

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دوفصلنامه

مطالعات فقه و حقوق رسانه

دانشکده غیردولتی - غیرانتفاعی رفاه

سال هفتم - بهار و تابستان ۱۴۰۴ - شماره ۱ (پیاپی ۱۳)

دوفصلنامه مطالعات فقه و حقوق رسانه در پایگاه‌های زیر نمایه می‌شود:

scholar.google.com

الف: گوگل اسکالر

<https://civilica.com/l/1479394/>

ب: سیولیکا

<https://www.magiran.com/magazine/8678>

پ: مگیران

<https://www.noormags.ir/view/fa/magazine/5310>

ت: نورمگز

<https://ecc.isc.ac/showJournal/40364>

ث: ISC

<https://www.sid.ir/journal/41622/fa>

ج: SID

<https://www.linkedin.com/in/jurisprudence-and-legal/studies-of-media-jlsm-808b65348/> /

چ: لینکدین

<https://independent.academia.edu/JurisprudenceandlegalstudiesofmediaJLSM>

ح: آکادمیا

با توجه به راهاندازی سامانه ویژه دوفصلنامه فقه و حقوق رسانه به نشانی www.journal.refah.ac.ir

ضروری است که علاقه‌مندان جهت هر گونه ارتباط با این مجله صرفاً از طریق سامانه مزبور اقدام کرده، موارد مربوط را پیگیری نمایند. مقالاتی که به روش دیگر ارسال شود، قابل پیگیری نخواهد بود.

تهران - بهارستان، ضلع شرقی مجلس شورای اسلامی، ابتدای خیابان مردم، کوچه شهید ندایی پور، پلاک ۱

تلفن ۰۲۱۳۵۰۷۴۲۳۰ - نمابر ۰۲۱۳۳۵۲۱۷۷۶ صندوق پستی ۱۱۵۷۵/۱۳۸

Email: info@refah.ac.ir

Website: www.refah.ac.ir

دوفصلنامه

مطالعات فقه و حقوق رسانه

سال هفتم / شماره ۱ / پیاپی سیزدهم / بهار و تابستان ۱۴۰۴

صاحب امتیاز: دانشکده غیردولتی - غیرانتفاعی رفاه

مدیر مسئول: دکتر ناصر باهنر

سر دبیر: دکتر باقر انصاری

هیئت تحریریه:

دکتر ناصر باهنر / استاد دانشگاه امام صادق (علیه السلام)

دکتر باقر انصاری / دانشیار دانشگاه شهید بهشتی

دکتر کریم عبداللهی نژاد / استاد دانشگاه فردوسی مشهد

دکتر محمدمهدی قبولی درافشان / استاد دانشگاه فردوسی مشهد

دکتر علی مظهر قراملکی / استاد دانشگاه مفید قم

دکتر حسن محسنی / استاد دانشگاه تهران

دکتر امیدعلی مسعودی / استاد دانشگاه سوره تهران

دکتر سیدمجتبی واعظی / استاد دانشگاه شیراز

دکتر فریبا حاجیعلی / دانشیار دانشگاه الزهراء (س)

دکتر هدی غفاری / دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی

دکتر میثم فرخی / دانشیار دانشکده غیرانتفاعی رفاه

دکتر محمدصادق نصراللهی / دانشیار دانشگاه امام صادق (علیه السلام)

هیئت داوران:

دکتر محمدصادق فراهانی

دکتر میثم فرخی

دکتر فاطمه فلاح تفتی

دکتر زهرا لامع

دکتر علی مشهدی

دکتر عطیه مقدم فر

دکتر عباس میرشکاری

دکتر محمدصادق نصراللهی

دکتر زهرا نعمتی

دکتر مهناز رشیدی

دکتر آناهیتا سیفی

دکتر مهدی شعبان نیا منصور

دکتر علیرضا شمشیری

دکتر مهزاد صفاری نیا

دکتر زهرا طاهری پور

دکتر سیدعلیرضا طباطبائی

دکتر سمیه ظهوری

دکتر عبدالله عابدینی

دکتر عدنان عمرانی فر

دکتر هدی غفاری

دکتر فاطمه ابراهیمی ورکیانی

دکتر محمدرسول آهنگران

دکتر زینب باقری نژاد

دکتر فاطمه پورمسجدیان

دکتر مهرداد تیموری

دکتر امین حاجی وند

دکتر سیدعبدالرحیم حسینی

دکتر فاطمه سادات حسینی

دکتر فهیمه حشمت

دکتر عاطفه خادمی

دکتر حسین داوودی بیرق

مدیر داخلی: دکتر فاطمه سادات حسینی

ویراستار ادبی: رضا دیبا

مسئولیت صحت و سقم مطالب بر عهده نویسنده یا نویسندگان است.

دوفصلنامه حق رد یا قبول و ویراستاری مقالات را برای خود محفوظ می دارد.

دریافت نسخ چاپی منوط به پرداخت وجه از سوی نویسندگان می باشد.

Email: jjlms@refah.ac.ir

Website: www.journal.ac.ir

راهنمای نگارش مقالات

- ۱- مقالات در بردارنده پژوهش‌های مسئله‌محور، مقایسه‌ای و میان‌رشته‌ای در زمینه فقه و حقوق رسانه و در پاسخ‌گویی به شبهات، چالش‌ها و نیازهای موجود در این گستره باشد.
- ۲- مطالب به صورت ابتکاری، مستدل، به روز و با استفاده از منابع اصیل و معتبر و با رعایت اصول نگارشی تألیف گردد.
- ۳- زبان نشریه فارسی است و نقل‌قول‌های داخل متن باید به زبان فارسی بیاید؛ مگر آن‌که صورت یک عبارت در زبان دیگر موضوعیت داشته باشد.
- ۴- چکیده‌های فارسی و انگلیسی ۲۵۰ تا ۳۰۰ واژه شامل بیان مسئله و مهم‌ترین یافته‌های پژوهش و همراه با واژگان کلیدی (حداکثر ۷ واژه) حداکثر در یک صفحه A4 باشد.
- ۵- عناوین اصلی و فرعی مقاله مرتبط با موضوع و دارای ارتباط منطقی با یکدیگر باشد.
- ۶- ارجاعات مقاله پس از نقل قول یا مطلب استفاده شده، درون متن و داخل پرانتز به صورت زیر بیاید:

(نام خانوادگی مؤلف، سال نشر، شماره جلد، صفحه)
- ۷- توضیحات تکمیلی در صورت لزوم در پاورقی بیاید.
- ۸- فهرست منابع در پایان مقاله به صورت الفبایی و به ترتیب زیر تنظیم گردد:

کتاب: نام خانوادگی، نام نویسنده، *عنوان کتاب*، سال نشر، مترجم، محل نشر، ناشر، نوبت چاپ

مقاله مندرج در مجلات، مجموعه مقالات و دایره‌المعارف‌ها: نام خانوادگی، نام نویسنده، *«عنوان مقاله»*، سال نشر، نام نشریه، صاحب امتیاز، شماره چاپ
- ۹- ترجمه انگلیسی عنوان مقاله، چکیده و واژگان کلیدی همراه مقاله ارسال شود (در صورت عدم ارسال هزینه ترجمه دریافت خواهد شد).
- ۱۰- حجم مقاله با احتساب تمامی بخش‌های آن حداقل ۱۵ صفحه و حداکثر ۲۰ صفحه ۳۰۰ کلمه‌ای باشد و در محیط WORD 2010، با قلم ۱۲ BYAGUT حروف‌چینی گردد (اطلاعات تکمیلی در سامانه نشریه، راهنمای نویسندگان قابل دسترسی است).
- ۱۱- ارسال آخرین مدرک تحصیلی، خلاصه‌ای از سوابق علمی، پژوهشی، حکم استخدامی، نشانی و شماره تلفن نویسنده یا نویسندگان مقاله نیز الزامی است.
- ۱۲- مقاله ارسالی نباید همزمان به نشریات دیگر فرستاده شده باشد.
- ۱۳- مقالات دانشجویان دوره دکتری با همراهی استاد دارای رتبه علمی درج خواهد شد.
- ۱۴- ترتیب نام نویسندگان مقاله به ترتیب رتبه علمی در مقالات پذیرفته شده درج خواهد شد.

فهرست

- ❖ جلوه‌های کرامت انسانی در حقوق زوجه و نقش رسانه در تحقق آن..... ۷
 زهرا طاهری‌پور/ استادیار گروه حقوق دانشکده غیرانتفاعی رفاه تهران
 مریم خلفی/ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد رشته حقوق دانشکده غیرانتفاعی رفاه تهران
- ❖ هوش مصنوعی، به‌مثابه دستگیری هوشمند برای مجلس شورای اسلامی در قانون‌گذاری..... ۳۷
 هدی غفاری/ دانشیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی تهران
 زهراسادات حجازی/ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد حقوق عمومی دانشگاه علامه طباطبائی تهران
- ❖ بازخوانی اصول قرآنی آزادی بیان و تطبیق آن با اخلاق رسانه‌ای نوین..... ۷۵
 هاجر باختری ابراهیم سرایی/ استادیار گروه معارف اسلامی دانشکده غیرانتفاعی رفاه تهران
- ❖ ارائه چهارچوب حقوقی- تربیتی پیرامون کاربرد موسیقی در مدارس..... ۹۹
 علیرضا امینی زرین/ استادیار گروه علوم تربیتی دانشکده غیرانتفاعی رفاه تهران
 زهرا ربانی/ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد علوم تربیتی دانشکده غیرانتفاعی رفاه تهران
- ❖ تحلیل حقوقی ماهیت حساب‌های مجازی..... ۱۳۳
 سید پدرام خدانی/ استادیار گروه آموزشی حقوق دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج
 محدثه محتاج/ دانشجوی دکترای حقوق خصوصی حقوق دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج
 مهرداد ناظمی/ استادیار گروه آموزشی حقوق دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج
- ❖ حکمرانی حریم خصوصی و حریم داده در پلتفرم‌های جهانی (گوگل و متا) و دلالت‌های آن برای زیست‌بوم پلتفرمی ایران..... ۱۶۳
 حسین حسینی/ استادیار گروه مطالعات فضای مجازی پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات تهران
- ❖ سلبریتی‌ها و تبلیغات خلاف واقع: مسئولیت مدنی در ترازوی فقه و حقوق..... ۲۰۱
 روح‌الله زارچی‌پور/ استادیار گروه حقوق خصوصی دانشگاه شهید مطهری تهران
 فاطمه فلاح تقی/ استادیار گروه فقه و حقوق اسلامی دانشگاه علامه طباطبائی تهران
- ❖ حجیت اسناد مکتوب در رسانه..... ۲۳۳
 مرتضی صفری‌تبار/ استادیار گروه حقوق خصوصی دانشگاه جامعه المصطفی، قم
 سیدمصطفی ملیحی/ استادیار دانشگاه علوم قرآن و حدیث تهران
- ❖ الگوی تسهیم عادلانه حق پخش مسابقات ورزشی میان سازمان صداوسیما و نهادهای ورزشی از منظر فقه و حقوق عمومی..... ۲۵۹
 محمدصادق فراهانی/ پساکتری حقوق فناوری دانشگاه تربیت مدرس و معاون حقوقی مرکز ملی فضای مجازی تهران
 حمید فعلی/ دانشجوی دکترای حقوق عمومی دانشگاه امام صادق(ع) تهران

