



دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده حقوق و علوم سیاسی

پایان نامه جهت دریافت درجه کارشناسی ارشد حقوق ارتباطات

حقوق مخاطبان مطبوعات، با تاکید بر حق احترام به حریم خصوصی اشخاص و حق تصحیح و پاسخگویی

استاد راهنما:

دکتر عباس اسدی

استاد مشاور:

دکتر حسنعلی مؤذن زادگان

نگارنده:

عبدالرسول سلطانی

بهمن ۱۳۹۰

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تقدیم به مشعل داران علم و فرهنگ

آنان که پیوسته با تاریکی‌ها در پیکارند

تقدیر و تشکر

پس از حمد و سپاس خدای منان بر خود لازم می دانم از همه اساتید گرانقدری که بنده را در راه آموختن علم و تکمیل این وجیزه یاری نمودند تقدیر و تشکر نمایم بویژه از استاد راهنمای محترم جناب آقای دکتر اسدی، استاد مشاور محترم جناب آقای دکتر موذن زادگان و استاد داور محترم جناب آقای دکتر ویژه؛ همچنین از مدیر گروه محترم حقوق ارتباطات سرکار خانم دکتر معتمدنژاد که دلسوزی ها و تشویق های ایشان در راه اعتلای این گرایش نوپا ستودنی بوده و هست سپاسگزارم. سلامتی همه این بزرگواران را از درگاه خداوند متعال مسئلت دارم.

چکیده

حقوق مخاطب از جمله حقوقی است که به دلیل گسترش کمی و کیفی رسانه های گروهی در سال های اخیر مورد توجه صاحب نظران حوزه حقوق و رسانه قرار گرفته است.

اهمیت این حقوق زمانی دوچندان می شود که نقض آن ها تبعات منفی بسیاری بر حیثیت و شخصیت افراد وارد می کند. از جمله این حقوق حق احترام به حریم خصوصی و حق تصحیح و پاسخگویی اشخاص می باشند. مطبوعات به عنوان یکی از با سابقه ترین و مهم ترین وسایل ارتباط جمعی نقش گسترده ای در توسعه دموکراسی و انتشار اطلاعات ایفا می کنند؛ از جمله موارد حساسی که می تواند دستاویزی برای اصحاب رسانه در جهت منافع خویش قرار گیرد، دخالت در حریم خصوصی اشخاص است. برخی از روزنامه نگاران به دلایل مختلف سعی در افشای اطلاعات زندگی خصوصی دیگران دارند.

قانون گذاران سازمان های بین المللی و کشورهای مختلف با وضع قوانین و مقرراتی در این زمینه، سعی در حفظ حریم و شخصیت اشخاص در برابر این رسانه ی پر جنب و جوش داشته اند. به طور کلی جدا از شیوه های جبران خسارت مادی و معنوی که در قوانین کشورها و اسناد بین المللی دیده می شود، شیوه جبران خسارت غیر مالی نیز وجود دارد که از آن به حق پاسخگویی یاد می شود. این شیوه نیز همواره راهکاری مناسب و کم هزینه برای احقاق حقوق مخاطبان به ویژه در زمینه حق حریم خصوصی مد نظر قانون گذاران بین المللی و داخلی در اکثر کشورها بوده و هست. این تحقیق سعی دارد با بررسی قوانین ایران در زمینه حقوق مخاطب در حوزه حریم خصوصی و حق پاسخگویی اشخاص در مطبوعات، و با اشاره به اسناد بین المللی و قوانین مطبوعاتی برخی کشورها، وضعیت ایران را در این حوزه بررسی و تحلیل کند.

