

حقوق رسانه

دکتر باقر انصاری

تهران

۱۳۹۰



سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)

مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی

سرشناسه: انصاری، باقر، ۱۳۵۳-
عنوان و نام پدیدآور: حقوق رسانه / باقر انصاری.
مشخصات نشر: تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری: سیزده، ۳۲۱ ص.
فروست: «سمت»: ۱۵۲۳. حقوق: ۹۷.
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۵۳۰-۶۷۸۴ ۴۵۰۰۰ ریال.
وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا
یادداشت: پشت جلد به انگلیسی: Bagher Ansari, Media Law.
یادداشت: کتابخانه: ص. ۳۰۸-۳۲۱؛ همچنین به صورت زیرنویس.
موضوع: رسانه‌های گروهی — ایران
موضوع: آزادی اطلاعات
موضوع: آزادی مطبوعات
شناسه افزوده: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی.
رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۰ ۸ الف ۹۴ الف / ۹۲ P
رده‌بندی دیویی: ۳۰۲/۹۳۰ ۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی: ۲۵۵۵۸۳۰

سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)
مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی



حقوق رسانه

دکتر باقر انصاری (عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی)

چاپ اول: پاییز ۱۳۹۰

تعداد: ۵۰۰

حروفچینی و لیتوگرافی: «سمت»

چاپ و صحافی: گروه شرکتهای زیراکس (شرکت نماداندیش آراین)

قیمت: ۴۵۰۰۰ ریال. در این نوبت چاپ قیمت مذکور ثابت است و فروشندگان و عوامل توزیع مجاز به تغییر آن نیستند.

نشانی ساختمان مرکزی: تهران، بزرگراه جلال آل احمد، غرب پل بادگار امام (ره)، روبه‌روی بمب‌گاز، کد پستی ۱۴۶۳۶، تلفن ۴۴۲۴۶۲۵۰-۲.

www.samt.ac.ir

info@samt.ac.ir

هر شخص حقیقی یا حقوقی که تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه ناشر یا مؤلف، نشر یا پخش یا عرضه یا تکثیر یا تجدید چاپ نماید، مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

سخن «سمت»

یکی از اهداف مهم انقلاب فرهنگی، ایجاد دگرگونی اساسی در دروس علوم انسانی دانشگاهها بوده است و این امر، مستلزم بازنگری منابع درسی موجود و تدوین منابع مبنایی و علمی معتبر و مستند با در نظر گرفتن دیدگاه اسلامی در مبنایی و مسائل این علوم است.

ستاد انقلاب فرهنگی در این زمینه گامهایی برداشته بود، اما اهمیت موضوع اقتضا می کرد که سازمانی مخصوص این کار تأسیس شود و شورای عالی انقلاب فرهنگی در تاریخ ۶۳/۱۲/۷ تأسیس «سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها» را که به اختصار «سمت» نامیده می شود، تصویب کرد.

بنابراین، هدف سازمان این است که با استمداد از عنایت خداوند و همت و همکاری دانشمندان و استادان متعهد و دلسوز، به مطالعات و تحقیقات لازم بپردازد و در هر کدام از رشته های علوم انسانی به تألیف و ترجمه منابع درسی اصلی، فرعی و جنبی اقدام کند.

دشواری چنین کاری بر دانشمندان و صاحب نظران پوشیده نیست و به همین جهت مرحله کمال مطلوب آن، باید به تدریج و پس از انتقادهای و یادآورهای پیاپی ارباب نظر به دست آید و انتظار دارد که این بزرگواران از این همکاری دریغ نورزند. کتاب حاضر برای دانشجویان رشته حقوق در مقطع کارشناسی به عنوان منبع اصلی درس «حقوق ارتباطات» به ارزش ۲ واحد و رشته علوم ارتباطات در مقطع کارشناسی به عنوان منبع اصلی درس «حقوق ارتباطات جمعی» به ارزش ۲ واحد تدوین شده است. امید است که علاوه بر جامعه دانشگاهی، سایر علاقه مندان نیز از آن بهره مند شوند.

