بدون زیان قطعی وجود دارد (حسینی اسفیدواجانی، ۱۳۹۱: ۱۳۲-۱۳۴). خسارت تنبیهی درجه افزایش یافته‌ای از خسارت‌هاست که در جایی که خواننده در ایراد زیان، رفتار توأم با بی‌احتیاطی، سوء نیت یا خدعه از خود بروز داده باشد، به نفع خواهان حکم داده می‌شود^۵ (Black, 1968: 164) بنابراین در تعریف «خسارت تنبیهی» می‌توان گفت: «نوعی خسارت مازاد بر خسارات ترمیمی است که خواننده به خاطر جسارت و تجری که در رفتار زیان‌بار خود داشته است، به حکم دادگاه باید به خواهان بپردازد» (تقی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۵۱). با این وصف، این خسارت نیز قابل محاسبه توسط دادگاه و پرداخت به زیان‌دیده است. لذا شرکت‌های بیمه‌ای در آمریکا و انگلیس بسیاری از این خسارت‌ها را در بیمه‌نامه‌های رسانه، تحت پوشش قرار می‌دهند.

اما در خصوص قابلیت بیمه‌شدن خسارت تنبیهی اختلاف نظر وجود دارد و در برخی ایالت‌های آمریکا خسارت تنبیهی را فقط در مسئولیت مدنی تحت پوشش بیمه‌ای قرار می‌دهند (Rubin and Scheil, 1978: 351). در برخی دیگر خسارت تنبیهی را در مسئولیت‌های قراردادی و غیر قراردادی قابل بیمه‌شدن می‌دانند (Thornton, 1978: 756). مهم‌ترین دلیل مخالفان قابلیت پوشش بیمه‌ای برای خسارت تنبیهی، مخالفت با نظم عمومی است و معتقدند با توجه به هدف این خسارت که جنبه بازدارندگی دارد، نباید تحت پوشش بیمه قرار گیرد.

۳- آثار طراحی و توسعه بیمه مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی

آثار طراحی و توسعه بیمه‌های مسئولیت مدنی به‌طور کلی به دو صورت مثبت و منفی بروز

- 1- Actual Damage
- 2- Special Damage
- 3- Presumed Damage
- 4- Punitive Damage

۵- در دعوی State Farm V. Campbell قاضی و هیأت منصفه، خواننده را محکوم به پرداخت ۲/۶ میلیون دلار خسارت ترمیمی (Compensatory damage) و ۱۴۵ میلیون دلار خسارت تنبیهی نمودند و دیوان عالی نیز این رأی را با کسر مبلغ خسارت ترمیمی به مبلغ ۱ میلیون دلار تأیید کرد؛ یعنی خسارت تنبیهی در این دعوا حدود ۱۴۵ برابر خسارت ترمیمی بود (Becker, 2003, p1).

خواهد کرد. تضعیف بازدارندگی مسئولیت مدنی و افزایش دعاوی مسئولیت به‌عنوان آثار منفی بیمه‌های مسئولیت مدنی مطرح می‌شود که بیمه مسئولیت رسانه‌های همگانی نیز از این اوصاف مستثنی نیست. تحقیقات نشان داده است که توسعه بیمه‌های مسئولیت مدنی، سبب افزایش دعاوی مسئولیت مدنی شده است (Cane, 1999: 375). پوشش بیمه مسئولیت مدنی به‌ویژه در مسئولیت‌های حرفه‌ای و مشاغل، اراده زیان‌دیده به طرح دعوی خسارت علیه شرکت‌های بیمه‌ای را مصمم‌تر می‌کند. درحالی که با فقدان پوشش بیمه‌ای، از طرح دعوی منصرف می‌شود. بنابراین به‌دلیل انتقال بار مالی مسئولیت از عهده زیان‌زنده به شرکت بیمه‌ای، توان مسئولیت مدنی در کنترل رفتار افراد به‌واسطه عدم احتیاط‌های لازم کاهش یافته است (بادینی، ۱۳۹۱: ۵۶۷). لذا با پیدایش بیمه‌های مسئولیت، کارکرد بازدارندگی مسئولیت مدنی تضعیف شده است (Fleming, 1967: 824). اما وجود چنین پیامدهایی مانع توسعه بیمه‌های مسئولیت مدنی نشده است و بسیاری از شرکت‌های بیمه‌ای بزرگ با سیستم حقوقی کامن‌لا و رومی - ژرمنی، هر روز اقدام به طراحی و پیشنهاد خدمات جدید بیمه مسئولیت مدنی به‌ویژه به رسانه‌های همگانی می‌نمایند؛ خدماتی چون پوشش هزینه‌های دعاوی خسارت علیه رسانه، خسارت وارده برای رسانه‌های الکترونیکی، خسارت ناشی از ویروس‌ها و اختلال در اطلاعات منتشره توسط رسانه و نفوذ هکرها که مسئولیت رسانه در برابر ثالث را در پی دارد، از جمله این پوشش‌های بیمه‌ای هستند (Betterley, 2014: 8-12).

