



## A Comparative Study of Media Rights in the Light of the Laws of Iran and Scandinavian Countries

*Omid Ali Masoudi, Professor of Culture and Communication Faculty, Soore University, (corresponding author), Email: oamasoodiyahoo.com.*

*Khatereh Asadi, PhD Student of Communication Studies, Soore University, Email: Khatereh.asadiinternational@gmail.com.*

### Abstract

Media today has become highly pervasive and diverse, playing a significant role in socialization and shaping societal behavior and media systems. On one hand, people's participation and utilization of media tools, and on the other, the actions of media outlets and their agents, are subject to legal requirements that must be transparently communicated and free from obfuscation, aligned with the clear and explicit nature of the law. Therefore, it is essential to draft and refine media laws, which involves compiling, categorizing, and distinguishing enforceable and valid laws from obsolete ones.

The expansion of media in digital contexts, the role of radio and television within this landscape, and the existing gaps in protecting the rights of program creators and audiences have prompted us to examine the regulations governing media rights, particularly for radio and television, within the modern media environment. This study focuses on Scandinavian countries, which are recognized as progressive nations in the realm of media freedom, and compares their media systems with that of Iran. A central finding of this research is the formulation of optimal principles for limiting media freedom, which informs our conclusions and evaluations.

Our research reveals that Nordic regulations, adopted in Scandinavian countries, offer a sound understanding of media freedom. Although domestic laws recognize the necessity of certain limitations, in many cases, they exceed reasonable bounds, while lacking a unified regulatory framework for the nation's media. Thus, this study proposes the establishment of a comprehensive media law that addresses existing deficiencies across all media platforms.

This research seeks to identify and analyze the legal and regulatory differences in radio and television governance between Iran and Scandinavian countries. Our aim is to address questions such as: What are the differences in radio and television laws and regulations between Iran and Scandinavian countries? How do these differences affect the quality of media content and the operational freedom of media outlets?

With the core foundations of the topic clarified, this study will address media law in the domain of radio and television in Iran. It will then proceed with a comparative analysis of the legal frameworks governing Scandinavian countries, focusing on the relevant regulations of the Nordic Council and examining how oversight is applied to these communication tools. Subsequently, legislative challenges will be elucidated.

This research employs descriptive studies through a library-based method, drawing on document reviews. Library sources include books, articles, legal texts, journals, official website content, and other credible materials. The primary sources for this study are the laws of Iran and the Scandinavian countries. Conducted in alignment with methodologies common in the humanities, this research involves examining books, pamphlets, articles, and expert opinions in the field of law on the current topic.

Data collection relies on “note-taking,” studying articles, books, and theses related to the research subject. More specifically, this research is structured to employ an analytical approach, drawing on library resources to gather diverse views on media law related to radio and television in Iran and Scandinavian countries. Despite limited resources on this subject, efforts will be made to analyze and discuss the issues as comprehensively as possible through relevant books and articles.

Freedom of expression and the media is a fundamental pillar of a developed society. However, the media must also observe certain boundaries to uphold collective interests and safeguard societal integrity. Media outlets should refrain from publishing content that includes insult and defamation, hostile propaganda, hate speech, violation of respect, or obscene materials.

The UN Human Rights Council recommends establishing regulatory and independent institutions to promote self-regulation and internal industry controls as an alternative to direct governmental oversight over media practitioners. However, the spread of social networks requires the establishment of rules and standards derived from universal values to ensure effective oversight. These standards could be formalized through regional and international multilateral conventions, implemented via a defined legal mechanism encompassing at least three steps: prior notification, the opportunity to object to any blocking, and the adjudication and announcement of the result, thereby facilitating judicial review of decisions.

The Scandinavian radio and television system is regarded as one of the world's most successful examples due to its independence, content diversity, and commitment to freedom of expression. These media outlets play an essential role not only as informational institutions but also in strengthening cultural values within society. The rights associated with radio and television encompass various dimensions, such as freedom of expression, intellectual property rights, and social responsibility. These rights not only shape media activities but also profoundly influence the social and cultural structures of societies. Adhering to these rights can contribute to the establishment of credible and effective media. In the Islamic Republic of Iran's broadcasting organization, freedom of expression and the dissemination of ideas must adhere to Islamic principles and national interests. Additionally, the establishment of transmitters and the broadcasting of radio and television programs nationwide remain under the exclusive control of this organization.

### Keywords

Freedom of Expression, Scandinavian, Nordic, Regulations, Legal System.



## مطالعه تطبیقی حقوق رسانه در پرتو قوانین ایران و کشورهای اسکاندیناوی

امیدعلی مسعودی<sup>۱</sup>، خاطره اسدی<sup>۲</sup>

### چکیده

رسانه‌ها امروزه بسیار فراگیر و متنوع شده و تأثیر بسیار زیادی در اجتماعی شدن و شکل‌گیری جهت‌دهی به رفتار و نظام رسانه‌ای جامعه ایفا می‌کنند. مشارکت‌ها و بهره‌مندی‌های مردم از ابزارهای رسانه‌ای از سویی، کنشگری رسانه‌ها و کارگزاران آن‌ها، از سویی دیگر تابع الزاماتی قانونی است که باید مطابق ماهیت صریح و شفاف قانون از هرگونه پرده‌پوشی مصون و به‌نحوی کامل در اختیار مردم باشد؛ بنابراین، تدوین و تنقیح قوانین رسانه‌ای مشتمل بر گردآوری، طبقه‌بندی و تمییز قوانین مجری و معتبر از غیر، امری ضروری است. مسئله گسترش رسانه‌ها در بستر مجری و جایگاه رادیو و تلویزیون در این گستره و ضعف‌های ناظر بر حقوق برنامه‌سازان و مخاطبان ما را بر آن داشت تا به بررسی مقررات حاکم بر حقوق رسانه‌ها و رادیو و تلویزیون در دنیای رسانه‌ای امروز و فعالان آن در کشورهای اسکاندیناوی که امروزه به‌عنوان مللی مترقی در بحث آزادی رسانه‌ها شناخته می‌شوند و مقایسه آن با نظام رسانه‌ای ایران بپردازیم. از مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش ارائه اصول مطلوب در محدودیت آزادی رسانه‌ها است که بر اساس همین اصول به نتیجه‌گیری و ارزیابی پرداخته شده است. نتایج این پژوهش این است که مقررات نوردیک پذیرفته‌شده در کشورهای اسکاندیناوی، درک صحیحی از مقوله آزادی رسانه‌ها دارد. اسناد داخلی نیز با وجود درک صحیح لزوم محدودیت‌های ضروری در بسیاری از نقاط، پا را فراتر از حد گذاشته است و از سویی دیگر نظام واحدی بر رسانه‌های کشور حاکم نیست. از همین رو پیشنهاد این پژوهش تدوین قانونی عام برای تمام رسانه و رفع نقایص موجود است.

### واژگان کلیدی

آزادی بیان، اسکاندیناوی، شورای نوردیک، مقررات، نظام حقوقی.

## مقدمه

رسانه‌ها از جمله مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی در قرن حاضر هستند که نقش بی‌بدیلی در اطلاع‌رسانی شفاف و تحقق آزادی اطلاعات در جوامع دارند. تحقق آزادی بیان و عقیده به‌عنوان یکی از مهم‌ترین آرمان‌های جوامع انسانی نیز مرهون رشد رسانه‌ها و مطبوعات آزاد است و رادیو و تلویزیون نیز از این قاعده مستثنی نیستند و در نیمه دوم قرن بیستم جایگاه گسترده‌ای را در جوامع پیدا کردند.

از مهم‌ترین نقش رسانه‌ها می‌توان به نقش نظارتی و هدایتی آن‌ها اشاره کرد که رادیو و تلویزیون نیز با ضریب نفوذ بالا در میان اقشار مختلف جامعه از این ویژگی مستثنی نیست و تأثیر به‌سزایی در شکل‌گیری افکار عمومی و پاسخ‌گویی مسئولان دارد. نقش هدایتی و اطلاع‌رسانی رسانه‌ها منوط به میزان نفوذ رسانه موردنظر در افکار عمومی و شکل‌دهی عقاید مردم است. در این مقاله اشاره‌ای به بررسی تفاوت جایگاه رسانه رادیو و تلویزیون و مقررات حاکم بر آن در ایران و کشورهای اسکاندیناوی خواهیم داشت. در کشورهای اسکاندیناوی، رسانه‌ها به جناح‌ها و احزاب مختلف تعلق دارند و با ایجاد نیاز در مردم، شرایط، خواست‌ها و جایگاه خود را تثبیت می‌کنند (اکرمی، ۱۴۰۱). مثلاً، در الگوی غربی معمولاً رسانه‌ها در ایام انتخابات صرفاً نقش تبلیغاتی بازی می‌کنند و به تبلیغ کاندیدای موردنظر خود می‌پردازند؛ آن‌ها فقط به کسب درآمد و حفظ موقعیت خود می‌اندیشند، اما اغلب رسانه‌های ما رفتار انتقادی دارند و به انتقاد از عملکرد جناح‌های سیاسی مقابل خود می‌پردازند. مطبوعات و صداوسیما باید قضاوت درباره کاندیداها را به عهده مردم بگذارند. نقش رادیو و تلویزیون تشویق مردم برای مشارکت بیشتر در انتخابات مجلس یا ریاست‌جمهوری است (مشهدی، ۱۳۹۲).

تحقیق حاضر به دنبال شناسایی و تحلیل تفاوت‌های حقوقی و مقرراتی در حوزه رادیو و تلویزیون بین ایران و کشورهای اسکاندیناوی است. همچنین، بررسی تأثیرات این تفاوت‌ها بر محتوای رسانه‌ای و آزادی‌های مرتبط، از دیگر اهداف این مطالعه خواهد بود. می‌کوشیم در این پژوهش به این سؤالات پاسخ دهیم که چه تفاوت‌هایی در قوانین و مقررات رادیو و تلویزیون بین ایران و کشورهای اسکاندیناوی وجود دارد؟ این تفاوت‌ها چه تأثیری بر کیفیت محتوای رسانه‌ای و آزادی عمل رسانه‌ها دارند؟

با روشن شدن پایه‌های اصلی موضوع، به بیان حقوق رسانه در حوزه رادیو و تلویزیون در ایران پرداخته خواهد شد و در نهایت با تکیه بر اطلاعات به‌دست‌آمده، به بررسی تطبیقی نظام حقوقی حاکم بر کشورهای اسکاندیناوی و تحلیل مقررات مربوط

به شورای نوردیک پرداخته و نحوه نظارت بر این ابزارهای ارتباطی پرداخته خواهد شد و در گام بعد، چالش‌های تقنینی تبیین خواهند شد.

### پیشینه پژوهش

احمدوند و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهش خود با عنوان «حق پاسخ در رسانه در پرتو مطالعات تطبیقی و حقوق ایران» به این نتیجه رسیده‌اند که بسیاری از کشورها حق پاسخ و حق تصحیح را متمایز می‌کنند. مورد اول زمانی مورد استناد قرار می‌گیرد که مطبوعات، اطلاعات و اخبار و عقاید یا واقعیات نادرستی منتشر می‌کنند و حقوق ذاتی یک فرد (مانند شهرت، حریم خصوصی، حیثیت و غیره) نقض می‌شود. مورد دوم صرفاً زمانی مورد استناد قرار می‌گیرد که مطبوعات اطلاعات نادرست را منتشر می‌کنند. در نظام‌های حقوقی سرآمد، سرچشمه شناسایی یا عدم شناسایی این حق، قانون اساسی است و در برخی دیگر قوانین عادی حق پاسخ را شناسایی و محدودیت‌های اجرای آن را تنظیم کرده‌اند. اسماعیلی (۱۴۰۱) در پژوهشی که تحت عنوان «حق بر آگاهی به مثابه حق اساسی مخاطب» به رشته تحریر درآورده است، بر این مطالب اذعان دارد که حق بر آگاهی، یکی از حقوق اساسی است که برای بشر و از جمله مخاطبان رسانه به رسمیت شناخته می‌شود. این حق در اسناد بین‌المللی، منطقه‌ای و ملی مورد تصریح و تأکید قرار گرفته و به همین سبب در رسمیت آن تردیدی نیست؛ اما «حق بر آگاهی» به این معنا، نه تنها در منابع و متون اسلامی مورد تأکید است؛ بلکه در تفسیری وسیع‌تر، شامل آن می‌شود که انسان سرنوشت خویش را در هر زمینه‌ای آگاهانه انتخاب کند و رقم بزند. پس این حق در واقع، مقدمه و مقوم حق اساسی تعیین سرنوشت است. از همین جاست که رابطه آگاهی با حق انتخاب و اراده، مطرح و به عنوان ملاک برتری انسان و خلافت او در زمین سؤال می‌شود.

رستمی خوراسگانی (۱۴۰۱) مطالعه‌ای با موضوع «حقوق رسانه، آزادی بیان و حقوق بشر» به ثمر رسانده است. پژوهش حاضر به منظور تبیین رابطه حقوق رسانه و حقوق بشر و شناسایی الزامات، موانع و ضرورت‌های آن انجام شد. بر این اساس با مطالعه اسناد و منابع موجود، مفاد قانون اساسی جمهوری اسلامی و میثاق‌نامه‌های بین‌المللی حقوق بشر، اصول مرتبط با حقوق رسانه و آزادی بیان در قانون اساسی ایران بررسی شد. در این زمینه از جمله ضروریات و الزامات حقوق رسانه شامل: جامعیت میان حقوق و حدود؛ عمومیت و رسانه محوری؛ تأکید بر نظارت‌های صنفی و مدنی

و رعایت اصول قانون‌نویسی عنوان و مهم‌ترین موانع آزادی بیان در رسانه‌ها در چهار دسته‌بندی شامل: ساختار سازمانی، محدودیت منابع مالی، مشکلات سخت‌افزاری و دخالت دولت در اخبار رسانه‌ها بیان شد. بر اساس یافته‌ها، هم در قانون اساسی جمهوری اسلامی و هم در سیره پیامبر اسلام (ص) و حضرت علی (ع) همواره حق آزادی بیان برای مردم به رسمیت شناخته‌شده و بالتبع این حق برای رسانه‌ها به‌عنوان نمایندگان افکار عمومی و رکن چهارم دموکراسی که ناظر بر سایر ارکان جامعه مدنی هستند، وجود دارد.