از استادان و صاحب نظران ارجمند تقاضا می شود با همکاری، راهنمایی و پیشنهادهای اصلاحی خود، این سازمان را در جهت اصلاح کتاب حاضر و تدوین دیگر آثار مورد نیاز جامعه دانشگاهی جمهوری اسلامی ایران یاری دهند.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	مقدمه
	بخش اول: بنیادهای نظری حقوق رسانه
۷	گفتار اول: آزادی بیان
۷	مقدمه
۷	بند اول: مفهوم شناسی
۸	الف) آزادی بیان و حق آزادی بیان
۸	ب) معانی عام و خاص آزادی بیان
۹	ج) مقایسه آزادی بیان با سایر آزادیهای رسانه‌ای
۹	بند دوم: ماهیت حق آزادی بیان
۱۲	بند سوم: محتوای حق آزادی بیان
۱۵	بند چهارم: مبانی و توجیهات آزادی بیان
۱۷	بند پنجم: تفاوت نگاه لیبرالیستی به آزادی بیان با نگاه اسلامی
۱۹	گفتار دوم: آزادی اطلاعات
۱۹	مقدمه
۲۰	بند اول: مفهوم شناسی
۲۰	الف) معنای عام: آزادی اطلاع رسانی
۲۱	ب) معنای خاص: حق دسترسی به اطلاعات عمومی
۲۲	بند دوم: مبانی آزادی اطلاعات
۲۶	بند سوم: محتوای آزادی اطلاعات
۲۶	الف) اطلاعات مشمول آزادی اطلاعات
۲۷	ب) دارندگان حق دسترسی به اطلاعات

۲۹	ج) مؤسسات مشمول آزادی اطلاعات
۳۱	بند چهارم: آیین دسترسی به اطلاعات
۳۱	الف) اطلاع رسانی واکنشی یا انفعالی
۳۳	ب) اطلاع رسانی کنشی یا ابتکاری
۳۵	بند پنجم: تأثیر آزادی اطلاعات بر فعالیتهای رسانه‌ای
۳۵	الف) فراهم کردن زمینه روزنامه‌نگاری تحقیقاتی
۳۶	ب) کمک به کاهش خودسانسوری در رسانه‌ها
۳۷	ج) فراهم کردن زمینه لازم برای روزنامه‌نگاری مدنی
۳۷	د) فراهم کردن زمینه لازم برای تنوع و تکثر مطالب روزنامه‌ها
۳۹	گفتار سوم: استقلال رسانه‌ها
۳۹	مقدمه
۴۰	بند اول: استقلال ساختاری (منع سانسور شکلی یا ساختاری)
۴۰	الف) داشتن شخصیت حقوقی مستقل
۴۱	ب) استقلال مراجع دولتی تنظیم‌کننده فعالیتهای رسانه‌ای
۴۷	بند دوم: استقلال محتوایی یا اختیاراتی (منع سانسور محتوایی یا مادی)
۴۹	بند سوم: استقلال مالی
۴۹	بند چهارم: استقلال سیاسی
۵۱	گفتار چهارم: تکثرگرایی رسانه‌ای
۵۱	مقدمه
۵۲	بند اول: مفهوم و اهمیت تکثرگرایی رسانه‌ای
۵۲	الف) مفهوم تکثرگرایی رسانه‌ای
۵۳	ب) اهمیت تکثرگرایی رسانه‌ای
۵۴	بند دوم: انواع تکثرگرایی رسانه‌ای
۵۵	الف) تکثرگرایی بیرونی
۵۶	ب) تکثرگرایی درونی
۵۸	بند سوم: شیوه‌های جلوگیری از تمرکزگرایی رسانه‌ای
۵۸	الف) جلوگیری از تمرکزگرایی در مالکیت رسانه‌ها
۶۱	ب) جلوگیری از تمرکز در منابع اطلاع‌رسانی