انگیزه ثالث زیان‌دیده در طرح دعوی خسارت علیه رسانه بیمه‌شده، به‌خصوص در حقوق ایران که رویه دادگاه‌ها به‌سمت عدم پذیرش بسیاری از دعاوی به‌ویژه خسارت معنوی علیه رسانه پیش می‌رود، بیشتر خواهد بود. اما دلیلی بر نپذیرفتن بیمه مسئولیت مدنی رسانه همگانی نباید باشد. از جمله راهکار مناسب برای افزایش احتیاط و مراقبت‌های رفتاری بیمه‌گذاران، اعمال فرانشیز^۱ است. در کلیه بیمه‌های مسئولیت اختیاری، بیمه‌گذار خود می‌تواند تا حدّ معینی که متناسب با وضعیت مالی و گستره فعالیت اوست، رقمی را به‌عنوان فرانشیز قبول کند (Erwin, 2012: 140-150). این شرط بیمه‌ای، هم سبب کاهش نرخ بیمه می‌شود و هم ضریب ریسک را کاهش می‌دهد. بنابراین از نظر اقتصادی نیز توجیه‌پذیر است، اما ایرادی به فرانشیز در بیمه مسئولیت وارد است؛ بدین بیان که با وصف قید مبلغی از خسارت به‌عنوان فرانشیز در قرارداد بیمه و برعهده بیمه‌گذار، در صورتی که ثالث زیان‌دیده به‌طور مستقیم به بیمه‌گر رجوع کند، خسارت کامل پرداخت نخواهد شد. در این فرض می‌توان گفت تمام

۱- فرانشیز تلفظ فرانسوی franchise است و به مبلغی معین از خسارت گفته می‌شود که به عهده بیمه‌گذار بوده و بیمه‌گر نسبت به آن تعهدی ندارد. ممکن است فرانشیز درصدی از مبلغ بیمه باشد و هر قدر مبلغ بیمه بیشتر باشد، فرانشیز به همان نسبت بیشتر خواهد بود.

خسارت باید به ثالث زیان‌دیده پرداخت شود و بیمه‌گر حق رجوع به بیمه‌گذار را داشته باشد. در این نوع بیمه‌ها که جنبه اجباری هم ندارند، اثر مثبت بیمه‌های مسئولیت مدنی را می‌توان توسعه جبران خسارت زیان‌دیدگان و تضمین حیات رسانه در مواجهه با طرح دعوی احتمالی خسارت توسط اشخاص ثالث دانست. محتمل است بسیاری از زیان‌دیدگان در مقام مطالبه خسارت، با ناتوانی مالی مسئول خسارت و یا ورشکستگی و اعسار او مواجه شوند (بادینی، ۱۳۹۲: ۵۵۴) که پوشش بیمه‌ای، تضمین جبران زیان وارده خواهد بود. به‌علاوه برای مطالبه زیان وارده از طریق بیمه‌نامه مسئولیت، زیان‌دیده، الزامی به اثبات تقصیر عامل زیان ندارد، برخلاف دعوی مسئولیت مدنی علیه شخص فاقد پوشش بیمه‌ای، که بار اثبات تقصیر بر دوش زیان‌دیده است.

۴- ریسک‌های موضوع بیمه مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی

رسانه‌های همگانی حق آزادی بیان دارند و اصل آزادی اطلاعات مورد اتفاق جامعه جهانی است، لیکن تعیین حدود و کیفیت آزادی اطلاعات، کار ساده‌ای نیست و عدم شفافیت حدود این آزادی، احتمال تعدی به حریم خصوصی و نقض دیگر هنجارهای اجتماعی را بیشتر می‌کند که در نهایت، افزایش ریسک و بروز خسارت به اشخاص ثالث را در پی دارد (AELE, 2008: 107). لیکن در مقام عمل، مکلف به رعایت حقوق و آزادی‌های فردی و شخصیت انسان‌ها هستند. اصل ۲۴ قانون اساسی نیز چنین موضوعی را متذکر شده است.^۱ در راستای انجام فعالیت‌های رسانه‌ای، ریسک‌هایی نیز متصور است که قابلیت پوشش بیمه مسئولیت مدنی را دارند. از ریسک‌های موضوع این نوع بیمه، به خطاهای شغلی مسئولیت‌آور تعبیر می‌شود؛ اصولاً در رسانه‌های همگانی خطاهایی چون: نقض حریم خصوصی، هتک حرمت، انتشار غیرمجاز محاکمات قضایی، تبلیغات گمراه‌کننده و نقض حقوق مالکیت فکری و علائم تجاری قابل پیش‌بینی است. اسرار و وقایع حقوقی اشخاص، محترم است و بازگویی و افشای آنها صرفاً به حکم دادگاه یا بارضایت شخصی او مجاز است و هرگونه مداخله و ورود به این حریم خصوصی و انعکاس آن در رسانه‌های همگانی بدون رعایت ضوابط، مسئولیت مدنی رسانه را موجب می‌شود و شخص می‌تواند بابت چنین بازگویی، درخواست خسارت نماید. دامنه حریم خصوصی به فاکتورهایی چون؛ شخصیت، جایگاه و موقعیت اجتماعی و شغلی و مکان و محلی که شخص در آن قرار دارد، بسیار وابسته است.^۲ هتک حرمت در ارتباط با اشخاص حقیقی و حقوقی ممکن

۱- اصل بیست و چهارم (۲۴) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران: نشریات و مطبوعات در بیان مطالب آزادند مگر آن که مخل به مبانی اسلام یا حقوق عمومی باشد. تفصیل آن را قانون معین می‌کند.

