



دوره اول، شماره اول، بهار و تابستان ۱۴۰۲

صفحات ۱۱۰ تا ۱۴۷ (مقاله پژوهشی)

مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی در قلمرو آزادی بیان با تأکید بر نظام حقوقی ایران

دکتر علی اکبر نصیری خلیلی^۱ (نویسنده مسئول)

دکترای حقوق عمومی، واحد دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی، دامغان، ایران

محمدسعید یعقوبی گلوردی

کارشناسی ارشد حقوق خصوصی، واحد بهشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بهشهر، ایران

چکیده

از آنجا که برخی رسانه‌ها، در فعالیت‌های خود مرتکب اعمالی می‌شوند که از لحاظ قوانین جاری کشور، جرم تلقی می‌شود، پرداختن به مسئولیت مدنی رسانه‌ها، نه تنها می‌تواند منجر به پویایی و رشد آن‌ها شود، بلکه سبب خواهد شد تا افراد زیان‌دیده از اقدامات رسانه‌ها، بتوانند راحت‌تر و شفاف‌تر خسارات وارده به خود را مطالبه کنند که نتیجه آن سوای از حفظ معنی واقعی آزادی بیان، رضایت‌مندی عموم مردم جامعه را نیز در پی خواهد داشت. هدف پژوهش حاضر مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی در قلمرو آزادی بیان با تأکید بر نظام حقوقی ایران می‌باشد که با روش توصیفی-تحلیلی انجام شده است. نتایج نشان داد که آزادی بیان در رابطه با رسانه اهمیت فراوانی دارد و مقنن سعی کرده است که این دو مبنا را در مسئولیت رسانه‌ها در نظر بگیرد. نظریه تقصیر نارسایی‌هایی نیز دارد به‌طوری‌که اثبات تقصیر در مواردی دشوار است و این باعث رنج زیان‌دیده است.

واژگان کلیدی: رسانه‌های همگانی، مسئولیت مدنی، قلمرو آزادی بیان، آزادی بیان، نظام حقوقی

مقدمه

رسانه‌ها نیز به لحاظ کارکردهای متفاوت و عمومی بودن، چنانچه شخصی را اعم از حقوقی یا حقیقی یا دولتی یا خصوصی متحمل زبانی نمایند، قطعاً جبران زیان وارده به لحاظ گستردگی حوزه زیان کاری سخت و بسیار دشوار خواهد بود. علاوه بر آن، سعی جوامع متمدنی و مخصوصاً دارای مبانی اسلامی و دینی نیز بر این باید تعلق یابد که فعالیت رسانه را مضیق ننموده و راه را برای دانستن و آگاهی مردم فراهم آورند به همین لحاظ مراجع رسیدگی به جرائم رسانه‌ای عمدتاً محاکمی استثنائی هستند.

با عنایت به نقش بسیار مهم و غیرقابل انکار رسانه‌های همگانی در دنیای امروز که با تکنیک‌های رسانه‌ای می‌توانند در روند دادرسی‌های قضایی اختلال ایجاد کنند، تبیین مسئولیت رسانه‌های همگانی ناشی از اختلال در رسیدگی‌های قضایی، امر مهمی است. حق آزادی بیان و اطلاعات در تزامن با حق آزادی در زندگی خصوصی و حفظ اسرار، دارای محدودیت می‌شود. لازمه فعالیت‌های اقتصادی از جمله تبلیغات، عدم ورود زیان به دیگران است و در صورت ورود ضرر عامل آن ملزم به جبران می‌باشد. مبنای مسئولیت برای رسانه در عرصه تبلیغات نظریه نوین تقصیر است یعنی خروج از رفتار متعارف و فقدان قصد، رافع مسئولیت نیست. ارکان مسئولیت شامل سه رکن تقصیر، ضرر و رابطه سببیت می‌باشد و از مهم‌ترین مصادیق تقصیر تبلیغاتی رسانه‌ها هتک حرمت، نقض حریم خصوصی، تبلیغات زیان‌آور و نقض علائم تجاری می‌باشد، که اگر هر یک از این تقصیرها از سوی رسانه رخ دهد با جمع شرایط دیگر (ورود ضرر و رابطه سببیت) منجر به مسئولیت رسانه خواهد شد. به همین جهت به

لحاظ حفظ صیانت از رسانه‌ها و اهداف مترقی آن به‌عنوان رکن چهارم دموکراسی در دنیای حاضر مسئله مطبوعات و نحوه برخورد با جرائم این بخش، از چالش‌های فرهنگی، به یکی از دغدغه‌های اصلی تبدیل شده است و ضرورت بازنگری به سازوکارهای قانونی و ساختارهای نظارتی در این حوزه نظیر هیئت نظارت بر مطبوعات و دادگاه‌های مطبوعاتی و قوانین حاکم بر این بخش بیش‌ازپیش احساس می‌شود.

از آنجا که برخی رسانه‌ها، در فعالیت‌های خود مرتکب اعمالی می‌شوند که از لحاظ قوانین جاری کشور، جرم تلقی می‌شوند، قانون‌گذار محترم نیز، با تأسی از نویسندگان حقوقی، عمده تلاش خود را معطوف به تصویب قوانین در حوزه مسئولیت کیفری رسانه‌ها کرده و از پرداختن به مسئولیت مدنی آنان غافل مانده است. پرداختن به مسئولیت مدنی رسانه‌ها، نه تنها می‌تواند منجر به پویایی و رشد آن‌ها شود، بلکه سبب خواهد شد تا افراد زیان‌دیده از اقدامات رسانه‌ها، بتوانند راحت‌تر و شفاف‌تر خسارات وارده به خود را مطالبه کنند که نتیجه آن سوی از حفظ معنی واقعی آزادی بیان، رضایت‌مندی عموم مردم جامعه نیز می‌باشد.

۲- مبانی و مفاهیم

۲-۱- مسئولیت مدنی

مسئولیت مدنی، از اصطلاحات علم حقوق بوده و به این معناست که هرکسی نسبت به اعمالی که عمداً یا در نتیجه بی‌احتیاطی به جان یا سلامتی، مال یا آزادی، حیثیت و یا شهرت تجاری دیگری لطمه‌ای وارد کند، چه مادی و چه معنوی مسئول است و خسارت ناشی از عمل خود را نیز باید جبران کند. یکی

از عوامل مؤثر در مسئولیت مدنی، جنبه اخلاقی مدعی علیه است. مسئولیت مدنی عبارت از جبران ضرر و زیان و خسارت به دیگری است که این مسئولیت براساس رابطه‌ای دینی بین زیان‌دیده از جرم و زیان‌زننده ایجاد می‌شود. بر این اساس، شخص به جبران خسارتی که به دیگران وارد می‌کند، ملزم می‌شود و در حقیقت این الزام، ناشی از عمل منتسب و مرتبط به او، نسبت به دیگری است (قاسم‌زاده، ۱۳۷۸: ۲۰).

بنابراین مسئولیت مدنی عبارت است از: «الزام و تعهد قانونی شخص به جبران ضرر و زیانی که در نتیجه عمل مستند به او، به دیگری وارد شده است». منشأ التزام و تعهد ممکن است اراده و قرارداد متعهد باشد که به تعهد ارادی یا قراردادی تعبیر می‌شود و یا ممکن است، قانون باشد که چنین تعهد و التزامی ضمان قهری یا مسئولیت مدنی به معنای خاص گفته می‌شود که به مناسبت انجام فعل زیان‌بار نسبت به دیگری، قانون انجام دهنده فعل زیان‌بار را ملزم به جبران خسارات وارده می‌کند. در نتیجه مراد از مسئولیت مدنی، التزام و تعهدی است که متعهد به مناسبت انجام فعل زیان‌بار به حکم قانون موظف به انجام آن است و به اراده او این تعهد ایجاد نشده است. مسئولیت داشتن یا پاسخگو بودن به مقتضای شیوه و چگونگی پاسخگویی و هم‌چنین با توجه به مقام پرشش‌کننده یا مواخذه‌کننده، به مسئولیت مدنی، اخلاقی، کیفری و قراردادی تقسیم می‌شود (بابایی، ۱۳۹۹: ۱۳).

۲-۲-۱ ارکان مسئولیت مدنی

مسئولیت مدنی در اصل ناشی از بی‌مبالاتی اشخاص است ولی برای تحقق مسئولیت مدنی وجود سه رکن ضروری است.

۱- وجود ضرر: هدف از قواعد مسئولیت مدنی، جبران ضرر است لذا وجود ضرر به‌طور طبیعی مقدم بر جبران آن خواهد بود. در ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی در این باره چنین آمده است:

«هرکس بدون مجوز قانونی، لطمه‌ای وارد کند که موجب ضرر مادی یا معنوی دیگری شود، مسئول جبران خسارت ناشی از عمل خود می‌باشد».

۲- ارتکاب فعل زیان‌بار یا نامشروع: ایراد ضرر به دیگری باید با فعل نامشروع انجام گیرد، تا قابل جبران باشد، در این باره نیز ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی چنین می‌گوید: «هرکس بدون مجوز قانونی، فعلی انجام دهد که موجب زیان دیگری شود، ضامن است». اما در صورتی که فعل مشروع باشد مثل دفاع مشروع، اگر موجب خساراتی شود، مسئول خسارات نخواهد بود؛ همان‌طوری که ماده ۱۵ قانون مسئولیت مدنی نیز مؤید آن است.

