

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



معاونت پژوهش

به نام خدا

مشور اخلاق پژوهش

یادری از خدای سبحان و اعتماد بر این که عالم محضر خداست و همواره ناظر بر اعمال انسان و به منظور پاس داشت مقام بلند دانش و پژوهش و نظریه اہمیت جایگاه دانشگاه اسلامی فرہنگ و تمدن بشری ماد انجمنیان و اصنامی نیست علمی واحد ملی دانشگاه آزاد

### اسلامی متہدی کردیم اصول زیر را در انجام فعالیت ہای پژوهشی مدنظر قرار دادہ و از آن تخطی نکنیم:

- ۱- اصل برائت: التزام بر برائت جہتی از حرکت رفتار غیر حرفہ ای و اعلام موضع نسبت بر کمائی حوزه علم و پژوهش را بر شاہد ہای غیر علمی می آلائند.
- ۲- اصل رعایت انصاف و امانت: تمہد بر اجتناب از حرکت جانب داری غیر علمی و حفاظت از اموال، تجہیزات و منابع در اختیار.
- ۳- اصل ترویج: تمہد بر رواج و دانش و اسناد نتایج تحقیقات و انتقال آن بر بہکاران علمی و دانشجویمان بر غیر از مواردی کہ منع قانونی دارد.
- ۴- اصل احترام: تمہد بر رعایت حریم باور حرمت با در انجام تحقیقات و رعایت جانب تقد و نموداری از حرکت حرمت کشنی.
- ۵- اصل رعایت حقوق: التزام بر رعایت کامل حقوق پژوهشگران و پژوهیدگان (انسان، حیوان و نبات) و سایر مساجبان حق.
- ۶- اصل رازداری: تمہد بر صیانت از اسرار و اطلاعات محرمانہ افراد، سازمانہا و کشور و کلیہ افراد و نہادہای مرتبط با تحقیق.
- ۷- اصل تحقیق جہتی: تلاش در راستای پی جہتی تحقیق و وفاداری بر آن و دوری از حرکت پنهان سازی تحقیق.
- ۸- اصل مالکیت مادی و معنوی: تمہد بر رعایت کامل حقوق مادی و معنوی دانشجو و کلیہ بہکاران پژوهش.
- ۹- اصل منافع ملی: تمہد بر رعایت مصالح ملی و مدنظر داشتن پیشبرد و توسعه کشور و کلیہ مراحل پژوهش



**دانشگاه آزاد اسلامی**  
**واحد تهران مرکزی**  
**دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه فقه و حقوق اسلامی**  
**پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)**  
**گرایش: فقه و حقوق اسلامی**

## **عنوان:**

**بررسی حقوق مخاطب در رسانه از منظر فقه و حقوق**

## **استاد راهنما:**

**دکتر زهرا فهرستی**

## **پژوهشگر:**

**الهام سیفی**

**تابستان ۱۳۹۳**

تقدیم به:

ساحت مقدس ام الائمه فاطمه الزهرا (سلام الله علیها)

و

فرزند برومندش سیدعلی خامنه ای (حفظه الله)

یازهرا (سلام الله علیها)

## تقدیر و تشکر

پژوهش حاضر مرهون تلاش اساتید بزرگوارم در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی می باشد  
به ویژه

استاد دکتر زهرا فهرستی که در تمامی مراحل تدوین این پایان نامه از هیچ گونه تلاشی در همراهی و  
راهنمایی اینجانب دریغ ننمودند.

و با تشکر از مدیر گروه محترم جناب استاد دکتر بهرامی نژاد که در این حین ، با راهنمایی های بی  
بدیل خود حقیر را در راستای بهتر ساختن این رساله یاری نمودن  
و باتشکر فراوان از دکتر معصومه رشاد که با دادن فرصت به حقیر مرا در این امر یاری فراوان داده  
اند

کمال تشکر را از پدر عالی قدر و فرهیخته خود دارم که نه تنها در این رساله بلکه در گام به گام  
زندگی من پشتوانه محکم و استوار من بوده است

و همچنین با تشکر از برادرانم عبدالمجید سیفی و عبدالرضا سیفی که هر کدام با علم خود همچون  
استادی راهنمایی این حقیر بوده اند

و هرچه دارم از مادر است ..... که زبان از تشکر او قاصر است...