غلامی و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیقی که در خصوص موضوع «تبلیغات خصمانه در نظام آزادی رسانه‌ها در چارچوب حقوق بین‌الملل» انجام دادند معتقدند، میدان عمل محقق دامن‌ه حق «آزادی بیان و نشر اطلاعات» برگرفته از اعلامیه جهانی حقوق بشر و اسناد عام‌الشمول و فرض آن در نظام کارکرد رسانه‌ها بوده است. نتیجه پژوهش بر ممنوعیت ضمنی تبلیغات خصمانه در اسناد متعدد بین‌المللی حکایت دارد، اما سوءاستفاده دولت‌ها از رسانه در تحریک یا تهدید به جنگ‌طلبی و تصویرسازی مسالمت‌آمیز از مخاصمات به‌واقع محرز است. حقوق بین‌الملل باید نظام عملکرد رسانه‌ها را به‌هنگار سازد؛ چراکه رسانه با ادعای بی‌حصر آزادی بیان می‌تواند حتی موجب مآخذ نفرت‌پراکنی، خشونت‌طلبی و جنگ‌افروزی شود یا هر مخاصمه‌ای را با تغییر ماهیت، اقدام بشردوستانه معرفی کند.

نجارها (۱۴۰۱) در مطالعه خود به بررسی «ابعاد حقوقی مسئولیت مدنی و حق پاسخ‌گویی رسانه‌ها در ایران» پرداخته است. یافته‌های این محقق نشان داده است که در این زمینه قوانین ایران جای کار دارد. هرچند که اختیار کامل به قضات برای جبران خسارت زیان‌دیده داده شده است.

یوسف و همکاران (۱۳۹۵) در مطالعه خود تحت عنوان «قواعد فقهی حقوق مخاطب در تبلیغات رسانه» به این نتایج رسیدند که «حقوق مخاطب» به‌عنوان یکی از شاخه‌های «حقوق رسانه» مجموعه حق‌های ارزشمند و محترمی است که امروزه با گسترش رسانه‌ها و وسایل ارتباط‌جمعی و روش‌های تبلیغاتی بیش از گذشته موردتوجه قرار گرفته است. با آنکه این بحث به‌عنوان موضوعی مستقل و خاص در کتب فقهی بحث نشده، اما آمیختگی مبانی نظام اقتصادی با معارف اسلامی، تأکید اسلام بر لزوم و اهمیت فراگیری احکام تجارت، تشویق به تجارت و رقابت سالم از مواردی است که در فقه اسلامی توجه شده است. در بررسی و تبیین فقهی هریک از حقوق مطرح‌شده

در زمینه مخاطبان، علاوه بر آیات و روایات می‌توان از قواعد فقهی نیز استفاده کرد. در این مقاله به برخی از قواعد فقهی مرتبط با موضوع حقوق مخاطب و مصادیق آن در تبلیغات، از جمله قواعد لاضرر، نفی سبیل و غرور می‌پردازیم.

ولی‌زاده (۱۳۹۵) در پژوهش خود «حقوق رسانه زیارت» به این یافته‌ها رسیده است که اثبات حقوق و وظایف عدیده برای رسانه زیارت در سه بخش مذکور است: الف) حقوق پدیدآورنده، شامل حق انحصاری نشر و پخش و عرضه و اجرای اثر و حق بهره‌برداری مادی و معنوی از نام و اثر. ب) حقوق مخاطبان زائر شامل: ۱. احترام به عقاید مخاطبان زائر. ۲. احترام به احساسات و حریم خصوصی زائران. ۳. ارائه تصویر مثبت از شخصیت اجتماعی و انسانی زائر. ۴. اجتناب از سوءاستفاده احساسات دینی شخص زائر. ج) حقوق تبلیغ و ترویج محتوای زیارتی: ۱. عینی‌گرایی. ۲. انحصار تولید و ارائه به حوزه تخصص. ۳. بهره‌گیری از افراد معتقد و متعهد. ۴. اجتناب از تنگ‌نظری و رویکرد سلبی. ۵. هماهنگی محتوایی برنامه‌ها. ۶. روشن و قاطع بودن اصول و چارچوب‌ها.

ضیایی و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهش خود «حق پاسخ‌گویی در رسانه از منظر حقوق بین‌الملل و حقوق ایران» معتقد است، اشخاص متضرر از اطلاعات نادرست در رسانه‌ها برای اصلاح اظهارات منتشر شده می‌توانند با توجه به ظرفیت‌های حقوقی موجود در این زمینه اقدام کنند. حقوق داخلی و حقوق بین‌الملل متضمن سازوکارهایی هستند تا دولت‌ها و اشخاص خصوصی بتوانند مسئولیت رسانه مستقل یا دولتی را به استناد حق پاسخ‌گویی مطرح سازند. جمهوری اسلامی ایران هرچند به کنوانسیون حق بین‌المللی تصحیح نپیوسته است؛ اما بر اساس قوانین فعلی ایران، اشخاص حقیقی و حقوقی داخلی و خارجی اعم از افراد و دولت‌ها می‌توانند در برابر مطبوعات، رادیو و تلویزیون به حق پاسخ‌گویی استناد کنند. نظام حقوقی حاکم بر حق پاسخ‌گویی در ایران، اکثر شروط در نظر گرفته شده در اسناد ملی و بین‌المللی مختلف را مدنظر قرار داده و حق پاسخ‌گویی را صریحاً به اشخاص حقوقی نیز اعطا کرده است که می‌تواند شامل دولت‌ها نیز شود.

## روش پژوهش

تحقیق حاضر با استفاده از مطالعات توصیفی، به روش کتابخانه‌ای و از طریق مرور اسناد انجام شده است. منابع کتابخانه‌ای شامل کتب، مقالات، متون قانونی، مجلات، محتوای سایت‌های رسمی و موارد معتبر دیگر هستند که استفاده می‌شوند. منابع اصلی مطالعه

حاضر، قوانین کشور ایران و قوانین کشورهای اسکاندیناوی هستند. انجام این تحقیق مطابق با شیوه‌اغلب رشته‌های علوم انسانی با مطالعه کتاب‌ها، جزوات، مقالات و نظرات علمای رشته حقوق در خصوص موضوع حاضر به بحث و بررسی خواهیم پرداخت. ابزار گردآوری اطلاعات به شیوه «فیش برداری»، مطالعه مقالات، کتب و رساله‌های مرتبط با موضوع تحقیق است. به‌طور واضح‌تر در تهیه و گردآوری این تحقیق سعی می‌شود با استفاده از روش تحلیلی و منابع کتابخانه‌ای، علی‌رغم منابع محدود در زمینه حقوق رسانه و رادیو و تلویزیون ایران و کشورهای اسکاندیناوی، نظرات مختلف مربوط به این عنوان، جمع‌آوری و در حد امکان با رجوع به کتب و مقالات، موضوعات تحلیل و بررسی می‌شوند.

## ۱. مفاهیم و اصطلاحات

### ۱-۱. حقوق رسانه

حقوق رسانه یا ارتباط‌جمعی یکی از رشته‌های نسبتاً جدید و بین‌رشته‌ای است که حقوق، آزادی‌ها و قواعد حقوقی راجع به ارتباطات جمعی را مطالعه می‌کند. ارتباطات جمعی مقوله‌ای از ارتباطات است که چهار عنصر مهم در هر ارتباط جمعی وجود دارد که عبارت‌اند از: برقرارکننده ارتباط، دریافت‌کننده ارتباط، پیام یا محتوای ارتباط و وسیله ارتباط. هدف از حقوق ارتباط‌جمعی آن است که ارتباطات جمعی و تعامل بین عناصر مذکور را تنظیم و تضمین کند. برای مثال، حقوق، آزادی‌ها و تعهدات، مسئولیت‌های برقرارکننده ارتباط و دریافت‌کننده ارتباط را مشخص می‌کند، حدودی که در محتوای ارتباط یا تنظیم پیام باید رعایت شود، تعیین می‌سازد و قواعد ناظر بر انواع وسایل ارتباط‌جمعی را اعلام می‌نماید؛ بنابراین، حقوق رسانه از دو لحاظ بین‌رشته‌ای است. از یک لحاظ ترکیبی از موضوعات و مسائل و روش‌های رشته‌ای حقوق و رشته ارتباطات است و از سوی دیگر، ترکیبی است از رشته‌های مختلف حقوق عمومی، حقوق بشر، حقوق بین‌الملل، حقوق خصوصی، حقوق کیفری.

حقوق رسانه اغلب در دو معنای زیر به کار می‌رود:

الف) مجموعه قوانین و مقرراتی که بر رسانه‌ها و افراد وابسته به آن حکومت می‌کند؛

ب) امتیازات و توانایی‌هایی که قانون برای رسانه‌ها یا افراد فعال در این عرصه به رسمیت شناخته است.



با وصف فوق، می‌توان حقوق کاربر را این‌گونه تعریف کرد که: امتیازاتی است که قانون برای کاربر در نظر می‌گیرد و بر آن اساس، تکالیف و مسئولیت‌هایی بر رسانه‌ها و اصحاب آن بار می‌شود (امیرحسینی و همکاران، ۱۳۹۵).

هدف حقوق رسانه هم که مبتنی بر دو حوزه ارتباطات و حقوق است، تلاش برای تنظیم و تضمین تعامل بین عناصر ارتباط جمعی و نیز تعیین حقوق، آزادی‌ها، تعهدات و مسئولیت‌های برقرارکننده و دریافت‌کننده ارتباط، تعیین حدود محتوای ارتباط یا تنظیم پیام و نیز تعیین قواعد ناظر بر انواع وسایل ارتباط جمعی است. ارتباطات رایانه‌ای جهانی (اینترنت) که در فضای مجازی صورت می‌گیرد، محدود به مرزهای جغرافیایی نشده و قلمرو جدیدی برای فعالیت‌های بشری به وجود آورده است. به گونه‌ای که امکان به‌کارگیری حقوق موجود در چارچوب مرزهای ملی را تضعیف نموده است. با توجه به نفوذ اینترنت در عرصه‌های مختلف حقوقی، سیاسی، مالی، تجاری و اجتماعی جوامع بشری، دولت‌ها خود را ناگزیر از قانونمند نمودن اینترنت دیده و به فراخور حال خود قوانین داخلی و بین‌المللی برای این فضا وضع نموده‌اند. گسترش استفاده از فضای مجازی به همراه شرایط جدیدی که بستر اینترنت، اعم از سایت‌ها، وبلاگ‌ها، انجمن‌ها، پست الکترونیک و حتی اتاق‌های گفت‌وگو، برای تبادل اطلاعات ایجاد کرده است، می‌تواند منجر به چالش‌های زیادی در عرصه حقوق مجازی شود (بیدالله خانی و آرش کهرازه، ۱۳۹۷).

مفهوم حقوق مجازی بیانگر این واقعیت است که با توجه به گره خوردن زندگی افراد با فضای مجازی برخی از اطلاعات و داده‌های شخصی در دسترس عموم گرفته است، عدم افشای این دسته از اطلاعات و داده‌ها از حقوق اساسی هر فرد است و هر فرد مکلف به رعایت و احترام به حقوق شخصی و اطلاعات افراد در فضای مجازی است. در حقیقت، ظهور فضای مجازی، جریان مسائل مختلف و وضعیت حقوقی فضای مجازی در عصر حاضر باعث مطرح شدن چالش‌ها و تردیدهای حقوقی بسیاری که گاهی ادبیات حقوق سنتی با آن‌ها بیگانه بوده است. به‌همین دلیل نظام‌های حقوقی مختلف قوانین مختلفی را برای پاسخگویی به مسائل حقوقی فضای مجازی بسته به مشکلات و مسائل پیشرو مطرح کرده است.

رادیو و تلویزیون به‌عنوان دو رسانه سنتی در دنیای رسانه‌ای امروز با مسائل و فرصت‌های جدیدی مواجه‌اند و به‌طور فزاینده‌ای در حال ادغام با فناوری‌های دیجیتال هستند. با این حال هنوز نقش مهمی در شکل‌دهی به فرهنگ و افکار عمومی

ایفا می‌کنند. این رسانه‌ها می‌توانند به‌عنوان نهادهایی برای ترویج تنوع، حقوق بشر و آگاهی اجتماعی عمل کنند. حقوق رادیو و تلویزیون از ابعاد مختلفی نظیر آزادی بیان، حقوق مالکیت معنوی و مسئولیت اجتماعی تشکیل شده است. این حقوق نه تنها به فعالیت‌های رسانه‌ای شکل می‌دهند، بلکه تأثیر عمیقی بر ساختار اجتماعی و فرهنگی جوامع دارند. رعایت این حقوق می‌تواند به ایجاد یک رسانه معتبر و مؤثر کمک کند.

## ۱-۲. شورای نوردیک

شورای «نوردیک» شامل سیاست‌های اجتماعی و سیاسی و شیوه‌های رایج فرهنگی در کشورهای موسوم به اسکاندیناوی (دانمارک، سوئد، فنلاند، نروژ، ایسلند) است. این سیاست شامل دلالت رفاهی جامع و همراه با چانه‌زنی جمعی است. امروزه این منطقه محور آمال و آرزوهای نخبگان توسعه است. نام و تصویر هر یک از کشورهای اسکاندیناوی حامل فرایندهای شناختی، بصری و ادراکی است که مفاهیم توسعه‌ای مختلف بر آن بار می‌شود. کشورهای اسکاندیناوی از طریق شورای نوردیک، توسعه اجتماعی همگانی را مبنا و هدف راهبردی خود اعلام کرده‌اند. امروزه تصویر هر کدام از کشورهایی مانند سوئد، نروژ، دانمارک، فنلاند و... با محورهای سطح بالای توسعه اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و... گره خورده است. بر همین مبنا توسعه نقطه مرکزی تصویر مثبت کشورهای اسکاندیناوی در دنیای امروز است (تقی‌آبادی، ۱۴۰۱).