۳- رابطه سببیت: صرف وجود ضرر و ارتکاب عمل نامشروع موجب جبران خسارت نمی‌شود و باید بین ضرر وارده، عامل و فعل زیان‌بار، رابطه سببیت احراز شود به‌طوری که عرف نیز به آن شهادت دهد (عمید زنجانی، ۱۳۸۲: ۵۷).

۲-۳ رسانه‌های همگانی

«رسانه‌های همگانی عبارت‌اند از تمام ابزارهای غیرشخصی ارتباط که بدان وسیله پیام‌های بصری و یا سمعی به شکل مستقیم به مخاطبان انتقال می‌یابند.

تلویزیون، رادیو، سینما، روزنامه‌ها، مجلات، کتاب‌ها و تابلوهای آگهی همه در زمره رسانه‌های همگانی هستند (گولد و کولب، ترجمه کیا و همکاران، ۱۳۷۶: ۴۳۶ و ۴۳۷). «روزنامه‌ها، نشریات ادواری و مجلات از پایان قرن هجدهم به بعد در غرب رواج یافتند. گسترش رسانه‌های همگانی متکی بر اسناد چاپی، به‌زودی با ارتباطات الکترونیکی همراه گردید. با پیدایی رادیو و تلویزیون امروزه جوامعی که از تأثیر رسانه‌های همگانی برکنار مانده باشند، حتی در میان فرهنگ‌های سنتی‌تر، بسیار معدودند. هم‌چنین ارتباطات الکترونیکی نظیر دسترسی به اینترنت از طریق کامپیوتر نیز حتی در دورافتاده‌ترین نواحی کشورهای جهان سوم امری عادی است.

اصطلاح رسانه‌های همگانی مختصر شده کلمه رسانه‌های ارتباط همگانی است که به دلیل دو ویژگی عمده یعنی وسایل فنی ارسال پیام و دیگری مخاطب داشتن، این نام را به خود گرفته است. ج.د. ویب دو خصوصیت و مشخصه اساسی برای رسانه‌های همگانی را یکی هزینه پائین آن‌ها می‌داند به‌طوری‌که برای اکثر افراد از لحاظ مادی قابل دسترس است و دیگر آن‌که از آنجایی که تعداد زیادی از مردم و یا اکثریت آن‌ها را در برمی‌گیرد، همگانی تلقی می‌شود. لوئیس ورث نیز معتقد است رسالت رسانه‌های ارتباط همگانی از حد علایق گروه‌های خاص فراتر رفته و توجهشان به‌سوی جذب توده‌ها معطوف است (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۳۸۸).

۲-۴- کارکردهای رسانه‌های همگانی

وسایل ارتباط جمعی یا رسانه‌های همگانی در زمینه‌های متعددی همچون علوم اطلاع‌رسانی و خبررسانی، گذراندن اوقات فراغت، تبلیغات تجاری و سیاسی و... مورد استفاده قرار می‌گیرند اما سه وظیفه عمده آن‌که مورد بررسی اندیشمندان علوم ارتباطات قرار می‌گیرند عبارت‌اند از:

۱. وظایف خبری و آموزشی: جامعه‌شناسان معتقدند که وسایل ارتباط جمعی با پخش اطلاعات و معلومات جدید به موازات کوشش معلمان و استادان، وظیفه آموزشی انجام می‌دهند و دانستنی‌های علمی، فرهنگی و اجتماعی مردم را تأمین می‌کنند.

۲. وظایف راهنمایی و رهبری: رسانه‌های گروهی با گسترش اندیشه‌های نو، وجدان اجتماعی افراد را بیدار می‌سازند و به این طریق مبارزه با بی‌سوادی، گسترش رفاه اجتماعی از طریق آگاهی دادن و آماده‌سازی افراد برای دفاع از حقوق فردی و اجتماعی‌شان، تأثیر بسزایی در توسعه جوامع دارند.

۳. وظایف تفریحی و تبلیغی: جامعه‌شناسان معتقدند در دنیای کنونی و معاصر به دلیل فشار کار روزانه و زندگی ماشینی، انسان‌ها بیش از پیش نیاز به استراحت دارند از این رو یکی از رسالت‌های عمده تلویزیون و سینما و رادیو، پخش برنامه‌های شاد و متنوع و... است. روزنامه‌ها و مجلات نیز بخشی از مطالب خود را به صورت داستان، سرگرمی، جداول، حوادث و... برای سرگرم کردن افراد اختصاص می‌دهند. از طرف دیگر وسایل ارتباط جمعی به منافع صاحبان سرمایه نیز کمک می‌کنند و این امر گاه به میزان افراطی جلوه‌گر می‌شود به طوری که وسایل ارتباط جمعی به وسایل تبلیغاتی بدل می‌گردند. زیرا دائماً مردم را به

خرید و مصرف هرچه بیشتر کالاهای غیرضروری ترغیب می‌نمایند. اندیشمندان علوم ارتباطات معتقدند که چون در برخی کشورها وسایل ارتباط جمعی به صورت ابزاری با تأثیر بسیار در دست قدرت‌های صنعتی صاحبان سرمایه و گروه‌های سیاسی قرار می‌گیرد، لزوماً کنترل آن در جهت تأمین منافع عمومی و مطلوب جامعه باید مدنظر قرار گیرد (غفاری و زمانی، ۱۳۹۷: ۱۰۲).

۲-۵- منابع اختصاصی مسئولیت مدنی رسانه

در حوزه فعالیت‌های رسانه‌ای، تاکنون قوانین مختلفی در کشور به تصویب رسیده است که در برخی از آن‌ها به صورت موردی به مسئله مسئولیت مدنی ناشی از فعالیت‌های رسانه‌ای پرداخته است. در این مبحث تلاش خواهد شد تا به قوانین مربوط به این حوزه، با نگاه به مصوبات مربوط به مسئولیت مدنی تبیین شود.

۲-۵-۱- قوانین مربوط به حوزه مطبوعات

مطبوعات از قبیل روزنامه‌ها، نشریات و... در اکثر کشورها، پرمخاطب‌ترین رسانه است. گستره تحت پوشش این نوع رسانه‌ها سبب شده است تا افراد بسیاری با این نوع رسانه در ارتباط باشند و به همین دلیل بخش عمده‌ای از قوانین حوزه رسانه به این نوع رسانه‌ها اختصاص یافته است. اولین قانون مطبوعات در سال ۱۲۸۶ در مجلس شورا به تصویب رسید که در مقدمه این

قانون آمده بود: «موافق اصل بیستم از قانون اساسی، عامه مطبوعات غیر از کتب ضلال و مواد مضره به دین مبین، آزاد و ممیزی در آن‌ها ممنوع است، ولی هرگاه چیزی مخالف قانون مطبوعات در آن‌ها مشاهده بشود، نشر دهند، نویسنده بر طبق قانون مطبوعات مجازات می‌شود. اگر نویسنده معروف و مقیم ایران باشد، ناشر و طابع و موزع از تعرض مصون هستند. مقرر می‌شود طبع کتب و روزنامه‌های و اعلانات و لوایح در تحت قوانین مقرر ذیل که از برای حفظ حقوق عموم و سد ابواب مضار از تجاوزات ارباب قلم و مطبوعات وضع می‌شود، آزاد است هرکس بخواهد مطبوعه دایر نماید یا کتاب و جریده و اعلاناتی به طبع برساند یا مطبوعات را بفروشد، باید بدو عدم تخلف از فصول این قوانین را نزد وزارت معارف به التزام شرعی ملتزم و متعهد شود».

ماده ۱۰ قانون مذکور، در خصوص تعرض روزنامه به جایگاه شغلی افراد دولتی بیان می‌داشت: «هرگاه روزنامه و جریده نسبت به یکی از مأمورین دولتی یا به یکی از ادارات چیزی درج کرده باشد که به شغل ایشان بر بخورد، آنچه را که در توضیح و رد ایراد آن شخص یا آن اداره نزد مدیر روزنامه بفرستد، باید بدون تأخیر و تحریف در ستوان اول نمره آتیه روزنامه درج کند».