۶۲	گفتار پنجم: نظام‌دهی رسانه‌ها
۶۲	مقدمه
۶۳	بند اول: خودنظام‌دهی رسانه‌ای
۶۳	الف) تعریف خودنظام‌دهی رسانه‌ای
۶۴	ب) روش‌های خودنظام‌دهی رسانه‌ای
۷۰	بند دوم: نظام‌دهی مشترک با دولت
۷۱	بند سوم: نظام‌دهی توسط دولت

بخش دوم: تأسیس رسانه‌ها و فعالیت در آنها

۷۵	گفتار اول: تأسیس رسانه‌ها
۷۵	مقدمه
۷۶	بند اول: انتشار مطبوعات
۷۶	الف) نظام‌های انتشار مطبوعات
۷۷	ب) نظام انتشار مطبوعات در ایران
۷۸	ج) شرایط صاحب امتیاز نشریه
۸۲	د) اخذ پروانه از هیئت نظارت بر مطبوعات
۸۵	ه) انتشار نشریات داخلی
۸۶	و) انتشار نشریات دانشگاهی
۸۸	ز) انتشار نشریات الکترونیک
۹۰	بند دوم: انتشار کتاب
۹۱	بند سوم: ایجاد ایستگاه‌های رادیو و تلویزیون
۹۲	بند چهارم: ایجاد خبرگزاری‌های غیردولتی
۹۳	بند پنجم: ایجاد نقطه تماس بین‌المللی
۹۴	بند ششم: ایجاد رسا
۹۶	گفتار دوم: فعالیت در رسانه‌ها
۹۶	مقدمه
۹۷	بند اول: وظایف و اختیارات صاحب امتیاز یا مالک
۹۸	بند دوم: وظایف و اختیارات مدیرمسئول یا سردبیر
۱۰۰	بند سوم: وظایف و اختیارات روزنامه‌نگار

۱۰۳	بند چهارم: وظایف و اختیارات ناشر
۱۰۴	بند پنجم: وظایف و اختیارات مدیر ایستگاههای رادیو و تلویزیون
۱۰۵	بند ششم: وظایف و اختیارات مدیر خبرگزاری
۱۰۵	بند هفتم: وظایف و اختیارات مدیر نقطه تماس بین المللی
۱۰۶	بند هشتم: وظایف و اختیارات مدیر رسا
۱۰۷	بند نهم: وظایف و اختیارات مدیر چاپخانه

بخش سوم: حدود آزادیهای رسانه‌ای

۱۱۳	گفتار اول: انواع حدود و مشروعیت آنها
۱۱۳	مقدمه
۱۱۳	بند اول: انواع حدود پیش‌بینی شده در قوانین
۱۱۶	بند دوم: مشروعیت حدود
۱۱۶	الف) قواعد حاکم بر مشروعیت حدود
۱۱۸	ب) شرایط مشروعیت حدود در حقوق بین الملل
۱۲۰	گفتار دوم: امنیت ملی
۱۲۰	مقدمه
۱۲۱	بند اول: مفهوم امنیت ملی
۱۲۲	بند دوم: مفهوم بیان مخالف با امنیت ملی
۱۲۳	الف) جرایم تروریستی
۱۲۴	ب) جرایم سیاسی
۱۲۵	ج) سایر جرایم
۱۲۶	بند سوم: ضوابط محدودسازی بیان به استناد امنیت ملی

۱۳۱	گفتار سوم: اسرار دولتی
۱۳۱	مقدمه
۱۳۲	بند اول: مفهوم اسرار دولتی
۱۳۲	الف) تعریف اسرار دولتی
۱۳۴	ب) ضابطه طبقه‌بندی اسرار دولتی
۱۳۴	ج) مقام صلاحیتدار برای طبقه‌بندی