یا زهرا(سلام الله علیها)

## تعهد نامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب الهام سیفی دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته به شماره دانشجویی ۹۱۰۵۷۵۳۵۰ در رشته فقه و حقوق اسلامی که در تاریخ ۹۳/۶/۲۳ از پایان نامه خود تحت عنوان: بررسی حقوق مخاطب در رسانه از منظر فقه و حقوق

با کسب نمره ۱۹/۵ و درجه عالی دفاع نموده ام بدینوسیله متعهد می شوم:

۱- این پایان نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در موارد که دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه، کتاب، مقاله و...) استفاده نموده ام، مطابق ضوابط و رویه‌های موجود نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده ام.

۲- این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی ارائه نشده است.

۳- چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هر گونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و... از این پایان نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.

۴- چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی:

تاریخ و امضاء

بسمه تعالی

در تاریخ ۹۳/۶/۲۳

دانشجوی کارشناسی ارشد الهام سیفی از پایان نامه دفاع نموده و با

نمره ۱۹/۵ بحروف نوزده و نیم و با درجه عالی مورد تصویب

قرار گرفت.

امضاء استاد راهنما

بسمه تعالی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

دانشکده ادبیات و علوم انسانی

( این چکیده به منظور چاپ در پژوهش نامه دانشگاه تهیه شده است )

نام واحد دانشگاهی : تهران مرکزی	کد واحد: ۱۰۱	کد شناسایی پایان نامه : ۱۰۱۲۰۴۰۷۹۲۲۰۳۶
عنوان پایان نامه : بررسی حقوق مخاطب در رسانه از منظر فقه و حقوق		
نام و نام خانوادگی دانشجو : الهام سیفی	تاریخ شروع پایان نامه: ۹۲/۸/۲۵	
شماره دانشجویی : ۹۱۰۵۷۵۳۵۰	تاریخ اتمام پایان نامه: ۹۳/۶/۲۳	
رشته تحصیلی : فقه و حقوق اسلامی		
استاد / استادان راهنما : دکتر زهرا فهرستی		
<p><b>چکیده پایان نامه ( شامل خلاصه، اهداف ، روش های اجرا و نتایج به دست آمده):</b></p> <p>حقوق مخاطب به عنوان یکی از مفاهیم جدید که در ده های اخیر با پیشرفت تکنولوژی و افزایش روز افزون و تعداد رسانه ها و ابزارهای ارتباطی مورد توجه حقوق دانان قرار گرفته است. مخاطبین جمعیت کثیر و غیر کثیر و غیر قابل انکاری هستند که در برابر رسانه های جمعی نظام حق و وظیفه ای را پدید آورده اند که لازمه آن وجود قوانین تنظیم شده و قابل پیگیری است. مخاطبین حق دارند که در برابر ابزاری که در مقابل آنها قرار گرفته است درخواست احقاق حق نمایند، حق مخاطب در برابر رسانه های جمعی طبق قوانین اساسی و لایحه آزادی اطلاعات شامل حقوق مشترک مخاطبین در رسانه و حقوق افراد آسیب پذیر می باشد. و هر یک از این اقشار نیز به تناسب قابلیت پیگیری قضایی و جزایی آن رادر حقوق دارند.</p> <p>رسانه این مفهوم عالی که دربردارنده ابزارهای گوناگون ارتباطی است باید پاسخگوی این حق تعریف شده برای مخاطبین خود باشد. مخاطبینی که هر کدام به نوبه خود با قرار گرفتن در برابر هر یک از رسانه ها یک نظام حقوقی را پدید می آورند. ما در این رساله با استفاده از قوانین اساسی و لایحه آزادی اطلاعات مورد تصویب مجلس شورای اسلامی سعی درکشف حقوق مخاطبین در قانون و با استفاده از آیات و روایات و به طور کلی منابع فقهی تلاش در یافتن جستارهای تطبیقی دراین شاخه برای ارتباط با حقوق مخاطب و مستدل کردن این حق برای مخاطبین با فق شیعی بوده ایم.</p> <p>کلید واژه : حقوق مخاطب، حقوق، فقه، رسانه، ابزارهای ارتباطی</p>		

تاریخ و امضا :