۲-۵-۲- آئین‌نامه نویسندگان مطبوعاتی و خبرنگاران مصوب ۱۳۵۴/۶/۲۲

از لحاظ ماده یک آئین‌نامه مذکور، نویسنده مطبوعاتی شخصی است که به‌طور حرفه‌ای به کار نویسندگی یا ترجمه در روزنامه یا مجلات مشغول و دارای پروانه از وزارت اطلاعات و جهانگردی باشد. هم‌چنین به‌موجب ماده

۲، خبرنگار، نماینده روزنامه، مجله، خبرگزاری و یا مؤسسه‌ای است که به‌موجب پروانه صادره از طرف وزارت اطلاعات و جهانگردی به این سمت شناخته شده است. آئین‌نامه فوق، ضمن بیان شرایط لازم برای کسانی که می‌خواهند به حرفه خبرنگاری بپردازند، در مواد ۱۶ و ۱۷ به بیان مواردی اشاره نموده است که خبرنگاران حق ورود به آن‌ها را نداشته و در صورت، ۱۵ تخلف مشمول مجازات مقرر خواهند شد. نقل و نشر اخبار از مقامات انتظامی و نظامی و عکس‌برداری از مؤسسات نظامی و مکان‌هایی که با امنیت عمومی ارتباط دارد، تحریف مطالب مقامات رسمی، تهیه مطالب دروغ و تنظیم خبرهای نادرست با علم به نادرستی آن‌ها و مواردی که به‌موجب قانون مجازات عمومی نشر اکاذیب تلقی شود، افشای مسائلی که با حیثیت و عفت خانوادگی اشخاص منافات دارد و انتشار هر مطلبی که برخلاف قانون مطبوعات باشد، ممنوع بوده و خبرنگار در صورت تخلف از هریک از موارد یاد شده متخلف محسوب گردیده و مستوجب مجازات خواهد بود. حکم به مسئولیت مدنی خبرنگار یا رسانه متخلف در صورت ایراد خسارت مادی یا معنوی، امری بدیهی است (محمد زاده، ۱۳۹۵: ۱۰۹).

۲-۷- مبانی عمومی مسئولیت مدنی رسانه در آزادی بیان

یکی از بنیادی‌ترین حقوق وسایل ارتباط جمعی حق آزادی بیان می‌باشد. مسئله آزادی بیان، از منظر علوم مختلف از جمله فلسفه، سیاست، حقوق و اقتصاد مورد بررسی قرار گرفته است. در اینجا مقصود ما بررسی مفهوم حقوقی آزادی بیان می‌باشد. جان استوارت میل انگلیسی در کتاب خود به‌نام «رساله‌ای

درباره آزادی» می‌نویسد: «اگر در جامعه‌ای همه افراد عقیده واحدی داشته باشند و فردی عقیده دیگر، کسی حق ندارد آن فرد را خاموش کند، هم چنان که اگر او به قدرت می‌رسید، حق نداشت همه مردم را وادار به سکوت کند.» (ضمیران و عبادی، ۱۳۷۵: ۴۴).

در اصل ۱۸ قانون اساسی آلمان در خصوص آزادی بیان آمده است: «هر کس که از آزادی بیان و عقاید مخصوصاً آزادی مطبوعات، آزادی تعلیمات، آزادی اجتماعی، آزادی تشکیل مجامع و انجمن‌ها، ... به قصد اینکه بانظم اساسی دموکراسی آزاد مبارزه نموده باشد، سوءاستفاده کند از برخوردار شدن از این حقوق اساسی محروم خواهد گردید. این محرومیت و میزان آن از طرف دیوان قانون اساسی فدرال تعیین خواهد شد».

بند یک اصل ۱۶ قانون اساسی اسپانیا در خصوص آزادی بیان می‌گوید: «آزادی‌های عقیدتی، مذهبی و تفکرات شخصی و گروهی تا حدودی که نظام اجتماعی شناخته شده در قانون را به خطر نیندازد، تضمین می‌گردد.» هم چنین در بند الف اصل ۲۰ قانون اساسی مذکور آمده است: «حقوق ذیل شناخته و تضمین می‌شود:

الف) آزادی بیان و عقاید از طریق سخنرانی، نوشتار و یا هرگونه وسایل ارتباطی دیگر».

در اصلاحیه اول اصل هفتم قانون اساسی آمریکا در سال ۱۷۹۱ نیز آمده است: «کنگره در خصوص ایجاد مذهب، یا منع پیروی آزادانه از آن، یا محدود ساختن آزادی بیان یا مطبوعات یا حق مردم برای برپایی اجتماعات آرام و دادخواهی از حکومت برای جبران خسارت، هیچ قانونی وضع نمی‌کند».

اهمیت آزادی بیان آنگاه در مسئولیت مدنی رسانه مطرح می‌شود که این حق با منافع خصوصی افراد حقیقی و حقوقی در تعارض قرار گیرد. لذا واکاوی عمیق مفهوم آزادی بیان ما را در تفسیر مبانی مسئولیت مدنی رسانه یاری می‌دهد.

عده‌ای از حقوق‌دانان «حقوق» را به دو گروه حقوق تعریف‌شده و حقوقی تعریف‌نشده‌اند و معین نیستند، تقسیم می‌کنند. حقوق نامعین یا تعریف‌نشده ریشه همه حق‌ها را تشکیل می‌دهند. این گروه از حق‌ها را آزادی می‌نامند (جوسراند، ۱۹۳۹: ۲۷۵). آن‌ها معتقدند بین حق و آزادی دو تفاوت وجود دارد: (روبی، ۱۹۶۳: ۱۴۷).

بر اساس مکتب حقوق طبیعی، آزادی بیان یک موهبت الهی است که افراد در مقام اعمال این حق، نیاز به اجازه گرفتن ندارند. بلکه افرادی که از این حق منع می‌کنند تنها در صورتی جایز به این امر هستند که بتوانند عمل خود را توجیه کنند. با توجه به همین مبنا در انگلستان قانونی در مورد مطبوعات وجود ندارد یا در مواردی کشورها به وضع قانون نحوه اعمال آزادی بیان یا آزادی مطبوعات اقدام کرده‌اند.

در ماده ۴ اعلامیه حقوق بشر و شهروند فرانسه ۱۷۸۹ در خصوص آزادی آمده است: «آزادی، عبارت از قدرت انجام هرگونه عملی است که به دیگری صدمه نزنند. لذا محدوده اعمال حقوق طبیعی انسان فقط تا آنجاست که

۱ Jossierand

۲ Roubier

استفاده از همین حقوق طبیعی را برای سایر اعضای جامعه تضمین کند. این محدودیت‌ها فقط به وسیله قانون معین می‌شوند». ماده ۱۱ اعلامیه مذکور می‌گوید: «انتقال آزاد اندیشه‌ها و عقاید یکی از پربهاترین حقوق انسانی است. هر شهروندی می‌تواند سخن بگوید بنویسد و آزادانه نشر دهد، مشروط بر آن که در موارد تعیین شده توسط قانون به سوءاستفاده از این حق پاسخگو باشد».

در نظام حقوقی اسلام علاوه بر حمایت از آزادی تفکر و مباحثه‌های عالمانه با وجوب فریضه امر به معروف و نهی از منکر، بر بیان حق و نفی باطل تأکید شده است. با توجه به همین مبنا ماده ۲۲ اعلامیه حقوق بشر اسلامی (۱۹۹۰ قاهره) در بند «الف» بر حق برخورداری از آزادی بیان تأکید کرده و در بند «ب» به حق امر به معروف و نهی از منکر اشاره کرده است. در این ماده آمده است: «الف) هر انسانی حق دارد نظر خود را به هر شکلی که مغایر با اصول شرعی نباشد آزادانه بیان دارد. ب) هر انسانی حق دارد برای خیر و نهی از منکر بر طبق ضوابط شریعت اسلامی دعوت کند. ج) تبلیغات یک ضرورت حیاتی برای جامعه است و سوءاستفاده و سوءاستعمال آن و حمله به مقدسات و کرامت انبیاء یا به کارگیری هر چیزی که منجر به ایجاد اختلال در ارزش‌ها یا متشت شدن جامعه یا زیان یا متلاشی شدن اعتقاد شود، ممنوع است».

البته این ماده از امر به معروف و نهی از منکر به عنوان یک حق یاد کرده است، ولی در آموزه‌های اسلام این مسئله در صورتی که شرایط آن موجود باشد، یک تکلیف محسوب می‌شود. در واقع تفاوت آزادی بیان در اسلام با دیگر مکاتب حقوق بشری، آن است که در اسلام سکوت و امتناع، حق مطلق نیست و مسلمانان از بی‌اعتنا بودن به امور یکدیگر نهی شده‌اند و جز

در مواردی استثنایی، از حق سکوت برخوردار نیستند. آزادی بیان به عنوان یکی از مهم ترین حقوق طبیعی بشر، در اعلامیه جهانی حقوق بشر مصوب ۱۹۴۸ نیز مورد تأکید قرار گرفته است. در مقدمه این اعلامیه آمده است: «... از آنجا که بی اعتنائی و تحقیر حقوق انسان به انجام اعمال وحشیانه انجامیده به طوری که وجدان آدمی را در رنج افکنده است و (از آنجا که) پدید آمدن جهانی که در آن تمامی ابناء بشر از آزادی بیان و عقیده برخوردار باشند و به رهایی از هراس و نیازمندی رسند، به مثابه عالی ترین آرزوی عموم انسانها اعلام شده است...» (سیرجوهان،^۱ ۱۹۶۴: ۱۵).

هم چنین ماده ۱۹ اعلامیه مذکور بیان می دارد: «هرکس حق آزادی عقیده و بیان دارد و حق مزبور، شامل آن است که از بیان عقاید خود، بیم و اضطرابی نداشته باشد و در کسب اطلاعات و افکار و در اخذ و انتشار آن، به تمام وسایل ممکن و بدون ملاحظات مرزی آزاد باشد».

