

حقوق ارتباطات

و تعامل آن با دین و اخلاق

محسن اسماعیلی

دانشیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران



انتشارات
دانشگاه امام صادق علیه السلام

عنوان: حقوق ارتباطات و تعامل آن با دین و اخلاق

مؤلف: دکتر محسن اسماعیلی

ناشر: دانشگاه امام صادق علیه السلام

صفحه آرا و ویراستار ادبی: رضا عبداللهی بجندی

طراح جلد: محمد روشنی

نمایه ساز و ناظر نسخه پردازی و چاپ: رضا دیبا

چاپ و صحافی: چاپ سپیدان

چاپ اول: ۱۳۹۹

قیمت: ۳۲۰/۰۰۰ ریال

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۱۴-۸۰۱-۸

گاه مرکزی: تهران: خیابان انقلاب، پستالان قهرمانی و خیابان دانشگاه، مجتمع پارسا، همکف، واحد ۲

تلفن: ۶۶۹۷۱۱۳

فروشگاه کتاب صادق: تهران: بزرگراه بسیج چمران، پل مدیریت، ضلع شمالی دانشگاه

صندوق پستی ۱۵۹-۱۴۶۵۵ • کد پستی: ۶۸۱ • ۱۴۶۵۹۴ • تلفکس: ۸۸۳۷۰۱۴۲

E-mail: pub@isu.aq.ir • www.kitabesadiq.ir • فروشگاه اینترنتی

سرشناسه: اسماعیلی، محسن، ۱۳۴۰ -

عنوان و نام پدیدآور: حقوق ارتباطات و تعامل آن با دین و اخلاق / بالیف: محسن اسماعیلی.

مشخصات نشر: تهران: دانشگاه امام صادق (ع) ۱۳۹۹

مشخصات ظاهری: ۳۲۲ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۱۴-۸۰۱-۸

موضوع: رسانه‌های گروهی — قوانین و مقررات

موضوع: رسانه‌های گروهی — قوانین و مقررات — ایران

موضوع: رسانه‌های گروهی — جنبه‌های اخلاقی

موضوع: رسانه‌های گروهی — جنبه‌های مذهبی — اسلام

شناسه افزوده: دانشگاه امام صادق (ع)

رده بندی کنگره: K ۴۴۴۰

رده بندی دیویی: ۳۴۳/۰۹۹

شماره کتابشناسی ملی: ۶۰۹۵۳۰۹

تمام حقوق محفوظ است، هیچ بخشی از این کتاب بدون اجازه مکتوب ناشر قابل تکثیر یا تولید مجدد به هیچ شکلی از جمله چاپ،

فتوگرافی، انتشار الکترونیکی، فیلم و صدا و انتقال در فضای مجازی نمی‌باشد.

این اثر تحت پوشش قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان ایران قرار دارد.

فهرست مطالب

.....	سخن ناشر	۱۳
.....	پیشگفتار	۱۵
.....	فصل اول. حقوق رسانه	۱۹
.....	مقدمه	۱۹
.....	۱. پایه‌های حقوق رسانه‌ها	۲۰
.....	۱-۱. تعریف حقوق رسانه‌ها	۲۰
.....	۲-۱. شاخه‌های مختلف حقوق	۲۱
.....	۱-۲-۱. حقوق عمومی و حقوق خصوصی	۲۲
.....	۲-۲-۱. حقوق داخلی و خارجی	۲۳
.....	۳-۱. استقلال حقوق رسانه‌ها و آثار آن	۲۴
.....	۴-۱. جایگاه حقوق رسانه‌ها	۲۶
.....	۲. بایسته‌های حقوق رسانه‌ها	۲۸
.....	۱-۲. جامعیت میان حقوق و حدود	۲۸
.....	۲-۲. عمومیت و رسانه‌محوری	۳۰
.....	۳-۲. تقویت جایگاه خودتنظیمی و اخلاق حرفه‌ای	۳۳
.....	۴-۲. تأکید بر نظارت‌های صنفی و مدنی	۳۵
.....	۵-۲. تمرکز مرجع سیاست‌گذاری و مقررات‌گذاری	۳۷
.....	۶-۲. رعایت اصول قانون‌نویسی	۴۲
.....	۲-۶-۱. لزوم انعطاف‌پذیری و تناسب با فناوری‌های نوین	۴۲