مناسب است

نظر استاد راهنما برای چاپ در پژوهش نامه دانشگاه

مناسب نیست

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول: کلیات تحقیق
۲	مقدمه
۳	۱-۱ طرح مسئله
۳	۲-۱ اهمیت پژوهش
۴	۳-۱ پیشینه تحقیق
۴	۴-۱ سوالات پژوهش
۵	۵-۱ فرضیه‌های پژوهش
۵	۶-۱ روش پژوهش و گردآوری اطلاعات
۶	۷-۱ جنبه نوآوری پژوهش
۶	۸-۱ موانع پژوهش
۶	۹-۱ سازماندهی پژوهش
۷	۱۰-۱ مفاهیم
۷	۱۰-۱-۱ حقوق
۷	۱۰-۱-۱-۱ حقوق در معنای اول:
۸	۱۰-۱-۱-۲ حقوق در معنای دوم:
۸	۱۰-۱-۱-۳ حقوق در معنای سوم
۸	۱۰-۱-۲ مخاطب
۹	۱۰-۱-۳ رسانه
۱۰	۱۰-۱-۴ فقه:
۱۱	۱۱-۱ واژگان کلیدی
	فصل دوم: بررسی حقوق مخاطب در رسانه (جایگاه حقوق مخاطب در ایران)
۱۳	۱-۲ حقوق مخاطب در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
۲۳	بخش دوم
۲۳	۲-۲ حقوق مخاطب در لایحه آزادی اطلاعات (مصوب انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات)

۲۶.....	۲-۲-۱ استثنائات قانون دسترسی به اطلاعات
۲۶.....	۲-۲-۱-۱ اسرار دولتی
۲۶.....	۲-۲-۱-۲ حمایت از حریم خصوصی
۲۷.....	۲-۲-۱-۳ حمایت از سلامتی
۲۷.....	۲-۲-۱-۴ حمایت از اطلاعات تجاری محرمانه
۲۷.....	۲-۲-۱-۵ حمایت از محیط زیست
۲۷.....	۲-۲-۱-۶ قابلیت تفکیک
۲۸.....	۲-۲-۲ وظایف و اختیارات کمیسیون آزادی اطلاعات
۳۲.....	بخش سوم
۳۲.....	۲-۳ حقوق انواع مخاطب
۳۲.....	۲-۳-۱ مخاطبان عام
۳۲.....	۲-۳-۲ مخاطبان خاص
۳۳.....	۲-۳-۱-۱ کودکان
۳۵.....	۲-۳-۲-۱ زنان
۳۷.....	۲-۳-۳-۱ افراد دارای مشاغل خاص سیاسی یا اجتماعی
۳۷.....	۲-۳-۳-۲ حقوق مخاطبان با مشاغل خاص در قانون مدنی
۳۷.....	۲-۳-۳-۳ اقلیت‌ها
۳۹.....	بخش ۴
۳۹.....	۲-۴ انواع حقوق مخاطب
فصل سوم: بررسی حقوقی و فقهی مهم‌ترین مصادیق حقوق مشترک مخاطبین در برابر کلیه رسانه‌های	
۴۲.....	جمعی
۴۵.....	بخش اول
۴۵.....	۳-۱ مهم‌ترین مصادیق حقوق مخاطب
۴۵.....	۳-۱-۱ حق دسترسی به اطلاعات
۴۶.....	۳-۱-۱-۱ بررسی حق دسترسی به اطلاعات در قانون اساسی ایران
۴۸.....	۳-۱-۱-۲ بررسی حق دسترسی به اطلاعات در فقه با استفاده از آیات و روایات و قواعد فقهی
۴۸.....	۳-۱-۱-۲-۱ آیات
۵۲.....	۳-۱-۱-۲-۲ روایات