بهره‌گیری از مدل نوردیک، در میان کشورها، با تفاوت‌های قابل توجهی صورت می‌گیرد، اما همگی آن‌ها در برخی ویژگی‌ها با یکدیگر مشترک‌اند که این اشتراک شامل حمایت دولت رفاه از سیستم‌هایی است که به‌طور خاص به افزایش خودمختاری‌های فردی و بهبود و ترقی تحرکات اجتماعی کمک می‌کند. سیستمی که در بردارنده تنظیماتی است که در آن نمایندگان کارگران و کارکنان در خصوص دستمزدها مذاکره می‌کنند و سیاست بازار کار توسط دولت متعادل می‌شود. همچنین تعهد به مالکیت خصوصی گسترده، بازارهای آزاد و نیز تجارت آزاد در آن وجود دارد. هر کدام از کشورهای حوزه نوردیک دارای مدل‌های اجتماعی و اقتصادی مختص به خود هستند.

## ۲. ساختار رسانه‌های کشورهای اسکاندیناوی بر اساس مقررات نوردیک

پنج کشور سوئد، نروژ، دانمارک، فنلاند و ایسلند که در شمال غربی اروپا قرار دارند، تحت عنوان کشورهای اسکاندیناوی شناخته می‌شوند که مشترکات بسیاری در زمینه‌های مختلف از جمله خصوصیات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی و سیاسی دارند.

ساختار رسانه‌ای و نظام حقوقی حاکم بر رسانه‌ها در این کشورها نیز شباهت‌های بسیاری به هم دارد. با وجود این نظام رسانه‌ای این کشورها تفاوت‌هایی با هم دارند که در این مطالعه تطبیقی، به این شباهت‌ها و تفاوت‌های مقررات حوزه رادیو و تلویزیون در سه کشور اصلی اسکاندیناوی؛ یعنی سوئد، دانمارک و نروژ پرداخته شده است، اما به‌عنوان پیش‌نیاز این مطالعه تطبیقی، لازم است آشنایی مختصری با ساختار رسانه‌ای این سه کشور داشته باشیم.

هیئت‌های رسانه‌ای در کشورهای اسکاندیناوی معمولاً شامل افرادی با تخصص‌های مختلف در زمینه‌های حقوقی، رسانه‌ای و ارتباطات هستند. این هیئت‌ها به‌صورت مستقل عمل می‌کنند و وظیفه نظارت بر عملکرد رسانه‌ها و تضمین رعایت قوانین را بر عهده دارند. در اینجا به ترکیب هیئت‌های رسانه‌ای در چند کشور اسکاندیناوی اشاره می‌کنم:

#### دانمارک

هیئت رسانه‌ای دانمارک (Danish Media Council) شامل نمایندگانی از بخش‌های مختلف جامعه، از جمله حقوق‌دانان، متخصصان رسانه و نمایندگان سازمان‌های غیردولتی است. این هیئت به‌صورت مستقل عمل می‌کند و وظیفه نظارت بر محتوای رسانه‌ها و حفاظت از حقوق کودکان را دارد.

#### فنلاند

هیئت نظارت بر رسانه‌های فنلاند (Finnish Communications Regulatory Authority) شامل کارشناسان حقوقی، متخصصان رسانه و نمایندگان دولت است. این هیئت مسئول نظارت بر عملکرد رسانه‌ها و تضمین رعایت قوانین رسانه‌ای است.

#### ایسلند

هیئت رسانه‌ای ایسلند (Icelandic Media Commission) شامل نمایندگانی از بخش‌های مختلف جامعه، از جمله حقوق‌دانان، متخصصان رسانه و نمایندگان سازمان‌های غیردولتی است. این هیئت به‌صورت مستقل عمل می‌کند و وظیفه نظارت بر محتوای رسانه‌ها و تضمین رعایت قوانین را دارد.

#### نروژ

هیئت رسانه‌ای نروژ (Norwegian Media Authority) شامل کارشناسان حقوقی، متخصصان رسانه و نمایندگان دولت است. این هیئت مسئول نظارت بر عملکرد رسانه‌ها و تضمین رعایت قوانین رسانه‌ای است.

## سوئد

هیئت رسانه‌ای سوئد (Swedish Press and Broadcasting Authority) شامل نمایندگان از بخش‌های مختلف جامعه، از جمله حقوق‌دانان، متخصصان رسانه و نمایندگان سازمان‌های غیردولتی است. این هیئت به صورت مستقل عمل می‌کند و وظیفه نظارت بر محتوای رسانه‌ها و تضمین رعایت قوانین را دارد.

## ۲-۱. حقوق رسانه‌های صوتی و تصویری (رادیو و تلویزیون)

نظام رادیو و تلویزیون در کشورهای اسکاندیناوی به دلیل استقلال، تنوع محتوا و حمایت از آزادی بیان، به عنوان یکی از موفق‌ترین نمونه‌ها در جهان شناخته می‌شود. این رسانه‌ها نه تنها به عنوان نهادهای اطلاع‌رسانی عمل می‌کنند، بلکه نقش مهمی در تقویت فرهنگ و جامعه دارند. در اینجا به تفصیل بیشتری درباره قوانین رسانه‌ای رادیو و تلویزیون در کشورهای اسکاندیناوی می‌پردازم:

در سوئد، SVT (تلویزیون سوئد) و SR (رادیو سوئد) مسئول پخش عمومی هستند و بودجه آن‌ها از طریق مالیات تأمین می‌شود. قوانین رسانه‌ای سوئد بر آزادی بیان و حفاظت از حقوق شهروندان تأکید دارند. هیئت رسانه‌ای سوئد (Swedish Press and Broadcasting Authority) مسئول نظارت بر محتوای رسانه‌ها و تضمین رعایت قوانین است.

## ۲-۲. ثبت اطلاعات شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی

## سوئد

دولت سوئد تصمیم می‌گیرد که در بخش‌های مختلف کشور چه فرکانس‌هایی برای صدور مجوز برای تلویزیون استفاده می‌شود. در صورتی که بودجه مخابراتی شبکه مورد نظر از طریق مالیات تأمین شود مجوز آن شبکه را دولت صادر می‌کند و در سایر موارد مجوز را سازمان مدیریت مخابرات صادر می‌کند.

## دانمارک

هرگونه مخابره صدا و تصویر به زبان دانمارکی یا هر زبان دیگر از طریق فرستنده‌های رادیویی تلویزیونی باید با کسب مجوز از هیئت رادیو و تلویزیون دانمارک صورت پذیرد.

## نروژ

مؤسسه مخابرات نروژ برای مخابره هر برنامه‌ای مجاز است به جز این مؤسسه سایر شرکت‌ها لازم است برای فعالیت خود از مدیریت رسانه‌ای نروژ مجوز بگیرند.

## ۲-۳. شرایط دریافت مجوز پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در کشورهای اسکاندیناوی

### سوئد

از شرایط دریافت مجوز مخابره تلویزیونی یا متنی می‌توان به عملکرد بدون تبعیض و بی‌طرفانه همچنین به توان مالی و فنی مخابره در مدت اعتبار مجوز و آمادگی برای همکاری‌های فنی با سایر دارندگان مجوز اشاره کرد. مدت اعتبار مجوزهای صادره توسط دولت محدود است و این مدت از سوی دولت تعیین می‌شود و مجوزهای صادر شده توسط سازمان مدیریت مخابرات شش ساله است و در شرایط خاص این مجوز می‌تواند برای یک دوره شش ساله دیگر تمدید شود.

### دانمارک

برای دریافت مجوز باید از دولت دانمارک درخواست رسمی داد و همچنین وزیر فرهنگ می‌تواند برای فرایند صدور مجوز از قبیل شرایط آن قانون وضع نماید صدور مجوز می‌تواند در ازای دریافت مبلغی صورت پذیرد حداقل مبلغ مبنای محاسبه و موعد پرداخت هزینه باید به صورت رسمی اعلام شده باشد.

### نروژ

مدت زمان مجوز در دولت نروژ محدود است شبکه‌هایی که بودجه آن‌ها از محل تبلیغات تأمین می‌شود باید برای دریافت مجوز هزینه بپردازند مجوز را وزارت متبوع صادر می‌کند شاه حق دخل و تصرف در این زمینه را دارد.

## ۲-۴. محتوای برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی

### سوئد

ارائه‌کننده خدمات رسانه‌ای باید اطمینان حاصل نماید که برآیند کلیه خدماتش بازتاب‌دهنده مفاهیم پایه‌ای یک جامعه آزادی‌خواه است. برنامه‌هایی که حاوی صحنه‌های خشونت‌بار هستند، باید با اعلام قبلی همراه باشند. چنین برنامه‌هایی نباید در ساعتی پخش شوند که احتمال دیده شدن آن‌ها توسط کودکان زیاد باشد مگر اینکه این موضوع در شرایط خاص قابل دفاع باشد.

### دانمارک

کیفیت بالا و انطباق‌پذیری باید در تمامی برنامه‌ها رعایت شود و باید اطلاعات عمومی، مطالب آموزشی، هنری و... پوشش دهد و مخابره این اطلاعات و اخبار باید در عین

بی طرفی باشد. زبان و فرهنگ دانمارکی باید به‌طور خاص مورد توجه و تأکید قرار گیرد.

### نروژ

پادشاه می‌تواند قوانینی وضع کند که به‌موجب آن مخابره برنامه‌های تلویزیونی که بر پرورش جسمی، فکری و روحی کودکان تأثیر منفی می‌گذارد، ممنوع شود به‌خصوص برنامه‌های خشونت‌بار یا هرزه‌نگاری. پادشاه همچنین می‌تواند قواعد وضع نماید که بر اساس آن قبل از پخش چنین برنامه‌هایی مخاطب از ماهیت برنامه به‌صورت صوتی و تصویری مطلع شود.

## ۲-۵. نظارت و بازبینی برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی

### سوئد

برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی بعد از پخش توسط ناظر عالی دادگستری بازبینی می‌شود تا مشخص شود که آیا در مقابل با الزامات قانونی مربوط به تصاویر خشونت‌بار و هرزه‌نگاری تخلفی صورت گرفته یا خیر؟

گروه مخابرات نیز برنامه‌های رادیویی و تلویزیون پس از پخش بازبینی می‌کند تا اطمینان حاصل کند که الزامات قانونی رعایت شده است این گروه از یک رئیس و شش عضو تشکیل می‌شود که باید از میان قضات پارلمانی انتخاب شود و اگر این گروه تخلفی در این زمینه مشاهده کند ناظر عالی دادگستری را مطلع خواهد کرد مدیریت مخابرات نیز برنامه‌ها را از باب مطابقت با برخی الزامات قانونی دیگر بازبینی می‌کند. در صورتی ضرورت باید اطلاعات مورد درخواست نهادهای نظارتی تأمین و ارائه شود.

### دانمارک

تمامی شبکه‌های دانمارک باید آرشیو برنامه‌های مخابره‌شده خود را برای مدت سه ماه ذخیره کنند تا در صورت ضرورت بر اساس قوانین وضع شده، برای بازنگری به آن‌ها مراجعه شود.

### نروژ

افرادی که در ارتباط با تولید برنامه نیستند یا مسئولیتی در این زمینه ندارند، نمی‌توانند پیش از مخابره برنامه‌ها آن‌ها را ببینند یا بشنوند. البته این موضوع شامل شرایط خاص مبتنی بر قانون رویه قضایی نروژ نمی‌شود. تمامی شبکه‌های نروژ باید آرشیو برنامه‌های مخابره شده خود را برای مدت دو ماه ذخیره نمایند تا در صورت ضرورت بازنگری شود.

## ۲-۶. لغو مجوز برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی

### سوئد

مجوز مخابره رادیویی یا تلویزیونی ممکن است به علت انجام برخی تخلفات از جمله نمایش خشونت عدم رعایت بی‌طرفی و... یا برای استفاده بهتر از فرکانس‌های موجود و بهره‌گیری از فناوری‌های جدید یک مجوز فرکانس لغو شود.

### دانمارک

هیئت رادیویی و تلویزیونی دانمارک می‌تواند مجوز صادرشده را اگر به شرایط اعطایی مجوز بی‌اعتنایی شود و دارنده مجوز این قانون یا هر قانون مرتبط دیگری را که پس از آن وضع شده، نقض کند به‌طور موقت یا دائمی باطل نماید.

### نروژ

پادشاه می‌تواند قوانینی را برای لغو مجوزها وضع نماید. این لغو امتیاز می‌تواند به دلایلی از جمله الزام شبکه‌ها به ارائه اطلاعات موردنظر به مسئولان نظارتی باشد و اگر دارنده مجوز یا هر کسی که به نیابت از او مشغول فعالیت است، این قانون یا هر قانون مرتبط دیگری را که پس از آن وضع شده باشد نقض نماید مؤسسه مدیریت رسانه‌ای نروژ می‌تواند مجوز صادرشده را به‌طور موقت یا دائمی باطل نماید.

## ۲-۷. تجدیدنظر در صدور یا لغو مجوز

### سوئد

در کشور سوئد تصمیمات گرفته‌شده در حوزه رسانه‌های رادیویی و تلویزیونی توسط مدیریت ارتباطات از قبیل مجوز مخابره تلویزیونی و رادیویی متعلق به انجمن‌های محلی، تغییر یا لغو مجوز، عدم امکان انتقال مجوز به دیگری و غیره می‌تواند در صورت درخواست توسط یک دادگاه عمومی مورد تجدیدنظر قرار بگیرند.

### دانمارک

درخواست‌های تجدیدنظر ارائه‌شده درباره تصمیمات اتخاذشده در این حوزه در هیئت شکایات ارتباطات بررسی می‌شود.

### نروژ

تصمیمات مؤسسه مدیریت رسانه نروژ می‌تواند توسط شورای بازار مورد تجدیدنظر قرار گیرد.

(شورای بازار نوعی محکمه یا دیوان محاکمات حاکمیتی است که ۹ عضو دارد و

اعضای آن از طرف پادشاه به مدت چهار سال منصوب می‌شوند متوسط زمان رسیدگی به هر پرونده توسط این شورا را ۲ تا ۳ ماه پیش‌بینی کرده‌اند)

### فنلاند

در فنلاند، Yle (شرکت پخش عمومی فنلاند) مسئول پخش عمومی است و بودجه آن از طریق مالیات تلویزیون تأمین می‌شود. قوانین رسانه‌های فنلاند بر شفافیت و بی‌طرفی تأکید دارند. هیئت نظارت بر رسانه‌های فنلاند (Finnish Communications Regulatory Authority) مسئول نظارت بر عملکرد رسانه‌ها و تضمین رعایت قوانین است.