۲- برای اطلاعات بیشتر ر.ک: انصاری، باقر و همکاران، مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی، معاونت پژوهش،

است اتفاق بیفتد (Bell, 1998: 367). هتک حرمت را به سلب حسن شهرت اشخاص در افکار عمومی دانسته‌اند که از طریق مخدوش کردن حیثیت، احترام، اعتبار یا اعتمادی که دیگران به آنها دارند و یا از طریق تهییج احساسات یا عقاید مخالف، موهن یا ناخوشایند علیه آنها، صورت می‌گیرد (جامپیون جونیور، ۱۳۷۶: ۲۷۵). برخی به جای واژه «هتک حرمت»^۱، از واژه «هتک حیثیت»^۲ استفاده کرده و هتک حیثیت را عام‌تر می‌دانند (کریمیان راوندی، ۱۳۸۶: ۱۶۴). هتک حرمت در رسانه‌های نوشتاری، شنیداری یا صوتی و تصویری و اینترنت می‌تواند با سلب اعتبار اشخاص منجر به خسارت شود که طبق ماده ۸ قانون مسئولیت مدنی، زیان‌زننده باید از عهده خسارات برآید.^۳ این نوع زیان نیز می‌تواند تحت پوشش بیمه‌ای قرار گیرد. تبلیغات گمراه‌کننده نیز از خطاهای شغلی در رسانه‌های همگانی است که می‌تواند موجب ورود خسارت مادی و معنوی شود و مسئولیت‌آور باشد. براساس ماده ۱۵ آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی مصوب ۱۳۵۸ شورای انقلاب، آگهی‌های تبلیغاتی که از طریق رسانه‌های همگانی (رادیو، تلویزیون، سینما، روزنامه، مجله، سالنامه ویزیتوری و مانند آن) پخش و انتشار می‌یابند، تابع مقررات مندرج در آیین‌نامه مذکور می‌باشد. ماده ۱۲ آیین‌نامه مذکور ضوابط تبلیغ در رسانه‌ها را بیان کرده و هرگونه تخلف از این ضوابط، ضمان‌آور است. از جمله این ضوابط، می‌توان؛ الزام به رعایت شرع و قانون، ممنوعیت استفاده از تصاویر و عناوین مقامات عالی رتبه مملکتی، پیشوایان مذهبی و شخصیت‌های تاریخی، عدم تبلیغ بی‌اعتباری کالاها و خدمات رقیب، عدم درج مطالب گمراه‌کننده، ممنوعیت تحقیر و استهزاء دیگران و تعیین جایزه در مقابل تشویق به خرید و مصرف را نام برد. هرچند در بیشتر نوشته‌ها از تبلیغات منحرف‌کننده به‌عنوان خطای شغلی رسانه نام برده‌اند، اما هرکدام از مصادیق فوق‌الاشعار، در صورتی که سبب بروز و ورود خسارت به مخاطبان و یا اشخاص ثالث شود، مسئولیت مدنی رسانه را در پی دارد. انتشار غیرمجاز جریان دادگاه با ذکر مشخصات شاکی و متهم و هویت فردی یا موقعیت اداری و اجتماعی آنان به موجب ماده ۳۵۳ قانون آیین دادرسی کیفری در حکم افترا دانسته شده است. بدیهی است خسارتی که ناشی از این افشا و انتشار

تدوین و تنقیح قوانین و مقررات ریاست جمهوری، چاپ اول ۱۳۸۱، صص ۱۶۱-۱۹۳.

1- Defamation

2- Reputation

۳- ماده ۸ قانون مسئولیت مدنی مصوب ۱۳۳۹/۲/۷ - کسی که در اثر تصدیقات یا انتشارات مخالف واقع به حیثیت و اعتبارات و موقعیت دیگری زیان وارد آورد، مسئول جبران آن است. شخصی که در اثر انتشارات مزبور یا سایر وسایل مخالف با حسن نیت مشتریانش کم و یا در معرض از بین رفتن باشد، می‌تواند موقوف‌شدن عملیات مزبور را خواسته و در صورت اثبات تقصیر زیان وارده را از واردکننده مطالبه نماید.

باشد برای رسانه ضمان آور است.^۱ شاید این گونه ایراد شود که فرهنگ و آداب و سبک زندگی در کشور ما اجازه تبدیل مسئولیت کیفری به مسئولیت مدنی و استفاده از مکانیزم نظام جبران‌ها به کمک تضمین‌های بیمه‌ای را نمی‌دهد و طراحی نظام جدید مسئولیت رسانه‌ها به کمک بیمه، برخلاف حقوق خارجی، امر دشواری است و موجبات تجری اصحاب رسانه را فراهم می‌کند. در پاسخ می‌توان گفت که اولاً نفس بیمه، یک تأسیس حقوق داخلی نیست و وام‌گرفته شده از حقوق خارجی است که در آغاز نیز با مخالفت‌های شدیدی روبه‌رو شد، ولی نهایتاً از ضروریات جامعه، شناخته شد و وارد سیستم حقوقی ما گردید؛ به گونه‌ای که در بسیاری از رشته‌های بیمه‌ای، فرهنگ‌سازی شده و در حال اجراست. ثانیاً جنبه‌های کیفری اقدامات رسانه تحت پوشش بیمه‌ای قرار نخواهد گرفت و قابلیت تبدیل به پول را ندارند، بلکه آن بخش از اعمال ارتكابی رسانه که منجر به ورود خسارت‌های مالی و مادی و حیثیتی شخص ثالث می‌شود، قابل بیمه شدن هستند؛ کما اینکه در تمامی بیمه‌های مسئولیت که در عرف بیمه‌ها رایج است، هیچ نوع مسئولیت کیفری قابل بیمه شدن نیست.^۲ ثالثاً هیچ مرجع رسمی تاکنون گزارشی که تجری بیمه شده‌های مسئولیت مدنی در سایر رشته‌های بیمه‌ای مثل بیمه شخص ثالث و یا بیمه مسئولیت مدنی حرفه‌ای یا کارفرمایان و... را اثبات نماید، ارائه نشده است و به صرف احتمال، نمی‌توان بخش وسیعی از فعالان حوزه رسانه را از فواید و مزایای چنین مکانیسمی محروم نمود.