- ۳-۱-۱-۲-۳ بنای عقلا..... ۵۲
- ۳-۱-۱-۲-۴ قواعد فقهی ..... ۵۳
- الف) قاعده لاجرح ..... ۵۳
- ب). قاعده لاضرر..... ۵۳
- ۳-۱-۲ حق حفظ و احترام به حریم خصوصی یا حق محرمانگی ..... ۵۴
- ۳-۱-۲-۱ بررسی حق حفظ و احترام به حریم خصوصی در قانون اساسی ایران..... ۵۶
- ۳-۱-۲-۲ بررسی فقهی حق احترام به حریم خصوصی در رسانه با استفاده از آیات و روایات و قواعد فقهی ..... ۵۸
- ۳-۱-۲-۲-۱ معنای حریم ..... ۵۸
- ۳-۱-۲-۲-۱-۱ حریم در لغت:..... ۵۸
- ۳-۱-۲-۲-۱-۲ حریم در اصطلاح فقهی ..... ۵۸
- ۳-۱-۲-۲-۱-۳ حریم از نظر فطری ..... ۵۹
- ۳-۱-۲-۲-۱-۴ آیات ..... ۵۹
- ۳-۱-۲-۲-۳ روایات ..... ۶۰
- ۳-۱-۲-۲-۳-۱ بررسی روایی انواع حریم: ..... ۶۱
- ۳-۱-۲-۲-۴ بنا عقلا ..... ۶۵
- ۳-۱-۲-۲-۵ قواعد فقهی ..... ۶۶
- ۳-۱-۳ حق شکایت، پاسخگویی و تصحیح ..... ۶۷
- ۳-۱-۳-۱ حق شکایت و پاسخ گویی و تصحیح در قانون اساسی ایران..... ۶۸
- ۳-۱-۳-۲ بررسی فقهی حق شکایت و پاسخ گویی و تصحیح در آیات و روایات و قواعد فقه ..... ۶۹
- ۳-۱-۳-۲-۱ آیات ..... ۶۹
- ۳-۱-۳-۲-۲ روایات ..... ۷۲
- ۳-۱-۳-۲-۳ بنای عقلا ..... ۷۳
- ۳-۱-۴ حق احترام به عقاید مذهبی و مقدسات ..... ۷۴
- ۳-۱-۴-۱ حق احترام به عقاید مذهبی و مقدسات در قانون اساسی ایران..... ۷۴
- ۳-۱-۴-۲ بررسی فقهی حق احترام به عقاید مذهبی و مقدسات در آیات و روایات و فقه ..... ۷۵
- ۳-۱-۴-۲-۱ آیات ..... ۷۵
- ۳-۱-۴-۲-۲ بنای عقلا ..... ۷۷

## ج

- ۳-۱-۴-۲-۳ قواعد فقهی ..... ۷۷
- ۳-۱-۵ حق حفظ حرمت اشخاص و منع افترا و توهین ..... ۷۸
- ۳-۱-۵-۱ حق حفظ حرمت اشخاص و منع افترا و توهین در قانون اساسی ایران ..... ۷۹
- ۳-۱-۵-۱-۱ جبران خسارات وارده ناشی از جرم تهمت و افترا ..... ۸۰
- ۳-۱-۵-۱-۱-۱ خسارت حقیقی ..... ۸۰
- ۳-۱-۵-۱-۱-۲ خسارت ویژه (خسارت مالی) ..... ۸۱
- ۳-۱-۵-۱-۱-۳ خسارت احتمالی ..... ۸۱
- ۳-۱-۵-۱-۱-۴ خسارت کیفری ..... ۸۱
- ۳-۱-۵-۲ بررسی فقهی حق حفظ حرمت اشخاص و منع افترا و توهین در آیات و روایات و قواعد فقه ..... ۸۲
- ۳-۱-۵-۲-۱ آیات ..... ۸۲
- ۳-۱-۵-۲-۲ بنای عقلا: ..... ۸۳
- ۳-۱-۵-۲-۳ قواعد فقهی ..... ۸۴
- ۳-۱-۶ حق بهره‌مندی از اطلاعات صحیح و دقیق و منع نشر اکاذیب ..... ۸۵
- ۳-۱-۶-۱ حق بهره‌مندی از اطلاعات صحیح و دقیق و منع نشر اکاذیب در قانون اساسی ..... ۸۷
- ۳-۱-۶-۲ بررسی فقهی حق بهره‌مندی از اطلاعات صحیح و دقیق و منع نشر اکاذیب در آیات و روایات و مبانی فقهی ..... ۸۸
- ۳-۱-۶-۲-۱ آیات ..... ۸۹
- ۳-۱-۶-۲-۱-۱ آیات درباره نشر اکاذیب ..... ۸۹
- ۳-۱-۶-۲-۱-۲ آیات دروغ ..... ۸۹
- ۳-۱-۶-۲-۱-۳ آیات درباره شایعه ..... ۹۰
- ۳-۱-۶-۲-۲ روایات ..... ۹۰
- ۳-۱-۷ حق حفظ عفت و اخلاق عمومی و منع هرزه نگاری ..... ۹۱
- ۳-۱-۷-۱ حق حفظ عفت و اخلاق عمومی و منع هرزه نگاری در قانون اساسی ..... ۹۱
- ۳-۱-۷-۲ بررسی فقهی حق حفظ عفت و اخلاق عمومی و منع هرزه نگاری با آیات و روایات و قواعد فقهی ..... ۹۱
- ۳-۱-۷-۲-۱ آیات درباره عفاف ..... ۹۱
- ۳-۱-۷-۲-۲ روایات ..... ۹۳