### ایسلند

در ایسلند، RÚV (رادیو و تلویزیون ملی ایسلند) مسئول پخش عمومی است و بودجه آن از طریق مالیات تأمین می‌شود. قوانین رسانه‌های ایسلند بر حفاظت از حریم خصوصی و آزادی اطلاعات تأکید دارند. هیئت رسانه‌های ایسلند (Icelandic Media Commission) مسئول نظارت بر محتوای رسانه‌ها و تضمین رعایت قوانین است.

## ۳. مقررات حاکم بر رادیو تلویزیون در ایران

صداوسیما جمهوری اسلامی ایران که به اختصار «صداوسیما» نامیده می‌شود، سازمانی دولتی و عمومی است که مسئول تولید و پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در ایران است. این سازمان در سال ۱۹۷۹ تأسیس شد و به‌عنوان اصلی‌ترین رسانه ملی کشور عمل می‌کند.

طبق اصل ۴۶ قانون اساسی مالکیت صداوسیما عمومی اعلام شده و شورای نگهبان نیز در تفسیر اصل مذکور مبادرت هر شخص خصوصی یا عمومی از سازمان صداوسیما به ایجاد ایستگاه‌های رادیو تلویزیون را مغایر قانون اساسی اعلام کرده است.

در صداوسیما ایران آزادی بیان و نشر افکار با رعایت موازین اسلامی و مصالح کشور باید تأمین شود نصب و عزل رئیس سازمان صداوسیما نیز با مقام رهبری است و شورایی مرکب از نمایندگان رئیس‌جمهور، رئیس قوه قضاییه و رئیس مجلس شورای اسلامی هرکدام (دو نفر) بر این سازمان نظارت خواهند داشت.

خط‌مشی و ترتیب اداره سازمان صداوسیما و نظارت بر آن را قانون معین می‌کند علاوه بر قانون اساسی در قوانین عادی نیز در مورد صداوسیما قوانین و مقررات خاصی وضع شده است (درآمدی بر حقوق ارتباطات جمعی نوشته دکتر محمدحسین بردبار انتشارات ققنوس، ۱۳۸۰).



سازمان صداوسیما با کلیه شبکه‌های سراسری و استانی خود شخصیت حقوقی خود را تشکیل می‌دهد و نظارت بر رعایت قوانین و مقررات در کلیه فعالیت‌های رسانه‌ای این سازمان در درجه اول به عهده رئیس سازمان است. به‌طور خلاصه قوانین و مقررات زیر بر سازمان صداوسیما و نحوه اداره و امور اجرایی و نظارتی آن حاکم است:

۱. اصل ۱۷۵ قانون اساسی؛
۲. قانون اداره سازمان صداوسیما مصوب سال ۱۳۵۹ مجلس شورای اسلامی؛
۳. قانون خط‌مشی کلی و اصول برنامه‌های سازمان مصوب سال ۱۳۶۱ مجلس شورای اسلامی؛
۴. اساسنامه سازمان صداوسیما مصوب سال ۱۳۶۲ مجلس شورای اسلامی؛
۵. مصوبه مجمع تشخیص مصلحت نظام در خصوص نحوه اجرای اصل ۱۷۵ قانون اساسی در بخش نظارت؛
۶. بر اساس ماده ۱۳۸ قانون محاسبات عمومی کشور صداوسیما از نظر شمول قانونی در حکم شرکت‌های دولتی محسوب می‌شود. تمامی رسانه‌ها و برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی باید مجوزهای لازم را از سازمان صداوسیما دریافت کنند و محتوای برنامه‌ها باید با موازین اخلاقی و فرهنگی ایران همخوانی داشته باشند، همچنین رعایت حریم خصوصی افراد در تولید محتوا الزامی است و باید از انتشار اطلاعات شخصی بدون اجازه پرهیز شود.

#### ۴. واکاوی آزادی رسانه در حقوق قراردادهای نوردیک و نظام حقوق اسلامی

آزادی رسانه و مطبوعات را می‌توان از زیر شاخه‌های آزادی بیان برشمرد که اعمال آن به‌صورت سازماندهی شده و حرفه‌ای صورت می‌گیرد. آزادی رسانه و مطبوعات از پایه‌های اصلی هر نظام دموکراتیک و جامعه ارزش بنیان است که فضای نقد و نظارت همگانی را بر اعمال حکومت فراهم می‌آورد و به جریان آزاد اطلاعات و همچنین آزادی بیان کمک شایانی می‌کند. اصل ۲۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مقرر کرده است: «نشریات و مطبوعات در بیان مطالب آزادند مگر آنکه مخل به مبانی اسلام و حقوق عمومی باشد...».

«اصل آزادی اطلاعات و مطبوعات» را می‌توان پس از خاتمه جنگ جهانی دوم در نظام بین‌المللی مشاهده نمود. مجمع عمومی سازمان ملل متحد، در اولین اجلاس در سال ۱۹۴۶ چنین اعلام می‌دارد: «آزادی اطلاعاتی یکی از حقوق بنیادین بشر و زیربنای همه آزادی‌هایی است که ملل متحد نسبت به آن اهتمام می‌ورزند». دلایل منطقی بسیاری برای آزادی رسانه و جریان آزاد اطلاعات وجود دارد که آن را زیربنای دموکراسی می‌داند. نخست اینکه، حق بر اطلاعات به‌طور مؤثر، حق مشارکت مردم در تصمیم‌گیری سیاسی را فراهم می‌آورد و ابزار مهمی برای مقابله با فساد و تسهیل نظارت بر مقامات عمومی قلمداد می‌شود، همچنین به ایجاد شفافیت، مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی می‌انجامد. سوم آنکه، حق بر اطلاعات موجب حفظ اعتماد عمومی به مقامات در نهادهای دولتی می‌شود و می‌تواند به تحقق اهداف اجتماعی کمک کند. شورای نوردیک در ماده (۲۵) در ارتباط با مشارکت شهروندان در انتخابات و تعیین سرنوشت اجتماعی و حق رأی، رسانه‌های آزاد و مطبوعات را پل ارتباطی میان مردم و نامزدهای انتخاباتی می‌داند که بر نظریات و آرای عمومی تأثیرگذار هستند و از این رو، باید بدون سانسور و محدودیت، عقاید عمومی را نشر دهند (فیضی‌پور، ۱۳۹۷).

#### ۴-۱. رسانه‌های سنتی و مطبوعات

همان‌گونه که در مباحث پیشین گفته شد، آزادی بیان در اسناد بین‌المللی یک حق مطلق مانند منع شکنجه یا بردگی تلقی نشده است و محدودیت‌هایی همچون حفظ احترام و حیثیت دیگران و یا امنیت ملی از حدود این حق محسوب می‌شوند که رسانه‌ها باید در بیان و انتشار مطالب خود، آن‌ها را رعایت کنند؛ بنابراین رسانه به‌عنوان یک پدیده اجتماعی، نیاز به سازماندهی حقوقی دارد و هر نظام حقوقی با رعایت اصول مربوط به آزادی رسانه باید از یک نظام حقوقی حاکم بر رسانه برخوردار باشد. ماده ده کنوانسیون اروپایی حقوق بشر ضمن تأکید بر حق آزادی بیان که شامل آزادی داشتن عقاید و دریافت و بیان اطلاعات و اندیشه بدون دخالت مقامات دولتی و محدودیت مرزبندی‌های جغرافیایی است، این امر را مانع اعمال حاکمیت دولت‌ها برای صدور مجوز فعالیت رسانه‌ها و فعالیت‌های تلویزیونی و سینمایی نمی‌داند. به عبارت دیگر، دولت‌ها می‌توانند فعالیت رسانه‌ها و بخش‌های گفتاری و شنیداری را مشروط به اخذ مجوز کنند (حبیب‌نژاد و عامری، ۱۴۰۰).

همچنین در بند دو ماده مزبور آمده است: «اعمال این آزادی‌ها از آنجاکه با خود وظایف و مسئولیت‌هایی را به همراه دارند، ممکن است نیازمند تشریفات، شرایط،

محدودیت‌ها یا مجازاتی باشند که توسط قانون مقرر شده و در یک جامعه مردم‌سالار به‌منظور حفظ منافع امنیت ملی، تمامیت ارضی، سلامت عمومی جهت ممانعت از ایجاد هرج و مرج با ارتکاب جرائم، حفاظت از سلامتی و اخلاقیات مردم، حمایت از آبرو یا حقوق سایرین، جلوگیری از افشای اطلاعات محرمانه یا حفظ اقتدار و بی‌طرفی دستگاه قضاوت لازم و ضروری هستند؛ بنابراین، نظام حقوقی حاکم بر رسانه‌های سنتی بیشتر در سیطره دولت‌هاست و از سه رکن صدور مجوز، نظارت بر فعالیت رسانه‌ها و اقدامات تأمینی و نظام مجازات رسانه‌ای تشکیل شده است. دو رکن نخست، با مشارکت انجمن‌های صنفی مانند انجمن روزنامه‌نگاران یا انجمن‌های سینمایی و... صورت می‌پذیرد و رکن سوم، اغلب در انحصار دولت‌هاست، اگرچه دادگاه‌های مطبوعاتی به‌طور معمول با حضور هیئت منصفه برگزار می‌شوند. حفظ امنیت ملی و رعایت اخلاق و سلامت عمومی از جمله مواردی بود که به نظارت دولت‌ها بر رسانه‌ها و مطبوعات نوشتاری و شنیداری در قرن بیستم انجامید. همچنین ساختار متزلزل بین‌المللی و جنگ‌های متعدد در این قرن، منجر به تشدید نظارت دولت‌ها بر رسانه‌ها شد. در نظام حقوقی ایران دولت از دو جهت مکلف به نظارت بر مطبوعات و رسانه‌هاست. نخست عدم اخلال به مبانی اسلام و دوم حفظ حقوق عمومی. به نظر می‌رسد که مراد از مبانی اسلام، اصول دین و اعتقادات احکام مسلم اسامی است که اخلال به آن موجب جریحه‌دار شدن احساسات مسلمین می‌شود و برای تشخیص آن نیز طبق اصل ۱۶۸ قانون اساسی، نظر هیئت منصفه که از اқشار مختلف جامعه نمایندگانی در آن حضور دارند، ملاک عمل است. منظور از حقوق عمومی نیز «شخصیت انسان و ناظر بر روابط دولت و مردم و به عبارت بهتر ناظر بر حقوق بنیادین بشر است و فصل سوم قانون اساسی تحت عنوان «حقوق ملت» از آن یاد می‌کند که احترام به آن وظیفه دولت و آحاد ملت است» (بیران و همکاران، ۱۳۹۴).

در نظام حقوقی ایران، متولی صدور پروانه مطبوعات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و هیئت نظارت بر مطبوعات است که ریاست آن را وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی برعهده دارد و موظف است، صلاحیت متقاضیان و مدیرمسئولان را بررسی کند. همچنین هیئت نظارت بر مطبوعات، بر تخلفات رسانه‌ای رسیدگی می‌کند و تصمیمات این مرجع قطعی است؛ اما مانع از شکایت و اقامه دعوی افراد ذی‌نفع در محاکم نخواهد بود. البته در صورتی که هیئت نظارت رسانه یا نشریه‌ای را توقیف کند، باید ظرف یک هفته

پرونده را برای رسیدگی به دادگاه ارسال کند.<sup>۱</sup> همچنین رسیدگی به جرائم مطبوعاتی با حضور هیئت منصفه در صلاحیت دادگاه کیفری یک مرکز استان محل وقوع و به‌طور علنی است. یکی از تضمینات حقوقی استقلال رسانه و مطبوعات در نظام حقوقی ایران ماده چهار قانون مطبوعات است که مقرر می‌دارد: «هیچ مقام دولتی و غیردولتی حق ندارد برای چاپ مطلب یا مقاله‌ای درصدد اعمال فشار بر مطبوعات برآید و به سانسور و کنترل نشریات مبادرت کند». قانون‌گذار تخلف از این امر را مشروط به داشتن شاکه، انفصال خدمت از شش ماه تا دو سال و در صورت تکرار جرم انفصال دائم از خدمات دولتی (تعزیر درجه چهار) با حکم دادگاه تعیین کرده است. ضمانت اجرایی انفصال از خدمت شش ماه تا دو سال و همچنین تعزیر درجه چهار در صورت تکرار جرم، حاکی از اهمیت استقلال و نبود سانسور و کنترل نشریات از سوی دولت است؛ البته تبصره سه ماده پنج قانون مطبوعات مصوبات شورای عالی امنیت ملی را برای مطبوعات لازم‌الاتباع دانسته است؛ اما با استناد به ماده چهار مبرهن است که این مصوبات نمی‌تواند خلاف ماده مزبور باشد (هداوند، آقایی طوق، ۱۳۸۹). اگرچه ماده ۱۳۸ قانون آیین دادرسی کیفری، مقررات تکرار جرم در جرائم مطبوعاتی را قابل اعمال نمی‌داند، فلسفه وجود این ماده حمایت از اصحاب رسانه و مطبوعات است و نه مقامات دولتی که ممکن است مرتکب جرم فشار بر مطبوعات برای چاپ مطلب یا سانسور و کنترل مطبوعاتی شوند و تبصره ۱ ماده ۵ قانون مطبوعات از شمول ماده ۱۳۸ قانون مجازات اسامی خارج است (اکرمی، ۱۴۰۱).