واژه های کلیدی: رسانه، مطبوعات، مخاطب، حق حریم خصوصی، حق تصحیح و

پاسخگویی

| | |
|--------|------------------------------------|
| ۱..... | مقدمه |
| ۲..... | بند اول: بیان مسئله |
| ۴..... | بند دوم: پیشینه تحقیق |
| ۵..... | بند سوم: سؤال ها و فرضیه های تحقیق |
| ۶..... | بند چهارم: ضرورت و اهداف تحقیق |
| ۷..... | بند پنجم: نوع و روش تحقیق |
| ۷..... | بند ششم: مشکلات و تنگناهای تحقیق |
| ۸..... | بند هفتم: سازماندهی تحقیق |

فصل اول: کلیات

| | |
|---------|-------------------------------------|
| ۱۰..... | گفتار اول: تعریف و مفهوم حقوق مخاطب |
| ۱۰..... | بند اول: مفهوم و ماهیت حق |
| ۱۱..... | بند دوم: تعریف و مفهوم ارتباط |

- بند سوم: تعریف و مفهوم مخاطب..... ۱۳
- بند چهارم: سابقه تاریخی مخاطب..... ۱۶
- بند پنجم: ویژگی های عمومی مخاطب رسانه ای..... ۱۹
- بند ششم: مطبوعات به عنوان وسیله ارتباط جمعی..... ۲۱
- الف: مختصری در مورد وسایل ارتباط جمعی..... ۲۱
- ب: تعریف مطبوعات..... ۲۳
- بند هفتم: تعریف و موضوع حقوق مخاطب..... ۲۵
- بند هشتم: انواع حقوق مخاطب..... ۲۶
- الف: آزادی بیان و عقیده..... ۲۶
- ب: حق دسترسی به اطلاعات..... ۲۹
- ج: احترام به حقوق اقلیت ها..... ۳۴
- د: حق احترام به حریم خصوصی اشخاص و حق پاسخگویی در مطبوعات..... ۳۴
- گفتار دوم: مبانی حقوق مخاطب..... ۳۵
- بند اول: مبانی فلسفی حقوق بنیادین بشر..... ۳۶
- الف: مفهوم حقوق طبیعی..... ۳۶
- ب: نظریه قرارداد محوری..... ۳۸
- بند دوم: مبانی اسلامی حقوق بنیادین بشر..... ۳۹
- بند سوم: محدودیت های حقوق بنیادین بشر..... ۴۰

- بند چهارم: مبانی حق احترام به حریم خصوصی اشخاص و حق تصحیح و پاسخگویی..... ۴۱
- الف: مبانی حق احترام به حریم خصوصی اشخاص..... ۴۱
- ۱- احترام به حیثیت و حرمت اشخاص..... ۴۱
- ۲- ایجاد و حفظ آرامش در زندگی خصوصی..... ۴۳
- ۳- مشوقی برای پیشبرد برنامه های دموکراسی..... ۴۴
- ب: مبانی حق تصحیح و پاسخگویی..... ۴۴
- ۱- مسئولیت پذیری مطبوعات..... ۴۴
- ۲- شفاف سازی اطلاعات..... ۴۵
- گفتار سوم: منابع حقوق مخاطب:..... ۴۵
- بند اول: حقوق مخاطب در اسناد بین المللی..... ۴۵
- الف: در اسناد بین المللی جهانی..... ۴۵
- اسناد بین المللی جهانی عام..... ۴۵
- ۱- اعلامیه جهانی حقوق بشر..... ۴۵
- ۲- میثاق های بین المللی..... ۴۷
- الف- میثاق های بین المللی حقوق مدنی و سیاسی..... ۴۷
- ب- میثاق بین المللی حقوق اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی..... ۴۹
- اسناد بین المللی جهانی خاص..... ۴۹