۹۳.....	۳-۱-۷-۲-۳ بنا عقلا
۹۴.....	۳-۱-۸ حق آزادی بیان مخاطب در رسانه
۹۵.....	۳-۱-۸-۱ حق آزادی بیان در قانون اساسی
۹۷.....	۳-۱-۸-۲ بررسی فقهی حق آزادی بیان با آیات و روایات وقواعد فقهی
۹۷.....	۳-۱-۸-۲-۱ آیات
۹۸.....	۳-۱-۸-۲-۲ روایات
۹۹.....	۳-۱-۸-۲-۳ بنا عقلا
۱۰۰.....	۳-۱-۹ حق منع سانسور
۱۰۱.....	۳-۱-۹-۱ حق منع سانسور در قانون اساسی ایران
۱۰۱.....	۳-۱-۹-۱-۱ ممنوعیت سانسور در مطبوعات ایران
۱۰۳.....	۳-۱-۹-۲ بررسی فقهی منع سانسور با آیات
۱۰۳.....	۳-۱-۹-۲-۱ آیات
۱۰۵.....	بخش دوم
۱۰۵.....	۳-۲ حقوق مخاطبان آسیب پذیرتر
۱۰۵.....	۳-۲-۱ حقوق کودکان
۱۰۵.....	۳-۲-۱-۱ حقوق کودک در ایران
۱۰۶.....	۳-۲-۱-۲ بررسی فقهی، حقوق مخاطبان کودک در رسانه
۱۰۶.....	۳-۲-۱-۲-۱ حقوق خاص کودک در آیات
۱۰۹.....	۳-۲-۱-۳ روایات
۱۰۹.....	۳-۲-۲ زنان
۱۰۹.....	۳-۲-۲-۱ حقوق مخاطبان زن در رسانه از منظر قانون اساسی
۱۱۱.....	۳-۲-۲-۲ بررسی فقهی، حقوق مخاطبان زن در رسانه
۱۱۱.....	۳-۲-۲-۲-۱ روایات
	فصل چهارم: حقوق مخاطب به تناسب تفکیک هریک از رسانه های جمعی و احکام جزایی مرتبط
۱۱۵.....	بخش اول
۱۱۵.....	۴-۱ حقوق مخاطب به تفکیک رسانه
۱۱۵.....	۴-۱-۱ حقوق مخاطب در برابر مطبوعات (و رسانه های چاپی)
۱۱۵.....	۴-۱-۱-۱ حقوق مخاطب در برابر مطبوعات (و رسانه های چاپی) در ایران