#### ۴-۲. نظام حقوقی حاکم بر رسانه‌های دیجیتال و اینترنتی

شورای نوردیک، در پی نظریه کلی در موضوع تنظیم‌گری رسانه‌ای، اعلام کرد: «به کشورهای عضو که تاکنون این کار را انجام نداده‌اند، توصیه می‌شود یک نهاد مستقل جهت صدور مجوز نشریات و رسانه‌های عمومی ایجاد کنند که صلاحیت بررسی درخواست‌های راه‌اندازی رسانه و اعطا مجوز به آنان را داشته باشد» (مک کوایل، ۱۳۸۲). همچنین در این نظریه شورای حقوق بشر قید شده است؛ کشورهای عضو باید اطمینان حاصل کنند که مقامات ارائه‌دهنده خدمات رسانه‌ای به‌عنوان یک شخصیت مستقل فعالیت می‌کنند. در این زمینه، کشورهای عضو باید استقلال و آزادی این نهادها را تضمین کنند؛ همچنین آنان باید بودجه این نهاد را به‌گونه‌ای تأمین کنند که

۱. اقتصاد نیوز (۱۳۹۶). شرایط حق پخش تلویزیونی فوتبال در کشورهای مختلف. سایت اقتصاد نیوز به شماره خبر کدخبر: ۵۴۰۲۸۱ و تاریخ ۱۳/۰۶/۱۳۹۶. دریافتی در تاریخ ۱۵/۰۳/۱۳۹۷ از نشانی:

<https://www.eghtesadnews.com/fa/tiny/news-182045>

استقلال آنان با تردید روبه‌رو نشود (مطلبی، ۱۳۸۶).

همچنین کشورهای عضو باید متعهد به توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات مانند اینترنت و سامانه‌های منتشرکننده اطلاعات الکترونیکی مبتنی بر تلفن همراه شوند که به‌طور اساسی تکالیف ارتباطی را در سراسر جهان تغییر داده است. هم‌اکنون شبکه‌ای جهانی برای تبادل نظرها و اندیشه‌ها وجود دارد که ضرورتاً مبتنی بر رسانه‌های سنتی نیست و کشورهای عضو باید تمامی گام‌های لازم را در راه استقلال این رسانه‌های جدید و اطمینان از دسترسی افراد به آنان بردارند. از این رو، در برخی کشورها، نظام حقوقی ناظر بر رسانه و مطبوعات با رشد رسانه‌های اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی از سیستم نظارت دولتی یا صنفی به نظام تنظیم‌گری رسانه‌ای تغییر یافته است. این تغییرات، باهدف حفظ استقلال رسانه از دولت و همچنین مشارکت اصحاب رسانه در تصمیم‌گیری‌ها مرتبط است، چنان‌که به‌نوعی، تصمیم‌سازی به ذی‌نفعان سپرده می‌شود و در قالب مقررات‌گذاری به دولت پیشنهاد می‌شود. در این فرایند نظام صدور مجوز، قیمت‌گذاری و کیفی‌سازی از طریق نهادهای تنظیم‌گر صورت می‌پذیرد. در انگلستان آفکام و در ایالات متحده امریکا اف.سی.سی و در کانادا سی.آر.تی.سی از این جمله‌اند.<sup>۱</sup>

با توجه به اینکه شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی در بستر وب نیز پخش می‌شوند در این بخش مروری کوتاه بر حقوق فضای مجازی خواهیم داشت  
حقوق فضای مجازی به مجموعه‌ای از قوانین و اصول حقوقی اطلاق می‌شود که به تنظیم رفتارها و تعاملات کاربران در محیط‌های دیجیتال و اینترنتی می‌پردازد. این حقوق شامل موارد زیر است:

۱. حقوق کاربران که خود مشتمل بر حق دسترسی آزاد همه افراد به اطلاعات و اینترنت، حق حریم خصوصی که کاربران حق دارند حریم خصوصی خود را حفظ کنند و اطلاعات شخصی‌شان بدون رضایت استفاده نشود و حق بیان آزاد است که افراد بتوانند نظرات و دیدگاه‌های خود را آزادانه ابراز کنند.

۲. قوانین مربوط به محتوا

قوانین کپی‌رایت: حمایت از حقوق نویسندگان و تولیدکنندگان محتوا، جلوگیری از سرقت ادبی و نقض حقوق مالکیت معنوی.

قوانین محتوای غیرقانونی: جلوگیری از انتشار محتواهای مضر مانند نفرت‌پراکنی، آزار و اذیت و پورنوگرافی کودکان.

### ۳. حفاظت از داده‌ها

قوانین حفاظت از داده‌ها: مانند GDPR در اروپا که حفاظت از داده‌های شخصی کاربران را تضمین می‌کند و نیازمند رضایت آگاهانه کاربر برای جمع‌آوری و پردازش اطلاعات شخصی است.

### ۴. جرائم سایبری

قوانین مربوط به جرائم سایبری: شامل اقداماتی نظیر هک، کلاهبرداری آنلاین و نقض امنیت سیستم‌ها. این قوانین به مجازات و برخورد با متخلفان می‌پردازند.

### ۵. مسئولیت پلتفرم‌ها

مسئولیت اجتماعی: پلتفرم‌های آنلاین مسئولیت دارند تا از انتشار محتوای غیرقانونی و مضر جلوگیری کنند و به حقوق کاربران احترام بگذارند.

## قوانین ناظر بر فعالیت در فضای مجازی در ایران و کشورهای اسکاندیناوی

### ایران

قانون جرائم رایانه‌ای (۱۳۸۸): این قانون به تعاریف، مجازات و مسئولیت‌ها در زمینه جرائم سایبری می‌پردازد. مواردی مانند هک، کلاهبرداری اینترنتی و نشر اکاذیب در این قانون تعریف شده است.

قانون حریم خصوصی: اگرچه قانون خاصی برای حریم خصوصی وجود ندارد، اما بندهایی از قوانین عمومی به موضوعات مربوط به حریم خصوصی و نظارت اشاره دارند. به‌ویژه، قوانین مربوط به حفاظت از اطلاعات شخصی در این حوزه بسیار محدود است.

فیلترینگ و نظارت: قوانین مربوط به فیلترینگ به‌طور مستقیم به کنترل و نظارت بر محتوای آنلاین پرداخته و امکان مسدودسازی وبسایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی را فراهم می‌کند.

### کشورهای اسکاندیناوی

قوانین عمومی حفاظت از داده‌ها

GDPR (General Data Protection Regulation): این قانون در سراسر اروپا اجرا می‌شود و به حفاظت از داده‌های شخصی کاربران پرداخته و حق دسترسی و کنترل اطلاعات را برای آن‌ها به رسمیت می‌شناسد.

قوانین مربوط به جرائم سایبری

هر کشور اسکاندیناوی (مانند سوئد، نروژ و دانمارک) قوانین خاص خود را در زمینه جرائم سایبری دارد که به مسائلی مانند هک، کلاهبرداری آنلاین و حملات سایبری می‌پردازند.

قوانین محتوای آنلاین: این کشورها به پلتفرم‌های آنلاین مسئولیت می‌دهند تا از انتشار محتوای غیرقانونی جلوگیری کنند و قوانین روشنی برای نظارت بر محتوای منتشر شده دارند.

بنابر آنچه گفته شد حقوق فضای مجازی به‌عنوان بخشی از حقوق بشر و حقوق دیجیتال در دنیای امروز از اهمیت بالایی برخوردار است. ایجاد تعادل بین آزادی بیان و حفاظت از حقوق دیگران، چالش‌های اساسی در این حوزه به شمار می‌رود. کشورهای مختلف با قوانین متفاوتی به این مسائل پرداخته و سعی در ایجاد چارچوب‌های حقوقی مناسب برای فضای مجازی دارند. قوانین فضای مجازی در ایران و کشورهای اسکاندیناوی تفاوت‌های عمده‌ای دارند. در ایران، قوانین معمولاً به کنترل و نظارت بیشتر بر کاربران متمرکز است. در مقابل، کشورهای اسکاندیناوی با تمرکز بر حفاظت از داده‌ها و آزادی بیان فضای بازتری برای کاربران فراهم می‌کنند.

#### ۳-۴. محدودیت‌های قانونی آزادی رسانه

در مقررات شورای نوردیک در حقوق رسانه، ضمن تأکید بر حق آزادی بیان و به‌تبع آن آزادی رسانه، محدودیت‌هایی مقرر شده است تا چنین آزادی‌هایی موجب هتک حرمت دیگران، آسیب به امنیت ملی و به‌خطر افتادن سلامت و اخلاق عمومی نشود. در این بخش به تبیین این محدودیت‌ها برای رسانه خواهیم پرداخت.

#### ۳-۴-۱. منع هتک حرمت

آزادی بیان یک حق مدنی و سیاسی است که جلوه‌های سلبی آن برجسته است. به این معنا که مستلزم نبود مداخله (دولت) است؛ افراد در بیان نظریات، اندیشه‌ها و عقاید خویش آزاد باشند و بیان دیدگاه‌ها باید موجب آزار و خطری برای آنان شود؛ اما همان‌گونه که در مباحث پیشین نیز گفته شد، هر حق یا آزادی حدی دارد و بیان عقاید و دیدگاه‌های تخصصی نباید موجب هتک حرمت دیگری یا از بین بردن کرامت انسانی شود. در واقع در ترازم دو حق (آزادی بیان و کرامت انسانی)، «اصل حیثیت (کرامت) انسانی اساسی‌ترین زیربنای اخلاق هنجاری است».

آزادی بیان محدود می‌شود تا این حق بنیادین بشری حفظ شود؛ چراکه «اصل

حیثیت انسانی یک صفت و ویژگی انسانی نیست، بلکه یک گزاره اخلاقی است... وقتی می‌گوییم که بنیادی‌ترین باید اخلاق و مادر تمام گزاره‌های اخلاقی است». بنابراین، کرامت و حیثیت انسانی یک مبنا برای حقوق بشر محسوب می‌شود و در صورت تراحم با سایر حق‌های بشری؛ اولویت با حفظ کرامت انسانی است؛ آزادی بیان نمی‌تواند دلیل موجهی برای هتک حرمت انسانی باشد و رسانه‌ها نمی‌توانند انسانی را بی‌حرمت و تخریب کنند. اصل ۱۴ اعلامیه حقوق ۱۹۴۶ فرانسه در این زمینه به‌خوبی گواه است: «هر کسی آزاد است سخن بگوید، بنویسد، چاپ کند و انتشار دهد و هرگونه افکاری را تا آنجا که از این حق سوءاستفاده نشود و مثلاً به آزادی‌های تضمین شده در این اعلامیه یا حسن شهرت دیگران لطمه وارد نیاید، خواه از راه مطبوعات و خواه از طریق دیگر بیان نماید یا نشر دهد و مورد مدافعه قرار دهد» (Smits, 2016).

#### ۴-۳-۲. حفظ امنیت ملی

یکی از مواردی که آزادی بیان و رسانه را تا اندازه‌های محدود می‌کند، حفظ امنیت ملی است؛ البته امنیت ملی نمی‌تواند بهانه‌ای برای سرکوب آزادی رسانه یا آزادی بیان شود؛ در این زمینه، دولت‌ها باید تعهدات حقوق بشری خویش را مدنظر قرار دهند و در تفسیر مفهوم امنیت ملی به‌دقت عمل کنند. حفظ امنیت ملی و برداشت مفهومی از آن، تابع شرایط زمانی و مکانی نیز هست و همین امر، تعیین شاخصه‌ای عینی را بسیار دشوار کرده است؛ اما می‌توان حفظ امنیت ملی را در دو وضعیت عادی و وضعیت جنگی مدنظر قرار داد. طبیعی است که در وضعیت عادی و دوران صلح، مفهومی مضیق از حفظ امنیت ملی مدنظر قرار گیرد و همچنین نقد حاکمیت با تضعیف آن یکسان‌نگاری نشود و فضای نقد برای رسانه‌ها فراهم باشد. درخواست محاکمه آسانژ سردبیر ویکی‌لیکس از سوی ایالات متحده آمریکا و حبس وی در انگلستان به دلیل افشای موارد فساد و اعمال ضد حقوق بشری دولت آمریکا به بهانه حفظ امنیت ملی، از موارد مردود، غیرقابل توجیه و خلاف آزادی رسانه است. اما در وضعیت جنگی، بقای کشور و حیات دسته‌جمعی در اولویت قرار می‌گیرد و وضعیتی استثنایی و اضطراری رخ می‌دهد که ممکن است منجر به اتخاذ تدابیر محدودکننده‌ای شود که به دلیل تأثیرگذاری رسانه‌ها، دامن آن‌ها را نیز خواهد گرفت. «دولت‌ها می‌توانند در وضعیت جنگ یا حتی ناآرامی مدنی، اعلام وضعیت اضطراری کنند. وضعیت اضطراری به محدود شدن آزادی‌های عمومی منجر می‌شود که یکی از این آزادی‌ها، دسترسی به اطلاعات است. ابزار محدودیت دسترسی به اطلاعات در زمان جنگ، سانسور است» (حبیب‌نژاد و عامری، ۱۴۰۰).



در قانون مطبوعات ایران نیز فاش کردن اسرار نظامی و انتشار اسناد و دستورهای مسائل محرمانه، اسرار نیروهای مسلح جمهوری اسامی ایران، نقشه و استحکامات نظامی، مذاکرات غیرعلنی مجلس شورای اسامی، محاکم غیرعلنی دادگستری و تحقیقات مراجع قضایی بدون مجوز قانونی از طریق مطبوعات در رسانه‌ها منع و مطابق ماده ۶۹۸ قانون مجازات اسامی متهم قابل محاکمه دانسته شده است (نوروزی، ۱۳۹۷).

#### ۴-۳-۳. حفظ سلامت و اخلاق عمومی

در یک جامعه بسامان، ارزش‌های مشترک بشری و الهی، نقش محوری در تنظیم تعاملات و مناسبات اجتماعی دارند و رسانه‌ها نیز نسبت به حفظ این ارزش‌ها و پاسداشت اخلاق مسئول هستند. از مهم‌ترین این ارزش‌ها، اخلاق و سلامت شهروندان و جامعه است؛ البته مطلق‌گرایانی مانند کانت، اخلاق را امری فردی می‌دانند که در حوزه عمومی نقش بنیادین دارد. از این رو، وی از مبانی اخلاق قواعد حقوقی می‌گوید و از آنجا که این مبانی اخلاقی، بنیادی جهان‌شمول دارند «در حوزه شناخت عقلی مغز بشر قرار دارند و خارج از آن حوزه‌ای است که به آن رویدادها و ساختارهای اجتماعی می‌گوییم» (مقیم‌ی و خانیک‌ی، ۱۳۹۹).