- ۱- اعلامیه کنفرانس عمومی یونسکو..... ۴۹
- ۲- اصول بین المللی اخلاق حرفه ای در روزنامه نگاری..... ۵۱
- ۳- پیش نویس قواعد اخلاق حرفه ای بین المللی توسط شورای اقتصادی و اجتماعی سازمان ملل متحد..... ۵۲
- ۴- عهدنامه مربوط به حق بین المللی تصحیح..... ۵۴
- ب: حقوق مخاطب در اسناد بین المللی منطقه ای..... ۵۴
- ۱- کنوانسیون اروپایی حقوق بشر..... ۵۴
- ۲- کنوانسیون آمریکایی حقوق بشر..... ۵۶
- ۳- منشور آفریقایی حقوق بشر و مردم..... ۵۸
- ۴- اعلامیه اسلامی حقوق بشر..... ۵۸
- بند دوم: حق مخاطب در حقوق داخلی..... ۶۰
- ۱- قانون اساسی..... ۶۰
- ۲- قانون مجازات اسلامی..... ۶۱
- ۳- قانون مطبوعات..... ۶۲
- ۴- قانون برنامه چهارم توسعه..... ۶۵
- ۵- پیش نویس میثاق اصول اخلاقی حرفه روزنامه نگاری..... ۶۶
- ۶- آئین نامه نویسندگان مطبوعاتی و خبرنگاران..... ۶۷
- گفتار چهارم: انواع مخاطب..... ۶۷

- ۱- بر اساس سن..... ۶۹
- ۲- بر اساس جنسیت..... ۷۱
- ۳- بر اساس موقعیت اجتماعی (علم، ثروت، قدرت)..... ۷۲
- گفتار پنجم: ضمانت اجراهای ناشی از نقض حقوق مخاطب..... ۷۳
- بند اول- ضمانت اجراها در اسناد بین المللی..... ۷۳
- بند دوم- ضمانت اجراها در حقوق داخلی..... ۷۵
- الف- ضمانت اجراهای کیفری..... ۷۵
- ۱- ضمانت اجراهای کیفری در حمایت از اشخاص حقیقی..... ۷۵
- ۲- ضمانت اجراهای کیفری در حمایت از اشخاص حقوقی..... ۷۸
- ب- ضمانت اجراهای مدنی..... ۸۰

فصل دوم: حق حریم خصوصی اشخاص در مطبوعات

- گفتار اول: تعریف، ماهیت و حوزه های حریم خصوصی..... ۸۳
- بند اول: تعریف و مفهوم حریم خصوصی..... ۸۳
- بند دوم: ماهیت حریم خصوصی..... ۸۶
- الف: به عنوان یک حق بشری..... ۸۶
- ب: به عنوان یک حق اساسی..... ۸۷
- بند سوم: حوزه های حریم خصوصی..... ۸۷
- گفتار دوم: تاریخچه حریم خصوصی..... ۸۸

- بند اول: در دوران باستان و در ادیان و مذاهب..... ۸۸
- بند دوم: در مطبوعات..... ۸۹
- گفتار سوم: حریم خصوصی در قوانین راجع به مطبوعات در ایران (با نگاهی به قوانین مطبوعاتی برخی کشورها)..... ۹۱
- بند اول: حریم خصوصی در حقوق اسلام..... ۹۲
- بند دوم: حریم خصوصی در قوانین راجع به مطبوعات در ایران ۹۲
- الف- قانون اساسی..... ۹۳
- ب- قانون آیین دادرسی کیفری..... ۹۵
- ج- قانون مسئولیت مدنی مصوب ۹۵
- د-قانون تجارت الکترونیکی..... ۹۶
- ه- قانون مطبوعات..... ۹۶
- گفتار چهارم: حریم خصوصی اشخاص و آزادی بیان در مطبوعات..... ۹۹
- بند اول: حریم خصوصی اشخاص و حق دسترسی به اطلاعات..... ۹۹
- بند دوم: استدلالات در امکان پذیری نقض حریم خصوصی اشخاص..... ۱۰۱
- بند سوم: اخلاق روزنامه نگاری و حق حریم خصوصی..... ۱۰۵
- گفتار پنجم: مصادیق حریم خصوصی اشخاص در مطبوعات با ذکر برخی از آراء و قضایای مطبوعاتی..... ۱۰۹
- بند اول: مصادیق حریم خصوصی نسبت به اشخاص حقیقی..... ۱۰۹
- ۱- حریم خصوصی در منزل و مسکن افراد..... ۱۱۰
- ۲- حریم خصوصی در بیمارستان ها..... ۱۱۲