- ۴-۱-۱-۲ ممنوعیت سانسور در مطبوعات ..... ۱۱۶
- ۴-۱-۱-۳ طبقه‌بندی جرایم مطبوعاتی ..... ۱۱۷
- ۴-۱-۱-۳-۱ تفکیک جرایم مطبوعات به جرایم عادی و جرایم ویژه مطبوعات ..... ۱۱۷
- ۴-۱-۱-۳-۲ طبقه‌بندی جرایم مطبوعاتی به لحاظ اهمیت جرم ..... ۱۱۸
- ۴-۱-۱-۳-۳ تفکیک جرایم مطبوعاتی با توجه به منشأ قانونی آنها ..... ۱۱۸
- ۴-۱-۱-۴ محدودیت‌ها و جرایم مطبوعاتی در قوانین ایران ..... ۱۱۹
- ۴-۱-۲ حقوق مخاطب در برابر تلویزیون و رادیو ..... ۱۲۱
- ۴-۱-۲-۱ وضعیت حقوقی ویژه رادیو و تلویزیون در قانون ایران ..... ۱۲۱
- ۴-۱-۲-۱-۱ کسب اجازه و مقدمات پیشینی: ..... ۱۲۱
- ۴-۱-۲-۲ بررسی جزایی ویژه رادیو و تلویزیون ..... ۱۲۲
- ۴-۱-۳ حقوق مخاطب در برابر تبلیغات بازرگانی ..... ۱۲۳
- ۴-۱-۳-۱ موارد ممنوع در تبلیغات بازرگانی ..... ۱۲۳
- ۴-۱-۴ حقوق مخاطب در برابر رسانه‌های نوین نظیر الکترونیک و دیجیتال ..... ۱۲۴
- ۴-۱-۴-۱ حقوق مخاطب در برابر رسانه‌های نوین نظیر الکترونیک و دیجیتال در قانون ایران ..... ۱۲۶
- بخش دوم ..... ۱۲۸
- ۴-۲ حقوق مخاطب در جرایم رسانه‌ای ..... ۱۲۸
- ۴-۲-۱-۲-۱ تعریف جرایم رسانه‌های الکترونیک ..... ۱۲۸
- ۴-۲-۲-۱ عناصر جرایم رسانه‌های الکترونیک ..... ۱۲۸
- ۴-۲-۲-۱-۲ عنصر مادی انتشار و در معرض اطلاع عموم قرار دادن ..... ۱۲۸
- ۴-۲-۲-۲-۲ عنصر معنوی: قصد مجرمانه ..... ۱۲۹
- ۴-۲-۲-۳ عنصر قانونی ..... ۱۳۰
- ۴-۲-۳ قوانین مربوط به جرایم رسانه‌ای ..... ۱۳۰
- ۴-۲-۳-۱ جرایم رسانه‌ای مندرج در قانون مجازات اسلامی ..... ۱۳۰
- ۴-۲-۳-۱-۱ جرایم رسانه‌ای توهین آمیز: ..... ۱۳۰
- ۴-۲-۳-۲ جرایم رسانه‌ای مندرج در قانون مطبوعات ..... ۱۳۱
- ۴-۲-۳-۲-۱ جرایم رسانه‌ای علیه نظم عمومی ..... ۱۳۱
- ۴-۲-۳-۲-۲ جرایم رسانه‌ای علیه امنیت ..... ۱۳۱
- ۴-۲-۳-۲-۳ جرایم علیه اخلاق و عفت عمومی ..... ۱۳۱

- ۱۳۲..... ۴-۲-۳-۲-۴ جرایم علیه اشخاص
- ۱۳۲..... ۵-۲-۳-۲-۴ جرام علیه اخلاق حسنه
- ۱۳۲..... ۶-۲-۳-۲-۴ جرایم علیه اموال
- ۱۳۲..... ۷-۲-۳-۲-۴ جرایم صنفی
- ۴-۲-۴ حقوق مخاطب در مقررات و ضوابط شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای در ایران (مصوب آبان ماه ۸۰ شورای عالی انقلاب فرهنگی)..... ۱۳۳
- ۵-۲-۴ ضمانت اجراها حقوق مخاطب در حوزه حقوق فناوری اطلاعات..... ۱۳۶
- ۶-۲-۴ ادله اثبات دعوی حقوق مخاطب..... ۱۳۷
- فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات
- ۱۴۲..... نتیجه گیری
- ۱۴۳..... پیشنهادات
- ۱۴۵..... ضمایم
- ۱۴۵..... قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات
- ۱۵۳..... منابع

# فصل اول

## کلیات تحقیق

## مقدمه

با پیشرفت روز افزون اطلاعات و تکنولوژی، هر روز نیازهای جدیدی در جامعه شکل می‌گیرد، در برابر این نیازها افرادی در مقابل یکدیگر نظام حق و وظیفه جدیدی را تشکیل میدهند، و مباحث حقوقی تازه‌ای در این راستا به وجود خواهد آمد. یکی از این مباحث حقوقی که در این به خصوص در این صده با تکامل یافتن وسایل ارتباطی مورد توجه قرار گرفته است حقوق مخاطبین در برابر رسانه‌هاست. این حقوق از ابتدای تدوین قانون اساسی تا زمان حاضر با برداشتها و بینش‌های گوناگونی روبه‌رو بوده است و بر اساس دگرگونی‌های حقوقی زیادی در این رابطه صورت پذیرفته است.