در همین زمینه رسانه‌ها نیز از دو منظر دارای تکلیف اخلاقی هستند. نخست، تکالیف مربوط به آزادی درونی که تابع خود قانون‌گذاری و خود اجباری است و سپس تکالیف مربوط به آزادی برونی که رفتار درست رسانه‌ای است؛ بنابراین رسانه در وهله نخست، خودکنترلی دارد و رسالت وی در تحقق خیر عمومی است و از درون باید نسبت به این امر احساس مسئولیت کند و در مرحله دوم نیز رفتار حرفه‌ای و شایسته یک رسانه با عبور این است که ضمن خودکنترلی، قوانین و مقررات را نیز رعایت کند و تابع آن باشد.

در موارد مربوط به مجوز، مؤسسه‌های خبرات نیروژ برای مخابره هر برنامه‌ای مجاز است، اما سایر مؤسسات و شرکت‌ها برای فعالیت خود باید از سازمان رسانه‌ای نیروژ مجوز دریافت کنند. شرکت‌هایی که بودجه آن‌ها از تبلیغات تأمین می‌شود در قبال دریافت مجوز باید هزینه پرداخت کنند. این مجوزها محدود هستند و شاه‌حق دخل و تصرف در این زمینه را دارد. بدین صورت که پادشاه می‌تواند قوانینی وضع کند که به موجب آن پخش برنامه‌های تلویزیونی که بر پرورش جسمی و فکری کودکان تأثیر منفی دارند، ممنوع شوند؛ برنامه‌های هرزه‌نگاری و خشونت شامل این موارد می‌شوند. پادشاه می‌تواند قوانین دیگری را برای لغو مجوزها وضع نماید؛ این قوانین می‌تواند به دلایلی از جمله الزام رسانه‌ها برای ارائه اطلاعات موردنظر به مسئولان نظارتی باشد.

همچنین پادشاه اعضای نه‌نفره‌ای را تحت عنوان شورای سیاست‌گذار بازار به‌صورت سالیانه انتخاب می‌کند تا در دعوی بین شرکت‌های رسانه‌ای و مؤسسه رسانه‌ای نیروژ حکمیت کنند. این شورا در مواردی باعث تجدیدنظر در احکام صادره از طرف مؤسسه رسانه‌ای نیروژ می‌شود (فیضی‌پور، ۱۳۹۷).

در قضیه مالی رسانه‌ها، محدودیت‌های فراوانی وجود دارد؛ بدین‌صورت که اگر برنامه‌ای حامی مالی داشته باشد حتماً باید به اطلاع مخاطب برسد. این حمایت‌های مالی نمی‌توانند باعث مشوق‌های خرید یا خدمات شوند. همچنین احزاب سیاسی قادر نیستند تا حامیان مالی برنامه‌ها باشند. برنامه‌های خبری و موضوعات روز و اجتماعی فاقد حامی مالی هستند و به آن‌ها اجازه داده نمی‌شود تا از خدمات اسپانسر سازمان‌ها و شرکت‌ها بهره ببرند.

۴-۳-۴. منع نشر محتویات مستهجن

«قانون نحوه مجازات اشخاصی که در امور سمعی و بصری فعالیت‌های غیرمجاز می‌نمایند» (مصوب ۱۳۸۶/۱۰/۱۶)

تولید و تکثیر و توزیع هرگونه آثار صوتی و تصویری را جرم‌انگاری کرده است، تبصره ۵ ماده ۳ این قانون، آثار سمعی و بصری مستهجن را آثاری توصیف می‌کند که محتوای آن‌ها، نمایش برهنگی زن و مرد و یا اندام تناسلی و آمیزش جنسی باشد. ماده ۱۰ قانون یاد شده، انتشار آثار مستهجن و مبتذل را از طریق ارتباطات الکترونیکی و سایت‌های رایانه‌ای یا وسایل مشابه، از مصادیق تکثیر و انتشار دانسته و برای آن مجازات مقرر کرده است. از همین روست که شبکه‌های اجتماعی که از مصادیق رسانه‌های الکترونیکی تلقی می‌شوند، مشمول این قاعده‌اند و در صورت انتشار محتویات مستهجن، قابل مجازات هستند این مجازات هم شامل اشخاص حقیقی مسئول و هم متوجه شخصیت‌های حقوقی رسانه است. ماده ۱۴ قانون جرائم رایانه‌ای نیز هرگونه انتشار و یا توزیع محتویات مستهجن را از طریق سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی، جرم‌انگاری و مجازات حبس تعزیری درجه ۶ و جزای نقدی برای آن تعیین کرده است. در قانون مجازات اسامی مصوب ۱۳۸۲ نیز انتشار محتویات مستهجن تحت جرائم خلاف عفت عمومی در مواد ۷۴۲ و ۷۴۳ جرم‌انگاری شده است و رسانه‌ها اعم از مطبوعات یا شبکه‌های اجتماعی، ملزم به رعایت این امر و پرهیز از انتشار و یا توزیع محتویات مستهجن هستند و در صورت تخلف می‌توانند مجازات شوند. بند ۲ ماده ۱ قانون مطبوعات اصلاحی ۱۳۷۹/۱/۳۰ اشاعه فحشا و منکرات و

انتشار عکس‌ها، تصاویر و مطالب خلاف عفت عمومی را از مصادیق اخلال به مبانی و احکام اسلام و حقوق عمومی دانسته و متخلف را به مجازات مقرر در ماده ۶۹۸ قانون مجازات اسامی محکوم و در صورت اصرار، موجب لغو پروانه دانسته است (کاتوزیان، ۱۳۸۳).

#### ۴-۳-۵. منع نفرت‌پراکنی

مسئولیت اجتماعی رسانه ایجاب می‌کند که از انعکاس هرگونه قول، گفتار یا اندیشه‌ای که موجب نفرت‌پراکنی در جامعه و ایجاد تنفر قومی، نژادی، زبانی، جنسیتی و مذهبی می‌شود، خودداری کند. سازمان ملل متحد در راهبرد و برنامه خود برای پایان دادن به سخنان نفرت‌پراکنی، «نفرت‌پراکنی را هرگونه ارتباط کامی، نوشتاری یا رفتاری می‌داند که با زبان تبعیض یا تحقیرآمیز به شخص یا گروهی بر این مبنا که دارای مذهب، قومیت، نژاد، زنگ، جنسیت و سایر فاکتورهای غیر همسان است، حمله کند».

«نفرت‌پراکنی سخنی است که تحریک به آسیب رساندن به دیگری یا طرح بیانی حاوی تبعیض، تعصب یا خشونت است و از آن حمایت می‌کند و هدف آن گروهی اجتماعی یا جمعیتی خاص بوده و سخنانی است که از اقدامات خشونت‌آمیز حمایت می‌کند یا به بروز این‌گونه اقدامات تهدید یا تشویق می‌کند» (مقیم‌ی و خانیکی، ۱۳۹۹).

«اصلاحات خشونت سایبری و نفرت‌پراکنی از طریق اینترنت علیه زنان، انواع مختلفی از خشونت سایبری، مانند آزار و اذیت سایبری، مزاحمت سایبری، سوءاستفاده از تصاویر و همچنین اصطلاح خاص نفرت‌پراکنی جنسیتی را در بر می‌گیرد. پلتفرم‌های آن اینکه این اشکال مختلف خشونت و سوءاستفاده در آن‌ها رخ می‌دهند، شامل رسانه‌های اجتماعی برای مثال فیس‌بوک، توئیتر و لینکدین (محتوای وب و سایت‌های گفت‌وگو محور، موتورهای جست‌وجو، پیام‌رسان‌ها و غیره هستند)» (امیرحسینی و همکاران، ۱۳۹۵).

#### ۴-۳-۶. منع تبلیغات خصمانه

تبلیغات حاوی رساندن پیام یا اندیشه‌های درست و معلوماتی صحیح به مخاطب از سوی رسانه و نهادهای دیگر است که باید همسو با اعتلای فرهنگ اجتماعی و زندگی مسالمت‌آمیز باشد؛ البته برخی تبلیغ را از تربیت متفاوت می‌دانند «به این دلیل که موضوع تربیت حقیقت است و حال آنکه در تبلیغات حقیقت یا عدم حقیقت تفاوتی ندارد»؛ اما به هر صورت، امروز با توجه به اینکه رسانه‌ها برای حفظ استقلال مالی خویش و نداشتن وابستگی به دولت‌ها نیازمند به کسب درآمد هستند و تبلیغات عمده‌ترین راه کسب

درآمد آن‌هاست، ساماندهی نظام حقوقی تبلیغات از ضروریات اجتماعی محسوب می‌شود. از سوی دیگر، تبلیغات خصمانه معایر خیر عمومی و ارزش‌های مشترک جامعه است و کیان جمعی را به خطر می‌اندازد. به این ترتیب، اصول حقوقی همچون اصل حاکمیت و منع تبلیغات خصمانه در میان ملت‌ها به عنوان یک قاعده شکل گرفته حقوق بین‌الملل عرفی شناسایی شده است. نگاهی به رویه و عملکرد دولت‌ها حاکی از آن است که همواره نسبت به جنگ رسانه‌ای و تبلیغات خصمانه، واکنش نشان داده و لاقابل آن را طی اقدامات دیپلماتیک محکوم کرده‌اند. «به عبارتی همه دولت‌ها پذیرفته‌اند که تبلیغات خصمانه خلاف حقوق بین‌الملل است» (امیرحسینی، ۱۳۹۵: ۱۶۵).

## ۵. چالش‌های رسانه و ارتباطات جمعی در ایران

### ۵-۱. توصیف وضع موجود رسانه و ارتباطات در ایران

در توصیف وضعیت موجود در حوزه رسانه و ارتباطات، نکته اصلی مانند بسیاری از حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی، پدیده تأخر فرهنگی است. در واقع نگاه مادی، سخت‌افزاری و مهندسی در این حوزه رسانه و ارتباطات نیز غالب است. در واقع «زمانی که به ارتباطات فکر می‌کنیم (در ابتدا) یاد رسانه و از جمله رسانه‌هایی چون مطبوعات، رادیو، تلویزیون و در نهایت ماهواره‌ها می‌افتیم. برای ما تلویزیون دستگاهی است با چند کانال که در آن برنامه‌های زمینی و ماهواره‌ای عرضه می‌شود. ما یادمان می‌رود که در این نگاه تنها یک شاخه از ارتباطات ارائه می‌شود» (تقی‌آبادی، ۱۴۰۱).

برای مشخص شدن این تأکید بر ابعاد مادی و سخت‌افزاری و غفلت از ابعاد ارتباطی و محتوایی، می‌توان به مسئله سیاست‌ها و برنامه‌های مورد توجه در این حوزه اشاره نمود. در این رویکرد حتی جامعه و مشارکت شهروندان نیز با نگرشی ابزاری و سخت‌افزاری در نظر گرفته می‌شود. در چند سال اخیر ما خصوصی‌سازی و مقررات‌زدایی را انجام داده‌ایم و این در جهت صیوررت جهان است. این انقلاب به قدری وسیع است و ما در آستانه آن قرار داریم که با روش‌های کلاسیک و فضاهای سنتی نمی‌توان به مقابله و برابری با این فضا پرداخت، ما باید روش‌هایمان را تغییر دهیم و خصوصی‌سازی و مقررات‌زدایی و روش‌های قدیمی دیگر آن‌چنان به کار نمی‌آید. باید بازیگران و شرکت‌کنندگان در تولید و عرضه را آزاد کرد تا در یک بسیج و نهضت عمومی تولید محتوا، عرضه، انتقال و داوری، اظهارنظر، بازخورد و سواد رسانه‌ای در سطوح مختلف بتواند با مشارکت بیشتری انجام شود».

## ۵-۲. چالش‌های پیش روی سیاست‌گذاری در حوزه رسانه و ارتباطات در ایران

ضعف در مبانی نظری: اولین نکته مورد اشاره در گزارش همان مسئله تأخر فرهنگی تحت عنوان ضعف در مبانی نظری است. چیزی که گزارش از آن با عنوان شیء محوری و شیء مبنایی یاد می‌کند. مسئله اصلی در اینجا نوع نگاه است. اگر از بعد ارتباطات به آن نگاه کنیم انسان مهم است؛ اما اگر از بعد رسانه به آن نگاه کنیم شیء مهم می‌شود.

ضعف در روش‌شناسی سیاست‌گذاری: منطق برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در ایران به گونه‌ای است که ما از روش‌های علمی به روش‌های کلاسیک رجوع کرده‌ایم. این از جمله مشکلاتی است که ما با آن مواجه هستیم و روش‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی در ایران روش‌های کلاسیک و غلط است.

ضعف در شناخت وضع موجود: ما از وضع حال می‌خواهیم به سمت آینده حرکت کنیم در صورتی که نه وضع موجود حالمان را می‌دانیم و نه شرایط و امکانات مسیر آینده را درست درک کرده‌ایم. ما از عوامل اثرگذار در این مسیر خبر نداریم. آمار دقیق و واقعی در اغلب موارد وجود ندارد. در بودجه‌هایی که به سازمان‌های رسانه‌ای سپرده می‌شود اطلاع دقیقی وجود ندارد که در کجا مصرف می‌شود؛ بنابراین با این اوضاع امکان ندارد برنامه‌ریزی دقیق صورت بگیرد.

مواجهه ایدئولوژیک با واقعیت: ما در ایران یاد گرفته‌ایم بازنمایی واقعیت را کنترل کنیم. چون نمی‌توانیم خود واقعیت را کنترل کنیم، تحقیق، مطبوعات، عکاسی و ابزارهایی این‌چنین که کار بازنمایی واقعیت را انجام می‌دهند، کنترل می‌کنیم. تحقیق که وظیفه‌اش کشف حقیقت و تبیین روابط واقعی است را طوری سفارش می‌دهیم که در آخر به چیزی که می‌خواهیم برسیم.