۵- دامنه ریسک در فعالیت رسانه‌های همگانی

ریسک‌هایی که در حوزه فعالیت رسانه‌های همگانی قابل ارزیابی هستند و می‌توان از طریق بیمه، آنها را مدیریت کرد. به‌طور کلی از نظر محدوده، در دو دامنه جغرافیایی و انسانی قابل بررسی است؛ از نظر جغرافیایی ممکن است حوزه فعالیت رسانه همگانی در محدوده یک محل یا منطقه داخل مرزهای جغرافیایی و یا حتی ملی باشد و یا فراتر از مرزها رفته و در سطح منطقه‌ای و جهانی توسعه یابد. بدیهی است هرچه وسعت فعالیت و تأثیر جغرافیایی رسانه بیشتر باشد، ریسک بالاتری متصور است و در نتیجه، ارزیابی آن از نظر شناسایی و هزینه‌هایی

۱- ماده ۳۵۳ قانون آیین دادرسی کیفری بیان می‌دارد: انتشار جریان رسیدگی و گزارش پرونده که متضمن بیان مشخصات شاکی و متهم و هویت فردی یا موقعیت اداری و اجتماعی آنان نباشد، در رسانه‌ها مجاز است. بیان مفاد حکم قطعی و مشخصات محکوم علیه فقط در موارد مقرر در قانون امکان پذیر است. تخلف از مفاد این ماده در حکم افتراء است.

۲- به عنوان مثال می‌توان به قانون بیمه مسئولیت مدنی وسایل نقلیه موتوری زمینی در برابر اشخاص ثالث اشاره کرد که جزای نقدی موضوع حکم را پوشش نمی‌دهد.

که در بر دارد، سخت‌تر خواهد شد. در نتیجه شرکت‌های بیمه حق بیمه بیشتری برای دامنه جغرافیایی وسیع‌تر در نظر می‌گیرند. با این وجود ممکن است شرکت‌های بیمه‌ای برای جذب مشتریان، پوشش‌های بیمه‌ای در سطح بین‌المللی به رسانه‌ها ارائه دهند؛ کما اینکه در بسیاری از کشورها مانند آمریکا، انگلیس و بسیاری از کشورهای اروپایی این‌گونه است. از نظر دامنه تأثیر انسانی، رسانه همگانی را به چند سطح طبقه‌بندی کرده‌اند؛ در سطح اول از نقطه‌نظر تأثیر و استقبال مخاطبان می‌توان به روزنامه، مجله و رادیو و تلویزیون اشاره کرد. در سطح دوم و میانی کتاب و فیلم سینمایی قرار دارند و در سطح پایین، بقیه رسانه‌ها مانند پوسترها و تابلوهای تبلیغاتی قرار می‌گیرند (انصاری و همکاران، ۱۳۸۱: ۳۵). این سطح‌بندی در کشورهای مختلف و فرهنگ‌های مختلف یکسان نیست و ملاک واقعی ارزیابی ریسک، بر اساس تأثیر انسانی و بررسی کارشناسانه توسط شرکت‌های بیمه‌گر است و نه نظرسنجی‌ها و آمارهای ارائه‌شده توسط خود رسانه‌ها. لذا شرکت‌های بیمه‌گر با ملاحظه تأثیر رسانه و نفوذ آن در میان افشار جامعه و احتمال وقوع خطا، ضریب ریسک را به کمک ابزارهای ریاضی و قانون اعداد بزرگ ارزیابی خواهند کرد.

۶- اثبات خسارت در بیمه مسئولیت مدنی رسانه همگانی

در حقوق کشورهای مختلف، مبنای مسئولیت رسانه یکسان نیست؛ در فرانسه اگرچه مسئولیت مدنی اصولاً مبتنی بر تقصیر است، ولی در مسئولیت رسانه‌ای تابع قانون مطبوعات بوده و در بسیاری از موارد مانند نقض حریم خصوصی، فرض تقصیر شده است و زیان ناشی از آنها مفروض است. در حقوق آلمان مسئولیت مبتنی بر تقصیر در مورد رسانه‌ها نیز اعمال می‌شود. در حقوق ایران قوانین موضوعه و به‌خصوص قانون مطبوعات، مبنای روشنی برای مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی بیان نکرده است (انصاری، ۱۳۹۱: ۲۹۵-۲۹۶)، با این وجود حقوقدانان، به استناد ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی، اصولاً تقصیر را مبنای مسئولیت مدنی می‌دانند و با فقدان نص در مسئولیت رسانه‌های همگانی نیز باید از قواعد عمومی پیروی کرد، مگر اینکه قانون‌گذار ضابطه و مبنای روشنی تبیین نماید.

همان‌طور که ذکر شد جبران خسارت در بیمه‌های مسئولیت مدنی پیرو «اصل غرامت»^۱ است. به موجب اصل غرامت، خسارت پرداختی به بیمه‌گذار در صورت بروز حادثه، نباید به‌عنوان منبع درآمد برای بیمه‌گذار درآید. در غیر این صورت، اشخاص به ایجاد خسارت‌های عمدی ترغیب می‌شوند. بنابراین زیان‌دیده در بیمه مسئولیت مدنی رسانه همگانی باید در هنگام خسارت اثبات نماید که؛ اولاً برای مورد بیمه، حادثه اتفاق افتاده است، ثانیاً حادثه