یکی از نقش‌های محوری رسانه، ایجاد آگاهی اجتماعی است، که در آن حقوق فردی اشخاص و حق آگاهی یافتن آنها باید به صورت توأمان حفظ و رعایت شود. از این رو مقصود از اخلاق حرفه‌ای در رسانه، مجموعه قواعدی است که دست اندرکاران رسانه بر اساس ندای وجدان خویش در انجام کار حرفه‌ای رعایت میکنند (پیش‌نویس راهنمای تولید کنندگان در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ۱۳۸۷) علاوه بر حقوقی که ذیل عنوان اخلاق رسانه‌ای ذکر شده است، حقوق دیگری را هم می‌توان در زمره حقوق مخاطب ذکر کرد که در این رساله به تفصیل آن پرداخته ایم. از سوی دیگر نگاه فقهی بر این حقوق با توجه با آیات و روایات و قواعد فقهی مرتبط فعالیتی جدید در عرصه حقوق مخاطب در رسانه بود که ما در این رساله مشروحا در این باب، فعالیت کرده ایم.

این رساله با توجه به میان‌رشته‌ای بودن به چند حوزه‌ی حقوق، علوم ارتباطات و فقه مرتبط است، لذا سبب پیچیدگی مضاعف کار نگارنده گردیده است، طبعاً با توجه به نو بودن این موضوع و نبود منابع کامل و خاص بیش از پیش نگارنده از تحلیلات خویش جهت راهبردی کردن بعضی بخشها استفاده کرده است

امید است که گره‌گشای این عرصه از فعالیت‌های جامعه و خدمتی به اهل رسانه و مخاطبین باشد

## ۱-۱ طرح مسئله

گسترش رسانه‌های جمعی و استفاده از فناوری‌های نوین فناوری‌های نوین ارتباطی باعث ایجاد نوع جدیدی از مباحث حقوقی شده است. یکی از این مباحث حقوقی که در رابطه با رسانه‌های ارتباطی مطرح است، بحث حقوق مخاطبان رسانه‌ها است. این حقوق یکی از مفاهیم مهمی است که همراه با انقلاب اطلاعات در دنیای ارتباطات ظاهر و به‌عنوان نوع جدیدی از حقوق عمومی شهروندی شکوفا شده است. این پدیده در آغاز به صورت کاملاً ساده با شکل‌گیری رسانه‌های مختلف و با انتقال متن پیام‌ها طیف وسیعی از افراد جامعه از رسانه‌ها، شکل پیچیده‌تری به خود گرفته است.

یکی از نقش‌های محوری رسانه، ایجاد آگاهی اجتماعی است که در آن حقوق فردی اشخاص و حق آگاهی یافته آنها باید به شکل توأم حفظ شود. در این راستا، حریم خصوصی انصاف و بی‌طرفی، دقت و صحت، حقوق معنوی و ناشی از مالکیت معنوی و فکری، حقوق شهروندی، حقوق رسانه‌ای کودکان، حق آزادی بیان، حق منع سانسور، حق حفظ عفت عمومی و ...

حقوق مخاطب در قوانین و فقه نیز به اشکال مختلف قابل استخراج است. بسیاری از اصول قانون اساسی جمهوری اسلامی به این حقوق اشاره داشته و در بسیاری از لوایح از جمله لایحه حق دسترسی آزاد به اطلاعات مورد تصویب مجلس شورای اسلامی اشارات مهمی به حقوق مخاطبین شده است. همچنین در این راستا می‌توان اصول فقهی را مدنظر قرار داد که به اشکال مختلف می‌توان این حقوق را از آنها استخراج نمود. در آن راستا، این پژوهش در پی بررسی جایگاه حقوق مخاطبان در رسانه از منظر اصول فقهی و حقوقی است.