انحصارگرایی در حوزه رسانه: وزارت ارشاد و سازمان صداوسیما، سازمان‌های انحصاری حوزه کاری خودشان هستند. انحصار نظارت‌گریز است، انحصار منافع خیلی وسیع و غیر قابل تحدید ایجاد می‌کند. هر جا سازمانی با منافع وسیع ایجاد شود، شرایط استبدادی به وجود می‌آورد و اقتصاد سیاسی دستگاه‌های رسانه‌ای ما به این شکل است.

ضعف در شناخت حوزه‌ها و عرصه‌های نظری و عمل ارتباطات و رسانه‌ها: در دنیا چنین چیزی وجود ندارد که بگویند ما ارتباطات می‌خوانیم. حدود ۱۳۰ شاخه در حوزه ارتباطات می‌توان نام برد، اما برنامه‌ریزی در حوزه ارتباطات بسته شده است و به صورت یک

کلیت در نظر گرفته می‌شود. وضع دانش باید تغییر کند. در ایران بخش عمده‌ای از کسانی که به نام اساتید ارتباطات شناخته می‌شوند، ارتباطات نخوانده‌اند و بیشتر در حوزه جامعه‌شناسی کار کرده‌اند.

## نتیجه‌گیری

با عنایت به مطالب مطرح‌شده و بررسی اسناد حقوقی داخلی و قوانین حاکم بر کشورهای اسکاندیناوی (شورای نوردیک) می‌توان دریافت که آزادی بیان و رسانه از ارکان اساسی یک جامعه بسامان و توسعه‌یافته است، البته رسانه‌ها نیز باید خطوط قرمزی را رعایت کند تا مصلحت جمعی را حفظ و از کیان جامعه صیانت کنند. توهین و افترا به دیگری، تبلیغات خصمانه، نفرت‌پراکنی، هتک حرمت و انتشار محتویات مستهجن از مواردی هستند که رسانه‌ها باید از انتشار هرگونه مطلب در مورد آن‌ها پرهیز کنند تا در راه حفظ امنیت ملی، سلامت و اخلاق عمومی جامعه قدم بردارند. مردم‌سالاری است. به‌هرحال، توصیه شورای حقوق بشر سازمان ملل متحد، ایجاد نهادهایی تنظیم‌گر و مستقل است تا خودتنظیمی و کنترل درون صنفی جایگزین نظارت مستقیم دولت‌ها بر اصحاب رسانه شود؛ اما گسترش شبکه‌های اجتماعی موجب گسترش دامنه رسانه‌های اینترنتی شده است که به تبع آن، نیازمند وضع قواعد و معیارهای منبعث از ارزش‌های جهان‌شمول به‌منظور نظارت بر این رسانه‌های اجتماعی هستیم. این قواعد می‌تواند تحت عنوان کنوانسیون‌های چندجانبه منطقه‌ای و بین‌المللی وضع شود تا از این طریق رسانه‌های اجتماعی بر مبنای آن، حساب‌های کاربری اشخاص را طی سازوکار حقوقی مشخصی که حداقل حاوی سه مرحله اعلام پیشینی، امکان اعتراض به مسدود کردن و رسیدگی به اعتراض و اعلام نتیجه باشد و همچنین امکان نظارت قضایی بر تصمیمات مأخوذه را فراهم آورد، مسدود کنند.

حقوق رادیو و تلویزیون از ابعاد مختلفی نظیر آزادی بیان، حقوق مالکیت معنوی و مسئولیت اجتماعی تشکیل شده است. این حقوق نه تنها به فعالیت‌های رسانه‌ای شکل می‌دهند، بلکه تأثیر عمیقی بر ساختار اجتماعی و فرهنگی جوامع دارند. رعایت این حقوق می‌تواند به ایجاد یک رسانه معتبر و مؤثر کمک کند.

در صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، آزادی بیان و نشر افکار با رعایت موازین اسلامی و مصالح کشور باید تأمین گردد. نصب و عزل رئیس سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران با مقام رهبری است و شورایی مرکب از نمایندگان رئیس‌جمهور

و رئیس قوه قضاییه و مجلس شورای اسلامی (هر کدام دو نفر) نظارت بر این سازمان خواهند داشت. خط‌مشی و ترتیب اداره سازمان و نظارت بر آن را قانون معین می‌کند. اساسنامه سازمان صداوسیما در ۲۷ مهر ۱۳۶۲ به تصویب مجلس رسید. یکی از مقررات این اساسنامه ماده ۷ آن است که این سازمان را رادیو و تلویزیون انحصاری ایران ساخته است.

تأسیس فرستنده و پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در هر نقطه کشور در انحصار این سازمان بوده و چنانچه اشخاص حقیقی یا حقوقی اقدام به تأسیس یا بهره‌برداری از چنین رسانه‌هایی کنند از ادامه کار آنان جلوگیری به عمل آمده و تحت تعقیب قانونی قرار خواهد گرفت. ذکر چنین اصلی با عرف اساسنامه‌های سازمان‌های رسانه‌ای سازگار نیست و چنین انحصارهایی فقط در اساسنامه سازمان‌های امنیتی و نظامی به چشم می‌خورد. محدودیت‌ها و حقوق رسانه‌ای صداوسیما نیز نامشخص است. در مطبوعات مسئولیت مطالب منتشرشده با مدیرمسئول است و در حوزه کتاب، فیلم و دیگر کالاهای صوتی و تصویری نیز با دولت است که مجوز انتشار آن‌ها را صادر می‌کند؛ اما به وضعیت حقوق و حدود اختیارات صداوسیما نه در قانون اساسی و نه در اساسنامه سازمان اشاره نشده است. شاید به همین دلیل این سازمان هیچ‌گاه به دادگاه کشیده نشده است. مجلس ششم در همین زمینه برای تغییر اساسنامه صداوسیما تلاش ناموفقی داشت. مصوبه این مجلس صداوسیما را ملزم می‌کرد که در صورت توهین، افترا و پخش مطالب غیرواقع، پاسخ‌شخص ذی‌نفع را پخش کند (مشابه قاعده‌ای که در مطبوعات رعایت می‌شود)؛ اما این قانون با مخالفت شورای نگهبان روبه‌رو شد. مجمع تشخیص مصلحت نظام در ۲۳ خرداد ۱۳۸۸ یک روز پس از انتخابات ریاست‌جمهوری دهم این تغییر را در اساسنامه صداوسیما ایجاد کرد و مراحلی را نیز برای شکایت از سازمان در صورت استکفاف از پخش جوابیه پیش‌بینی کرد. البته ناگفته نماند که ابزار رسانه یکی از قوی‌ترین ابزار در دست قدرت‌های سیاسی هر کشور است و این قدرت دست هر گروهی باشد، حرف اول را در آن کشور می‌زند به دلیل هرج‌ومرج نشدن در کشور در برخی موارد در تمام کشورهای دنیا محدودیت‌های را در نظر می‌گیرند.

نظام رادیو و تلویزیون در کشورهای اسکاندیناوی به دلیل استقلال، تنوع محتوا و حمایت از آزادی بیان، به عنوان یکی از موفق‌ترین نمونه‌ها در جهان شناخته می‌شود. این رسانه‌ها نه تنها به عنوان نهادهای اطلاع‌رسانی عمل می‌کنند، بلکه نقش مهمی در

تقویت فرهنگ و جامعه دارند.

با عنایت به نتایج حاصله پیشنهادهایی نیز ارائه شده است:

۱. پیشنهاد می‌شود با توجه به اقبال عمومی به رسانه‌های اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی و با عنایت به حذف برخی از مطالب ارزشی ملت ایران و مسدودسازی حساب‌های کاربری ایرانیان از سوی اینستاگرام، فیس‌بوک، توئیتر و... سازوکارهای حقوقی و پیگیری شکایات در این موارد اندیشیده شود و از سوی دیگر، رسانه‌هایی در داخل ایجاد شوند که توان رقابت با رسانه‌های اینترنتی مزبور را داشته باشند؛


۲. ایجاد یک نهاد تنظیم‌گر رسانه با مشارکت ذی‌نفعان به منظور اداره امور رسانه و نظارت بر این حوزه و همچنین مسدودسازی ضابطه‌مند با حفظ آزادی بیان و رسانه که مورد تأکید اصل ۱۷۵ قانون اساسی است؛


۳. نظارت قضایی محاکم از جمله دیوان عدالت اداری بر تصمیمات اتخاذ شده از سوی نهاد تنظیم‌گر و امکان تظلم‌خواهی از آن بر اساس اصول ۱۷۰ و ۱۷۳ قانون اساسی. در این زمینه نیازمند قانون‌گذاری متناسب با این حوزه هستیم؛

## تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

### Orcid

Omid Ali Masoudi  <https://orcid.org/0000-0003-2491-3288>

Khatereh Asadi  <https://orcid.org/0009-0008-9467-2890>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی



## منابع و مآخذ

- احمدوند، بهناز و انصاری، باقر (۱۴۰۲). حق پاسخ در رسانه در پرتو مطالعات تطبیقی و حقوق ایران. مجله حقوقی دادگستری، (۴).  
<https://doi.org/10.22106/jlj.2024.2019968.5723>
- اسماعیلی، محسن (۱۴۰۱). حق بر آگاهی به‌مثابه حق اساسی مخاطب. پژوهش‌های ارتباطی، (۱۱۱).  
<https://doi.org/10.22082/cr.2022.555784.2371>
- اقتصاد نیوز (۱۳۹۶). شرایط حق پخش تلویزیونی فوتبال در کشورهای مختلف. سایت اقتصاد نیوز به شماره خبر کدخبر: ۵۴۰۲۸۱ و تاریخ ۱۳۹۶/۶/۱۳. دریافتی در تاریخ ۱۳۹۷/۳/۱۵ از نشانی:  
<https://www.eghtesadnews.com/fa/tiny/news-182045>
- اکرمی، خدیجه (۱۴۰۱). سانسور در رسانه‌ها: آزادی در برابر مسئولیت با تأکید بر نظام حقوق ایالت متحده آمریکا. مطالعات حقوق عمومی، ۲(۲) ۱۳۴۰-۱۳۱۹.  
<https://doi.org/10.22059/jpls.2021.299084.2354>
- امیرحسینی، امین و برزویی، محمدرضا (۱۳۹۵). عوامل رافع مسئولیت مدنی رسانه‌های جمعی در نظام حقوقی ایران. مطالعات فرهنگ ارتباطات، ۱۷(۳۶)، ۲۹-۵۱.  
doi: 10.22083/JCCS.2017.46334
- بیران، صدیقه، خانیکی، هادی و آطاهریان، محبوبه (۱۳۹۴). منشور اخلاق حرفه‌ای در رسانه‌ها. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۱۰(۴)، ۷-۱۶.  
doi: 10.22083/JCCS.2017.46334
- بیدالله خانی، آرش و کهرازه، یاسر (۱۳۹۷). شورای نوردیک: مبانی منطقه‌گرایی توسعه محور اجتماعی بر مبنای ادراک و تصویرسازی مثبت جهانی. مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۴(۸۰-۹۵).
- تقی‌آبادی، مسعود و تقی‌آبادی، حمید (۱۴۰۱). نفرت‌پراکنی جنسیتی آن این در شبکه‌های اجتماعی. پژوهش‌های ارتباطی، ۲۸(۲)، ۱۷۵-۲۰۹.  
<https://doi.org/10.22082/cr.2021.526613.2161>
- حبیب‌نژاد، سید احمد و عامری، زهرا (۱۴۰۰). بررسی تطبیقی نظام‌های حقوقی مقابله با اخبار جعلی در زمان انتخابات با نگاهی به ایران. مجلس و راهبرد، ۲۸(۱۰۸)، ۱۱۷-۱۴۴.  
<https://doi.org/10.22034/mr.2021.4074.4070>
- رستمی خوراسگانی، اکبر (۱۴۰۱). حقوق رسانه، آزادی بیان و حقوق بشر. جامعه‌شناسی ارتباطات، ۲(۸).
- سفارت جمهوری اسلامی ایران در دانمارک (۲۰۲۲). آشنایی با رسانه‌های گروهی دانمارک، در نشانی اینترنتی:  
<http://www.iran-embassy.dk/intro-dk-massmedia.html>
- ضیایی، سید یاسر و طباحی مقمانی، جواد (۱۳۹۰). حق پاسخگویی در رسانه از منظر حقوق بین‌الملل و حقوق ایران (مقاله علمی وزارت علوم). پژوهش‌های حقوق تطبیقی، ۱۵(۴).
- غلامی، محسن و حکاک‌زاده، محمدرضا (۱۴۰۱). تبلیغات خصمانه در نظام آزادی رسانه‌ها در چارچوب حقوق بین‌الملل. پژوهش‌نامه رسانه بین‌الملل، (۹).

فضلی پور رفعت، خدیجه (۱۳۹۷). حسن نیت و رفتار منصفانه در عصر مذاکرات الکترونیکی. فصلنامه تخصصی حقوق علم و وکالت، ۲، ۱۴۶-۱۶.

کاتوزیان، ناصر (۱۳۸۳). مبانی حقوق عمومی. تهران: انتشارات میزان.

مشهدی، علی (۱۳۹۲). درآمدی بر حقوق مجوزهای دولتی. تهران: انتشارات خرسندی.

مطلبی، داریوش (۱۳۸۶). حق مؤلف در محیط دیجیتال. فصلنامه علمی و پژوهشی مطالعات ملی کتابداری و سازمان‌دهی اطلاعات، (۲).  
<https://doi.org/10.22059/jcl.2016.58609>

مقیم، مریم، و خانیکی، هادی (۱۳۹۹). تحلیل گفتمان انتقادی ابعاد سه‌گانه نفرت پراکنی علیه زنان در اینستاگرام. مطالعات رسانه‌های نوین.  
<https://doi.org/10.22054/nms.2021.55300.1047>

مک کوبیل، دنیس (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه ارتباط‌جمعی. ترجمه پرویز اجلالی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

نجارها، حسن (۱۴۰۱). ابعاد حقوقی مسئولیت مدنی و حق پاسخگویی رسانه‌ها در ایران، ۲ (۴).

نوروزی، کامبیز (۱۳۹۷). بررسی حقوقی دستور قضایی مسدودسازی تلگرام. وب‌سایت انصاف.

ولی‌زاده، محمدجواد (۱۳۹۵). حقوق رسانه زیارت. مدیریت رسانه، (۱۸).