۴۳	۲-۶-۲. شفافیت و دوری از ابهام و اجمال
۴۳	۲-۶-۳. قابلیت اجرا و سودمندی
۴۵	۲-۶-۴. ضمانت اجرا و الزام‌آوری
۴۵	۳. منابع حقوق رسانه‌ها
۴۶	۳-۱. قانون
۴۷	۳-۲. عرف
۴۹	۳-۳. رویه قضایی
۵۰	۳-۴. عقاید علما
۵۱	۴. قانون منبع اصلی حقوق رسانه
۵۲	۵. بقیه‌بندی قوانین
۵۳	۶. آثار طبقه ۴ قوانین
۵۳	۶-۱. از دید مرجع تصویب
۵۴	۶-۲. از جهت نزوم پیروی از طبقه بالاتر و مرجع ارزیابی
۵۵	۶-۳. از جهت مرجع تفسیر قانونی
۵۵	۶-۳-۱. تفسیر شخصی
۵۵	۶-۳-۲. تفسیر قضایی
۵۵	۶-۳-۳. تفسیر قانونی
۵۶	جمع‌بندی
۵۷	فصل دوم. دین و رسانه
۵۷	مقدمه
۵۹	۱. تعریف دین و قلمرو آن
۵۹	۱-۱. تفاوت دیدگاه‌ها درباره دین
۶۰	۱-۲. دین از نظر قرآن
۶۱	۱-۳. دین از نظر قانون اساسی
۶۱	۲. دین از نگاه رسانه
۶۱	۲-۱. رسانه و رسالت دینی
۶۴	۲-۲. رسالت رسانه از دیدگاه ارتباطات و حقوق بین‌الملل

۶۴	۱-۲-۲. استدلال مخالفان
۶۵	۲-۲-۲. استدلال موافقان
۷۰	۳-۲. رسالت رسانه از دیدگاه حقوق ایران
۷۴	۳. رسانه از نگاه دین
۷۴	۱-۳. ابزاری برای انتقال پیام
۷۴	۱-۱-۳. دین؛ از جنس پیام
۷۵	۳-۱-۳. گسترش پیام دین از طریق رسانه
۷۶	۳-۱-۳. محدودیت‌ها در حقوق بین‌الملل
۷۶	۲-۱. تأثیر محتوا و کارکردها
۷۶	۲-۳. تأثیر پذیری رسانه از دین
۷۸	۲-۲-۳. هم‌بودت و هم‌آزادسازی
۸۰	۳-۲-۳. تأثیر دین بر معنای رسانه‌ها در حقوق ایران
۸۴	۴. پیوند دین با حقوق و اخلاق
۸۴	۱-۴. تفاوت‌ها
۸۵	۲-۴. دین در قالب حقوق
۸۶	۳-۴. دین در قالب اخلاق حرفه‌ای
۸۷	جمع‌بندی
۸۹	فصل سوم. اخلاق و رسانه
۸۹	مقدمه
۹۰	۱. مفهوم اخلاق رسانه‌ها
۹۱	۲. رابطه حقوق و اخلاق
۹۴	۳. ویژگی‌های قاعده حقوقی
۹۴	۱-۳. کلیت
۹۴	۲-۳. الزام‌آوری
۹۵	۳-۳. داشتن ضمانت اجرا
۹۵	۴-۳. ارتباط با اجتماع
۹۵	۴. تفاوت دستورهای حقوقی و اخلاقی