موضوع بیمه، موجب خسارت شده و رابطه علیت میان خسارت وارده و حادثه واقع شده وجود دارد و ثالثاً مورد بیمه در زمان وقوع حادثه، موجودیت داشته و واجد ارزش تعیین شده بوده است (کریمی، ۱۳۸۸: ۸۳-۸۴). به علاوه اگر زیان دیده بخواهد با استناد به قواعد اتلاف، جبران خسارت‌های وارده را بخواهد، باید لزوماً ارتکاب فعل مثبت (تعدی) زیان‌زننده را به اثبات برساند، لکن اگر بر مبنای قواعد تسبیب عمل کند، اثبات ترک فعل نیز ممکن است او را به مقصود برساند. در عمل، بیمه‌گران برای برآورد و تعیین میزان خسارت‌های وارد شده ملاک‌ها و ضابطه‌هایی را در نظر می‌گیرند؛ بدین معنا که کارشناسان پزشکی یا مالی میزان خسارت وارد شده را تعیین و برآورد می‌کنند و دادگاه‌ها بر پایه نظر کارشناسان، رأی صادر می‌کنند و بیمه‌گران بر پایه نظر کارشناسان یا رأی دادگاه‌ها به تعهد خود در قبال زیان‌دیدگان عمل می‌کنند. با توجه به مبنای مسئولیت مدنی که علی‌الاصول بر تقصیر گذاشته شده است، می‌توان گفت که فقط در صورت تقصیر بیمه‌گذار و وقوع حادثه و ضرر به شخص ثالث، بیمه‌گر از عهده جبران خسارت برخواهد آمد (Rohrer, 1971: 247). مسئله این است که آیا اقامه دعوی و صدور حکم توسط دادگاه برای مطالبه خسارت از بیمه‌گر یا بیمه‌گذار ضروری است؟ در شرایط فعلی و با توجه به رویه شرکت‌های بیمه‌گر و دادگاه‌ها به دلیل اینکه اصولاً بیمه‌ها به راحتی مسئولیت جبران خسارت موضوع بیمه‌نامه را نمی‌پذیرند، چاره‌ای نیست که طرح دعوی را ضروری بدانیم. اما می‌توان مانند برخی بیمه‌های مسئولیت که تا سقف معین و همچنین در مواردی که میان بیمه‌گر و بیمه‌گذار و زیان دیده، اختلافی در تحقق خطر و پوشش بیمه‌ای وجود نداشته باشد، بدون مراجعه به دادگاه و صدور حکم قضایی، خسارت را پرداخت نمود. در نظر مخالف، که مبنای مسئولیت در حقوق ایران را استناد عرفی عمل زیان‌بار به شخص دانسته‌اند و تقصیر را یکی از عوامل تشخیص و احراز استناد عرفی فعل به فاعل می‌دانند (باریکلو، ۱۳۹۳: ۵۷-۶۶)، بدون احراز تقصیر رسانه همگانی و صرف احراز استناد عرفی توسط قاضی، می‌تواند اساس صدور حکم به جبران خسارت توسط فاعل باشد. چنین رویکردی با حذف معیار تقصیر و به دلیل عدم توجه به اوضاع و احوال حادثه، سعی بر جبران خسارت زیان دیده از طریق یک منبع مالی جمعی مانند صندوق بیمه، بدون رجوع به عامل زیان دارد که به سیستم جبران خسارت غیر تقصیری مرسوم است (Lunney, 2000: 796)؛ چراکه اصولاً دعوی مستقیم، حقی است که طلبکار بدون هیچ واسطه‌ای بر مدیون خود پیدا می‌کند (کاتوزیان، ۱۳۷۵: ۳۷۳) و حق دعوی مستقیم که گفته شده از قواعد امری و نظم عمومی است و شرط خلاف آن را غیرقابل استناد می‌دانند (Mazeud, 1960: 913) نیز از اوصاف بیمه‌های مسئولیت مدنی محسوب می‌شود و برخی چنین شرطی را دخالت در دارایی دیگران دانسته‌اند (خدابخشی، ۱۳۸۸: ۳۸۰). نکته شایان ذکر در دعاوی بیمه مسئولیت مدنی اینکه بیمه‌گذار

نمی‌تواند در دعوی علیه او و بیمه‌گر، بدون موافقت و رضایت کتبی زیان‌دیده، دعوی را به مصالحه و داوری بکشاند و با مدعی زیان سازش کند؛ چراکه اصولاً پذیرش مسئولیت پرداخت خسارت توسط بیمه و مصالحه، با انتقال حق منافع دارد و این تنافی به خاطر تعارض با اصل جانشینی مقرر در ماده ۳۰ قانون بیمه است (بابائی، ۱۳۸۲: ۱۷۸). اما در بیمه‌های مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی همانگونه که ذکر شد چون فاقد وصف جانشینی است و اصولاً انتقال حقی صورت نمی‌گیرد تا بیمه‌گر قائم‌مقام بیمه‌گذار تلقی شود، لذا به نظر می‌رسد مصالحه و سازش و ارجاع به داوری در این نوع بیمه‌ها مواجه با اشکال نبوده و دارای آثار قانونی است. نکته دیگر اینکه در دعوی زیان‌دیده به طرفیت بیمه‌گذار، اقرار بیمه‌گذار به پذیرش خطا و مسئولیت خود در بروز حادثه و وقوع خسارت، قابل استناد نیست و بیمه‌گر تعهدی به پرداخت خسارت به استناد این اقرار ندارد.