ویژه، محمدرضا و طاهری، آزاده سادات (۱۳۹۰). تحلیلی بر قانون «انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات» در پرتوی اصول کلی حاکم بر دسترسی به اطلاعات. فصلنامه حقوق و پژوهش، ۱۳ (۳۵)، ۲۶۸-۲۷۳.

هداوند، مهدی (۱۳۸۹). حقوق اداری تطبیقی. (جلد دوم)، تهران: انتشارات سمت.

هداوند، مهدی، آقایی طوق، مسلم (۱۳۸۹). دادگاه‌های اختصاصی اداری در پرتو اصول و آیین‌های دادرسی منصفانه حقوق ایران و مطالعه تطبیقی. تهران: انتشارات خرسندی.

هراتی، علی‌اکبر، ظاهری، علی، احمدی، علی، صلح چی، محمدعلی (۱۴۰۲). چالش‌های خبر جعلی از منظر حقوق. پژوهش‌های ارتباطی، ۳۰ (۱۱۴)، ۹-۳۱.

یوسف، مهدی و حسینی، سید علیرضا (۱۳۹۵). قواعد فقهی «حقوق مخاطب در تبلیغات رسانه». فقه و حقوق معاصر، ۲ (۳).

Yusuf, Mahdi; Hosseini, Seyyed Alireza (2015) Jurisprudential rules “audience rights in media advertising”. Magazine: Contemporary jurisprudence and law, second year, (3).

Krattenmarker, T. (2004). Some Thoughts On Competition, Regulation Of The FTC and the FCC. Telecommunication law and Policy Journal.

[https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public\\_events/FTC%2090th%20Anniversary%20Symposium/040916krattenmaker.pdf](https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_events/FTC%2090th%20Anniversary%20Symposium/040916krattenmaker.pdf)

Mendel, T. (2010). Restricting Freedom of Expression: Standards and Principles, March 2010: <http://>

[www.law-democracy.org/wp-content/uploads/2010/07/10.03.Paper-on-Restrictions-on-FOE.pdf](http://www.law-democracy.org/wp-content/uploads/2010/07/10.03.Paper-on-Restrictions-on-FOE.pdf)

Brock, G. & Katz, M. (1997). "Regulation to Promote Competition. Information Economics and Policy, 9, Issue 2, 103-117.

Ofcom Strategic Review of Telecommunication. (2005). Phase 2, Consultation Document, Policy Annexes.

Ofcom Identifying Appropriate Regulatory Solution: Principals For Self and Co-Regulation, 2008,

Rowan, Solene (2017), The New French Law of Contract, International and Comparative Law Quarterly, vol 66, 805-831.

Smits, Jan, Calomme (2016), Legal Developments The Reform of The French Law Of Obligations, Sage Journals, Volume 23, issue 6, 10401050.

Sund-Norrgård, Petra, Kolehmainen, Antti, Onerva-Aulikki Suhonen, Onerva-Aulikki (2014), The Principle of Loyalty and Flexibility in Contracts, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2406905> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2406905>

Tosato, Andrea (2016), Commercial Agency and the Duty to Act in Good Faith , Oxford Journal of Legal Studies, VOL36, No3 , 1-35

Adler, Nanci, Witness to Witness War correspondents and the International Criminal Tribunal for the former Yugoslavia, Netherlands, December 21, 2010 Beman, Lamar Taney, Selected Articles on Censorship on Speech and the Press, The H.W. Wilson Company (1930)

Leslie, Gregg P(ed)., The First Amendment Handbook, Reporters Committee for Freedom of The Press, 7th Edition, 2011

Solove, Daniel J., The Digital Person: Technology And Privacy In The Information Age, New York University Press, 2004

Banisar, David, "Freedom Of Information And Access To Government Record Laws Around The World", The Freedominfo.Org Global Survey (May 2004)

Burnet, David; Thomas, Richard. "Spy catcher: The Commodification of Truth". Journal of Law and Society. Vol. 16, No. 2. (1989)

Cristi, Georg c., "Defamatory Opinion and The Restatement Second of Torts", Duke University Law Journal, vol 75, (1977)

Metcalfe, Daniel J. "The Presidential Executive Order on the Freedom of Information Act". 4th International Conference of Information Commissioners, (23 May 2006)

Miranda, Patricia, "Compulsory Licensing of Journalists: Protection or Restraint? A Discussion on the Inter-American Court of Human Rights' Advisory Opinion on the Costa Rica Case", Paper presented at the Annual Meeting of the Asociation for Education in Journalism and Mas Communication (71st, Portland, July 2-5, 1988)

Smith, Norman, "Pearson, people, and the press", 29 Int'l J. 3791 5 1974,

- Southern, Supt. A. J., "Help! - The Press", 39 Police J. 246, (1966)
- Thomas Jefferson letter to Colonel Charles Yancey, January 6, 1816.in Ford, Paul L. (ed.) , The Writings of Thomas Jefferson, vol. 10, (1899) 38. Vance, W. R., "Freedom Of Speech And Of The Press", 2 MINN. L. Rev. 239 (1918)
- Goodwin V. The United Kingdom, (Application no. 17488/90), , (27 March 1996)
- Prosecutor V. Radoslav Brdjanin And Momir Talic, Decision On Motion To Set Aside Confidential Subpoena To Give Evidence, (7 June 2002) , (ICTY)
- Compulsory Membership in an Association Prescribed by Law for the Practice of Journalism (Arts. 13 and 29 of the American Convention on Human Rights), Advisory Opinion OC-5/85, November 13, 1985, Inter-Am. Ct. H.R. (Ser. A) No. 5 (1985)
- Advisory Opinion OC-8/87, January 30, 1987, Inter-Am. Ct. H.R. (Ser. No. 8 (1987)
- St. Elizabeth Home Society v. Hamilton (City) , 2008 ONCA 182, (March 17, 2008), (Ontario Court of Appeal)
- Department of Justice v. Reporters Committee, 489 U.S. 749 (1989), (Supreme Court of The United State)
- Gertz v. Robert Welch, INC., 418 U.S. 323 (1974), (Supreme Court of The United State)
- Smith V. California ,361 U.S. 147, (Decided December 14,)9591 , (Supreme Court of The United State)
- Jenkins V. Georgia ,418 U.S. 153, (Decided June 24, 1974). (Supreme Court of The United State)
- Solano v. Playgirl, 01-55443, (Decided: June 13, 2002). (Supreme Court of The United State)
- Florida Star. B.J.F., 491 U.S. 524. (1989). (Supreme Court of The United State) Campbell v Mirror Group Newspapers Ltd, SESSION2004] ,2003-04 ] UKHL 22
- George H. Brown Vs. John H. Harrington. 95 N.E. 655 ,. (March 8, 1911. May 18, 1911), (Supreme Judicial Court Of Massachusetts. Middlesex)
- African Union (AU) Convention on Preventing and Combating Corruption, (11 July 2003)
- Classified List Of Extant Post-1922 Acts In Ireland Prepared By The Law Reform Commission December 2010, Law Reform Commission17.. of the Constitution Republic Of Palau, January 28 - April 2, 1979
- .Criminal Code in the version promulgated on 13 November 1998, Federal Law Gazette [Bundesgesetzblatt] I p. 3322, last amended by Article 3 of the Law of 2 October 2009, Federal Law Gazette I.
- Report by Open Net Initiative on Thailand, (07/Aug/2)210
- Strasser, Steven, Registering Reporters: How Licensing of Journalists Threatens Independent News Media, Wire and Electronic Communications Interception and Interception of Oral Communications, 18 U.S.C. 2510-2522 (19)99
- Sweden .se. (2020). Swedish mass media; Fact Sheet .http://www.sweden.se/templates/cs/Fact-sheet-15670.aspx

Government info. (2005). Act no. 127 of 4 December 1992 relating to Broadcasting, unofficial translation. In: [http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/dok/lover\\_regler/reglement/2005/broadcasting-act.html](http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/dok/lover_regler/reglement/2005/broadcasting-act.html)

Wikipedia (2012). Media of Norway :nl  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Media\\_of\\_Norway](http://en.wikipedia.org/wiki/Media_of_Norway)

Ahmadvand, Behnaz, Ansari, Bagher. (2023). The right of reply in the media in the light of comparative studies and Iranian law. *Justice Journal*, (4). <https://doi.org/10.22106/ijl.2024.2019968.5723> [In Persian]

Esmaili, Mohsen. (2022). The right to know as the fundamental right of the audience. *Communication Research*, (111). <https://doi.org/10.22082/cr.2022.555784.2371> [In Persian]

Eghtesad News (2017). The conditions of the right to broadcast football television in different countries. Ekhtaz news website with news number code: 540281 and date 6/13/1396. Received on 3/15/1397 from address: 182045 <https://www.eghtesadnews.com/fa/tiny/news->

Akrami, Khadijah. (2022). Censorship in the media: freedom against responsibility with an emphasis on the legal system of the United States of America. *Public Law Studies*, 2(2) 1340-1319. <https://doi.org/10.22059/jpls.2021.299084.2354> [In Persian]

Amirhosseini, Amin, Barzoui. (2016). Factors that reduce the civil responsibility of mass media in Iran's legal system. *Journal of Communication Culture Studies*. 17(36), 29-51. doi: 10.22083/JCCS.2017.46334 [In Persian]

Bebran, Siddiqa; Khaniki, Hadi and Ataharian, Mahbubeh. (2015). Charter of professional ethics in the media. *The Quarterly Journal of Ethics in Science and Technology*, (4)20.1001.1.22517634.1394.10.4.3.0dor: [In Persian]

Barzegarzadeh, Abbas; Khodarahm, Mohammadpour. (2015). Principles and principles governing media advertising from the perspective of international law. *Legal news, legal magazine*, (1) [In Persian]

Bidullah Khani, Arash Kohraze, Yaser. (2017). Nordic Council; The basics of social development regionalism based on global positive perception and imagery, *Iran Social Development Studies*, 4, 80-95. [In Persian]

Paknit, Majid. (2022). Quranic solutions to face the national media with fake news. Master's thesis. Azerbaijan Nilofari Institute of Higher Education, Department of Psychology [In Persian]

Taghiabadi, Massoud; Hamid, Taghiabadi. (2021). Gender-based hate speech in social networks. *Communication Research*, 28(2), 175-209. <https://doi.org/10.22082/cr.2021.526613.2161> [In Persian]

Habibnejad, Seyyed Ahmad; Zahra, Ameri. (2021). Comparative study of legal systems to deal with fake news during elections with a look at Iran. *Majlis-varahbard*, 28 (108), 117-144. <https://doi.org/10.22034/mr.2021.4074.4070> [In Persian]

Hekmati, Mehdi. (2019). Civil responsibility of publishers of fake news in the media. Master's degree, Tolo Mehr Institute of Higher Education - Qom, Department of Law [In Persian]

Received on 23/3/1397 from the address: <http://www.ensafnews.com>111664

- Rostami Khorasgani, Akbar. (2022). Media rights, freedom of expression and human rights. Journal: *Sociology of Communication*, second term - number 8 [In Persian]
- Embassy of the Islamic Republic of Iran in Denmark (2022). Familiarity with Danish mass media, at the Internet address: <http://www.iran-embassy.dk/intro-dk-massmedia.html>
- Ziyai, Seyyed Yasser; Javad, Tabakhi Mamqani. (2018). The right to respond in the media from the perspective of international law and Iranian law (scientific article of the Ministry of Science). *Comparative law studies of the 15th year*. Number 4 (74 in a row) [In Persian]
- Gholami, Mohsen; Hakakzadeh, Mohammadreza. (2022). Hostile advertisements in the media freedom system in the framework of international law. Magazine: *Research Journal of International Media*, (9) [In Persian]
- Fatahi Zafarqandi, Ali. (2016). Getting to know the concepts of public law: examining the concept of justice. *Research report. Office of Islamic System Development Studies, Guardian Council Research Institute*. [In Persian]
- Faizipour Rifat, Khadijah. (2017). Good faith and fair behavior in the era of electronic negotiations, Specialized Quarterly Journal of Law, Science and Advocacy, 2, 146-168. [In Persian]
- Qazi, Abulfazl. (2001). Basic rights and political institutions. Tehran: Tehran University Press. [In Persian]
- Katouzian, Nasser. (2003). Basics of public law. Tehran: Mizan Publications. [In Persian]
- Mashhadi, Ali. (2013). Income from government license fees. Tehran: Khorsandi Publications. [In Persian]
- Melabi, Dariush (2007). Copyright in the digital environment. *Scientific and Research Quarterly of National Library and Information Organization Studies*. Number 2 <https://doi.org/10.22059/jcl.2016.58609> [In Persian]
- Moghimi, Maryam; Hadi, Khaniki (2019) Critical discourse analysis of the three dimensions of spreading hate against women on Instagram. *New media studies*, [In Persian]
- McQuail, Dennis (2003). An introduction to mass communication theory. Translation: Parviz Ajjali. Tehran: Media Studies and Research Center. [In Persian]
- Najarha, Hassan. (2022). Legal aspects of civil responsibility and media accountability in Iran, 2(4). [In Persian]
- Nowrozi, Kambyz. (2018). Legal review of the judicial order to block Telegram. Insaf website. [In Persian]
- Valizadeh, Mohammad Javad. (2016). Ziarat media rights. *Media Management* (18). [In Persian]

## مطالعه تطبیقی حقوق رسانه در پرتو قوانین ایران

Vijeh, Mohammad Reza; Taheri Azadeh Sadat. (2013). An analysis of the law "Publication and free access to information" in the light of the general principles governing access to information, *Law and Research Quarterly*, 13(35). [In Persian]

Hadavand, Mehdi. (1389). *Comparative Administrative Law (Volume II)*, Tehran: Side Publications. [In Persian]

Hadavand, Mehdi; Aghaei Towq, Muslim. (2010). *Dedicated administrative courts in the light of principles and fair procedures of Iranian law and a comparative study*, Tehran: Khorsandi Publications. [In Persian]

Herati, Ali Akbar, Zahiri, Ali Reza, Ahmadi, Ali, Saleh Che, Mohammad Ali. (2023). Challenges of fake news from the perspective of law. *Communication Research*, 30(114), 9-31. [In Persian]



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