۱۳۵	بند دوم: آثار طبقه‌بندی اطلاعات
۱۳۵	الف) موقت بودن طبقه‌بندی
۱۳۶	ب) منع دسترسی به اطلاعات طبقه‌بندی شده
۱۳۸	گفتار چهارم: حریم خصوصی
۱۳۸	مقدمه
۱۳۹	بند اول: مفهوم حریم خصوصی
۱۳۹	الف) تعریف حریم خصوصی
۱۴۰	ب) معیارهای شناسایی حریم خصوصی
۱۴۶	بند دوم: مابقی حمایت از حریم خصوصی
۱۴۶	الف) حمایت از آبرو و حیثیت افراد
۱۴۷	ب) حمایت از آزادی و استقلال فردی در برابر هموعان
۱۴۷	ج) حمایت از آزادی و استقلال فردی در برابر دولت
۱۴۸	د) نیاز فطری انسان به حریم خصوصی
۱۴۸	بند سوم: حمایت از حریم خصوصی در اسلام
۱۵۳	بند چهارم: حمایت از حریم خصوصی در حقوق موضوعه ایران
۱۵۴	الف) قانون اساسی
۱۵۴	ب) قانون مجازات اسلامی
۱۵۵	ج) قانون آیین دادرسی کیفری
۱۵۷	د) قانون مجازات فعالیتهای غیرمجاز در امور سمعی و بصری
۱۵۸	ه) قانون جرایم رایانه‌ای
۱۵۹	و) قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات
۱۶۱	بند پنجم: حل تعارض بین حق حریم خصوصی و آزادی بیان
۱۶۲	الف) حریم خصوصی قربانیان جرایم
۱۶۲	ب) حریم خصوصی اشخاص مصیبت‌زده یا عزادار
۱۶۳	ج) حریم خصوصی به هنگام ضبط وقایع در بیمارستانها
۱۶۴	د) حریم خصوصی در مراسم تشییع و تدفین
۱۶۵	ه) حریم خصوصی طرفین دعوا در دادرسیها
۱۶۶	و) حریم خصوصی و سوابق کیفری افراد

۱۶۷	ز) حریم خصوصی و مصاحبه‌های کمینی
۱۶۸	ح) حریم خصوصی و جمع‌آوری اطلاعات با روشهای پنهانی
۱۶۹	ط) حریم خصوصی و استفاده از وسایل متقلبانه برای جمع‌آوری اطلاعات
۱۶۹	ی) افشای وقایع خصوصی که قبلاً علنی شده‌اند
۱۷۱	ک) حریم خصوصی و حق تصویر افراد
۱۷۱	ل) افشای جرایم واجد حیثیت عمومی بیشتر
۱۷۲	م) افشای رفتارهای خلاف قانون و غیراخلاقی
۱۷۳	ن) افشای ریاکاریهای عمومی
۱۷۵	گفتار پنجم: مالکیت‌های فکری
۱۷۵	مقدمه
۱۷۶	بند اول: مفهوم حقوق مالکیت‌های فکری
۱۷۶	الف) معانی حقوق مالکیت‌های فکری
۱۷۷	ب) مبانی حمایت از مالکیت‌های فکری
۱۷۹	بند دوم: آثار ادبی و هنری قابل حمایت
۱۷۹	الف) اصیل یا ابتکاری بودن اثر
۱۸۳	ب) بیان اثر در صورت محسوس
۱۸۵	ج) ثبت اثر (شرط اختیاری)
۱۸۶	بند سوم: انواع حقوق ناشی از آثار ادبی و هنری
۱۸۶	الف) حقوق معنوی
۱۹۱	ب) حقوق مالی
۱۹۸	بند چهارم: مالک حقوق ناشی از مالکیت‌های ادبی و هنری
۱۹۸	الف) مالکیت حقوق ناشی از آثار فردی
۱۹۹	ب) مالکیت حقوق ناشی از آثار گروهی
۲۰۱	ج) مالکیت آثار ادبی و هنری ایجاد شده به موجب رابطه استخدامی
۲۰۲	د) مالکیت آثار ادبی و هنری سفارشی
۲۰۳	بند پنجم: نقض مالکیت‌های ادبی و هنری
۲۰۳	الف) مفهوم نقض
۲۰۴	ب) استثنای نقض