ماده ۱۹ میثاق بین المللی حقوق مدنی و سیاسی مصوب ۱۶ دسامبر ۱۹۶۶ نیز مقرر داشته است:

۱. هیچ کس را نمی توان به مناسبت عقایدش مورد مزاحمت و اخافه قرار داد.
۲. هرکسی از حق آزادی بیان برخوردار است. این حق شامل آزادی جستجو، تحصیل و مخابره اطلاعات و عقاید از هر نوعی که باشد صرف نظر از مرزهای

^۱ Sir John

موجود در اشکال شفاهی، کتبی یا به صورت پرینت در قالب هنر یا از طریق هریک از رسانه‌های منتخب افراد می‌شود (ویلیام، ۱۹۷۱: ۱۱۴).

۳. اجرای حقوق پیش‌بینی شده در بند ۲ این ماده با وظایف و مسئولیت‌هایی همراه است. لذا، اجرای مذکور، ممکن است تابع برخی محدودیت‌ها شود. اما این محدودیت‌ها باید تنها به حکم قانون و در صورت ضرورت تجویز شده باشد:

الف: برای حمایت از حقوق یا حیثیت و اعتبار دیگران یا رعایت موارد مذکور.

ب: برای حمایت از امنیت ملی یا نظم عمومی یا بهداشت و اخلاق عمومی. ماده ۲۰ میثاق مذکور بیان می‌دارد:

۱- هرگونه تبلیغ برای جنگ به موجب قانون، ممنوع است.

۲- هرگونه دعوت به کینه ملی یا نژادی یا مذهبی که محرک تبعیض یا مخاصمه یا اعمال زور باشد، به موجب قانون ممنوع است.

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران نیز در اصل ۲۴ در خصوص آزادی بیان در مطبوعات آورده است: «نشریات و مطبوعات در بیان مطالب آزادند مگر آنکه مخل به مبانی اسلام یا حقوق عمومی باشد. تفصیل آن را قانون معین می‌کند»

بنا بر مواد فوق، آزادی بیان در مواردی محدود شده است و تجاوز از این حدود، سبب مسئولیت مدنی و کیفری شخص متجاوز می‌شود. رسانه‌ها که

اصلی‌ترین تربیون‌های بیان افکار و عقاید در اختیار و تسلط آن‌ها می‌باشد، علاوه بر حق آزادی بیان، در موارد معین باید مسئولیت مدنی و کیفری اعمال خود را بپذیرند. این آزادی‌ها، شامل آزادی مطبوعات و آزادی ارتباطات نیز می‌شود. بر همین مبنا است که در مطبوعات، قبل از انتشار، محدودیت و نظارت وجود ندارد که از این امر به آزادی انتشار یاد می‌شود. اما باید دانست که بعد از انتشار مدیران مطبوعات نسبت به مطالب آن مسئولیت دارند. آزادی کلام که معنایی اعم از آزادی مطبوعات دارد، شامل آزادی نوشتن، صحبت کردن، چاپ کردن، پخش رادیویی یا تلویزیونی نیز می‌شود. در تمام این موارد اصل بر آزادی است ولی درجایی که حقوق اشخاص یا گروه‌ها یا دولت‌ها نادیده گرفته شود، اصحاب رسانه‌های مذکور مسئول جبران آن می‌باشند (انصاری، ۱۳۸۷: ۱).

۲-۸- تعارض حق حریم خصوصی و آزادی بیان

به رسمیت شناختن حق حریم خصوصی باعث شده است که دسته‌ای از محدودیت‌ها بر آزادی بیان و حقوق وابسته به آن نظیر حق جستجو و دسترسی و اشاعه اطلاعات و اخبار وارد شود. زیرا آزادی بیان ایجاب می‌کند که اطلاعات حائز نفع عمومی به همگان رسانده شود، حتی اگر به یک شخص خاص مربوط شود و از طرفی دیگر حمایت از حریم خصوصی ملازم این است که اطلاعات خصوصی زندگی افراد برای دیگران افشا نشود. در این زمینه باید گفت نه تنها حق حریم خصوصی با آزادی بیان تعارض ندارد،

بلکه سبب توسعه و شکوفایی آن نیز می‌شود. زیرا مهم‌ترین نوع بیان در رسانه‌های همگانی مسائل سیاسی و حائز نفع عمومی است. این نوع مسائل عموماً خارج از حق حریم خصوصی می‌باشند. مشخص شدن حق حریم خصوصی مانع از عدم دسترسی روزنامه‌نگاران و خبرنگاران به مسائل حائز نفع عمومی به بهانه حمایت از حریم خصوصی می‌باشد. علاوه بر این حمایت از حق حریم خصوصی فعالیت اصحاب رسانه را وابسته به یکسری معذوریت‌های اخلاقی و حرفه‌ای می‌سازد که باعث جلب و افزایش اعتماد عمومی می‌باشد. به هر حال به نظر می‌رسد حریم خصوصی در مواردی با حق آزادی جستجو که از توابع آزادی بیان است، تعارض دارد. مواردی مانند حریم خصوصی قربانیان جرائم و مصائب، حریم خصوصی مصیبت دیدگان و متألمان، حریم خصوصی طرفین دعوا و شهود در رسیدگی‌های قضایی، حریم خصوصی و حق تصویر بر خود و... که با آزادی جستجو در تعارض است. در رابطه با حریم خصوصی قربانیان جرائم و مصائب، مسائل متعددی مطرح است. رسانه‌های خبری در هر مکانی که جرم یا حادثه غم‌انگیزی واقع می‌شود، حاضر می‌شوند و درصدد عکس‌برداری و مصاحبه با افراد مربوطه برمی‌آیند. در جریان جمع‌آوری اطلاعات برخی از روزنامه‌نگاران از قربانیان و آسیب‌دیدگان که تمایلی به مصاحبه ندارند تصاویری تهیه می‌کنند. در صفحه حوادث روزنامه‌ها ممکن است هویت قربانی، نام، سن، مشخصات محل سکونت یا اشتغال وی ذکر شود. این امر ممکن است سبب آشفتگی و اضطراب قربانی شود (انصاری، پیشین: ۲۷۴).

مسئله دیگر، حریم خصوصی اشخاص مصیبت‌زده یا عزادار می‌باشد. بعضی -ها ورود به حریم خصوصی افراد مصیبت‌زده را این‌گونه توجیه می‌کنند که مصیبت‌زدگان و خانواده‌های آنها ترجیح می‌دهند با بیان مصائب خود از طریق رسانه‌های عمومی، مرهمی بر زخم خود بگذارند. ولی در مقابل برخی اندیشمندان این ادعا را قبول ندارند و معتقدند هنگام انتشار خبر ناگهانی مرگ یک شخص، اشخاص مصیبت‌زده در وضعیتی نیستند که درباره انجام دادن یا ندادن مصاحبه تصمیم عقلایی اتخاذ کنند. در نتیجه ممکن است. آلت دست رسانه‌ها شوند مرکز ملی قربانیان ایالات متحده آمریکا در این باره می‌گوید که قربانیان به هنگام مراجعه با رسانه‌ها باید از حقوق زیر برخوردار باشند:

۱. در مصاحبه هیچ‌چیز نگویند؛
۲. بچه‌ها را از مصاحبه حذف کنند؛
۳. از پاسخ دادن به سؤالاتی که در صورت پاسخ به آنها اظهار ناراحتی و ناامنی می‌کنند یا آنها را بی‌ربط می‌دانند، امتناع کنند؛
۴. هنگامی که اطلاعات نادرستی از آنها گزارش شده باشد، تقاضای اصلاح آن را بنمایند؛
۵. تقاضا کنند به هنگام نمایش یا انتشار تصاویر یا فیلم‌های موهن، آنها حذف شوند؛
۶. یک مصاحبه تلویزیونی انجام دهند بدون اینکه تصویرشان پخش شود یا یک مصاحبه روزنامه‌ای انجام دهند بدون اینکه از آنها عکس گرفته شود؛

۷. بدون وجود هرگونه مزاحمی بتوانند در خلوت خود، دردشان را تسکین دهند.

بندهای ۲۸ و ۲۹ مجموعه قواعد انصاف و حریم خصوصی انگلستان در این باره مقرر می‌دارد:

بند ۲۸: «رسانه‌های پخش‌کننده نباید به اضطراب افرادی که در وضعیت‌های اضطراری قرار دارند یا یک حادثه اندوه‌بار در مورد آن‌ها رخ داده است، بیفزایند. نباید آن‌هایی را که در وضعیت اضطراب و فشار روحی قرار دارند، برای مصاحبه تحت فشار قرار دهند. صرف این امر که پلیس یا مقامات دولتی از فلان شخص نام‌برده‌اند یا او را برای مصاحبه دعوت کرده‌اند، استفاده از مطالبی را که حریم خصوصی آن شخص را نقض کند، یا بر فشار روحی او بیفزاید، توجیه نمی‌کند. تنها در صورت وجود نفع عمومی برتر، می‌توان چنان استفاده‌ای را توجیه کرد. پخش‌کنندگان باید دقت کنند تا هویت اشخاصی را که در نتیجه تصادفات یا جرائم خشن فوت کرده یا مجروح شده‌اند، افشا نکنند مگر اینکه مسلم باشد خویشان وی از ماجرا آگاهی دارند».