- ۳- حریم خصوصی در مورد جرایم و مصایب ۱۱۴
- ۴- حریم خصوصی در مورد انتشار تحقیقات مراجع قضایی ۱۱۵
- ۵- حریم خصوصی در مکان های عمومی ۱۱۷
- ۶- حریم خصوصی و انتشار مسائل خانوادگی افراد ۱۱۹
- ۷- حریم خصوصی و حق نام و تصویر افراد ۱۲۱
- ۸- حریم خصوصی در مصاحبه ها ۱۲۵
- ۹- حریم خصوصی در برخی دفاتر و محل های کار ۱۲۸
- بند دوم- مصادیق حریم خصوصی نسبت به اشخاص حقوقی ۱۳۲
- الف- مفهوم شخصیت حقوقی ۱۳۲
- ب- آثار شخصیت حقوقی ۱۳۲
- ج- انواع اشخاص حقوقی ۱۳۳
- ۱- اشخاص حقوقی حقوق عمومی ۱۳۳
- الف- دولت ۱۳۳
- ۱- دولت در چارچوب مخاطب ۱۳۴
- ۲- مطبوعات و امنیت ملی ۱۳۵
- ۳- مطبوعات و اسرار محرمانه و سری دولتی و نظامی ۱۳۸
- الف- انتشار اسرار محرمانه دولتی ۱۳۸
- ب- انتشار اسرار محرمانه نظامی ۱۴۰

۲- اشخاص حقوقی حقوق خصوصی..... ۱۴۱

الف- شرکت های تجاری..... ۱۴۱

ب- اسرار شرکت های تجاری..... ۱۴۲

۱- مفهوم اسرار تجاری..... ۱۴۲

۲- حمایت از اسرار تجاری در حقوق ایران..... ۱۴۴

فصل سوم- حق تصحیح و پاسخگویی اشخاص در مطبوعات

گفتار اول- مفهوم حق تصحیح و پاسخگویی..... ۱۴۷

بند اول- تعریف حق تصحیح و پاسخگویی..... ۱۴۸

بند دوم- تفاوت بین حق تصحیح و حق پاسخ..... ۱۴۹

بند سوم- حق پاسخگویی و آزادی بیان..... ۱۴۹

گفتار دوم- حق تصحیح و پاسخگویی در حقوق ایران (با نگاهی به قوانین مطبوعاتی برخی کشورها)..... ۱۵۱

بند اول- در قوانین پیش از انقلاب..... ۱۵۱

بند دوم- در قوانین پس از انقلاب (همراه با تحلیل و بررسی ماده ۲۳ قانون مطبوعات)..... ۱۵۳

بند سوم- حق پاسخگویی در قوانین مطبوعاتی برخی کشورها..... ۱۶۰

گفتار سوم- اشکال حق پاسخگویی در مطبوعات..... ۱۶۵

بند اول- انواع مطبوعات..... ۱۶۵

بند دوم- انواع پاسخ به مطبوعات..... ۱۶۷

بند سوم- زمان و مکان درج پاسخ در مطبوعات..... ۱۷۰

| | |
|---|-----|
| بند چهارم- حق پاسنگویی سایر اشخاص..... | ۱۷۱ |
| الف: پاسنگویی گروه های فشار..... | ۱۷۱ |
| ب: اشخاصی که تابعیت کشور را ندارند..... | ۱۷۳ |
| ۱- اشخاص غیر تابع مقیم در کشور..... | ۱۷۳ |
| ۲- اشخاص غیر تابع مقیم در خارج از کشور..... | ۱۷۴ |
| ج: حق پاسنگویی اشخاص حقوقی..... | ۱۷۵ |
| ج- ۱: حق پاسنگویی دستگاه های اجرایی..... | ۱۷۵ |
| ج- ۲: حق پاسنگویی شرکت های تجاری..... | ۱۷۶ |
| نتیجه گیری..... | ۱۷۷ |
| فهرست منابع..... | ۱۸۰ |