- ❖ ارزیابی فرایند بزهکاری در نظریه عمومی فشار: تحلیل جرم‌شناختی فیلم «کفرناحوم».....۲۹۹
حمیدرضا دانش ناری/ استادیار گروه حقوق جزا و جرم‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد
سپیده فعالیت/ دانشجوی دکتری حقوق کیفری و جرم‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد
محمد طهان طرقي/ دانشجوی دکتری حقوق کیفری و جرم‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد
- ❖ الگوهای نظارت و زمینه‌های تنظیم‌گری توکن‌های کاربردی در نظام حقوق عمومی ایران.....۳۲۵
رسول کرمی مقدم/ استادیار گروه حقوق دانشگاه لرستان
- ❖ رسانه‌ها، سیاست‌گذاران و پناهندگان: گفتمان سازنده برای تغییر.....۳۴۹
صبری خالدیان / دانشجوی دکتری حقوق دانشگاه آزاد اسلامی کرمانشاه
قباد کاظمی/ استادیار گروه حقوق دانشگاه آزاد اسلامی کرمانشاه
ساسان رضائی فرد/ استادیار گروه حقوق دانشگاه آزاد اسلامی کرمانشاه
- ❖ ترجمه چکیده مقالات به زبان انگلیسی.....۵

جلو‌های کرامت انسانی در حقوق زوجه و نقش رسانه در تحقق آن

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۲۰

زهرا طاهری پور^۱

مریم خلفی^۲

چکیده

کرامت انسانی، به‌عنوان یکی از مفاهیم اساسی و بنیادین در حقوق زوجه، از جایگاه ویژه‌ای در آموزه‌های دینی، فقهی و حقوقی برخوردار است. این مفهوم ناظر بر احترام به هویت، شأن، حقوق و ارزش‌های فردی در روابط میان زوجین است و رعایت آن نقش مهمی در پیشگیری از تعارض‌های زن‌شویی، حفظ حرمت فردی و تحکیم بنیان خانواده دارد. در این میان، رسانه‌ها به‌عنوان یکی از ارکان مهم جوامع امروزی و ابزارهای قدرتمند جهت تأثیرگذاری بر افکار عمومی، می‌توانند نقش کلیدی در آگاهی‌بخشی، تبیین و ارتقای جایگاه کرامت انسانی در چهارچوب حقوق زوجه ایفا کنند. این پژوهش با هدف پاسخ به این پرسش که «نقش رسانه در تبیین کرامت انسانی و حقوق زوجه چیست؟» صورت گرفته است. نوع پژوهش، کیفی با رویکرد توصیفی-تحلیلی و از حیث هدف، بنیادی-کاربردی است. داده‌ها با استفاده از تحلیل منابع فقهی، حقوقی و رسانه‌ای گردآوری شده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهند که کرامت انسانی ریشه در وحی دارد و در قرآن، فقه اسلامی و نظام حقوقی کشور به رسمیت شناخته شده است. همچنین، ورود این مفهوم به حوزه رسانه موجب افزایش حساسیت نسبت به حقوق زوجه شده و رسانه‌ها با تبیین درست آن می‌توانند در ارتقای فرهنگ عمومی، تقویت سیاست‌گذاری‌ها و حمایت از حقوق زن‌شویی نقشی مؤثر و تعیین‌کننده داشته باشند.

واژگان کلیدی

کرامت انسانی، رسانه، حقوق زوجه، قانون مدنی، فقه.

۱. استادیار، گروه حقوق، دانشکده غیرانتفاعی رفاه، تهران، ایران

taheripour@refah.ac.ir

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، رشته حقوق، دانشکده غیرانتفاعی رفاه، تهران، ایران

khalafim764@gmail.com

۱- مقدمه

بنیان خانواده براساس اخلاق و فطرت پاک انسان‌ها بنا نهاده می‌شود و اهداف مترقی نظام آفرینش را دنبال می‌کند. نهادی که در عین اینکه کوچک ترین نهاد اجتماعی است، از مقدس‌ترین و مهم‌ترین آن‌ها محسوب می‌شود. زن و شوهر به‌عنوان ارکان اولیه تشکیل‌دهنده خانواده نسبت به یکدیگر حقوق و تکالیفی دارند که این امر با عنایت به اهمیت نهاد خانواده امری بدیهی است. قانون حدود و وظایف متقابل زوجه را تعیین نموده است تا از این رهگذر مانع ایجاد اختلاف‌ها گردد و یا در صورت بروز اختلاف راهی برای حل آن‌ها باشد. بخشی از این حقوق مختص زوج یا زوجه است که باید آن‌ها را مراعات نمایند. ماده ۱۱۰۲ قانون مدنی در همین ارتباط مقرر می‌دارد: «همین که نکاح به‌طور صحت واقع شد روابط زوجیت بین طرفین موجود و حقوق و تکالیف زوجه در مقابل همدیگر برقرار می‌شود».

حقوق و منزلت زن توسط ابزارهایی به نمایش درمی‌آید که یکی از این ابزارها رسانه می‌باشد. امروزه رسانه‌های جمعی یکی از ستون‌های اصلی هر نظام اجتماعی و از ارکان اساسی و مهم هر جامعه‌ای می‌باشند که به‌سبب گستردگی و برخورداری از فناوری‌های روز همچنین تکرر و تعدد مخاطبان، نقش محوری در بازخوانی، بازتولید و اشاعه فرهنگ در جامعه دارند. رسانه‌های جمعی می‌توانند افکار عمومی را به‌سوی کمال، معنویت و راستی سوق داده، خدمتگزار جامعه، فرد و انسانیت مخصوصاً جایگاه زوجه باشند. این اصل زمانی تحقق می‌یابد که رسانه‌های جمعی در نظر و عمل پایبند به اخلاقیات و موازین فرهنگی و اعتقادی جامعه باشند. رسانه‌ها مهم‌ترین موج انقلاب‌های فرهنگی در جهان را به‌وجود آورده‌اند. گروه‌های سیاسی، فرهنگی، مذهبی، اقتصادی زمان زیادی را صرف تبلیغ اهداف، ارزش‌ها و محصولات اقتصادی، فرهنگی خود از طریق رسانه‌ها می‌کنند؛ بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که یکی از اهداف اصلی هر گروه اجتماعی در جامعه، دسترسی به رسانه‌های جمعی برای ترویج ارزش‌ها و هنجارهای ایدئال خود است. بااین‌حال، نکته مهم این است که رسانه‌ها چقدر به حقوق شهروندی و مسئولیت‌های خود در قبال تکالیف رسانه‌ای توجه دارند. با توجه به اینکه تکالیف حقوقی رسانه‌ها از جامعه‌ای به جامعه دیگر در حال تغییر است و این تغییرها غالباً کرامت و هویت انسانی را در جوامع

تحت‌الشعاع قرار می‌دهد، به‌همین جهت توجه به رسانه در بحث اعتلای هویت و کرامت انسانی موضوع موردنظر در این مطالعه قرار گرفته است که می‌کوشد عملکرد رسانه‌ها را در مواجهه با حقوق انسانی، هویت اجتماعی و کرامت انسانی در جوامع، بررسی کرده و مبانی این بحث را در کنوانسیون‌ها، قوانین، فرهنگ رسانه‌ای جست‌وجو و مورد بحث قرار دهد تا در پایان به این نتیجه برسد که عامل بی‌توجهی به هویت، کرامت و حقوق انسانی مهمترین خطری است که می‌تواند رسانه‌های جمعی را از مسیر اصلی خود منحرف کرده و نظام فرهنگی جوامع را موردتهدید قرار دهد (جعفرزاده/اقدم، ۱۳۹۷، ص. ۶۷).

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران نیز منزلت والایی برای زن قائل شده است و در همین ارتباط دولت را موظف نموده تا حقوق زنان را در تمام جهات با رعایت موازین اسلامی تضمین نماید و به تأمین حقوق همه‌جانبه افراد اعم از زن و مرد و تساوی عموم در برابر قانون تأکید شده است. ازجمله این حقوق می‌توان به مهریه، حق نفقه، حق زن در استقلال دارایی، حق شیردهی، اجرت‌المثل، حق زن در طلاق رجعی، حق ارث، جبران زیان مادی و معنوی، حق زن در استفاده از حق حبس و شرط برخورداری از نصف دارایی در صورت طلاق از سوی زوج، حق و مسئولیت زن نسبت به نگهداری و تأمین معاش والدین نیازمند خود، می‌توان اشاره نمود. علاوه بر امتیازهایی که برای زنان در حقوق خانوادگی پیش‌بینی شده است، به‌دلیل حق ریاست مرد در خانواده که در ماده ۱۱۰۵ قانون مدنی لحاظ شده است برخی از تفاوت‌ها در حقوق زن و مرد وجود دارد و اینکه در قوانین فقهی اشاره به این امر شده است که ریاست خانواده برعهده مرد است (ارسطویی، ۱۳۹۹، ص. ۱۱۳). به‌علاوه کرامت انسانی در دو بخش ذاتی و اکتسابی مدنظر قرار می‌گیرد. نحوه تأثیر خانواده در تقویت کرامت انسانی در محور آموزش و انتقال ارزش‌ها، حمایت عاطفی و روانی و همچنین تأمین نیازهای اولیه و امنیت اقتصادی قابل‌تبیین است. در بُعد آموزشی روش‌هایی چون روش مستقیم، الگوی رفتاری، تشویق و تنبیه، تغذیه فکری، بحث و گفت‌وگو می‌تواند در ارتقای کرامت انسانی مفید و مؤثر باشد. در حمایت عاطفی و روانی نیز تأمین محبت، توجه و احترام گذاشتن به فرزندان از نکات موردتوجه در این زمینه است؛ اما مواردی چون عدم احترام متقابل، خشونت خانگی، عدم حمایت عاطفی، انتظارات بی‌جا

و نقص در ارتباطها از عوامل تضعیف کرامت انسانی است (اکبرنیا و محمدی، ۱۳۹۴، ص. ۳۴). محور دوم کرامت، ضامن حضور مؤثر اجتماعی زن است. زن و مرد می‌توانند به همه کرامت‌های انسانی برسند و در همه زمینه‌ها پیشرفت کنند. دین اسلام تأکید دارد که باید کرامت دختران و زنان حفظ شود تا بتوانند بر پایه کرامت در عرصه مختلف علمی، اخلاقی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی پیشرفت کنند و به حیات طیبه برسند. حفظ کرامت آن است که نگاه جنسیتی و ابزاری به آنان نشود بلکه به‌عنوان عضو اجتماعی مؤثر با توانمندی متفاوتی از مردان باشد، ما زن را به عفت، عصمت و حفظ کرامت انسانی دعوت می‌کنیم. این کرامت زن است و هرگونه نقش‌آفرینی واقعی زنان در گرو حفظ کرامت زن است (شعبانی، ۱۳۹۰، ص. ۱۳).