۷- ذینفع دعوی مسئولیت مدنی در رسانه همگانی

باتوجه به آنچه درخصوص مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی بیان شد و پوشش‌های بیمه‌ای برای چنین مسئولیتی، اکنون باید بررسی شود که زیان‌دیده و ذینفع در ادعای خسارت چه شخص یا اشخاصی هستند. طبق قانون و قاعده عقلایی، شخصی می‌تواند نسبت به موضوعی اقامه دعوی نماید که ذینفع باشد.^۱ پس تنها شخصی که زیان‌دیده باشد می‌تواند ذینفع برای اقامه دعوی محسوب شود و خسارت وارد به او باید قابلیت مطالبه نیز داشته باشد، وگرنه عنوان خسارت بر آن صدق نمی‌کند (Stoll, 1983). خسارت قابل مطالبه باید مشروع، مستقیم، قابل پیش‌بینی و بالفعل باشد. با دارا بودن چنین اوصافی، زیان در دو نوع شخصی و جمعی قابل بررسی است؛ درخصوص زیان شخصی، موضوع پیچیده‌ای نیست و باید پذیرفت که هر شخص حقیقی و حقوقی، حق مطالبه زیان شخصی مادی و معنوی وارد به خود را دارد و در مواردی و با رعایت شرایطی، این زیان به ارث و حتی قائم‌مقامی نیز قابل مطالبه است (کاتوزیان، ۱۳۷۴: ۲۳۳-۲۳۴). اما در خصوص زیان جمعی یا زیان وارد به گروه، باید میان گروه‌های حقوق عمومی و حقوق خصوصی تفاوت قائل شد. در فرضی که گروه دارای شخصیت حقوقی باشد مانند شرکت، سندیکا، هریک از اعضای این گروه‌ها از حق طرح دعوا برای نفع فردی علیه مسئول زیان برخوردار است (سنهوری، ۱۳۹۰: ۱۴۳). به علاوه همین گروه حق طرح دعوای زیان مادی و معنوی وارده به منافع گروه به‌عنوان شخص حقوقی را دارد. شخص

۱- ماده ۲ قانون آیین دادرسی مدنی: هیچ دادگاهی نمی‌تواند به دعوایی رسیدگی کند، مگر اینکه شخص یا اشخاص ذینفع رسیدگی به دعوی را مطابق مقررات قانون درخواست نموده باشند.

حقوق عمومی نیز حق مطالبه زیان مادی را دارد، ولی حق مطالبه خسارات معنوی وارده از ناحیه رسانه‌های همگانی را ندارد (انصاری و همکاران، ۱۳۸۱: ۵۵۱-۵۵۲).

بخش سوم: شرایط عمومی بیمه‌نامه مسئولیت مدنی رسانه همگانی

بیمه‌نامه‌های مسئولیت مدنی رسانه همگانی نیز شرایطی شبیه دیگر بیمه‌های مسئولیت دارد. از جمله موضوع قرارداد که عبارت است از بیمه مسئولیت مدنی بیمه‌گذار مطابق موضوع مندرج در شرایط خصوصی بیمه‌نامه. استثنائات پوشش بیمه‌ای که شامل خسارت ناشی از عمد و تقلب بیمه‌گذار، خسارت ناشی از تخلف از قوانین و نظامات دولتی، خسارت ناشی از جنگ و انقلاب و شورش و اعتصاب و عوامل دیگری از این قبیل می‌تواند باشد. به‌علاوه هرکدام از طرفین قرارداد وظایف و تعهداتی دارند.

۱- وظایف و تعهدات طرفین

- وظایف بیمه‌گذار

بیمه‌گذار باید کلیه اطلاعات راجع به موضوع بیمه را در اختیار بیمه‌گر قرار دهد (اصل حدّ اعلاّی حُسن نیت). حق بیمه را طبق شرایط بیمه‌نامه بپردازد. در طول مدت اعتبار بیمه‌نامه هرگونه تغییر کمی و کیفی را که در وضعیت خطر حاصل شود و یا تغییراتی را که در چگونگی ارتباط بیمه‌گذار با موضوع بیمه به‌وجود آید، ظرف مدت معین به‌صورت کتبی به اطلاع بیمه‌گر برساند. بیمه‌گذار موظف است اقدام‌های لازم را که عرفاً برای جلوگیری از وقوع حوادث رعایت می‌نماید، به عمل آورد. بیمه‌گذار مکلف است وقوع هرگونه حادثه موضوع بیمه‌نامه و همچنین هر نوع ادعا و یا دعوی مطالبه علیه خود را که به بیمه‌نامه مربوط شود به اطلاع بیمه‌گر برساند. بیمه‌نامه‌های مسئولیت رسانه، معمولاً حاوی یک بند عمومی تعهد خبرنگاران و کارکنان رسانه به همکاری با شرکت بیمه‌ای برای دستیابی به مدارک و شواهدی است که می‌تواند به منابع افزاینده مشکلات جدی اخلاقی و حقوقی برای رسانه‌ها دسترسی پیدا کند. در صورت عدم همکاری با بیمه‌گر، می‌تواند به‌عنوان رفتار خلاف حُسن نیت تلقی و موجبات فسخ یا بطلان بیمه‌نامه را فراهم کند. اما برخی بیمه‌نامه‌ها چنین شرطی را از بیمه‌نامه حذف می‌کنند و عدم همکاری برای دستیابی به مدارک و شواهد را موجب نقض قرارداد بیمه نمی‌دانند (Borelli, 2006: 110).

- تعهدات بیمه‌گر

در صورت وقوع حادثه ناشی از موضوع بیمه، بیمه‌گر متعهد است نسبت به پرداخت خسارت بر اساس برآورد کارشناس خود، شرایط خصوصی و مدارک مثبت خسارت اقدام نماید. بیمه‌گر می‌تواند در دعوی مسئولیتی که به طرفیت بیمه‌گذار طرح شده باشد، جهت دفاع از او وارد شود و با هزینه خود دعوی را پیگیری نماید و در صورت محکومیت بیمه‌گذار در دعوی خسارت، هزینه‌های دادرسی و خسارت‌های قانونی ناشی از طرح دعوی را به بیمه‌گذار و یا ثالث پرداخت نماید.