۲۰۹	گفتار ششم: هتك حرمت
۲۰۹	مقدمه
۲۱۰	بند اول: مفهوم هتك حرمت
۲۱۱	بند دوم: حمایت از حرمت افراد در حقوق اسلام
۲۱۲	بند سوم: مقوله‌های هتك حرمت
۲۱۳	الف) به اعتبار طرف اهانت
۲۲۰	ب) به لحاظ مدنی و کیفری بودن
۲۲۱	ج) به لحاظ صریح یا ضمنی بودن
۲۲۲	د) به اعتبار عناوین مجرمانه
۲۲۶	بند چهارم: شرایط تحقق هتك حرمت
۲۲۶	الف) وجود بیان موهن
۲۳۰	ب) انتشار بیان هتك آمیز
۲۳۰	ج) معین بودن مخاطب بیان
۲۳۱	بند پنجم: دفاع در برابر دعوای هتك حرمت
۲۳۴	گفتار هفتم: اخلال در دادرسیها
۲۳۴	مقدمه
۲۳۵	بند اول: مبانی و شیوه‌های دسترسی رسانه‌ها به دادرسیها
۲۳۵	الف) مبانی دسترسی رسانه‌ها به دادرسیها
۲۳۸	ب) شیوه‌های دسترسی رسانه‌ها به دادرسیها
۲۴۰	بند دوم: اخلال رسانه‌ها در دادرسیها
۲۴۱	الف) نقض اصل برائت
۲۴۲	ب) اثر بر طرفین دعوا به‌ویژه بر حق دفاع متهم
۲۴۳	ج) اثر بر دادرس
۲۴۴	د) اثر بر شهود
۲۴۴	ه) اثر بر هیئت منصفه
۲۴۵	و) نقض حریم خصوصی
۲۴۵	بند سوم: وضعیت حقوقی دسترسی رسانه‌ها به دادرسیها در حقوق ایران
۲۴۶	الف) دسترسی رسانه‌ها به جلسات دادرسی
۲۵۰	ب) مصاحبه با اصحاب دعوا و مقامات قضایی

۲۵۳	گفتار هشتم: تبلیغات گمراه کننده
۲۵۳	مقدمه
۲۵۴	بند اول: مفهوم تبلیغات گمراه کننده
۲۵۴	الف) تعریف تبلیغات تجاری
۲۵۶	ب) تبلیغات گمراه کننده
۲۵۸	بند دوم: قواعد ناظر بر تبلیغات در موضوعات خاص یا برای مخاطبان خاص
۲۵۸	الف) تبلیغات مقایسه‌ای
۲۶۱	ب) تبلیغات ناظر بر کودکان
۲۶۳	ج) تبلیغات حقوقی (وکلا و مشاوران حقوقی)
۲۶۴	د) تبلیغات مواد بهداشتی و دارویی و آرایشی (مرتبط با سلامت)
	بخش چهارم: مسئولیت‌های ناشی از بیانهای مجرمانه و زیان‌بار
۲۶۹	گفتار اول: مسئولیت کیفری ناشی از بیانهای مجرمانه
۲۶۹	مقدمه
۲۷۰	بند اول: مفهوم و شرایط تحقق
۲۷۰	الف) عنصر قانونی
۲۷۲	ب) عنصر مادی
۲۷۳	ج) عنصر روانی
۲۷۴	بند دوم: اشخاص صالح برای طرح دعوا
۲۷۵	بند سوم: اشخاص قابل تعقیب
۲۷۶	۱. مسئولیت همه عوامل
۲۷۷	۲. مسئولیت سلسله‌مراتبی
۲۸۱	۳. مسئولیت منابع خبر
۲۸۴	بند چهارم: مرجع صالح برای رسیدگی به دعاوی کیفری علیه رسانه‌ها
۲۸۵	الف) انواع جرایم رسانه‌ای
۲۸۸	ب) جایگاه هیئت منصفه در رسیدگی به جرایم رسانه‌ای
۲۹۱	بند پنجم: آثار مسئولیت
۲۹۲	گفتار دوم: مسئولیت مدنی ناشی از بیانهای زیان‌بار
۲۹۲	مقدمه
۲۹۲	بند اول: شرایط تحقق مسئولیت مدنی