اگر قوانین فقهی و حقوقی تابع منطق واحدی بوده، از نظم و انسجام درونی و بیرونی لازم برخوردار باشد، می‌تواند کرامت انسانی را در بین زوجین تضمین کرده، زمینه را برای استقرار و استمرار عدالت بین زن و شوهر فراهم آورد (حبیب‌زاده و رحیمی‌نژاد، ۱۳۸۵، ص. ۷؛ عروسی موفق، ۱۳۹۶، ص. ۱۴)؛ اما در برخی موارد بعضی قوانین باعث سوءاستفاده طرفین از هم نیز شده است؛ برای مثال همان‌طور که اشاره گردید در ماده ۱۱۰۵ قانون مدنی و همین‌طور در قرآن کریم و فقه، ریاست خانواده بر عهده مرد گذاشته شده است (قره‌داغی، ۱۳۹۶، ص. ۲۲۱). سؤالی که در اینجا پیش می‌آید این است که آیا این امر به کرامت زن لطمه نمی‌زند؟ در جایی دیگر نیز حق طلاق در قانون و در فقه در انحصار مردان گذاشته شده است. سؤالی دیگر پیش می‌آید و این است که آیا این انحصار حق طلاق که در فقه و حقوق (ماده ۱۱۳۳ ق.م) در اختیار مردان گمارده شده است به کرامت زن لطمه‌ای وارد نمی‌کند؟ چرا که با این حق مردان ممکن است باعث اذیت زوجه شده و موجبات سلب آسایش وی را فراهم آورند یا از سویی نیز حق مهریه که برای زن به‌صورت عندالاستطاعه و عندالمطالبه (ماده ۲۲ قانون حمایت خانواده) در فقه و حقوق (مواد قانونی ۱۰۷۸ الی ۱۱۰۱ ق.م) آمده است، موجبات سوءاستفاده‌هایی را برای برخی زنان فراهم آورده است.

با توجه به شرایط عصر حاضر و توجه بانوان و زوجه به مسائل و حقوق، سعی شده به‌طور عادلانه زوجه به‌تمامی حقوق خود دست یابد؛ زیرا رفتار زنان از گذشته تا به الان با تغییرهای فراوانی همراه بوده است و تمام تلاش خود را برای گرفتن حقوق خود انجام

می‌دهند. با توجه به بررسی مطالعات می‌توان گفت که به‌طور کلی حقوق زوجه می‌تواند بسیار با اهمیت و با ارزش تلقی شود. با توجه به شرایط جامعه امروز و مشکلات ناشی از تحول‌های فرهنگی و سخت‌تر شدن شرایط زندگی، هر کدام از زوجین می‌توانند ضمن انجام فعالیت‌های آزادانه زندگی، به حقوق و تعهدهای خود از زمان عقد نکاح نیز عمل کنند؛ اما از سویی هم ممکن است زوجه به تعهدهای خود عمل نکرده و یا سوءاستفاده‌هایی را از حق و حقوق قانونی خود نسبت به طرف مقابل انجام دهند. براین اساس موضوعی که در این بین مورد اهمیت بیشتری قرار می‌گیرد، این است که در این حق و حقوقی که بر عهده زوجین است، کرامت انسانی رعایت شده است؟ بنابراین و از آنجاکه موضوع کرامت انسانی این روزها به علل مختلف در پژوهش‌های نظری و علوم انسانی بیشتر استفاده شده، این پژوهش نیز با این موضوع انتخاب گردیده است؛ بنابراین هدف از این مطالعه بررسی جلوه‌های کرامت انسانی در حقوق زوجه و نقش رسانه در تحقق آن است. همچنین در این راستا پژوهش‌هایی در این زمینه انجام شده که در ادامه به آن‌ها پرداخته شده است: بررسی متون و منابع پیشین نشان می‌دهد که مفهوم کرامت انسانی در بستر قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران از جنبه‌های مختلف مطالعه شده است. حبیب‌زاده و همکاران (۱۳۹۵)، با تمرکز بر ابتدای حقوق بشر و شهروندی بر کرامت انسانی، نتیجه گرفتند که اصول قانون اساسی ایران بر ارزش‌های اسلامی-ایرانی و کرامت شهروندان استوار است. همچنین، رحمانی و مودنی (۱۳۹۵)، بیان کردند که کرامت ذاتی انسان به‌عنوان اصلی پذیرفته‌شده، در تمامی اصول قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران قابل‌شناسایی است. ارغوانی پیرسلامی و دهقان (۱۳۹۶) نیز با بررسی نسبت قانون اساسی و حقوق بشر در نظام جمهوری اسلامی ایران، به این نتیجه رسیدند که این قانون با تأکید بر کرامت فردی و حقوق ملت، الگویی برگرفته از مبانی اسلامی ارائه می‌دهد. بالین‌حال، در پژوهش‌های یادشده بررسی مستقلی درخصوص جایگاه کرامت انسانی در حقوق زوجه مشاهده نمی‌شود. در همین راستا، آمدی (۱۴۰۱)، با تمرکز بر نقش رسانه در تبیین حقوق زنان، نشان داد که رسانه می‌تواند نقش مؤثری در ارتقای آگاهی عمومی نسبت به حقوق زنان و جلوگیری از تضییع آن ایفا کند.

۲- مفهوم‌شناسی

۲-۱- معنای لغوی و اصطلاحی کرامت انسانی

کرامت انسانی از نظر لغوی کرامت انسان، شرافت و برتری انسان بر آفریده‌های دیگر است (زبیدی، ۱۴۱۴ق)، و از نظر اصطلاحی می‌توان چنین گفت در دنیای امروزی چالش حقوقی، حقوق بشر است و در میان مبانی آن، کرامت انسانی اصل مهمی شمرده می‌شود (مهرپور، ۱۳۷۴، ص. ۳۶۰).

از آنجاکه «کرامت» یک واژه عربی است و معادل فارسی آن گویا و روشن نیست و به‌رغم همه تلاش‌ها و تکاپوها نمی‌توان تعریف جامع و مانع و یا حد و فصل منطقی برای آن مشخص نمود؛ بنابراین در بسیاری از متون فارسی از خود واژه کرامت استفاده می‌شود: «اگر ما خواسته باشیم کلمه کریم را به فارسی ترجمه کنیم، باید چند کلمه را کنار هم بگذاریم تا معنای کریم روشن شود. روح بزرگوار و منزّه از هر پستی را کریم می‌گویند (جوادی آملی، ۱۳۶۶، ص. ۲۱).

کرامت ذاتی یا کرامت انسانی، صرف‌نظر از ریشه، بنیان و قلمرو شمول آن در نگرش‌های دینی و عرفی مورد پذیرش و تأکید قرار گرفته است. علامه محمدتقی جعفری رویکرد خاصی به کرامت ذاتی داشته و ضمن پذیرش آن به‌عنوان یک پدیده ذاتی و طبیعی آن را سلب شدنی و وابسته به سرشت کردارهای ارادی و آزاد می‌داند؛ بنابراین در این نگرش اگرچه در بدو تکوین خمیر مایه انسان، وی از ارزش ذاتی برخوردار است و این ارجمندی استعدادها و شایستگی‌های به ودیعت نهاده شده الهی در وجود اوست؛ اما نتیجه اعمال و کردارهای وی می‌تواند آن را از اثر تهی‌سازد (جعفری، ۱۳۷۰، ص. ۲۵).

۲-۲- حق

حق در برخی ادبیات بدین‌گونه تعریف شده است: «توانایی است که حقوق هر کشور به اشخاص می‌دهد تا از مال به‌طور مستقیم استفاده کنند یا انتقال مال و انجام دادن کاری را از دیگری بخواهند».

حق به معنای خاص عبارت است از توانایی خاص برای انجام دادن عملی که گاهی به عین و گاهی به عقد و گاهی به شخص تعلّق می‌گیرد؛ مانند حق تحجیر، حق خیار و حق

قصاص. به موجب این تعریف هر چند موضوع حق در موارد مختلف یکی از سه چیز است، ولی متعلق حق در تمام موارد، عملی است که به یکی از آن‌ها تعلق گرفته است و به این علت، با ملک فرق واضحی دارد؛ زیرا ملک احاطه و سلطه‌ای است که به خود عین یا منفعت تعلق می‌گیرد؛ برای نمونه، صاحب حق تحجیر حق دارد زمین تحجیر شده را احیا کند تا مالک شود یا صاحب خیار، حق دارد عقد خیاری را فسخ کند، درحالی‌که شخص مالک بر روی ملک سلطه کامل و مطلق دارد (محقق داماد، ۱۳۶۴، ص. ۱۴۸).

۲-۳- تکلیف

تکلیف در زبان فارسی به معنای کاری دشوار به عهده کسی گذاشتن، فرمان به کاری سخت و پرمشقت دادن، وظیفه و امری که به عهده شخص است و باید انجام دهد، آمده است. در فارسی کلمه «باید» و «نباید» معادل واژه تکلیف به کار می‌رود. در اصطلاح فقه، تکلیف الزام به کاری است که در آن مشقت وجود دارد. لغاتی که در فقه مترادف با این کلمه استعمال می‌شود، عبارت است از تعهد شرط واجب، الزام و التزام عهد عهده ذمه؛ تکلیف در لغت به امری گفته می‌شود که همراه با اجبار و الزام بوده و نوعی دشواری را در برداشته باشد (عمید، ۱۳۸۶، ص. ۱۱۹).

تکلیف از ریشه «ک - ل - ف» و در لغت به معنای درخواست یا امر کردن کسی به انجام دادن کاری دشوار است (فیروزآبادی، بی‌تا، ص. ۱۹۲). «تکلیف» در لغت به معنای امر به انجام دادن کاری است که انجام دادنش برای کسی که به او امر شده مشقت دارد و در اصطلاح، اوامر و نواهی خداوند به بندگانش است در جهت انجام دادن یا ندادن بعضی افعال. از همین معنای اصطلاحی است که تعبیر «دار تکلیف» یعنی دنیا که آدمی در آن موظف به انجام دادن تکالیفش است و نیز اصطلاح «سن تکلیف» به معنای سن رسیدن به بلوغ و انجام دادن وظایف شرعی به وجود آمده است. مخاطب تکلیف، «مکلف» نامیده می‌شود (موسوی سیار، ۱۴۰۲، ص. ۵۶).

۲-۴- رسانه

رسانه در لغت اسم آلت از مصدر «رسانیدن» و به معنای وسیله رسانیدن و در اصطلاح علوم ارتباطات اجتماعی مقصود از «رسانه» وسیله رسانیدن پیام از پیام‌دهنده به پیام‌گیرنده است

(عمید، ۱۳۸۶، ص. ۱۱۹). در فرهنگ اندیشه نو نیز رسانه به عنوان اصطلاحی کلی برای اشاره به سیستم‌ها یا دستگاه‌های انتقال اطلاعات یا سرگرمی به کار برده می‌شود؛ مانند روزنامه، رادیو، تلویزیون، فیلم، کتاب، نوار و غیره. چیزی که پیامی را می‌رساند مانند رسانه جمعی، وسیله‌ای که اخبار و اطلاعات را به مردم می‌رساند، مانند رادیو و تلویزیون، روزنامه، مجله، و شبکه‌های رایانه‌ای، رسانه ارتباط جمعی است (معمدنژاد، ۱۳۷۱، ص. ۶۸).