۹۵.....	۴-۱. تفاوت در هدف
۹۶.....	۴-۲. تفاوت در قلمرو
۹۶.....	۴-۳. تفاوت در ضمانت اجرا
۹۷.....	۴-۴. تفاوت در کیفر
۹۷.....	۵. لزوم اجتناب از خلط مرز حقوق و اخلاق
۱۰۰.....	۶. اخلاق و رسانه‌ها؛ تعامل یا تضاد؟
۱۰۱.....	۷. لزوم معیارسازی و ضابطه‌مند کردن اخلاق حرفه‌ای
۱۰۳.....	۸. پیشینه و نمونه‌های جهانی
۱۰۶.....	۹. تدوین نلام‌نامه اخلاق حرفه‌ای در ایران
۱۱۱.....	جمع‌بندی
۱۱۳.....	فصل چهارم. فهرستی از نلام‌نامه‌های اخلاقی در جهان
۱۱۳.....	مقدمه
۱۱۴.....	۱. مقایسه اسناد بین‌المللی
۱۲۲.....	۱-۱. پیشنهادی برای تقویت مسئولیت بین‌الملل
۱۲۳.....	۱-۲. کمیسیون‌های چینه‌...
۱۲۳.....	۱-۳. پیشنهادهای مطرح شده از سوی (وابسته ولای)
۱۲۴.....	۲. واحد مستقل در شورای اجتماعی - اقتصاد مالی - متحد
۱۳۹.....	۳. یونسکو
۱۴۶.....	۴. اعلامیه مکزیک
۱۵۱.....	جمع‌بندی
۱۵۳.....	فصل پنجم. مطالعه موردی؛ تبلیغات بازرگانی در پرتو حقوق اخلاق ...
۱۵۳.....	مقدمه
۱۵۳.....	۱. اهمیت و آثار تبلیغات بازرگانی
۱۵۴.....	۱-۱. آثار اقتصادی
۱۵۵.....	۱-۲. آثار فرهنگی
۱۵۷.....	۱-۳. آثار اجتماعی

۱۵۸	۴-۱. آثار سیاسی
۱۵۹	۲. نیاز تبلیغات بازرگانی به ضابطه‌های حقوقی و اخلاقی
۱۶۰	۱-۲. تجربه‌ها و نمونه‌های جهانی
۱۶۱	۲-۱-۱. توجه به راهکارهای غیرحقوقی
۱۶۲	۲-۱-۲. نظام‌نامه‌های اخلاقی
۱۶۴	۲-۱-۳. آمریکا و انگلیس؛ به مثابه نمونه
۱۶۷	۳. با روی الگوی اسلامی
۱۶۷	۳-۱. آمیختگی اقتصاد با معنویت
۱۷۱	۲-۲. تأیید اخلاق رقابت و تجارت
۱۷۳	۳-۳. همکاری و ضمانت اجرا
۱۷۵	جمع‌بندی
۱۷۷	فصل ششم. اصل آزادی ارتباطات و اطلاعات از دیدگاه اسلام
۱۷۷	مقدمه
۱۷۸	۱. کلیات و مبانی
۱۷۸	۱-۱. طرح مسئله و وضعیت حقوقی
۱۷۸	۱-۱-۱. حق دسترسی به اطلاعات
۱۷۹	۱-۱-۲. محدودیت‌پذیری آزادی اطلاعات
۱۷۹	۱-۱-۳. قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات
۱۸۰	۲-۱. اهمیت موضوع در نظام اسلامی
۱۸۲	۳-۱. مبانی نظری و آثار آن
۱۸۴	۲. مهم‌ترین موارد و مصادیق
۱۸۵	۱-۲. حق دسترسی به اخبار و اطلاعات
۱۸۷	۲-۲. حق حضور دائمی و همگانی در صحنه
۱۸۹	۳-۲. حق مشارکت در اداره امور کشور
۱۹۲	۴-۲. حق نظارت و نقد عملکردها
۱۹۵	جمع‌بندی

«بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ»
 وَلَقَدْ آتَيْنَا دَاوُودَ وَسُلَيْمَانَ عِلْمًا وَقَالَا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
 فَضَّلَنَا عَلَى كَثِيرٍ مِنْ عِبَادِهِ الْمُؤْمِنِينَ
 (قرآن کریم، سوره مبارکه النمل / آیه شریفه ۱۵)

سخن ناشر

رسالت و مأموریت دانشگاه امام صادق (علیه السلام) «تولید علوم انسانی اسلامی» و «تربیت نیروی درجه یک برای نظام» از دو رسد و دهای ابلاغی مقام معظم رهبری مدظله تعین شده) است. اثرپذیری علم انسان از مبانی معرفتی و نقش معارف اسلامی در تحول علوم انسانی، دانشگاه را بر آن داشت که به طراحی نو و بازمهندسی نظام آموزشی و پژوهشی جهت پاسخگویی به نیازهای نوظهور انقلاب، نظام اسلامی، و تربیت اسلامی به عنوان یک اصل محوری برای تحقق مأموریت خویش بپردازد و بر این باور است که علم توأم با تزکیه نفس می تواند هویت جامعه متأثر در مسیر تعالی و رشد قرار دهد.

از این حیث «تربیت» را می توان مقوله ای محوری یاد نمود که و اساس و کار ویژه های دانشگاه، در چارچوب آن معنا می یابد؛ زیرا که «علم» بدون «تزکیه» بیش از آنکه ابزاری در مسیر تعالی و اصلاح امور جامعه باشد، عاملی مشکل ساز خواهد بود که سازان و هویت جامعه را متأثر و دگرگون می سازد.

از سوی دیگر «سیاست ها» تابع اصول و مبادی علمی هستند و نمی توان منکر این تجربه تاریخی شد که استواری و کارآمدی سیاست ها در گرو انجام پژوهش های علمی و بهرمندی از نتایج آنهاست. از این منظر پیشگامان عرصه علم و پژوهش، راهبران اصلی جریان های فکری و اجرایی به حساب می آیند و نمی توان آینده درخشانی را بدون

توانایی‌های علمی - پژوهشی رقم زد و سخن از «مرجعیت علمی» در واقع پاسخ‌گویی به این نیاز بنیادین است.

دانشگاه امام صادق (علیه السلام) در واقع یک الگوی عملی برای تحقق ایده دانشگاه اسلامی در شرایط جهان معاصر است. الگویی که هم‌اکنون ثمرات نیکوی آن در فضای ملی و بین‌المللی قابل مشاهده است. طبعاً آنچه حاصل آمده محصول نیست خالصانه و جهاد علمی مستمر مجموعه بنیان‌گذاران و دانش‌آموختگان این نهاد است نه امید می‌رود با اتکا به تأییدات الهی و تلاش همه‌جانبه اساتید، دانشجویان و مدیران دانشگاه، بتواند به مرجعی تمام‌عیار در گستره جهانی تبدیل گردد.

معاریت پژوهشی دانشگاه امام صادق (علیه السلام) با توجه به شرایط، امکانات و نیازمندی - معه در مقطع کنونی با طرحی جامع نسبت به معرفی دستاوردهای پژوهشی دانشگاه ایرانی سازمانی - کارکردی آن‌ها و بالاخره تحلیل شرایط آتی اقدام نموده که نتایج این پژوهش‌ها در قالب کتاب، گزارش، نشریات علمی و... تقدیم علاقه‌مندان می‌گردد. هدف از این اقدام - ضمن قدردانی از تلاش خالصانه تمام کسانی که با آرمان و اندیشه‌ای بزرگ را ادعای انسانیت در این راه گام نهادند - درک کاستی‌ها و اصلاح آن‌ها است تا از این طریق زو - پرورش نسل جوان و علاقه‌مند به طی این طریق نیز فراهم گردد؛ هدفی بزرگ که در نهایت مرجعیت مکتب علمی امام صادق (علیه السلام) را در گستره بین‌المللی به همراه خواهد داشت (از نامه‌ها).

ربنا الحمد

معاونت پژوهش دانشگاه