مقدمه

در چارچوب حقوق ارتباط جمعی هر یک از شهروندان اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی و گروه‌های مختلف (سیاسی، فرهنگی، مذهبی، صنفی و...) به نحوی از انحاء مخاطب رسانه‌های همگانی از جمله مطبوعات هستند و در این راستا از حقوقی برخوردارند که ما می‌توانیم آن را تحت عنوان حقوق مخاطب توصیف کنیم.

آزادی بیان، حق دسترسی به اطلاعات، حق حریم خصوصی، حق مالکیت فکری و حق پاسخگویی از جمله این حقوق است

از یک طرف آزادی بیان و حق دسترسی به اطلاعات ابزاری است در دست رسانه برای فعالیت و جنب و جوش در عرصه خبرپراکنی و از طرف دیگر حق حریم خصوصی، مالکیت فکری و حق پاسخگویی مقوله‌هایی است دست و پا گیر که رسانه را محدود می‌کند و برای او در اشاعه اطلاعات چارچوب می‌سازد.

در یک نگاه کلی می‌توان گفت برخی از این حقوق مشترک است بین رسانه و مخاطب مانند حق دسترسی به اطلاعات چرا که هر دو این را جز حقوق حقه خود می‌دانند و نبود آن را خللی در تعالی خویش می‌شمارند؛ و برخی دیگر از این حقوق خاص مخاطبان است مانند حق حریم خصوصی و حق پاسخگویی.

این حقوق در عین این که به عنوان یک حق بشری و سوای از زمان و مکان خاصی مورد توجه و احترام است؛ از مفاهیم نو ظهوری است که همراه با انقلاب ارتباطات برجسته شده و مورد توجه صاحبان نظران این حوزه قرار گرفته گو این که کاستی در توجه به این مقوله در عصر جدید ضربتی است جبران ناپذیر بر پیکر ظریف حقوق بنیادین بشری.

بند اول - بیان مسئله:

گردش آزاد اطلاعات در دنیای پیچیده ارتباطات حقی است که هر شهروند می تواند از آن بهره گیرد. این حق به رسمیت شناخته شده در برگزیده حق گردآوری، انعکاس و انتشار اخبار و نظرات و حق دریافت و استفاده از اخبار و اطلاعات است. آزادی بیان و اظهار عقیده و گردش و تبادل آزادانه اطلاعات حقوق شناخته شده ای هستند که هیچ حاکمیتی نمی تواند شهروندان را از آن محروم کند ولی حق دارد آنها را محدود و یا منحصر به موارد خاصی نماید.

البته این محدودیت ها باید معقول، مناسب، شفاف و خالی از ابهام باشند و با معیارهای منافع و امنیت ملی و ارزش های دینی و ملی هر جامعه سازگار بوده و در راستای رعایت و تأمین حقوق خصوصی و عمومی هر دو طرف رسانه های گروهی تبیین گردند.^۱ رویارویی جوامع انسانی با پدیده گسترده و تا حدودی غیر قابل کنترل رسانه های گروهی به ویژه رسانه های گروهی نوین، به کار گیرندگان و مخاطبان این رسانه ها و دولت ها را واداشته است تا برای بهره گیری بهینه از این وسایل و جلوگیری از سوء استفاده احتمالی از آنها به تدریج به یک رشته قواعد و مقررات تن دردهند و همگان را به رعایت آن تشویق و ترغیب کنند و این حق را نیز برای حکومت های ملی قائل شوند که با تهیه و تصویب قوانین و مقررات منطبق با ویژگی های کشورهای خود کسانی را که این قواعد و مقررات را رعایت نمی کنند و از این وسایل استفاده های نا به جا و نادرست می کنند و حقوق طرف مقابل خود را زیر پا می گذارند، جریمه کرده و در مواردی مجازات نمایند.