رسانه‌ها به عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای فرهنگی تأثیرگذار در حوزه زن و خانواده، اگر در ارائه الگوی مناسب از تکریم زن مسلمان ایرانی طبق آموزه‌های دینی موفق عمل کنند، در نزدیک کردن زن مسلمان ایرانی به جایگاه واقعی خود کارساز خواهند بود. تحقق این امر نیازمند بازخوانی متون اسلامی در زمینه کرامت و جایگاه زنان و نیز طراحی راهبردهای عملی برای رسیدن به این هدف است. مهم‌ترین عامل تکریم زنان در سیما و نمایش زنان در جایگاه مطلوب قرآنی، داشتن راهبرد واحد درباره چگونگی ارائه تصویر زن در سیما است و برای تحقق آن تعیین اهداف کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت ضروری است (عباسی، ۱۳۹۲، ص. ۹).

۲-۵- اقسام کرامت انسانی

۲-۵-۱- کرامت فردی (اخلاقی) و کرامت اجتماعی (حقوقی)

اینکه انسان‌ها از نظر التزام به اوامر و نواهی الهی و تقوا یکسان نبوده و حتی برخی از آنان کاملاً زندگی خود را در جهتی مخالف با خواست الهی قرار داده‌اند، امری است واضح و روشن؛ اما باید توجه داشت که دارا بودن عقیده صحیح و میزان رعایت تقوا فقط و فقط موجب تفاوت در جان انسان‌ها در آخرت و در پیشگاه الهی می‌گردد. همچنان که آیه ۱۳ سوره مبارکه حجرات به این معنا تصریح می‌کند: همانا باکرامت‌ترین شما (نزد خدا) با تقواترین شماست، ولی نباید آن را به عنوان ملاکی برای بهره‌مندی از حقوق انسانی در این دنیا قرار داد و بدین ترتیب انسان‌ها را برای بهره‌مندی از حقوق بر اساس نوع عقیده و میزان تقوای آنان، تقسیم‌بندی نمود؛ زیرا تقوا و عقیده اموری «عارضی» هستند که نمی‌توانند موجب سلب کرامت ذاتی انسان شوند. افراد جامعه از امتیازات و حقوق اجتماعی

یکسانی برخوردار نیستند بلکه حقوق ایشان براساس معیارهای معقول و مقبول نزد انسان متفاوت است. پس اگرچه عدالت یک کرامت اخلاقی و فردی است؛ اما در صحنه حقوق اسلامی اجتماعی مؤثر است. وانگهی با نگاهی عمیق می‌توان گفت هر گزاره اخلاقی عملی را که وارد علم فقه کنیم یک حکم فقهی نیز از احکام تکلیفی پنج‌گانه خواهد داشت. چه اینکه مربوط به فعل انسان بوده و هیچ فعلی خالی از احکام پنج‌گانه نیست (حقیقت‌پور و دیگران، ۱۳۹۲، ص. ۵۱).

۲-۶- اصل و محور کرامت انسانی در حقوق خانواده

بین کرامت انسانی و حقوق خانواده باید رابطه متقابل وجود داشته باشد و قانون‌گذاران در حقوق مربوط به خانواده باید با توجه به اصل کرامت انسانی و شأن انسان‌ها قوانین را تدوین کنند و متوجه این مسئله باشند که اخلاق و رعایت کرامت انسانی در خانواده بسیار مهم‌تر از اجرای قوانین حقوقی در این نهاد حساس می‌باشد. کرامت انسانی و حقوق خانواده همواره به‌عنوان دو محور بحث در خانواده مطرح می‌باشند. کرامت انسانی ویژگی ذاتی آدمی است، به‌گونه‌ای که هر انسانی موجودی کرامت‌مند است و سزاوار آن است که به این بُعد از ذات انسان توجه ویژه‌ای شود. اگرچه کرامت انسانی، امروزه در کانون توجه جهان قرار گرفته است؛ اما همه رویکردها در قانون‌گذاری با کرامت انسانی همراه نمی‌باشد. همچنین استواری کل نظام حقوق خانواده، بر ویژگی کرامت انسانی از اولویت بیشتری برخوردار است (رحیمی‌نژاد و حبیب‌زاده، ۱۳۸۷، ص. ۱۱۵).

۲-۶-۱- کرامت انسانی در نظام حقوقی رسانه‌ای ایران

در نظام حقوقی رسانه‌ای ایران، کرامت انسانی جایگاهی والا دارد و رسانه‌ها به‌عنوان یکی از ارکان اصلی جامعه، نقشی کلیدی در هدایت افکار عمومی به‌سوی ارزش‌ها و معنویت ایفا می‌کنند. تحقق این نقش منوط به پایبندی رسانه‌ها به اخلاق، فرهنگ و باورهای جامعه است. رسانه‌ها ابزار اصلی گروه‌های مختلف برای ترویج اهداف و ارزش‌های خود هستند و دستیابی به آن‌ها یکی از اولویت‌های اجتماعی است. باین‌حال، توجه به حقوق شهروندی و مسئولیت‌های رسانه‌ای امری ضروری است. کرامت انسانی، مبنای حقوق بشر بوده و

در حقوق ارتباطات نیز نقش حیاتی دارد، به‌ویژه در قوانین مرتبط با مطبوعات، جرائم اینترنتی و حفظ حیثیت افراد. توجه به این اصل می‌تواند بسیاری از چالش‌های حقوقی این حوزه را برطرف سازد (جعفرزاده / اقدم، ۱۳۹۷، ص. ۶۷).

در حوزه حقوق رسانه، با توجه به اینکه فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند از یک‌سو، به‌طور قابل‌توجهی باعث افزایش اعمال حقوق بشر و آزادی‌های اساسی، از جمله حق آزادی بیان، اطلاعات و ارتباطات، حق بر آموزش و پرورش، حق تجمعات و حق انتخابات آزاد شود؛ اما از سوی دیگر، ممکن است اثرهای منفی بر این موارد و سایر حقوق، آزادی‌ها و ارزش‌ها مانند احترام به زندگی خصوصی و محرمانه بودن مکاتبات، کرامت انسانی و حتی حق زندگی بگذارد (حبیب‌زاده و فرج پوراصل مرندی، ۱۳۹۵، ص. ۱۱۵).

توجه به کرامت انسان، یکی از اصول قواعد حقوق بشر است. تمام حقوق انسان‌ها بر حسب کرامت انسانی توجیه‌پذیر هستند. بر پایه همین کرامت انسانی، مصادیق حق به‌رسمیت شناخته می‌شود. کرامت انسانی در حوزه حقوق ارتباطات دارای مقام و جایگاه بالایی است (معتدینژاد، ۱۳۹۰، ص. ۳۵).

۳- حقوق زوجة

هرچند قوانین مصوب در ایران، در اکثر موارد جز در موارد خاص، برای احقاق حق همه افراد اعم از زن و مرد به‌صورت یکسان اجرا می‌شود؛ اما برخی از مواد قوانین عمومی و حتی برخی قوانین به‌صورت اختصاصی در حمایت از حقوق زنان و به‌جهت منع تبعیض علیه زنان تصویب شده‌اند. خانواده، بنیان جامعه اسلامی و زن، بنیان خانواده است. از این‌رو، قانون اساسی توجه ویژه‌ای به موضوع زن و حقوق زنان نشان داده است (هاشمی و دیگران، ۱۴۰۳، ص. ۱۳).

در مقدمه قانون اساسی، علاوه بر تصریح بر نقش زنان در پیروزی انقلاب اسلامی، مبحث ویژه‌ای تحت عنوان «زن در قانون اساسی» آمده است. اختصاص بخشی از مقدمه قانون اساسی به موضوع زن، حاکی از توجه خاص نظام جمهوری اسلامی به جایگاه زنان دارد. علاوه بر بخش مقدمه، برخی از اصل‌های قانون اساسی نیز به موضوع حقوق زنان پرداخته است. در بند ۱۴ اصل ۳ قانون اساسی آمده است: تأمین حقوق همه‌جانبه افراد،

اعم از زن و مرد و ایجاد امنیت قضایی عادلانه برای همه و تساوی عموم در برابر قانون از وظایف دولت است. بر اساس ماده ۱۱۰۶ قانون مدنی، نفقه زن بر عهده شوهر است و طبق ماده ۱۱۱۱ قانون مدنی در صورت امتناع مرد از پرداخت نفقه، زن می‌تواند به محکمه مراجعه کند و دادگاه او را محکوم به پرداخت نفقه خواهد کرد و در صورت امتناع مجدد از پرداخت، مسئولیت کیفری خواهد داشت (نیازی و رضانی، ۱۳۸۳، ص. ۱۴۷).

جمهوری اسلامی ایران در راستای اعتلای کرامت، شرافت و شخصیت اجتماعی و انسانی زنان، به پیشرفت‌های قابل‌توجهی دست یافته است و اقدامات گسترده‌ای در زمینه ارتقاء وضعیت بهداشتی، آموزشی، ایجاد اشتغال، تأمین امنیت زنان و مبارزه با خشونت علیه زنان و افزایش حضور اجتماعی زنان از طریق حضور در مناصب تصمیم‌گیری به‌انجام رسانده است. تشکیل نهادها و مراکز خاص زنان، تدوین و تصویب قوانین و مقررات عام و خاص متعدد در زمینه حقوق زنان، ایجاد و گسترش جریان‌های گوناگون اجتماعی و سیاسی با هدف دفاع از حقوق زنان، رشد زنان در کلیه عرصه‌های پزشکی، فناوری، آموزشی، حمایت از اشتغال و مشارکت اقتصادی زنان، فعالیت در حوزه‌های اقتصادی و کارآفرینی، افزایش سهم دختران در مقاطع مختلف تحصیلی و آموزش عالی، اقدامات انجام‌شده در حوزه ورزش، فرهنگ و هنر، حمایت از زنان آسیب‌پذیر، مبارزه با خشونت علیه زنان، رشد حضور زنان در عرصه قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری و ... به‌همراه آمارهای ارائه‌شده در این بخش‌ها حاکی از آن است که جمهوری اسلامی ایران نگاه ویژه‌ای به زنان، توانمندی‌های آن‌ها و حفظ و ارتقای حقوق زنان دارد. در همین زمینه، برخی درخواست‌های زنان در جمهوری اسلامی ایران در ابعاد حقوقی-قضایی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، آموزشی و بهداشتی تحقق یافته است (موسوی شهری، ۱۴۰۰، ص. ۳۶).