بنابر آنچه گفته شد حریم خصوصی یکی از مبانی عمومی مسئولیت مدنی اصحاب رسانه محسوب می‌شود که در مواردی با حقوق دیگر مثل آزادی بیان، آزادی جستجو و... تعارض دارد. و در تمام موارد اگر حریم خصوصی نقض شود رسانه مذکور یا مدیران و مسئولان رسانه‌ای حسب قوانین، ملزم به جبران خسارات وارده می‌باشند (فاری و زمانی، ۱۳۹۷: ۱۰۷).

۹-۲- مصادیق اضرار رسانه‌ای

بعضی از اقدامات رسانه‌ها در ورود ضرر و زیان به اغیار با توجه به نحوه فعالیت و قوانین حاکم مجرمانه بوده و قابلیت مجازات دارد. بدیهی است مجازات مرتکب، خود یکی از راهکارهای آرامش روحی و عاطفی زیان‌دیده است از جمله مجازات‌های کیفری و یا جبران خسارت حقوقی قابل اعمال در رسانه‌های گروهی باید منطبق با نوع جرم، نوع فعل و نوع رسانه مرتکب جداگانه مورد بررسی قرار گیرد.

اعمال زیان‌بار رسانه‌ها در ورود ضرر مادی یا معنوی به دیگری بعضاً در قالب موارد ذیل واقع می‌شود

۹-۲-۱- نقض حریم خصوصی

در نظام حقوقی ایران اصول ۲۲، ۲۳ و ۲۵ قانون اساسی و مواد ۵۷۰، ۵۸۰، ۵۸۲، ۶۴۱ و ۶۶۹ قانون مجازات اسلامی به برخی از مسائل مربوط به حریم خصوصی اشخاص توجه نموده‌اند چراکه هرکس غیر از خود شخص، هیچ حقی جهت ورود به قلمرو درون خویش را ندارد.

اصل ۲۲ قانون اساسی: حیثیت، جان، مال، حقوق مسکن و شغل اشخاص از تعرض مصون است مگر در مواردی که قانون تجویز کند.

اصل ۲۳ قانون اساسی: تفتیش عقاید ممنوع است و هیچ‌کس را نمی‌توان به‌صرف داشتن عقیده‌ای مورد تعرض و مواخذه قرار داد.

اصل ۲۵ قانون اساسی: بازرسی و نرساندن نامه‌ها ضبط و فاش کردن مکالمات تلفنی، افشای مخابرات تلگرافی و تلکس، سانسور، عدم مخابرات و نرساندن آن‌ها، استراق سمع و هرگونه تجسس ممنوع است مگر به حکم قانون. ماده ۵۷۰ قانون مجازات اسلامی جهت جلوگیری از توقیف غیرقانونی، انفصال از خدمت و محرومیت سه تا ۵ سال از مشاغل دولتی و حبس از ۶ ماه تا سه سال را برای مأمورین دولتی مرتکب مقرر نموده است. ماده ۵۸۲ و ۶۴۱ قانون مزبور تعرض به مراسلات و مخابرات و مکالمات تلفنی اشخاص را به نحو غیرقانونی مستوجب مجازات دانسته است و در تمام موارد فوق، ماده یک قانون مسئولیت مدنی که هر کس عمداً بدون مجوز قانونی یا با بی احتیاطی به جان و مال و آزادی و حیثیت و شهرت تجاری دیگری لطمه وارد کند موظف به جبران ضرر دانسته، قابلیت پیگیری و جبران ضرر را دارد.

۲-۹-۲- هتک حرمت

در تحقق هتک حرمت باید ۲ شرط علنی بودن که در رسانه‌های همگانی با پخش و انتشار محقق می‌شود و نیز معین بودن شخص مورد هتک که اعم از شخص یا گروهی قابل شناسایی است لحاظ گردد. پیشرفت‌های روزافزون علمی و فنی دنیای نوین به‌ویژه در عرصه رسانه‌های همگانی باعث شده که زندگی خصوصی، هرروز مورد تهدید قرار می‌گیرد امروزه اطلاعات به‌منزله کالای جدید است که می‌تواند دنیا را تکان دهد. هتک حرمت عمداً در رسانه‌ها در قالب افترا (انتساب صریح عمل مجرمانه به غیر و عدم توانایی به اثبات آن)، توهین (انتساب صریح عمل مجرمانه به غیر و عدم توانایی به اثبات آن) و

توهین انتساب هر امر وهن آوری اعم از دروغ یا راست به هر وسیله و روش با ترکیب سه عنصر وهن آور بودن مطلب منتسبه، انتشار و پخش آن و علم به وهن آور بودن آن و نشر اکاذیب (انتساب موضوع مورد انتشار و پخش به زیان دیده) تجلی می‌یابد که برای ارتکاب این افعال در قانون مجازات اسلامی مجازات تعیین گردیده است. هر کس به هر وسیله‌ای (چاپی - خطی - روزنامه - جراید - نطق در مجامع یا هر وسیله دیگر...) جرمی را به کسی منتسب بداند ولی نتواند ثابت کند یا به قصد اضرار یا تشویش اذهان عمومی اوراق چاپی یا خطی بدون امضاء یا با امضاء را برخلاف حقیقت ارسال کند علاوه بر اعاده حیثیت و جبران ضرر مادی و معنوی به حبس محکوم می‌گردد (مواد ۶۰۸، ۶۰۹، ۶۹۷ و ۶۹۸ قانون مجازات اسلامی) و (ماده ۳۰ قانون مطبوعات سال ۶۴) (ماده یک قانون مسئولیت مدنی).

۲-۹-۳- انتشار غیرمجاز دادگاه‌ها

هرچند که علنی بودن دادگاه‌ها یکی از اصول مرقی قانون اساسی کشورمان است (اصل ۶۵ قانون اساسی) لیکن آیا رسانه‌های همگانی می‌توانند به انتشار گزارش جلسه علنی دادگاه بپردازند ماده ۱۸۸ قانون آئین دادرسی در امور کیفری منظور از علنی بودن محاکمه را عدم ایجاد مانع برای حضور افراد در دادگاه می‌داند ولی انتشار آن در رسانه‌ها را قبل از قطعی شدن رأی قضایی غیرمجاز اعلام داشته است و در ماده ۱۳ قانون دیوان عدالت اداری نیز قبل از ثبوت تخلف، درج و نشر آن ممنوع اعلام شده است. در ذیل ماده ۲۲۵ قانون آئین دادرسی کیفری آمده است در انتشار جریان دادگاه از طریق رسانه‌های

همگانی و یا فیلم‌برداری و تهیه عکس و افشای هویت و مشخصات متهم ممنوع و متخلف به مجازات قانونی مندرج در ماده ۶۴۸ قانون مجازات اسلامی محکوم خواهد شد. کودکان از موقعیت خاصی در خصوص قانون مربوط به رسانه‌ها برخوردارند به عنوان مثال مطبوعات حق ارائه گزارش دادرسی‌های مربوط به افراد تحت قیومیت را ندارند (پیتزکری، ترجمه ملک‌محمدی، ۱۳۸۶: ۲۴۲). مضاف بر آن نشر مذاکرات غیرعلنی مجلس شورای اسلامی نیز از مصادیق نشر غیرقانونی است.

۲-۹-۴- گمراه کردن از طریق تبلیغات

رسانه‌ها قادرند با تبلیغات، امر موهومی را صحیح و امر صحیح و مقبولی را موهوم جلوه دهند ارائه تبلیغات غیر صحیح در عرصه‌های مالی (تجاری) یا فرهنگی یا سیاسی (انتخابات ریاست جمهوری، مجلس، خبرگان، شوراهای شهر و روستا) همگی امکان تحقق ضرر را دارد. رسانه نباید در هریک از این عرصه‌ها از قواعد و مقررات حاکم بر موضوع خارج شود و یا با آگهی تبلیغاتی مقایسه‌ای درصدد تخریب باشد. آئین‌نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی مصوب سال ۵۷ شورای انقلاب، نحوه تبلیغات و آگهی‌ها را روشن نموده است تا برابر ماده ۱۲ آئین‌نامه مزبور رسانه‌ها از ادعاهای تبلیغاتی غیرقابل اثبات و مطالب گمراه‌کننده پرهیز کنند و از قول منابع علمی، مطالبی که از نظر علمی تأیید نشده، بهره‌مند نگردند. و برابر ماده ۱۲ آئین‌نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی، استفاده از تصاویر مغایر اخلاق و معتقدات مذهبی

و عفت عمومی و توهین آمیز ممنوع گردیده‌اند. عدم توجه به هریک از این مقررات می‌تواند موجب مسئولیت مدنی و حتی کیفری متخلف گردد. در عرصه سیاسی و انتخابات نیز تبلیغات گمراه‌کننده می‌تواند موجب مسئولیت گردد هرچند که آشنایی انتخاب‌کنندگان و انتخاب‌شوندگان و همچنین آگاهی عموم از وضعیت داوطلبان نمایندگی امری ضروری برای انتخاب کردن است. ولی قواعد و مقررات انتخابات همچون مواد ۶۴، ۵۷، ۵۸، ۶۲، ۶۳ و ۶۵ قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی و یا ماده ۷۴ و ۷۴ قانون انتخابات ریاست جمهوری، مقرراتی را جهت جلوگیری از تبلیغات گمراه‌کننده وضع نموده است (قاسم‌زاده، ۱۳۷۸: ۶۷).