بنابراین کلیه مقررات و قوانینی که برای تأسیس، نظم بخشیدن، استفاده بهینه و ممانعت از هرگونه سوء استفاده از رسانه های گروهی و جلوگیری از نقض حقوق مخاطبان تدوین شده و می شوند در کلیت امر استخوان بندی حقوق ارتباطات و در موضوع این تحقیق شاکله حقوق مخاطب را تشکیل می دهند.

از این رو می توان به صورت مختصر حقوق مخاطب را این گونه توصیف کرد:

۱. محمد حسن بردبار، درآمدی بر حقوق ارتباط جمعی، انتشارات ققنوس، چاپ اول، ۱۳۸۱، ص ۱۱، برای مطالعه بیشتر درمورد آزادی اطلاعات و محدودیت های آن ر. ک. به باقر انصاری، آزادی اطلاعات، نشر دادگستر، چاپ اول، ۱۳۸۷.

حقوق مخاطب مجموعه ای از حق ها و امتیازاتی است که قانون‌گذار برای مخاطب در نظر گرفته است. از رهگذر این امتیازات، مخاطب می تواند با خیالی آسوده در پرتو اشاعه بیان آزاد اطلاعات توسط رسانه ها، هم بر دانش و آگاهی خود بیفزاید و هم قربانی نقض کنندگان این آزادی و پیامدهای ناشی از آن نشود. بدین منظور برای آن که مخاطب در دام سوء استفاده کنندگان و ناقضان آزادی بیان و اطلاعات گرفتار نشود نیازمند است تا کلیه حقوق مربوط به خود در این زمینه را بداند و بدان آگاه شود. این آگاهی می تواند در جهت حفظ حقوق مخاطب به دو صورت ظاهر شود، ۱- آشنایی و پیشگیری، بدین معنی که هرگاه مخاطب با حقوق و امتیازات خود در برابر رسانه ها آشنا شد بر فرض اینکه روزنامه نگاری بخواهد به حقوق وی تعرض کند یا از او در جهت اهداف خود یا نشریه خود سوء استفاده کند، مخاطب با آگاهی از این حقوق می تواند در آستانه ارتکاب نقض حقوق خود توسط روزنامه نگار به وی هشدار داده و او را منع کند. ۲- به نظر می رسد در جامعه ما پرکاربرد تر و اساسی تر باشد این است که؛ بر فرض این که روزنامه نگاری به حق حریم خصوصی کسی تجاوز کرد، مخاطب بر شیوه ها و طرق جبران خسارت های مادی و معنوی خود آگاه باشد و بتواند از خود دفاع کند. بنابر این هدف از آشنایی با حق حریم خصوصی و حق پاسخگویی به ویژه استقلال مخاطب در برابر مطبوعات و دفاع از حریم و شخصیت وی می باشد. با توجه به مباحث فوق، باید دید قانون‌گذار ایران چه تدبیری برای این دو حق اندیشیده و چه راهکارهایی ارائه داده است. این تحقیق سعی دارد به این مسئله پاسخ دهد.

نکته ای که در مورد تعریف حقوق مخاطب، اشاره به آن خالی از فایده نیست این است که، این تعریف بدان معنا نیست که هر آنچه از حقوق را که قانون‌گذار برای در نظر گرفتن حقوق مخاطبان وضع نکرده، نمی توان جز حقوق مخاطب آورد، بلکه از باب ضمانت اجرای آن چه که قانون‌گذار وضع کرده مد نظر است و گرنه در حیطه اخلاق رسانه ای حقوقی مطرح است که ممکن است قانون‌گذار به آن اشاره ای نکرده باشد ولی از نظر عرف و اخلاق عمومی مشمول حقوق مخاطب گردند. بنابر آنچه در تعریف و توضیح این حقوق ذکر شد این حقوق، هم اشاره به اشخاص حقوقی حقوق عمومی دارد و هم اشخاص حقوقی خصوصی را زیر چتر خود جای می دهد. از رهگذر این قاعده، اشخاص فوق، در صورت تضییع حقوقشان توسط مطبوعات، می توانند در چارچوب قانون برای اعاده یا جبران آن دست به کار شوند.