حق و حقوق زوجه در زندگی مشترک، شامل دو دسته حقوق مالی و غیرمالی است. ازجمله حقوق زن در ازدواج از نوع حقوق مالی، حق نفقه، مهریه، اجرت‌المثل، تنصیف دارایی، ارث و مستمری شوهر بوده و حقوق غیرمالی زن در ازدواج، می‌تواند به صورت حق طلاق، حق کار و تحصیل، حق سفر و تعیین محل سکونت باشد. یکی از مهم‌ترین حقوق زن در ازدواج، حق مهریه است که از نوع حقوق مالی زوجه در عقد نکاح

می‌باشد. با این توضیح که به محض وقوع عقد نکاح دائم یا موقت، زن، مالک مهریه‌ای که حین عقد تعیین شده است، خواهد گردید و می‌تواند آن را مطالبه نموده یا اقدام به بخشش مهریه نماید. لازم به ذکر است که حق مهریه زن، اختصاص به عقد دائم نداشته و در عقد موقت نیز، زوجه از مهریه برخوردار می‌گردد و اصولاً ذکر آن حین عقد، شرط صحت صیغه می‌باشد (اسدی، ۱۳۸۲، ص. ۵۸).

ازجمله دیگر حقوق مالی زوجه در ازدواج که غالباً پس از طلاق مطرح می‌شود، حق تنصیف اموال و دارایی‌های مرد پس از ازدواج می‌باشد که بر اساس آن، اگر مردی اقدام به طلاق دادن همسر خود نموده و در طول زندگی مشترک اموالی به‌دست آورده باشد، در صورتی که این شرط را در عقدنامه امضا کرده باشد، می‌بایست نصف آن را به زوجه بپردازد. این حق معمولاً زمانی مطرح می‌شود که طلاق از طرف مرد (زوج) درخواست شده باشد. منظور از اموالی که باید نصف شود، دارایی‌هایی است که مرد در طول زندگی مشترک با همسرش به‌دست آورده است، نه اموالی که قبل از ازدواج داشته یا از راه ارث یا هدیه به‌دست آورده است (امین‌زاده، ۱۳۹۱، ص. ۶۷).

مهریه دینی است بر ذمه مرد که به محض وقوع عقد نکاح، زن مالک آن می‌شود و می‌تواند آن را مطالبه کند. مگر اینکه زن با رضایت کامل، تمام یا بخشی از آن را ببخشد (ابراء کند) (حسینی زحمتکش، ۱۳۹۵، ص. ۷۹).

در نظام حقوقی ایران، حقوق زوجه از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و به مرور زمان با تحولات قابل‌توجهی مواجه شده است. در گذشته، مردان می‌توانستند بدون ارائه دلیل موجه و در هر زمان، همسر خود را طلاق دهند؛ اما با گذر زمان و به‌ویژه پس از انقلاب اسلامی، تغییراتی در قوانین ایجاد شد که به زنان نیز در شرایط خاصی حق درخواست طلاق اعطا کرد. یکی از مهم‌ترین این تغییرها، ماده ۱۱۲۹ قانون مدنی است که به زن اجازه می‌دهد در صورت استنکاف شوهر از پرداخت نفقه یا ناتوانی وی در تأمین آن، به دادگاه مراجعه کرده و درخواست طلاق کند. همچنین، ماده ۱۱۳۰ قانون مدنی به زن این امکان را می‌دهد که در صورت وجود عسرو حرج (مشقت و سختی غیرقابل تحمل) در زندگی مشترک، تقاضای طلاق نماید. مواردی مانند اعتیاد مضر شوهر، ترک زندگی خانوادگی

بدون عذر موجه، محکومیت به حبس بلندمدت و ضرب و شتم زوجه از مصادیق عسرو حرج محسوب می‌شوند. علاوه بر این، ماده ۱۱۱۹ قانون مدنی به زوجین اجازه می‌دهد تا در زمان عقد نکاح، شروطی را به صورت ضمنی در عقدنامه قید کنند. این شروط می‌توانند شامل مواردی باشند که در صورت تحقق آن‌ها، زن بتواند از حق طلاق برخوردار شود. برخی از این شروط عبارت‌اند از:

۱. اعطای وکالت بلاعزل به زن برای طلاق؛

۲. حق ادامه تحصیل و اشتغال؛

۳. حق تعیین محل سکونت؛

۴. حق خروج از کشور با اجازه کتبی شوهر؛

۵. حق حضانت فرزندان در صورت طلاق.

این شروط ضمن عقد، به زنان این امکان را می‌دهد که در صورت بروز مشکلاتی در زندگی مشترک، بتوانند از حقوق قانونی خود بهره‌مند شوند و در مواقع لزوم، اقدام به طلاق نمایند. در نتیجه، با توجه به تحولات قانونی و اجتماعی، زنان در نظام حقوقی ایران از حقوق بیشتری نسبت به گذشته برخوردار شده‌اند. با استفاده از ابزارهایی مانند شروط ضمن عقد و آگاهی از حقوق قانونی، می‌توانند در جهت حفظ کرامت و حقوق خود در زندگی مشترک گام بردارند.

۳-۱- حق زوجه در فسخ نکاح به دلیل جنون مرد

در حالت کلی جنون به سه دسته ادواری، آنی و مستمر تقسیم می‌شود. در این راستا قانون‌گذار تأکید دارد که تفاوتی میان جنون ادواری و جنون مستمر وجود ندارد. مطابق با ماده ۱۱۲۱ قانون مدنی، جنون هریک از زوجین به شرط استقرار، مانند اینکه مستمر یا ادواری باشد، برای طرف مقابل موجب حق فسخ می‌شود (ماده ۱۱۲۱ قانون مدنی).

۳-۲- حق زوجه در مسئله نفقه

نفقه از جمله حقوقی است که متعلق به زن می‌باشد و اعم است از خوراک و پوشاک و سایر اقلام مورد نیاز زن. حق نفقه با جاری شدن عقد نکاح، تحقق می‌یابد (ماده ۱۱۰۷ قانون مدنی).

۳-۳- حق زوجه در استفاده و اعمال شروط ضمن عقد

در ماده ۱۱۱۹ قانون مدنی در رابطه با حقوق زن در استفاده و اعمال شروط ضمن عقد، این‌طور آمده است: «زن در زمان عقد می‌تواند هر شرطی را که مخالف مقتضای ذات عقد نباشد، بر مرد اعمال نماید» (ماده ۱۱۱۹ قانون مدنی).

۳-۴- حق زوجه در تصرف دارایی خود

به‌موجب ماده ۱۱۱۸ قانون مدنی، زن از استقلال مالی برخوردار است و می‌تواند از هر روشی که بخواهد، دارایی‌های خود را تصرف نماید و این دارایی‌ها، هیچ منافاتی با دریافت نفقه ندارد (ماده ۱۱۱۸ قانون مدنی).

۳-۵- حقوق زوجه در مسئله فسخ نکاح

اگرچه طلاق در اختیار مرد است؛ اما فسخ نکاح از جمله حقوق مشترک میان زوجین می‌باشد. با فراهم شدن شرایط فسخ، حق فسخ نیز محقق می‌شود. برابر با ماده ۱۱۲۸ قانون مدنی، هرگاه زن یا مردی خود را واجد صفاتی معرفی کنند که بعد از عقد، فقدان آن مشخص گردد، این امر تدلیس بوده و از موجبات فسخ عقد می‌باشد. در ارتباط با ناتوانی جنسی زوج، زوجه می‌تواند همانند دیگر شرایط فسخ نکاح، قضیه را با جنبه اعلامی آن بیان دارد. بعد از اینکه یک سال به پزشکی قانونی یا دادگاه مراجعه کرد و ناتوانی زوج قابل‌درمان نبود، دادگاه اقدام به فسخ نکاح می‌نماید (ماده ۱۱۲۸ قانون مدنی).

۳-۶- حقوق زوجه در استفاده از حق حبس

هرگاه مردی از پرداخت مهریه همسر خود امتناع ورزد، برابر با ماده ۱۰۸۵ قانون مدنی، زن می‌تواند از انجام وظایف زناشویی خود اجتناب کند. حتی در این شرایط نیز مرد موظف به پرداخت نفقه است (ماده ۱۰۸۵ قانون مدنی).

۳-۷- حقوق زوجه در طلاق رجعی

در شرایطی که طلاق رجعی صورت گرفته است زوج موظف به پرداخت نفقه خواهد بود.

در چنین حالتی اگر مرد فوت کند، زن مستحق دریافت ارث می‌باشد. همچنین در صورتی که مرد تصمیم به ازدواج داشته باشد، این کار باید با اجازه دادگاه و یا همسر اول وی صورت گیرد. در ایام عده مرد امکان ازدواج با خواهر زن خود را ندارد و این زنا، زناى محصنه نام می‌گیرد. علاوه بر این زوجه می‌تواند کلیه وظایف زناشویی را که در تضاد با ماهیت طلاق نیست، تمام و کمال انجام دهد (امامی، ۱۳۵۲، ص. ۶۷).

۳-۸- حقوق زوجه در انتخاب محل سکونت

از مهم‌ترین حقوق زن در قوانین اساسی و مدنی ایران، انتخاب محل سکونت است. این بدان معناست که زن می‌تواند حق سکونت را به شروط ضمن عقد ضمیمه نماید. با این حال ماده ۱۱۱۵ قانون مدنی اشاره داشته است که در مواردی زن این حق را دارد که بدون اذن زوج منزل وی را ترک کند؛ به عنوان مثال مسئله مهمی مانند خروج از کشور در هر شرایطی نیازمند اذن زوج است، مگر زنی که مستطیع شده و قصد رفتن به حج تمتع را دارد. در این شرایط زوجه می‌تواند بدون کسب اجازه از زوج، اقدام به ترک منزل نماید (انصاری‌پور و صادقی مقدم، ۱۳۸۴، ص. ۵۵).

۳-۹- تنصیف اموال

تنصیف اموال بین زن و شوهر یا تقسیم اموال یا توزیع منصفانه، به تقسیم اموال مکسوبه زوجه در بین آن‌ها به‌طور برتری مرد به زن گفته می‌شود. به علاوه بدین شکل که تعهد انتقال و تملیک بلاعوض تا نصف دارایی تحصیل شده زوج در زمان زوجیت، بین زوجین صورت پذیرد؛ این کار ممکن است از طریق توافقی چون حل و فصل اموال یا از طریق حکم دادگاه صورت گیرد. تقسیم قضایی حقوق و الزامات اموال بین همسران در جریان طلاق است (استادی و دیگران، ۱۳۹۹، ص. ۴۲۵).

۳-۹-۱- تقسیم و تنصیف اموال مرد بعد از طلاق

همان‌طور که در ماده ۱۱۱۹ قانون مدنی آمده: «طرفین عقد ازدواج می‌توانند هر شرطی که مخالف با عقد مزبور نباشد در ضمن عقد ازدواج یا عقد لازم دیگر بنمایند، مثل اینکه شرط

شود هرگاه شوهر زن دیگر بگیرد یا در مدت معینی غائب شود یا ترک انفاق نماید یا بر علیه حیات زن سوء قصد کند یا سوء رفتاری نماید که زندگانی آن‌ها با یکدیگر غیرقابل تحمل شود، زن وکیل و وکیل در توکیل باشد که پس از اثبات تحقق شرط در محکمه و صدور حکم نهایی خود را مطلقه سازد (ماده ۱۱۱۹ قانون مدنی).