۲-۹-۵- سوءاستفاده از علائم تجاری و آثار فکری

رسانه‌ها عموماً در جهت تأمین منابع مالی خود ناگزیر به استفاده از تبلیغات تجاری و معرفی آثار و... هستند. علامت تجاری شرکت‌ها عبارت است از هر نشانه تمایز بخشی که کالا یا خدمات مشخصی را به وسیله اشخاص یا شرکت‌های خاص تولیدی یا خدماتی ارائه می‌کند، معرفی و مشخص می‌گردد. از قبیل آرم کوکاکولا و علامت بنز یا ایران‌خودرو ۲۰ و... و آثار علمی و هنری و سینمایی موسیقی و تجاری دیگران بدون مجوز آنان تعدی و تجاوز به حقوق آنان است هرچند حضرت امام خمینی (ره) در تحریرالوسیله جلد ۲ معتقدند که قوانین و مقررات موجود جنبه شرعی ندارد و حق مؤلف را در انحصار چاپ و نشر به رسمیت نمی‌شناسد و در آتی اخبار آقای ابوالقاسم گرجی در مورد

عدول امام (ره) از نظر خویش در سال‌های بعد از بیان مطالب تحریرالوسیله مطالبی آورده است. (پیتزکری، پیشین: ۲۴۲).

۲-۹-۶- تحریک به جرائم علیه امنیت

رسانه‌ها در صورت اقدام به تحریک مردم یا گروه خاص به اقدام علیه امنیت می‌بایست مسئولیت ناشی از اقدام خویش را بپذیرند در این راستا ماده ۲۵ قانون مطبوعات مجازات کیفری را به قانون مجازات عمومی سابق احاله داده و مفاد ماده ۵۱۲ و ۵۰۴ قانون مجازات اسلامی نیز در خصوص موضوع، تعیین تکلیف نموده است لیکن بر اساس عمومات قانونی و قواعد مختلف فقهی موجود مسئولیت مدنی ناشی از اقدام رسانه نیز قابلیت توجه دارد. اقدام به تحریک علیه امنیت دارای مصادیق متعدد و بی‌پایانی است که از آن جمله تبلیغ علیه جمهوری اسلامی، تحریک به شورش در نیروهای مسلح و ایجاد تحریکات قومی و قبیله‌ای نیز هست (قاسم‌زاده، ۱۳۷۸: ۶۸).

۲-۹-۷- انتشار اسناد محرمانه دولتی و نظامی

انتشار اسناد محرمانه و سری دولتی به موجب قانون مجازات جرائم نیروهای مسلح و قانون مجازات انتشار و افشای اسناد محرمانه و سری دولتی مصوب ۱۳۵۳ غیرمجاز و مستوجب عقوبت است که اسناد محرمانه و سری و... دارای آئین‌نامه مخصوص است که تمامی رسانه‌ها از انتشار این گونه اسناد و بدون مجوز قطعاً ممنوع خواهند بود و چنانچه در راستای ارتکاب این فعل زیان به

شخص، گروه و یا حتی دولت وارد گردد موظف به جبران زیان خواهند بود در سال‌های اخیر نیز چاپ سند محرمانه وزارت اطلاعات در روزنامه سلام موجب تعطیلی این روزنامه و برخورد جزائی با مدیرمسئول آن شد (پیتزکری، پیشین: ۲۴۲).

۲-۹-۸- نشر اکاذیب

دروغ‌پراکنی در تمامی ادیان و سیستم‌های حقوقی قبیح و جرم است در ماده ۶۹۸ قانون مجازات اسلامی هرکس به قصد اضرار دیگران یا تشویش اذهان عمومی یا مقامات رسمی یا شکوائیه یا... یا توزیع اوراق چاپی یا خطی با امضاء یا بدون امضاء اکاذیبی را اظهار نماید... باید به حبس از دو ماه تا دو سال و یا هفتاد و چهار ضربه شلاق محکوم شود. بند ۱۱ ماده ۶ قانون مطبوعات مصوب سال ۷۹ نیز پخش شایعات و مطالب خلاف واقع و یا تحریف مطالب دیگران را جرم دانسته و در تبصره این ماده مجازات‌های مقرر در ماده ۶۹۸ را برای متخلف در نظر گرفته و اصرار در ارتکاب را نیز موجب لغو پروانه اعلام نموده است بنابراین بر اساس عمومات قانون مسئولیت مدنی متضرر از جرم حق مطالبه خسارت را نیز خواهد داشت (قاسم‌زاده، ۱۳۷۸: ۶۶).

۲-۱۰- عوامل سیاسی مؤثر در توسعه‌ی آزادی بیان رسانه‌های

همگانی در ایران

علی‌رغم نقاط مشترکی که نهاد رسانه‌های همگانی در جوامع مختلف دارا هستند، به علت شرایط مختلف اجتماعی و فرهنگی بین آنها، عملکرد و

شیوه رفتاری رسانه‌ها در محیط خود یکسان نیست و تفاوت زیادی بین آن‌ها مشاهده می‌شود. عواملی که به چنین اختلافاتی دامن می‌زنند به‌طور کلی عبارت‌اند از خصوصیات ملی و بومی، نوع محتوا، سانسور و سایر محدودیت‌ها، فشارهای سیاسی و اجتماعی، توقعات و سلیقه‌های پیام‌گیران. رسانه‌ها گاهی نیز به‌صورت فعال به منافع ملی، که تعریف آن قبلاً توسط سایر بازیگران و عوامل قدرتمند مشخص می‌شود، خدمت می‌کنند. به‌طور کلی، هر جامعه‌ای دارای مجموعه‌ای از نظریه‌های هنجاری مخصوص به خود می‌باشد. لذا می‌توان نظام‌های ملی را با توجه به هنجارها و خصوصیات رفتاری رسانه‌ها در جامعه طبقه‌بندی کرد. یکی از مشهورترین طبقه‌بندی نظام‌های مطبوعاتی (رسانه‌ها) در جهان توسط «سیرت» و همکاران او در سال ۱۹۵۶ منتشر گردید. نویسندگان مسئولیت اجتماعی و کمونیست شوروی (مهرداد، ۱۳۸۰: ۱۰۸).

نظریه آزادی‌خواهانه، از عصر روشنگری و نظریه عمومی فردگرایی و حقوق طبیعی نشأت گرفته است و در جهت مقابله با دیدگاه اقتدارگرا توسعه یافته است. این نظر از نوشته‌های میلتون، لاک و میل به وجود آمد که مطبوعات به همان اندازه که در خدمت اطلاع‌رسانی و سرگرمی و در اندیشه فروش بیشتر هستند، باید در خدمت کشف حقیقت و نظارت بر دولت نیز باشند. در نظریه آزادی‌خواهانه‌ی مطبوعات، هر شخصی که استطاعت آن را داشته باشد می‌تواند مطلبی را انتشار دهد. رسانه‌ها به دو طریق کنترل می‌شوند، به‌وسیله کثرت آرا یا فرایند خود اصلاحی و همچنین به‌وسیله سیستم قانونی که هتک حرمت، اتهام، ابتدال و فتنه‌گری در زمان جنگ را تحت پیگرد قرار می‌دهند.

در نظریه آزادی خواهانه، مطبوعات عمدتاً خصوصی هستند و رسانه‌ها وسایلی برای نظارت بر دولت و نیز برآوردن دیگر نیازهای جامعه می‌باشند (تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۴۱).

«نظریه آزادی‌گرا» موضع متقابل انسان و دولت را به‌طوری‌که در «نظریه اقتدارگرا» وجود داشت، دگرگون کرد. بر اساس این نظریه، انسان دیگر به -عنوان یک موجود وابسته، که مورد راهنمایی و رهبری قرار گیرد، تلقی نمی‌گردد. بلکه بیشتر به‌عنوان موجود عقلایی، که می‌تواند در زمان برخورد با مسائل، بین حقیقت و خطا و بین نیکی و بدی، راه صحیح را انتخاب کند شناخته می‌شود. با توجه به این نظریه، حقیقت دیگر به‌عنوان امری متعلق به قدرت به شمار نمی‌رود و حق جست‌وجوی حقیقت، یکی از حقوق طبیعی سلب نشدنی انسان محسوب می‌گردد. در این میان به مطبوعات نیز به‌عنوان یک مشارکت‌کننده جست‌وجوی حقیقت، نگریسته می‌شود «... در نظریه آزادی‌گرا، مطبوعات ابزار حکومت نیستند. بلکه بیشتر وسیله عرضه واقعیت‌ها و استدلال‌ها هستند. به‌طوری‌که بر اساس آن‌ها مردم می‌توانند حکومت را مورد نظارت قرار دهند و اذهان خود را برای ارزیابی سیاسی آن آماده سازند. به همین جهت، آزادی مطبوعات از کنترل و نفوذ دولت، جنبه اقتصادی و ضروری پیدا می‌کند. به این ترتیب، آزادی انتشار به‌منزله یک حق مالکیت نگریسته می‌شود که صاحب آن می‌خواهد به صور مختلف از آن مراقبت و بهره‌برداری کند و با تأمین تقاضای مصرف‌کنندگان مختلف در بازار خاص اندیشه‌ها، این حق را متجلی سازد. به عبارت دیگر، بر چنین اساسی، آزادی مطبوعات، مظهر مالکیت خصوصی رسانه‌ها و آزادی از مداخله دولت در

بازار، تلقی می‌گردد. در این وضعیت، گرایش‌های انحصار خواهی در مطبوعات و سایر رسانه‌ها پدید می‌آیند و رو به گسترش می‌گذارند و شرایطی ایجاد می‌کنند که منافع مالی خارج مطبوعات و وسایل ارتباط جمعی دیگر، به صورت منابع بالقوه اعمال فشار و محدودیت علیه آزادی بیان در می‌آیند و همان نقش‌های محدودکننده دولت‌ها در مورد آزادی مطبوعات را، اعمال می‌کنند (معتمد نژاد، ۱۳۸۶: ۱۲۵).