۲۹۲	الف) وجود خسارت
۲۹۴	ب) تقصیر یا ارتکاب فعل زیان‌بار
۲۹۷	ج) رابطه سببیت
۲۹۷	بند دوم: انواع مسئولیتهای مدنی
۲۹۸	الف) مسئولیت ناشی از فعل شخص
۲۹۹	ب) مسئولیت ناشی از فعل غیر
۲۹۹	ج) مسئولیت ناشی از فعل اشیاء
۲۹۹	بند سوم: مرجع صالح برای رسیدگی به دعاوی مسئولیت مدنی
۲۹۹	الف) مرجع رسیدگی به دعاوی مسئولیت مدنی رسانه‌های خصوصی
۳۰۰	ب) مرجع رسیدگی به دعاوی مسئولیت مدنی رسانه‌های دولتی
۳۰۱	بند چهارم: آثار مسئولیت مدنی
۳۰۲	الف) شیوه‌های جبران مالی
۳۰۳	ب) شیوه‌های جبران غیرمالی
۳۰۸	منابع و مآخذ
۳۰۸	کتابها
۳۱۰	مقاله‌ها
۳۱۰	قوانین
۳۱۲	سایر مصوبات
۳۱۳	منابع عربی
۳۱۴	منابع انگلیسی
۳۲۰	منابع فرانسه

مقدمه

حقوق رسانه یا ارتباط جمعی 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 با استفاده از یک وسیله جمعی نظیر مطبوعات، رادیو، تلویزیون و ماهواره صورت می‌گیرد و در مقابل ارتباطات از راه دور یا فردی قرار می‌گیرد که با استفاده از وسایلی نظیر تلفن، فکس و پست الکترونیک برقرار می‌شود.

چهار عنصر مهم در هر ارتباط جمعی وجود دارد که عبارت‌اند از: برقرار کننده ارتباط، دریافت کننده ارتباط، پیام یا محتوای ارتباط و وسیله ارتباط. هدف حقوق ارتباط جمعی آن است که ارتباطات جمعی و تعامل بین عناصر مذکور را تنظیم و تضمین کند. برای مثال، حقوق، آزادیها و تعهدات، مسئولیتهای برقرار کننده ارتباط و دریافت کننده ارتباط را مشخص می‌کند، حدودی که در محتوای ارتباط یا تنظیم پیام باید رعایت شود تعیین می‌سازد و قواعد ناظر بر انواع وسایل ارتباط جمعی را اعلام می‌نماید.

بنابراین، حقوق رسانه از دو لحاظ بین‌رشته‌ای است. از یک لحاظ ترکیبی از موضوعات و مسائل و روشهای رشته‌های حقوق و رشته ارتباطات است و از سوی دیگر، ترکیبی است از رشته‌های مختلف حقوق عمومی (اساسی، اداری) حقوق بشر، حقوق بین‌الملل، حقوق خصوصی، حقوق کیفری. بنابراین، برای مطالعه این رشته، آشنایی با رشته‌های مختلف حقوق و ارتباطات لازم است.

تجربه چند ترم تدریس حقوق ارتباط جمعی در دانشکده‌های علوم اجتماعی دانشگاه تهران و دانشگاه علامه طباطبائی که به تشویق استاد ارجمند آقای دکتر

معمدنژاد انجام شد به بنده نشان داد که دانشجویان علوم ارتباطات به مباحث حقوق ارتباطات جمعی بسیار علاقه‌مندند ولی از کمبود منابع در این زمینه گله دارند. البته، جزوه‌ها، کتابها و مقاله‌هایی در این زمینه تألیف شده‌اند که در جای خود قابل استفاده هستند و دانشجویان نیز معمولاً به آنها ارجاع داده می‌شوند اما نمی‌توانند نیازهای دانشجویان حقوق ارتباط جمعی را برآورده سازند. زیرا، برخی از آنها تنها به یکی از وسایل ارتباط جمعی همانند مطبوعات و ماهواره اختصاص یافته‌اند و برخی دیگر نیز به صبغه حقوقی مباحث در مقایسه با صبغه ارتباطی آنها اهمیت زیادی نداده‌اند.