بنابراین هر شرطی که خلاف ذات عقد ازدواج نباشد را می‌توان در عقدنامه گنجاند و یکی از شروط ضمن عقد که امروزه در سند چایی ازدواج آورده شده آن است که: «چنانچه طلاق بنابه درخواست زوجه نباشد و طبق تشخیص دادگاه، تقاضای طلاق ناشی از تخلف زن از وظایف همسری یا سوء اخلاق و رفتار وی نباشد، زوج مکلف است تا نصف دارایی موجود خود را که در ایام زناشویی با زوجه به دست آورده یا معادل آن را، به صورت بلاعوض به زوجه منتقل نماید. در این مبحث نیز کرامت انسانی زن مورد توجه قرار گرفته است.

۳-۱۰- نقش رسانه در احیای کرامت انسانی در حقوق زوجه

در جهان امروز، رسانه‌ها به عنوان یکی از ارکان اصلی جوامع، نقش مهمی در ارتقای آگاهی عمومی نسبت به حقوق زنان، به ویژه حقوق زوجه دارند. رسانه‌های جمعی همچون تلویزیون، رادیو و مطبوعات، با جهت‌دهی صحیح اطلاعات، می‌توانند حقوق زنان را از حاشیه به متن جامعه آورده و افکار عمومی را نسبت به اهمیت رعایت این حقوق حساس کنند (جنابله و رهنما، ۱۳۹۷، ص ۳۵). درهمین راستا، دولت‌ها موظف‌اند بر اساس اصل بیست و یکم قانون اساسی، زمینه‌های لازم برای حمایت از کرامت انسانی زنان را فراهم کنند. یکی از مهم‌ترین ابزارها در این زمینه، بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌ها برای مقابله با تبعیض و ترویج مشارکت برابر زنان در جامعه است. رسانه‌ها در تحقق این اهداف نقشی کلیدی دارند. آن‌ها می‌توانند با انتشار مطالب آگاهی‌بخش و نقد دیدگاه‌های تبعیض‌آمیز، جایگاه حقوقی و اجتماعی زنان را ارتقا دهند. فعالان حقوق زن با استفاده از رسانه‌های سنتی و نوین توانسته‌اند فرهنگ مردسالارانه را به چالش کشیده و دیدگاه‌های جدیدی در حوزه حقوق زوجه مطرح کنند. در سال‌های اخیر، جنبش‌های اجتماعی علیه تبعیض

جنسیتی، آزار جنسی و قتل‌های ناموسی با کمک رسانه‌ها گسترش یافته‌اند. این رسانه‌ها با نشان دادن چهره‌های شناخته‌شده و بیان اعتراضات عمومی، فضای مجازی را به بستری برای تقویت آگاهی حقوقی زنان تبدیل کرده‌اند (نصیری، ۱۳۹۶، ص ۵۳). در مجموع، رسانه‌ها - چه سنتی و چه نوین - نقش مؤثری در احیای کرامت انسانی زنان، به‌ویژه زوجه ایفا می‌کنند. آنان با انعکاس حقوق زنان، مقابله با تبعیض و ایجاد گفت‌وگوهای جدید، به تقویت بنیان خانواده و برابری حقوقی در جامعه کمک می‌کنند (جعفرزاده/قدم، ۱۳۹۷، ص ۶۷؛ نصیری، ۱۳۹۶، ص ۵۳؛ مهرپور، ۱۳۷۴، ص ۳۶۰).

۳-۱۰-۱- نقش صداوسیما در حوزه خانواده

در جهان امروز، رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون، به یکی از ارکان اصلی شکل‌گیری نگرش‌ها، هنجارها و الگوهای رفتاری خانواده‌ها تبدیل شده‌اند. تلویزیون که به تعبیر برخی محققان «عضوی از خانواده» محسوب می‌شود، نقشی دوگانه دارد؛ از یک‌سو می‌تواند به تقویت همبستگی خانوادگی و انتقال ارزش‌های صحیح کمک کند و از سوی دیگر، ممکن است با القای الگوهای ناصحیح، زمینه‌ساز آسیب‌های فرهنگی و رفتاری در روابط خانوادگی شود (میرزایی و امینی، ۱۳۹۵، ص ۴۸). رسانه ملی با درک اهمیت نقش خود در خانواده، موظف است در راستای تبیین و حمایت از حقوق زوجه و کرامت انسانی زنان، محتوایی متناسب با ارزش‌های اخلاقی، دینی و هویتی جامعه ارائه دهد. تلویزیون با توجه به دامنه نفوذ بالای خود، می‌تواند در جهت ترویج فرهنگ احترام به حقوق زنان، مبارزه با کلیشه‌های جنسیتی و آموزش مهارت‌های ارتباطی سالم در خانواده‌ها نقش مؤثری ایفا کند (روشندل/رباطانی، ۱۳۹۵، ص ۸۳). این نقش به‌ویژه زمانی پررنگ‌تر می‌شود که رسانه در کنار نهادهای دیگر، همچون آموزش و پرورش و نهادهای مدنی، به‌عنوان ابزاری برای آگاهی‌بخشی و تغییر نگرش عمومی نسبت به زنان عمل کند. استفاده هدفمند از پیام‌های تصویری، داستان‌پردازی‌های اجتماعی و گفت‌وگوهای بینا فرهنگی، این امکان را به تلویزیون داده است که بر شکل‌گیری هویت زنان، تقویت عزت نفس آن‌ها، و اصلاح نقش‌های جنسیتی اثرگذار باشد؛ بنابراین، صداوسیما نه تنها وسیله‌ای برای سرگرمی و اطلاع‌رسانی بلکه ابزاری راهبردی در جهت تثبیت جایگاه حقوقی و اجتماعی زنان در خانواده و جامعه

به‌شمار می‌آید؛ مشروط به آنکه با رویکردی آگاهانه، متعهدانه و عاری از تعصب جنسیتی به ایفای نقش خود پردازد (میرزایی و امینی، ۱۳۹۵، ص. ۴۸؛ روشندل اربطانی، ۱۳۹۵، ص. ۸۳).

۴- مفهوم کرامت انسانی در قوانین و مقررات رسانه‌ای ایران

کرامت انسانی با توجه به اهمیت بسیار فراوانی که دارد؛ اما در هیچ‌کدام از اسناد بین‌المللی و قوانین داخلی کشورها تعریف نشده است. دانشمندان فلسفه و اخلاق، از اولین کسانی بودند که تأکید فراوانی بر روی اصطلاح کرامت انسانی داشته‌اند و بدین‌خاطر سبب شده است که جنبه فلسفی و اخلاقی کرامت انسانی، بر جنبه حقوقی آن ارجحیت داشته باشد و هر موقع که بخواهیم تعریفی از این اصطلاح بیان کنیم، ناچاریم به تعاریف فلسفی و اخلاقی آن رجوع کرده و حتی معنای حقوقی آن را از تعاریف سابق غیرحقوقی بگیریم. یکی از کاربردهای فراوان این اصطلاح، در گرایش حقوق رسانه می‌باشد. در رسانه‌ها به‌دلیل فعالیت‌های بسیار وسیع و گسترده‌شان، موارد زیادی در نقض کرامت انسانی مخاطبان و سایرین رخ می‌دهد و برای مقررات‌گذاری در این زمینه و حل‌وفصل مشکلات ناشی از این موارد، می‌بایست کرامت انسانی را در حوزه حقوق رسانه موردتوجه قرار دهیم. به‌نظر می‌رسد کرامت انسانی در نظام حقوقی کشورها و همچنین در نظام حقوقی بین‌الملل، موردتوجه بسیار قرار گرفته است؛ اما چون نظام‌های حقوقی نتوانسته‌اند ضمانت اجرای مناسبی برای تبعیت از کرامت انسانی ارائه کنند، این مفهوم بین دیگر مفاهیم حقوق بشری مهجور مانده است. با آنکه در قوانین مطبوعاتی و دستورالعمل‌های اخلاقی رسانه‌ای، ضمانت‌هایی در نقض کرامت انسانی آمده؛ اما لازم است تا با دید وسیع‌تر به این مقوله توجه شود. در نظام حقوقی رسانه‌ای کشورمان، با آنکه هنوز جایگاه خود را در کشور پیدا نکرده است؛ برای مثال در قانون مطبوعات به حمایت از کرامت انسانی توجه شده و به‌عنوان مختلف، موارد نقض آن را مجازات می‌کند؛ اما به‌صورت مجزا آن را مطرح نکرده است (جمالی و دیگران، ۱۳۹۵، ص. ۵۲۵).

۵- نقش فیلم در احیای کرامت انسانی زوجه

بدون شک هنر، دقیق‌ترین و رساترین وسیله انعکاس اندیشه‌ها و آرمان‌های یک ملت است. درخشش هنر در عرصه فرهنگ نیز موجب بالندگی و تکامل و نویدبخش جامعه‌ای پرنشاط، پر امید و پیشرو خواهد بود. در این میان، هنر سینما قطعاً هنری برتر و فوق‌العاده است. هنری که شأن آن مؤثر بودن در پیشرفت و اعتلای کشور است. هنری که بازتاب عقاید، دیدگاه‌ها، فرهنگ و رویکرد یک ملت است. علی‌رغم تمام این توصیه‌ها و هنوز پس از گذشت چهل و هفت سال از انقلاب شکوهمند اسلامی ایران، هرچند شاهد رشد و اعتلای سینما چه به لحاظ کیفیت، محتوا و موضوع و چه به لحاظ کمیت فیلم‌ها بوده‌ایم؛ اما به‌خصوص در مقوله ظهور بانوان در این عرصه، نظاره‌گر تصویر واقعی زن و به اصطلاح زن تراز اسلامی به‌طور مطلق نبوده‌ایم و این آمار به قدری ناچیز است که درخور توجه نمی‌باشد. دیدگاه سینمای انقلاب اسلامی در مقوله زنان به عنوان عناصر حیات‌بخش خانواده، می‌بایست تبلور ایمان، تعهد، امید، حیا، نشاط و خودباوری باشد و نه در خدمت ابتذال و استحاله هویت انسان. با ساخت فیلم‌هایی با محتوای احترام به زن در محیط خانواده و اجتماع می‌توان موجب نمو کرامت انسانی در جامعه گشت (علیپور، ۱۳۹۱، ص ۷۲). تبلیغات بازرگانی در رسانه‌های سمعی بصری که پدیده‌ای نسبتاً نوظهور به‌شمار می‌رود، ارتباط تنگاتنگی با اخلاق و فرهنگ جامعه دارد. حضور گسترده زنان در تبلیغات بازرگانی توجه به پیامدهای این حضور را ضروری می‌نماید. استفاده ابزاری از زنان در رسانه‌ها همواره به عنوان یک موضوع غیراخلاقی و مغایر با حقوق زن در میان اندیشمندان مطرح بوده است. استفاده از زن در جایگاه‌های تحقیرآمیز و دون پایه و نیز به تصویر کشیدن نقش وی به عنوان انسان درجه دوم در رسانه‌های غربی بسیار متداول شده است، درحالی‌که از نظر دین مبین اسلام زن به عنوان یک انسان کامل دارای جایگاهی والا و ارزشمند است که از تمامی حقوق انسانی و نیز کرامت بشری به نحو کامل برخوردار می‌باشد. امروزه در بیشتر عرصه‌های اجتماع شاهد استفاده‌های تبلیغاتی از زنان هستیم. شعارهایی مانند حضور بانوان در عرصه‌های اجتماعی و حمایت از حقوق اجتماعی بانوان سرپوشی بر نیت پلید کسانی است که قصد بی‌حرمت کردن زن و کاستن ارزش‌ها در