بر اساس این نظریه، رسانه‌ها معمولاً به دو صورت کنترل می‌شوند: یکی از طریق وجود صداهای متنوع و متعدد در جامعه و دیگری از طریق «فرآیند خود تصحیحی». صداهای متعدد در بازار آزاد اندیشه‌ها، مردم را قادر می‌سازد تا بین حقیقت و باطل تفاوت بگذارند. در همان حال، نظام قضایی برای انواع تخلفات چون افترا زدن، اعمال غیرمعارف و زشت و یا تخلفاتی که در زمان جنگ صورت می‌گیرد، شرایط خاصی را وضع نموده است. بدین ترتیب بر اساس این مدل، مطبوعات عمده‌تأ حریفه خصوصی است و نقش عمده آن‌ها در جامعه کمک به کشف کنترل و اعمال کنترل بر رفتار و قدرت دولت و هم‌چنین توجه به نیازهای اجتماعی است. نظریه مطبوعات آزاد بیان می‌کند که انسان‌ها توانایی آن را دارند که اشتباهات خود را تصحیح کنند و این امر زمانی امکان‌پذیر خواهد بود که فرصت گفتگو و بحث برای کشف حقیقت و روشن شدن وجود داشته باشد (مهرداد، پیشین: ۱۴۰).

رشکیانی از نظارت فوق قانونی بر عملکرد دولت، به عنوان مهم‌ترین کارکرد رسانه‌ها در نظریه آزادی‌گرا که آن را از سایر نظریه‌ها متمایز می‌کند، یاد کرده و خاطرنشان می‌کند: رسانه‌ها باید مراقب کارگزاران دولتی باشند تا از

مقام خود سوءاستفاده نکنند و پا را از حدود خود فراتر نهند و برای اینکه این کار را به‌خوبی انجام دهند، لازم است که از هرگونه سلطه و کنترل دولتی دور باشند. از آنجا که آزادی‌گرایی، سال‌ها در مواجهه با استبداد بوده، به نظر می‌رسد که دولت حاکم را بزرگ‌ترین دشمن خود می‌پندارد (رشکیانی، ۱۳۸۸: ۹-۱۱).

«دنيس مك كوييل»، به مسائل و ناهماهنگی‌های دیگری نیز درباره این نظریه اشاره کرده است:

۱. چگونگی اعمال نظریه آزادی مطبوعات در مورد رادیو و تلویزیون خدمت عمومی، که اکنون در فعالیت‌های رسانه‌ای مبتنی بر آرمان‌های آزادی فردی بسیاری از کشورها، نقش مهمی ایفا می‌کند، مشخص نیست و درباره اعمال آن در سایر حوزه‌های مهم فعالیت‌های ارتباطی، مانند آموزش و فرهنگ و هنر، که آزادی آن‌ها، از اهمیت فراوانی برخوردار است، نیز روش روشنی وجود ندارد.

۲. نظریه آزادی مطبوعات، ظاهراً بیشتر به حمایت از عقاید و افکار توجه دارد و به اطلاعات و اخبار و به‌ویژه، آزادی دسترسی به اطلاعات و انتقال و انتشار آن‌ها و همچنین محدودیت‌های این آزادی و ازجمله محدودیت‌های مربوط به حریم زندگی خصوصی افراد، که مستلزم رعایت مصالح و منافع اشخاص یا حقوق مالکیت آن‌هاست، کمتر اهمیت می‌دهد.

۳. این نظریه، اغلب به مقررات‌گذاری برای حمایت از آزادی فعالیت مالکان رسانه‌ها، بها می‌دهد و به تأمین آزادی بیان یکسان برای سردبیران و

روزنامه‌نگاران که از حقوق مسلم آنان به شمار می‌رود و نیز حقوق مخاطبان و استفاده‌کنندگان یا آسیب‌دیدگان احتمالی آزادی بیان، توجه ندارد.

۴. نظریه مذکور، کنترل توأم با فشار سیاسی به مطبوعات را ممنوع و مطرود می‌شناسد. اما برای مقابله با فشارها و محدودیت‌های فراوانی که بر اثر مقتضیات و فعل و انفعالات بازار و منابع ذی‌نفوذ دیگر، علیه مطبوعات و سایر رسانه‌ها اعمال می‌شوند، راه مشخصی نشان نمی‌دهد (معتدنزاد، ۱۳۸۶: ۲۲۴).

۲-۱۰-۱- رسانه و آزادی بیان مطبوعات در ایران

حق آزادی بیان که یکی از حقوق اساسی و مهم بشری است در اسلام با عنوان اصل شورا، امر به معروف و نهی از منکر، قول احسن و... مورد حمایت و تأکید قرار گرفته است؛ همچنین در اسناد بین‌المللی حقوق بشری نیز این حق مورد حمایت قرار گرفته و به کرات از آن نام برده شده است. کشور جمهوری اسلامی ایران از یک طرف حکومت خود را بر مبنای قوانین اسلامی بنانهاد و از طرف دیگر جزو ملت‌ها و کشورهایی است که همواره از جمله امضاکنندگان اسناد بین‌المللی حقوق بشری بوده است، لازم به توضیح است که دولت ایران در سال ۱۳۴۷ بدون هیچ‌گونه پیش‌شرطی میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی را امضا کرده و در سال ۱۳۵۴ به تصویب مجلس رسانده است، بنابراین با توجه به آنکه کشور ایران عضو این میثاق است، ملزم است مفاد آن را به‌طور کامل رعایت کند. در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران به‌صراحت از عبارت آزادی بیان و اندیشه سخنی به میان نیامده اما آزادی بیان و عقیده را

می‌توان به‌طور ضمنی از اصل ۲۳ قانون اساسی استنباط کرد. این اصل مقرر می‌دارد: «تفتیش عقاید ممنوع است و هیچ‌کس را نمی‌توان به‌صرف داشتن عقیده‌ای مورد تعرض و مواخذه قرار داد...» (مازود،^۱ ۱۹۶۵: ۶).

ظاهراً این اصل فقط به آزادی عقیده اشاره دارد اما به نظر می‌رسد منظور از تدوین این اصل، آزادی بیان و عقیده است چرا که این امر بدیهی است که تا زمانی که یک عقیده و اندیشه‌ای ظاهر و ابراز نشود، نمی‌توان آن را مورد مواخذه و تعرض قرار داد، پس بنابراین می‌توان آزادی بیان عقیده و اندیشه را از این اصل استنباط کرد. اصل دیگری که می‌توان گفت به آزادی بیان اشاره دارد، اصل ۲۴ قانون اساسی است که در آن مقرر شده «نشریات و مطبوعات در بیان مطالب آزادند مگر آنکه محل به مبانی اسلام یا حقوق عمومی باشد. تفصیل آن را قانون معین می‌کند». در این اصل به یکی از مصادیق برجسته و بارز آزادی بیان یعنی «آزادی مطبوعات و نشریات» اشاره شده که افراد (شهروندان) می‌توانند دیدگاه‌ها، اندیشه‌ها و عقاید خود را از طریق نوشته‌های کتبی یعنی مطبوعات و نشریات ابراز دارند. اگرچه در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران (اصل ۲۴) آزادی بیان به‌صراحت و به‌طور کامل همچون عبارات مندرج در این میثاق بین‌المللی، بیان نشده و فقط به عبارت آزادی مطبوعات اشاره شده است ولی می‌توان گفت با توجه به آنکه در ماده ۱۹ میثاق، عبارت آزادی بیان و اطلاعات از هر نوع و قید، به‌صورت شفاهی، کتبی، چاپ یا به‌صورت هنری یا به هر وسیله دیگر، به‌خوبی نشان می‌دهد که با توجه به عضویت ایران در این میثاق،

اعمال حق آزادی بیان تمام مصادیق بالا را شامل می‌شود (موسوی، ۱۳۹۲: ۲-۱).