بند دوم - پیشینه تحقیق:

در مورد حقوق مخاطب مطبوعات مستقلاً تحقیقی صورت نگرفته، ولی از آنجایی که بسیاری از این حقوق، حقوق بنیادین بشری هستند مثل آزادی بیان، آزادی دریافت اطلاعات، احترام به حریم خصوصی و... بحث و بررسی هایی در مورد این حقوق (حقوق بنیادین) صورت گرفته، و کتب متعددی تألیف شده است. البته این کتب و تحقیقات بیشتر در مورد همان حقوق بالذات بحث کرده و مخصوصاً در مورد چگونگی حق حریم خصوصی و راه های حفاظت از آن در مطبوعات یا چگونگی دست یابی به حق پاسخ و تصحیح به سختی می توان مطلب مفصل یا جامعی یافت.

با این حال و با توجه به ضرورت شناخت مخاطبان و همچنین حقوق آنها در مطبوعات با توجه به قوانین داخلی و اسناد بین المللی و...، جستجو و بررسی دقیق تر در موضوع حق حریم خصوصی و حق پاسخگویی می توان تحقیقی متفاوت و در عین حال کامل تر ارائه داد.

مزیت این تحقیق نسبت به آثاری که در گذشته در همین موضوعات یا نزدیک به این تألیف شده اند بدین شرح است:

۱- از آنجا که حقوق مخاطبان جز حقوق اساسی بشری هستند و در همه جا وجود خود را نشان می دهند، چارچوب بندی این حقوق در قالب حقوق مخاطب به گونه ای که آن چه مربوط و نزدیک است به حقوق مخاطب و در مطبوعات کاربرد بیشتری دارند ذکر شده اند؛

۲- ذکر منابع مستقیم و غیر مستقیم این حقوق در رابطه با رسانه به ویژه مطبوعات در سطح بین المللی، کشورهای مختلف و حقوق داخلی

۳- تحلیل و بررسی قوانین داخلی به توجه با اسناد بین المللی و سایر کشورها، همچنین تقسیم بندی مصادیق حریم خصوصی در مطبوعات با ذکر پاره ای از آراء و مثال ها، وجه تمایز این تحقیق نسبت به تحقیقات قبلی است

از جمله منابعی که می توان در زمینه حقوق مخاطبان، به آنها اشاره کرد می توان موارد زیر را

نام برد:

کتب:

۱. انصاری، باقر، حقوق ارتباط جمعی، تهران، سمت، چاپ اول، ۱۳۸۶
۲. معتمد نژاد، کاظم، حقوق ارتباطات، ج اول، چاپ دوم، دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها، ۱۳۸۸.

قوانین:

۱. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
۲. قانون مطبوعات مصوب ۱۳۶۴ با اصلاحات و الحاقات بعدی.

بند سوم- سوال ها و فرضیه های تحقیق:

سوال اصلی که این تحقیق در پی دست یابی به پاسخ آن می باشد بدین گونه است که:

با توجه به حقوقی که برای مخاطبان رسانه های همگانی به ویژه مطبوعات، در اسناد بین المللی و قوانین برخی کشورها ذکر شده، آیا نظام حقوقی جمهوری اسلامی ایران در مورد حقوق مخاطبان به ویژه، در زمینه حق احترام به حریم خصوصی اشخاص و حق تصحیح و پاسخگویی، در مورد مطبوعات، مقرراتی ترسیم کرده است؟

همچنین سوال فرعی که می توان مطرح کرد این است که آیا قوانین و مقررات جاری در ایران از حیث حقوق مخاطبان با موازین بین المللی سازگاری دارد؟

در مورد پاسخ سوال اول (سوال اصلی) آنچه که در قوانین ایران از جمله قانون اساسی، قانون مطبوعات و سایر قوانین مربوطه می بینیم، باید اذعان کرد که قوانین ایران در این زمینه مقرراتی ترسیم کرده است هر چند به نظر می رسد افراط و تفریط هایی وجود دارد.