جامعه اسلامی را دارند. در سال‌های اخیر بانوان به عرصه‌های تبلیغات وارد شده‌اند و فروشندگان و تولیدکنندگان و تجار برای گرمی بازار خود از زنان استفاده تبلیغاتی می‌کنند. یکی از فرهنگ‌هایی که از غرب وارد کشور شده است و به نام تجدد و تمدن به خورد جامعه و جوانان داده می‌شود و نمادی از مدرنیته به‌شمار می‌رود استفاده‌های تبلیغاتی از بانوان است. ما می‌توانیم به‌جای تبلیغات با محتوای نادرست با تبلیغات کرامت زن و زوجه در جامعه موجب افزایش احترام و کرامت انسانی زوجه در جمع خانواده و اجتماع شویم (توسلی‌نیا، ۱۳۹۷، ص. ۶۷).

۶- وظایف دولت‌ها برای تأمین کرامت انسانی در رسانه

کرامت انسان به‌سبب داشتن استقلال ذاتی، آزادی اراده و اختیار، قدرت انتخاب و توانایی تعقل و تفکر و همچنین دارا بودن وجهه و نفخه الهی است؛ بنابراین احترام به این کرامت، مستلزم احترام به استقلال و آزادی انسان و قدرت انتخاب و تفکر و تعقل اوست؛ بنابراین در این خصوص یکی از اقداماتی که دولت‌ها برای حراست از حق کرامت انسانی انجام می‌دهند اعمال محدودیت‌هایی است که بتواند از این حق حمایت کند و موارد نقض آن را به حداقل برساند (امیدی، ۱۳۸۲، ص. ۲۸).

از آنجایی که حق کرامت انسانی در حوزه حقوق رسانه از جایگاه بسیار مهمی برخوردار می‌باشد و حساسیت زیادی نیز بر آن بار می‌شود، دولت‌ها به‌دلیل نقش مقتدرانه‌ای که در این زمینه ایفا می‌کنند جایگاه مهمی در رویه حراست از حق کرامت انسانی دارند که عبارت‌اند از:

۶-۱- توجه به سواد رسانه‌ای

یکی از وظایفی که برای دولت‌ها برشمرده می‌شود توجه به سواد رسانه‌ای و توسعه سواد رسانه‌ای است که از این طریق بتوان جایگاه کرامت انسانی را نهادینه کرد و توجه و رعایت آن را بیشتر مدنظر قرار داد (جهانگیری و گروسی، ۱۳۹۸، ص. ۹۹).

۶-۲- توجه به مقررات رسانه‌ای موفق کشورها

یکی از موارد حراست از حق کرامت انسانی در نظام حقوقی رسانه‌ای، توجه و اعمال مقررات موفق در زمینه حقوق رسانه (عموماً) و کرامت انسانی (خصوصاً) کشورهای دیگر می‌باشد؛ برای مثال در صربستان در حال حاضر، چهارچوب قانونی مرتبط با رسانه‌ها شامل قانون اطلاعات عمومی قانون پخش رادیو و تلویزیون و قانون دسترسی آزاد به اطلاعات مهم عمومی و قانون تبلیغات و قانون تصویب کنوانسیون اروپایی، تلویزیون می‌باشد (معمدنژاد، ۱۳۹۰، ص. ۳۵).

۶-۳- توجه و اعمال قوانین الگوهای نهادهای حقوقی بین‌المللی و منطقه‌ای

یکی از مواردی که باعث نزدیک کردن و هماهنگی بیشتر قوانین و مقررات رسانه‌ای کشورها می‌شود، توجه به قوانین الگویی است که برخی مؤسسات و اتحادیه‌ها آن را تدوین می‌کنند؛ برای مثال اتحادیه بین‌المللی ارتباطات از راه دور یک قانون الگو برای قانون پخش خدمت عمومی منتشر کرده است که مفادی از آن به بحث کرامت انسانی توجه شده است و ما می‌توانیم برای آگاهی بیشتر از نحوه مقررات‌گذاری در امر رسانه از آن بهره ببریم (جعفرزاده اقدم، ۱۳۹۷، ص. ۶۷).

۶-۴- آموزش به فعالان درگیر در حوزه کرامت انسانی در حقوق رسانه

به همراه ضمانت‌های اجرایی که برای نقض حقوق اساسی در رسانه‌ها وضع می‌شود می‌بایست به بحث آموزش نیز تأکید کرد تا این اقدامات در جوامع نهادینه شوند. در راستای این سیاست‌گذاری‌های صحیح در جلساتی که توسط شورای کشور برگزار می‌شد، شرکت کردند.

۶-۵- استفاده از اصحاب رسانه کرامت‌مدار

روزنامه‌نگاران جزء مردم‌اند و رسانه‌های خبری نیز از مردم تشکیل شده‌اند. آنها به عنوان انسان در انفعال و گسستگی جهان ما سهیم‌اند. کاستی آنان موجب کاستی دیدگاه و برداشت آن‌ها از موقعیتی است که در آنند و رابطه‌ای که با واقعیت دارند یعنی رابطه‌شان

با خوانندگان، شنوندگان و بینندگان و کاستی آن‌ها بر انگیزه‌ها، خصوصیات و برنامه‌ها و اجرای وظایف آن‌ها تأثیر می‌گذارد (جنابله و رهنما، ۱۳۹۷، ص. ۳۵).

۷- جایگاه خانواده و حقوق زوجه در رسانه

یکی از معیارهای خانواده منسجم، پیوند عاطفی است. این پیوند با گفت‌وگوی مداوم و تبادل افکار میان اعضای خانواده شکل می‌گیرد و به عنوان عاملی انگیزشی، بر انسجام خانواده می‌افزاید. این روند می‌تواند همچنان ادامه یابد. براین اساس، پیوند عاطفی و انسجام خانواده، ارتباط مثبت و همبستگی بالایی با یکدیگر دارند. عوامل گوناگونی به پیوند عاطفی خانواده آسیب می‌رساند و در نهایت به هم پیوستگی آن را تهدید می‌کند. یکی از این عوامل، گسترش رسانه‌های جمعی و زیاده‌روی در استفاده از آن‌هاست. رسانه‌های جمعی به ویژه رسانه‌های شنیداری که ارتباط آن‌ها یکسویه است، به دلیل کارکرد متنوع خود و دگرگون‌سازی‌های پیوسته، رفته‌رفته جای ارتباط‌های دوطرفه از نوع چهره‌به‌چهره را گرفته و توانسته‌اند فضای انفرادی را جایگزین فضای اجتماعی خانواده کنند، به گونه‌ای که گسترش فنی رسانه‌های شنیداری و رایانه‌ای، ارتباط مستقیمی با فردگرایی و دوری از گروه دارد (عرب شیبانی، ۱۳۹۰، ص. ۴۵).

تاریخچه فمینیسم حکایت از آن دارد که رسانه‌های سنتی توانسته‌اند نقش به‌سزایی در ایجاد برابری حقوق زنان با مردان در جوامع ایفا کنند. فمینیسم به جنبش‌های ایدئولوژیکی اطلاق می‌شود که هدف آن‌ها برقراری فرصت‌های برابر برای زنان با مردان در عرصه‌های مختلف سیاسی-اجتماعی-اقتصادی است. این جنبش‌ها همواره سرکوب زنان و نابرابری‌های جنسیتی را در جوامع مردم‌محور مورداعتراض قرار داده است. حقوق زنان اصطلاحی است که اشاره به آزادی زنان در تمام سنین دارد. احقاق حقوق زنان به شکل جنبش‌های فمینیستی در چهار مرحله شکل گرفت که در هریک از آن‌ها، رسانه‌ها به عنوان ابزارهای اصلی این جنبش‌ها، نقش مهمی را در توسعه این ایدئولوژی ایفا کرده‌اند. اگرچه موج اول این جنبش‌ها در انگلستان با کارزار احقاق حق رأی زنان در انتخابات شروع شد؛ ولیکن توانست در طی چند دهه به کشورهای

دیگر همچون آلمان، فرانسه و ایتالیا نیز سرایت کند. در اسلام، تساوی ارزشی بین زن و مرد و نیز یکسان بودن راه ترقی برای آن دو یک اصل اساسی است و بدون شک به این معناست که به حقوق زنان احترام زیادی گذاشته شده است و در این میان، رسانه‌ها به عنوان یک ابزار مادی برای ارسال پیام مورد استفاده قرار می‌گیرند و می‌توانند در تبیین و ارتقای حقوق زنان نقش مهمی را ایفا نمایند (شفیعی سروستانی، ۱۳۹۰، ص ۱۲).

۸- ضمانت اجرای نقض کرامت انسانی در حقوق رسانه

رسانه‌ها می‌توانند با ترویج آگاهی‌های حقوقی و اجتماعی، هویت و کرامت انسانی زنان را تقویت کرده و شرایطی فراهم کنند که زنان از حقوق خود، مانند مهریه، نفقه، حق اشتغال، و سایر حقوق مرتبط با زندگی زنانه آگاه شوند. در عین حال، رسانه‌ها مسئولیت دارند تا از انتشار محتواهایی که ممکن است موجب تضعیف جایگاه و کرامت زنان در جامعه شود، خودداری کنند. بررسی عملکرد رسانه‌ها در این حوزه و میزان هماهنگی آن‌ها با قوانین و اصول حقوق بشری، می‌تواند تأثیر مهمی بر بهبود وضعیت زنان و برقراری تعادل در حقوق و تعهدات زوجه داشته باشد. امروزه رسانه‌های جمعی یکی از ستون‌های اصلی هر نظام اجتماعی و از ارکان اساسی و مهم هر جامعه‌ای می‌باشند که به سبب گستردگی و برخورداری از فناوری‌های روز همچنین تکرر و تعدد مخاطبان، نقش محوری در بازخوانی، بازتولید و اشاعه فرهنگ در جامعه دارند و نوعی ضمانت به حساب می‌آیند. رسانه‌های جمعی می‌توانند افکار عمومی را به سوی کمال، معنویت و راستی سوق داده، خدمتگزار جامعه، فرد و انسانیت باشند. این اصل زمانی تحقق می‌یابد که رسانه‌های جمعی در نظر و عمل پایبند به اخلاقیات و موازین فرهنگی و اعتقادی جامعه باشند. رسانه‌ها مهم‌ترین موج انقلاب‌های فرهنگی در جهان را به وجود آورده‌اند. گروه‌های سیاسی، فرهنگی، مذهبی، اقتصادی زمان زیادی را صرف تبلیغ اهداف، ارزش‌ها و محصولات اقتصادی و فرهنگی خود از طریق رسانه‌ها می‌کنند؛ بنابراین می‌توان گفت که دستیابی به رسانه‌های جمعی و تبلیغ ایدئال‌های ارزشی و هنجاری، از مهم‌ترین اهداف هر گروه اجتماعی در جامعه است (جعفرزاده/قدم، ۱۳۹۷، ص ۶۷؛ فضلی روزبهرانی و غمخواری، ۱۴۰۳، ص ۴۵).