چندی پیش نیز دکتر ناصر کاتوزیان حقوق‌دان برجسته ایرانی در خصوص جایگاه آزادی بیان و به تبع آن آزادی مطبوعات گفته بود: من به حقوق بشر و مسائل بین‌المللی استناد نمی‌کنم بلکه به قانون اساسی تکیه می‌کنم. یکی از امور برشمرده در بند ۸ اصل سوم قانون اساسی مشارکت عامه‌ی مردم در تعیین سرنوشت سیاسی و اقتصادی خود است و دولت جمهوری اسلامی موظف است وسیله مشارکت مردم را فراهم کند و مشارکت مردم وقتی ممکن است که آگاهی پیدا کنند و آگاهی مردم به آزادی مطبوعات بستگی دارد. به گزارش وب‌سایت انجمن مدافعان حقوق بشر، وی در ادامه یکی دیگر از دلایل آزادی مطبوعات را اصل ۲۴ قانون اساسی معرفی و بیان کرد: از این ماده و لحن آن برمی‌آید که اصل، آزادی مطبوعات است.

مرحوم کاتوزیان با اشاره به اصل امر به معروف و نهی از منکر به عنوان یک اصل اعتقادی بیان کرد: در این اصل تردیدی نیست، اصل امر به معروف و نهی از منکر اصلی دو جانبه است و صرفاً از جانب دولت بر مردم نیست و دو چهره دارد؛ دولت برای ارشاد مردم می‌تواند دست به امر به معروف و نهی از منکر بزند و مردم هم می‌توانند. این یک تکلیف شرعی است که مردم امر قابل انتقاد را بگویند و اگر کسی جلوی امر به معروف و نهی از منکر را بگیرد، سد راه اعتقادات شرعی مردم شده است (کاپیتان و تری،^۱ ۲۰۰: ۳).

نتیجه‌گیری

با عنایت به نقش بسیار مهم و غیرقابل انکار رسانه‌های همگانی در دنیای امروز که با تکنیک‌های رسانه‌ای می‌توانند در روند دادرسی‌های قضایی اخلاقی ایجاد کنند، تبیین مسئولیت رسانه‌های همگانی ناشی از اخلاقی در رسیدگی‌های قضایی، امر مهمی است. حق آزادی بیان و اطلاعات در تزامن با حق آزادی در زندگی خصوصی و حفظ اسرار، دارای محدودیت است. لازمه فعالیت‌های اقتصادی از جمله تبلیغات، عدم ورود زیان به دیگران است و در صورت ورود ضرر عامل آن ملزم به جبران می‌باشد. مبنای مسئولیت برای رسانه در عرصه تبلیغات نظریه نوین تقصیر است یعنی خروج از رفتار متعارف و فقدان قصد رافع مسئولیت نیست. ارکان مسئولیت شامل سه رکن تقصیر، ضرر و رابطه سببیت می‌باشد و از مهم‌ترین مصادیق تقصیر تبلیغاتی رسانه‌ها هتک حرمت، نقض حریم خصوصی، تبلیغات زیان‌آور و نقض علائم تجاری می‌باشد، که اگر هریک از این تقصیرات از سوی رسانه رخ دهد با جمع شرایط دیگر (ورود ضرر و رابطه سببیت) منجر به مسئولیت رسانه خواهد شد. یکی از ارکان مسئولیت مدنی، وجود فعل زیان‌بار است. به دلیل تغییر رسانه‌های جمعی از حوزه رسانه‌های سنتی نظیر روزنامه به رسانه‌های قابل انتشار در فضای مجازی، ضروری است افعال زیان‌بار ناشی از اقدام رسانه‌ها و مصادیق آن مورد بازنگری قرار گرفته و به‌طور دقیق، انواع فعل زیان‌بار ناشی از فعالیت‌های رسانه‌ای تبیین شود. به دلیل اینکه هدف از وضع قواعد مسئولیت مدنی، جبران خسارت وارده به افراد می‌باشد، لذا ضروری است تا اشخاص مسئول در مقابل زیان‌دیده به دلیل کثرت افراد فعال در حوزه رسانه مشخص گردد.

به‌عنوان نمونه انعکاس خبر کذب در یک رسانه، چه کسی یا کسانی را در مقابل زیان‌دیده و به چه نحو مسئول جبران خسارت می‌داند؟ مدیرمسئول، سردبیر، مجری، کارگردان، تهیه‌کننده و... افرادی هستند که در قالب شخص حقیقی می‌توانند مسئول قرار گیرند، علاوه بر اینکه خود رسانه نیز در عمده موارد دارای شخصیت حقوقی است و به‌موجب قانون ممکن است مسئول خسارت وارده باشد. **اولاً: پیشنهاد می‌شود** در صورتی که زیان‌دیدگان دارای گستردگی عنوان باشند همانند صاحبان حرف معلمان، مهندسان، کارشناسان، وکلاء، و زیان‌دیدگانی که قابلیت جمع‌آوری در نام‌های شخص مشخص را نداشته باشند، محکومیت مالی مربوطه در جهت جبران زیان به نفع مستمندان، فقرا و نهادهای حمایتی اخذ شود.

ثانیاً: پیشنهاد می‌شود رسیدگی به دعوای مسئولیت مدنی رسانه‌ها بدون نیاز به تشریفات آئین دادرسی مدنی در شعبه ویژه‌ای از محاکم و به نحو سریع و خارج از نوبت به عمل آید به‌نحوی که در ظرف زمانی محدودی زیان‌دیده بتواند ضررهای مادی و معنوی خود را جبران شده ببیند.

فهرست منابع و مآخذ

الف: فارسی

- انصاری، باقر. (۱۳۸۷). **حقوق ارتباط جمعی**. ج ۲، تهران: انتشارات سمت.
- بابایی، ایرج. (۱۳۹۹). مفهوم مسئولیت مدنی. **دانشنامه‌های حقوقی**، ۳(۶)، ۱۱-۲۸.

- تانکارد، جیمز. (۱۳۸۱) **نظریه‌های ارتباطات**. ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ضمیران، محمد و عبادی، شیرین. (۱۳۷۵). **سنت و تجدد در حقوق ایران**. تهران: انتشارات گنج دانش.
- عمیدزنجانی، عباس‌علی. (۱۳۸۲). **موجبات ضمان**. چ ۱، تهران: نشر میزان.
- غفاری، هدی و زمانی، محمود. (۱۳۹۷). **بیمه مسئولیت مدنی رسانه‌های همگانی. نشریه مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، دوره ۱۴، شماره ۵۰.
- قاسم‌زاده، سیدمرتضی. (۱۳۷۸). **مبانی مسئولیت مدنی**. چ ۱، تهران: نشر دادگستر.
- گولد، جولیس و کولب، ویلیام ل. (۱۳۷۶). **فرهنگ علوم اجتماعی**. ترجمه از کیا و دیگران، چ ۱، تهران: مازیار.
- محمدزاده، علی‌اکبر. (۱۳۹۵). **مسئولیت مدنی رسانه‌ها از دیدگاه فقه و حقوق اسلامی. فصلنامه دو علوی فقه معارف اختصاصی**، سال ۲، شماره ۳.
- معتمدنژاد، کاظم. (۱۳۸۶). **حقوق مطبوعات**. چ ۵، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ ارشاد اسلامی.
- مک کوایل، دنیس. (۱۳۸۵). **وسایل ارتباط جمعی**. ترجمه پرویز اجاللی، تهران: دفتر مطالعه و توسعه رسانه‌ها.
- مهرداد؛ هرمز. (۱۳۸۰). **مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی**. تهران: نشر فاران.

- نورالهی بیدخت، حسن. (۱۳۷۷). حریم خصوصی افراد در جریان بین الملل داده‌ها. نشریه رسانه، ۱۰(۲).

ب: انگلیسی

- Capitant, H., Terré, F. & Lequette, Y. (2000). Les grands arrêts de la jurisprudence civile. Paris: Dalloz, T.2.
- Josserand, (1939). De Lespritdes Droits et de leur Relativite, paris.
- Mazeaud, H. (1965). (Henri et Léon), Traité théorique et pratique de la responsabilité civile délictuelle et contractuelle, par André Tunc, ۶e éd., Paris: Montchrestien
- Roubier, P. (1963). Droits Subjectifs et Situations Juridiques, paris.
- Sir, J. (1964). Salmond, The Law of Torts, 15th ed, London: Sweet & Maxwell.
- William, P. (1971). The Law of Tort, 4th edition, West Publishing.

**Civil responsibility of public media in the realm
of freedom of expression With an emphasis on
Iran's legal system
Dr. Ali akbar Nasiri khalili**

PhD in Public Law, Damghan Branch, Islamic Azad
University, Damghan, Iran

Mohammad saeed Yaghubi Gelvardi

Master of Private Law, Behshahr Branch, Islamic
Azad University, Behshahr, Iran

Abstract:

Because some media in their activities commit acts that are considered crimes according to the current laws of the country, dealing with the civil responsibility of the media can not only lead to their dynamism and growth, but will also cause people who have been harmed by the actions of the media , to be able to more easily and transparently demand the damages caused to them, the result of which, apart from preserving the true meaning of freedom of speech, will also lead to the satisfaction of the general public. The purpose of the current research is the civil responsibility of public media in the realm of freedom of expression with an emphasis on Iran's legal system, which has been carried out with a descriptive-analytical method. The results showed that freedom of expression is very important in relation to the media and the legislator has tried to consider these two bases in the responsibility of the media. Theory of guilt .It also has inadequacies such that it is difficult to prove fault in some cases and this has caused the suffering of the victims.

Key words:

mass media, civil responsibility, freedom of
expression, freedom of expression, legal system