## ۱-۲ اهمیت پژوهش

بسیاری از پژوهشگران در حوزه رسانه و حقوق، رعایت حقوق مخاطبان را از مهم‌ترین ارکان حقوق در رسانه می‌دانند و ارائه پیام از طریق رسانه‌های جمعی با در نظر گرفتن «حقوق فردی» و «منافع عمومی» جامعه مستلزم رعایت اصولی است. علیرغم اهمیت بحث حقوق مخاطب و گرچه قانونمند نمودن رسانه‌های رسانه‌های جمعی در دنیای امروز و تعیین حقوق، تکالیف، مزایا و محدودیت‌های

اصحاب رسانه و مخاطبان رسانه‌ها از مهم‌ترین دغدغه‌های حقوق است لیکن تاکنون پژوهش‌های جامعی در مورد جایگاه حقوق مخاطب در حقوق و فقه وجود ندارد.

### ۱-۳ پیشینه تحقیق

در رابطه با جایگاه حقوق مخاطب در حقوق و فقه پژوهش‌های جامعی صورت نگرفته است لیکن در اینجا به برخی پژوهش‌ها که دارای ارتباط با بحث حقوق مخاطب هستند اشاره می‌شود. کتاب «حقوق رسانه» نوشته دکتر باقر انصاری که در آن نویسنده به بحث حقوق مخاطب به‌عنوان بخشی از حقوق رسانه پرداخته است. گرچه برخی از مباحث مربوط به حقوق مخاطب نظیر بحث حریم خصوصی در این کتاب مورد توجه قرار گرفته است لیکن سایر مباحث نزدیک به حقوق مخاطب در این کتاب مورد بررسی قرار نگرفته است.

کتاب «حقوق رسانه» پیتر گری و جو ساندرز ترجمه حمیدرضا ملک محمدی کتابی است که در حوزه حقوق رسانه به چاپ رسیده است. در این کتاب مباحث خوبی در مورد مسائل بنیادین حقوق رسانه اشاره شده آورده شده لیکن اشاره‌ای به جایگاه حقوق مخاطب در ایران و فقه اشاره نشده است. یکی از بهترین کتاب‌ها در حوزه حقوق مخاطب کتاب «حقوق مخاطب در رسانه‌های جمعی» نوشته سید بشیر حسینی اسفیدجانی است. این کتاب به شکل خوبی کلیات حقوق مخاطب در حقوق ایران، بریتانیا و ایالات متحده را مورد بحث قرار داده لیکن جای بررسی فقهی در این کتاب خالی است. این پایان‌نامه درصدد است این خلا را پوشش دهد.

### ۱-۴ سوالات پژوهش

سوالات مطرح شده برای پژوهشگر در این رساله به شرح زیر بود که در این پژوهش، نگارنده به دنبال پاسخ به این سوالات بوده است

الف) آیا مردمی که به عنوان مخاطب رسانه نقش بازی میکنند، داری حقوق ای هستند یا خیر؟

ب) آیا حقوق موضوعه ایران برای حقوق مخاطب رسانه قوانین ای تنظیم کرده است؟

ج) آیا حقوق مخاطب در ایران مورد توجه قرار میگیرد یا خیر؟

د) آیا در آیات و روایات و فقه شیعی به مناظر، به بررسی حقوق مخاطب پرداخته است یا خیر؟

## ۱-۵ فرضیه‌های پژوهش

الف) بله مخاطب رسانه به طور کلی دارای حقوق ای میباشند

ب) بله در حقوق موضوعه ایران برای مخاطب حقوقی را مطرح کرده است که البته کامل نیست

ج) بله تا حدی

د) خیر به صورت مستقیم بر روی حقوق مخاطب کار نشده است، ما در ضمن این پژوهش

جستاری بر قواعد و آیات مرتبط خواهیم داشت تا از پویایی فقه شیعه جهت استعلام این حق از میان

منابع بپردازیم

## ۱-۶ روش پژوهش و گردآوری اطلاعات

در این پژوهش از روش توصیفی برای تحلیل و اثبات فرضیه استفاده شده است. همچنین در

گردآوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای به شکل کتاب و مقاله استفاده شده است. همچنین از منابع

متعدد عربی برای تکمیل بخش فقهی و از منابع انگلیسی برای تکمیل بخش حقوقی استفاده شده

است. البته در این تحقیق با استفاده از اصول و نبود منبع فتوایی مشخص در رابطه با رسانه و حقوق

مخاطب، بررسی ما، بررسی تطبیقی با استفاده از مبانی معتبر و پیش فرض های تایید شده بوده است.

روش تحلیلی، روش خاص نگارنده در بخش هایی بوده که هیچ فتوای خاصی برای آن وجود نداشته

است