برای کمک به رفع فقر ادبیات در این حوزه، کتاب *حقوق ارتباط جمعی* در سال ۱۳۸۶ تألیف شد که مطالب آن، با توجه به حجم عظیم مسائل و مباحث حقوق ارتباطات جمعی، مقدمه‌ای برای معرفی مباحث و مسائل مختلف حقوق ارتباط جمعی است. اما پس از تدریس این کتاب در دانشکده‌های حقوق و علوم اجتماعی، به تجربه و نیز با تذکر برخی همکاران، معلوم شد که حجم مطالب این کتاب برای دانشجویان دوره کارشناسی زیاد و برای دانشجویان دوره کارشناسی ارشد، کم است. از این رو، با الهام از تدبیر برخی استادان حقوق، تصمیم گرفتم تا کتابی نسبتاً مختصر برای دانشجویان دوره‌های کارشناسی تهیه کنم.

این کتاب، حاصل آن تصمیم است. اگرچه شاکله اصلی کتاب *حقوق ارتباط جمعی* حفظ شده است اما از یک سو، با توجه به تصویب قوانین و مقررات متعدد در طی سالهای پس از انتشار کتاب فوق، مطالب این کتاب بر اساس مصوبات جدید نگارش یافته و به‌روز است. از سوی دیگر، برخی از مطالب آن کتاب، در این کتاب یا به طور کامل بازنویسی شده و یا در حد زیاد، بازنگری شده است.

در این کتاب تلاش شده است صرف‌نظر از حقوق کشور خاص و نیز صرف‌نظر از رسانه خاص، به مطالعه قواعد عمومی حقوق رسانه اقدام شود. با وجود این، توجه به حقوق ایران و نیز استفاده از منابع حقوقی اسلام، از اهمیت خاصی برخوردار بوده است. برای رعایت اختصار، اسناد و کنوانسیونهای بین‌المللی و قوانین

و رویه‌های حقوقی کشورهای دیگر، تنها در صورت ضرورت مورد توجه قرار گرفته و سعی شده است تا آنجا که ممکن است شاهد مثالهای لازم برای فهم مباحث ارائه شود.

کتاب در چهار بخش کلی تدوین شده است: در بخش نخست، مبانی نظری حقوق رسانه مشتمل بر آزادی بیان، آزادی اطلاعات، استقلال رسانه‌ها، تکررگرایی رسانه‌ای و نظام‌دهی رسانه‌ها مطالعه شده است. بدون توجه کافی به مطالب این بخش از کتاب، فهم و تحلیل سایر بخشها دشوار خواهد بود زیرا، مباحث مطرح در بخشهای دیگر، ارتباط نزدیکی با مباحث بخش اول دارند.

در بخش دوم، قواعد و مقررات ناظر بر راه‌اندازی انواع مؤسسات رسانه‌ای و فعالیت در آنها بررسی شده است. در این بخش، تلاش شده است تا حقوق و وظایف هر یک از عوامل رسانه‌ای نیز تبیین شود.

بخش سوم مهم‌ترین بخش این کتاب است که در آن تلاش شده است تا بین منافع مختلف و متعارض سازش ایجاد شود و به دیگر سخن، مرز بین محتوای قانونی و مشروع و محتوای موجد مسئولیت ترسیم شود. امنیت ملی، اسرار دولتی، حریم خصوصی، مالکیت‌های فکری، هتک حرمت، اخلال در دادرسیها و تبلیغات گمراه‌کننده از مهم‌ترین حدود محتوایی فعالیت‌های رسانه‌ای هستند که در این بخش مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.

سرانجام، در بخش پایانی کتاب، مسئولیت‌های مدنی و کیفری ناشی از نقض حدود مقرر در بخش سوم، مفهوم این مسئولیتها و شرایط تحقق آنها، نحوه رسیدگی دادگاهها به هر یک از دعاوی مدنی و کیفری و سرانجام آثار هر یک از مسئولیت‌های مذکور مورد مطالعه قرار گرفته است.