۲- فسخ و بطلان بیمه‌نامه

بیمه‌نامه ممکن است قبل از انقضای مدت با اخطار قبلی کتبی در مدت مشخص از طرف بیمه‌گر در صورت عدم پرداخت حق بیمه و حق بیمه اضافی در سررسیدهای معین یا در صورت تشدید خطر و عدم موافقت بیمه‌گذار به پرداخت حق بیمه اضافی مربوط، در صورت کتمان یا اظهار خلاف واقع بیمه‌گذار به‌طور غیر عمد درباره وضعیت خطر احراز این امر قبل از وقوع حادثه^۱ و یا بعد از پرداخت هر خسارت فسخ شود. از طرف بیمه‌گذار نیز ممکن است در صورت کاهش یافتن کیفیت تشدید خطر و عدم رضایت بیمه‌گر به تخفیف حق بیمه فسخ شود.^۲ شرایط بطلان قرارداد بیمه، تابع شرایط قواعد عمومی قراردادهای حقوقی است. مضاف به اینکه در مواردی که حسن نیت از طرف بیمه‌گذار رعایت نشود، مقررات مواد ۱۱ تا ۱۸ قانون بیمه اعمال خواهد شد.

نتیجه‌گیری

بیمه مسئولیت مدنی رسانه همگانی از نوع بیمه شخص ثالث است که هدف آن اصولاً جبران خسارت‌های مالی و جانی احتمالی وارده به اشخاص ثالث بر اثر اعمال بیمه‌گذار است. در بیمه مسئولیت مدنی رسانه همگانی مسلماً شخص بیمه‌گذار حقی بر دریافت خسارت ندارد و صرفاً خسارت شخص ثالث از طریق تعهدات بیمه‌ای جبران می‌شود. بخش عمده خسارت‌های احتمالی در فعالیت رسانه‌ای، خسارت معنوی است که در حقوق ایران علی‌رغم تصریح قانون‌گذار به امکان جبران، رویه محاکم و شورای نگهبان، معیار محاسبه پولی را نمی‌پذیرند، ولی هیچ منعی در جبران این نوع خسارت‌ها با پول با توجه به مستندات فقهی به‌ویژه قاعده لاضرر به‌نظر نمی‌رسد. به‌علاوه در حقوق خارجی نیز جبران خسارت معنوی به‌وسیله پول

۱- در کشورهای اروپایی به‌طور متعارف این مدت ۶ ماه از صدور بیمه‌نامه است.

۲- در کشورهای اروپایی به‌طور متعارف این مدت ۱ ماه از تاریخ اعلام بیمه‌گذار است.

پذیرفته شده و حتی قابلیت پوشش توسط شرکت‌های بیمه‌ای نیز دارد. لذا با توجه به خاستگاه اصلی عقد بیمه که از حقوق خارجی وارد حقوق ایران شده و تمامی قواعد و اصول خود را حفظ کرده است، مقاومت در نپذیرفتن این قواعد، نمی‌تواند توجیه منطقی داشته باشد. ویژگی دیگر بیمه‌های مسئولیت مدنی، عدم اجرای اصل جانشینی (موضوع ماده ۳۰ قانون بیمه) در این رشته است. در نگرش‌های نو به معیار جبران خسارت، می‌توان در کنار سیستم سنتی مسئولیت مدنی، سیستم جبران خسارت غیر تقصیری را در دعاوی علیه رسانه با رعایت شرایطی اجرا کرد که منافع عمومی را بیشتر تضمین نماید. اصولاً در رسانه‌های همگانی خطاهایی مانند؛ نقض حریم خصوصی، هتک حرمت، انتشار غیرمجاز محاکمات قضایی، تبلیغات گمراه‌کننده و نقض حقوق مالکیت فکری و علائم تجاری قابل پیش‌بینی است و رسانه‌ها می‌توانند از طریق بیمه مسئولیت مدنی، در راستای صیانت از حقوق اشخاص در قبال خسارات احتمالی گام بردارند و همچنین حیات اقتصادی خود را در برابر تعهداتشان برای جبران خسارت‌های سنگین به‌موجب محکومیت‌هایی با صبغه مسئولیت مدنی تضمین نمایند.



منابع:

۱. انصاری، باقر (۱۳۹۱)، حقوق رسانه، چاپ دوم، تهران، انتشارات سمت.
۲. آندری کاول (۱۳۸۴)، «ریسک‌های نوظهور؛ چالشی برای بیمه‌گران بیمه‌های مسئولیت»، ترجمه بیتا جانفشان، تازه‌های جهان بیمه، شماره ۹۲، بهمن ماه.
۳. انصاری، باقر و همکاران (۱۳۸۱)، مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی، چاپ اول، تهران، معاونت پژوهش، تدوین و تنقیح قوانین و مقررات ریاست جمهوری.
۴. بابائی، ایرج (۱۳۸۲)، حقوق بیمه، تهران، سمت.
۵. بادینی، حسن (۱۳۹۲)، فلسفه مسئولیت مدنی، چاپ دوم، تهران، شرکت سهامی انتشار.
۶. باریکلو، علی رضا (۱۳۹۳)، مسئولیت مدنی، چاپ پنجم، تهران، نشر میزان.
۷. بحرالعلوم طباطبایی، علی محمد (۱۳۷۶)، «نکاتی پیرامون ماهیت ریسک‌های بیمه پذیر»، بیمه آسیا، بهار.
۸. بلیک، رید و هارولدسن، ادوین (۱۳۷۸)، طبقه‌بندی مفاهیم در ارتباطات، ترجمه مسعود اوحدی، تهران، سروش.
۹. تقی زاده، ابراهیم، خسروی فارسانی، علی، موسی پور، می‌ثم (۱۳۹۱)، «ماهیت و آثار خسار تنبیهی» در حقوق کامن‌لا (با مطالعه تطبیقی)، دوفصلنامه دانش حقوق مدنی، دانشگاه پیام نور تهران، دوره ۱، شماره ۱، تابستان و پاییز.
۱۰. جونیور، جامپیون، والترتی (۱۳۸۸)، مبانی حقوقی ورزشها: مسئولیت مدنی در ورزش، ترجمه حسین آقایی نیا، تهران، نشر دادگستر.
۱۱. حسنی، علیرضا، هاشمی، سیدرضا (۱۳۸۹)، «رسانه‌ها و مسئولیت مدنی»، ماهنامه قضاوت، شماره ۶۶، مهر و آبان.
۱۲. حسینی اسفیدواجانی، سید بشیر (۱۳۹۱)، حقوق مخاطب در برابر رسانه‌های جمعی، ایران، انگلیس و امریکا، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۱۳. خدابخشی، عبدالله (۱۳۸۸)، بیمه و حقوق مسئولیت مدنی (مبانی و مفاهیم بایسته بیمه و مسئولیت مدنی)، تهران، جنگل، جاودانه.
۱۴. سنهوری، عبدالرزاق احمد (۱۳۹۰)، الوسیط فی شرح القانون مدنی، ترجمه دادمیزی، سیدمهدی، دانش کیا محمدحسین، دوره حقوق تعهدات، جلد ۲، چاپ دوم، قم، دانشگاه قم.

۱۵. قاسم زاده، سیدمرتضی (۱۳۸۷)، مبانی مسئولیت مدنی، چاپ پنجم، تهران، نشر میزان.
۱۶. کاتوزیان، ناصر (۱۳۷۴)، الزام‌های خارج از قرارداد (مسئولیت مدنی)، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۱۷. کاتوزیان، ناصر (۱۳۷۵)، نظریه عمومی تعهدات، چاپ اول، تهران، نشریلدا.
۱۸. کریمی، آیت (۱۳۸۸)، کلیات بیمه، بیمه مرکزی ایران، تهران، (پژوهشکده بیمه).
۱۹. کریمی، آیت (۱۳۷۹)، مبانی علمی و نظری بیمه‌های اموال، تهران، بیمه مرکزی ایران.
۲۰. کریمیان راوندی، مهدی (۱۳۸۶)، مسئولیت مدنی روزنامه‌نگاران، چاپ اول، تهران، نشر دادگستر.
۲۱. محمودصالحی، جانعلی (۱۳۸۱)، حقوق بیمه، چاپ اول، تهران، بیمه مرکزی ایران.
- لاتین:

22. AELE, 'Civil Liability from Media Activities During Law Enforcement Operations', Monthly Law Journal, April 2008.
23. Bell John, Sophie Boyron, and Simon Whittaker, (1998) Principles of French Law, Second Edition, Oxford University Press.
24. Betterley Richard S. CMC, President, (2014) »Intellectual Property and Media Liability Insurance Market Survey «. <https://www.irmi.com>.
25. Black, H. Campbell (1968), Blacks Law Dictionary, fourth edition, London, west publication.
26. Borelli T James, (2006) Media Liability Insurance, Media/Professional Insurance, Kansas City, Missouri.
27. Cane Peter, Jane Stapleton, (1999) « The Law of Obligations », Essays in Celebration of John Fleming, A Clarendon Press Publication.
28. Erwin J. Keup and Peter Keup, (2012) Franchise Bible, 7th Edition, Entrepreneur Magazine.
29. Fiona A. Chaney, Shaun H. Crosner, Aimee Ghosh of Dickstein Shapiro, (2013) Practical Considerations for Media Liability Insurance, Association of Corporate Counsel.
30. Fleming John G, (1967) The Role of Negligence in Modern Tort Law, Virginia Law Review, Vol. 53, No. 4, May.
31. Garner Bryan A, (1388) Black's Law Dictionary. Mizanpub Eighth Ed.
32. Lipton Jon & Lipton Brett, (2010) Media Liability Insurance a Growing Issue in a World of Wire and Print, (<http://www.castlerockagency.com>).

33. Lunney Mark and Ken Oliphant, (2000) Tort Law Text and Materials, Oxford University Press, Oxford.
34. Mazeaud Henri et Léon et Tunc. André. (1960) Traité théorique et pratique de la responsabilité civil délictuelle et contractuelle. trios tomes. 5e édition, . Montchrestien.
35. O'Connor, Michael J. & Edward E. Weiman, Audrey Jing Faber, (2011) Media Liability Insurance – New Appleman on Insurance Law Library Edition, Chapter 31, Attorneys, White O'Connor Fink & Brenner LLP. <https://www.lexisnexis.com>.
36. Perry, Stephen, (2000) Tort Law In a Compensation to Philosophy of Law and Legal Theory, Blackwell.
37. Rohrer. Daniel, (1971) Justice Before the Law, National textbook Company, IL.
38. Rubin Harvey W. & William H. Scheil, (1978), Punitive damage awards the insurance industry in placed on notice (www.heinonline.org)
39. Stoll Hans, (1983) Consequences of Liability: Remedies, International Encyclopedia of Comparative Law, vol. XI, , chapter 8. Tubingen.
40. Thornton, John W. (1978), Extra contractual and punitive damage liability of insurers, primary and reinsurance coverage (www.heinonline.org).