در پاسخ سوال دوم نیز می توان چنین نظر داد: قوانین و مقررات مربوطه با موازین بین المللی چندان سازگاری ندارد که این ناسازگاری را در دو زمینه می توان بحث کرد؛ یکی اینکه اساساً بسیاری از مصادیق حقوق مخاطبان که در موازین بین المللی ذکر شده، در قوانین ایران ذکر نشده و

دیگر اینکه بر فرض اینکه ذکر شده باشد در یک مقایسه دقیق، کمبودها و کاستی‌هایی در قوانین ایران به چشم می‌خورد.

بند چهارم- ضرورت و اهداف تحقیق:

تاریخ رسانه‌های جمعی نشان می‌دهد که مخاطبان می‌توانند هم برآمده از خود جامعه باشند و هم رسانه‌ها و محتوای آنها^۱. به عبارت دیگر این خواست مردم است که عرصه تولیدات خاص را بر می‌انگیزاند یا اینکه رسانه‌ها هستند که مردم را به سوی آنچه برایشان برگزیده اند جذب می‌کنند. اگر ما بپذیریم که رسانه‌ها در تلاشند تا مخاطبان گوناگون از جمله جوانان، زنان، کودکان و... را جذب کنند، ناگزیر باید به این نکته توجه کنیم که جذب مخاطبان می‌بایست همراه با رعایت حقوق آنان باشد. نمی‌توان برای جذب مخاطبان عام یا خاص هر مطلبی یا موضوعی را ارائه کرد چرا که ممکن است در تضاد با حقوق برخی اشخاص چه حقیقی و چه حقوقی قرار گیرد، بنابراین مطبوعات علاوه بر اینکه با ارائه مطالب و بیانات گوناگون در انتشار آزادی اطلاعات و بیان، جامعه را یاری می‌رسانند می‌بایستی محدودیت‌های این آزادی‌ها را نیز که قانون یا عرف بر آنها تأکید دارد رعایت کنند. در این راستا شناخت حقوق مخاطبان در برابر رسانه‌ها ضروری است. حقوق مخاطب نیز همان‌طور که در بیان مطلب ذکر شد هم از نظر کمی و هم از نظر کیفی گستره وسیعی را شامل می‌شود و نیاز دارد تا به صورت جز به جز مورد تحلیل و بررسی قرار گیرد. در حقوق ایران برخی از این حق‌ها البته نه صرفاً در زمینه رسانه‌ها بلکه به صورت یک حق بالذات مورد بررسی قرار گرفته‌اند ولی در زمینه حق حریم خصوصی و حق پاسخگویی که از اجزای بنیادین حقوق بشر هستند، به ندرت و مختصر بحث شده و جزییات این حق‌ها و چگونگی حمایت از آنها در برابر مطبوعات مورد توجه واقع نشده، لذا ضروری بود تا با توجه به قوانین داخلی و با استعانت از اسناد بین‌المللی و قوانین مطبوعاتی سایر کشورها، جزییات این حق‌ها تحلیل و بررسی شوند و نقاط ضعف و قوت حقوق ایران در این زمینه آشکار شود

با توجه به مطالب فوق، هدف از این تحقیق را می‌توان در سه بخش بیان کرد:

۱. دنیس مک کوایل، مخاطب‌شناسی، ترجمه مهدی منتظرالقائم، چاپ چهارم، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۸۷، ص