نتیجه‌گیری

همان‌طور که مشاهده شد این پژوهش با هدف بررسی نقش رسانه‌ها در احیای کرامت انسانی با محوریت حقوق متقابل زوجه انجام شده است. با توجه به مطالعات انجام شده می‌توان گفت که با وجود اینکه کرامت انسانی ابعاد گسترده‌ای دارد، ولی در رسانه‌ها کم‌تر مشاهده می‌شود که به این مسئله توجه گردد و حجم عمده مطالب رسانه به اخبار خشن، جنگ، خون و خونریزی و ... اختصاص دارد که خواندن آن انسان را دچار تشویش می‌کند و روح بشری را که به دنبال صلح و آرامش است، مکرر می‌نماید؛ بنابراین توجه به عناصر و ارزش‌های کرامت انسانی مهم است و می‌تواند مردم را به صلح و آرامش سوق بدهد تا نسبت به این موضوع فکر کنند. رسانه‌ها با انتشار اخباری که حاوی ارزش‌های والای انسانی هستند، می‌توانند بزرگ‌ترین گام را بردارند و به رسالت خودشان عمل کنند.

اصطلاح «حقوق زنان» به آزادی‌های زنان در تمام سنین اشاره دارد. فعالان این حوزه توانسته‌اند با بهره‌گیری از رسانه‌های سنتی و نوین، هنجارهای موجود را به چالش کشیده و در کاهش تبعیض جنسیتی نقش‌آفرینی کنند. با این حال، جریان‌های سلطه نیز از رسانه به عنوان ابزاری برای پیشبرد اهداف خود استفاده می‌کنند. رسانه‌هایی چون تلویزیون، مطبوعات و ... با تأثیرگذاری روزافزون بر افکار عمومی، نقشی تعیین‌کننده در شکل‌دهی به کرامت انسانی و جایگاه اجتماعی زوجه ایفا می‌کنند.

امروزه جهان به شدت تحت تأثیر رسانه قرار دارد؛ به نحوی که اگر روز روشن باشد، رسانه می‌تواند طوری جلوه دهد که مخاطب فکر کند شب است و برعکس. رسانه‌های کشور به راحتی امور بی‌ارزش را ارزشمند نشان می‌دهند و امور ارزشی را بی‌ارزش می‌کنند؛ مثلاً تصویری که فیلم‌ها و رسانه‌های کشور از زنان نشان می‌دهند طوری است که آنان موفق، آزاد و در رفاه هستند و به کرامت و جایگاه زنان در خانواده و محیط اجتماع می‌پردازند (حاتمی، ۱۳۹۰، ص ۲۰۹).

در قانون ایران، شرط اشتغال به تحصیل و کار زن و مرد یکسان است و هیچ تفاوتی بین آن‌ها وجود ندارد، در صورتی که تحصیل زن بدون اجازه شوهر باشد، مرد فقط می‌تواند مانع از آن شود؛ در غیراین صورت ادامه تحصیل جزء دلایل طلاق از سوی مرد

نیست و زن می‌تواند به حق تحصیل خود دست یابد. با توجه به موارد گفته‌شده می‌توان به این نتیجه رسید که زن در تعهدات ازدواج به حق تحصیل خود دست می‌یابد و هیچ ناعدالتی برای زوجه در این زمینه وجود ندارد.

با توجه به تغییرات مداوم در تعهدات حقوقی رسانه‌ها در جوامع مختلف، این پژوهش به بررسی نقش رسانه‌ها در اعتلای هویت و کرامت انسانی با تأکید بر حقوق انسانی و اجتماعی می‌پردازد. هدف آن است که عملکرد رسانه‌ها در مواجهه با حقوق و کرامت انسان‌ها تحلیل شود و مبانی نظری این موضوع در کنوانسیون‌ها، قوانین داخلی و فرهنگ رسانه‌ای مورد واکاوی قرار گیرد. توجه به این ابعاد می‌تواند راهگشای اصلاح عملکرد رسانه‌ها در راستای تقویت ارزش‌های انسانی باشد.

با توجه به تغییرات مداوم در تعهدات و تکالیف رسانه‌ها در جوامع مختلف، نقش رسانه‌ها در بازتاب و شکل‌دهی به حقوق و تعهدات زوجه، به‌ویژه زنان، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. رسانه‌ها می‌توانند با ترویج آگاهی‌های حقوقی و اجتماعی، هویت و کرامت انسانی زنان را تقویت کرده و شرایطی فراهم کنند که زنان از حقوق خود، مانند مهریه، نفقه، حق اشتغال، و سایر حقوق مرتبط با زندگی زنانه آگاه شوند. درعین‌حال، رسانه‌ها مسئولیت دارند تا از انتشار محتواهایی که ممکن است موجب تضعیف جایگاه و کرامت زنان در جامعه شود، خودداری کنند. بررسی عملکرد رسانه‌ها در این حوزه و میزان هماهنگی آن‌ها با قوانین و اصول حقوق بشری، می‌تواند تأثیر مهمی بر بهبود وضعیت زنان و برقراری تعادل در حقوق و تعهدات زوجه داشته باشد.

پیشنهادهای

۱. با توجه به یافته‌های این پژوهش، پیشنهاد می‌شود موضوع مورد بررسی با قوانین سایر ادیان و همچنین با نظام‌های حقوقی کشورهای مختلف مقایسه و تطبیق داده شود تا ابعاد تطبیقی آن روشن‌تر گردد.
۲. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی، به بررسی جنبه‌های مرتبط با تعرضات نسبت به زوجه و کرامت انسانی از منظر فقه و حقوق پرداخته شود. تعرضات جنسی میان

زوجین می‌تواند از دو منظر موردتحلیل قرار گیرد: نخست، از منظر حقوق کیفری و جرم‌شناسی و دوم، از منظر مسئولیت مدنی و خسارات معنوی. در این زمینه، به‌ویژه ماده ۲۲۱ قانون مجازات اسلامی می‌تواند به‌عنوان مبنای قانونی موردتوجه قرار گیرد. همچنین، با توجه به آثار روانی و روحی این‌گونه تعرضات، بررسی آن از منظر حقوق مربوط به صدمات معنوی نیز حائز اهمیت است.

۳. پیشنهاد می‌شود دولت‌ها با هدف کاهش موارد نقض کرامت انسانی در فضای رسانه‌ای و پیشگیری از بروز مشکلات حقوقی آینده، در راستای آموزش و توانمندسازی اصحاب رسانه، به‌ویژه در زمینه‌های مرتبط با اخلاق حرفه‌ای و رعایت اصول کرامت انسانی، اقدامات جدی و هدفمند انجام دهند.

۴. همچنین، پیشنهاد می‌شود کشورهای اسلامی با بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌های جمعی، به‌ویژه صداوسیما، به تولید و انتشار برنامه‌های متنوع و هدفمند در زمینه تبیین نقش اسلام در حمایت از حقوق زنان، نقش اجتماعی و خانوادگی زنان، و تساوی حقوق ایشان با مردان بر پایه آموزه‌های اسلامی اقدام نمایند تا آگاهی عمومی در این زمینه افزایش یافته و کلیشه‌های نادرست فرهنگی اصلاح گردد.

کتابنامه

قرآن کریم

آمدی، مریم (۱۴۰۱). حقوق کرامت زن و رسانه. دوفصلنامه علمی مطالعات فقه و حقوق رسانه، دوره ۴، شماره ۲، ۷-۲۷.

ارسطویی، مرجان (۱۳۹۹). تعهدات زوجه سرپرست نسبت به فرزندخوانده و ضمانت اجرای آن در نظام حقوقی ایران با مطالعه تطبیقی در حقوق انگلستان. حقوق کودک، ۸، ۱۱۳-۱۴۵.

ارغوانی پیرسلامی، فریبرز و دهقان، مجتبی (۱۳۹۶). قانون اساسی و حقوق بشر در نظام حقوقی جمهوری اسلامی ایران. پژوهش‌های انقلاب اسلامی، ۲۰، ۳۳-۵۹.

استادی، صفرعلی؛ عظیمی گرکانی، هادی و پورمنوچهری، سیدعلی (۱۳۹۹). بررسی رویه

- قضایی مربوط به شرط تنصیف دارایی زوج از منظر فقهی و حقوق شهروندی. حقوق پزشکی، ۱۴ (ویژه‌نامه حقوق بشر و حقوق شهروندی)، ۴۲۳-۴۳۵.
- اسدی، لیلاسادات (۱۳۸۲). آثار حقوقی طلاق به درخواست زوج، فصلنامه ندای صادق، شماره ۲۹.
- اکبرنیا، علی و محمدی، محمدرضا (۱۳۹۴). حرمت و کرامت زن در خانواده از نگاه امام رضا. بی‌جا: بی‌نا.
- امامی، حسن (۱۳۵۲). قانون مدنی ایران. تهران: کتابفروشی اسلامی.
- امیدی، جلیل (۱۳۸۲). مبانی عدالت در حقوق کیفری و حقوق بشر، مجله مجلس و پژوهش، سال ۱۰، ش ۳۸.
- امین‌زاده، حسین‌محمد (۱۳۹۱). تنصیف دارایی زوجین در حقوق ایران و انگلستان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.
- انصاری‌پور، محمدعلی و صادقی مقدم، محمدحسن (۱۳۸۴). اجرت‌المثل کارهای زوجه و نقد آرای محاکمه در این زمینه، فصلنامه مدرس علوم انسانی، ویژه‌نامه حقوق.
- توسلی‌نیا، دینا (۱۳۹۷). ابعاد حقوقی کرامت زن در تبلیغات بازرگانی. چهارمین کنفرانس ملی توانمندسازی جامعه در حوزه علوم انسانی و مطالعات مدیریت، تهران.
- جعفرزاده اقدم، مهدی (۱۳۹۷). نقش رسانه‌ها در شکوفایی هویت و کرامت انسانی با محوریت حقوق انسانی. چهارمین کنگره بین‌المللی فرهنگ و اندیشه دینی، قم.
- جعفری، محمدتقی (۱۳۷۰). تحقیق در دو نظام حقوق جهانی بشر. تهران: دفتر خدمات بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران.
- جمالی، زیبا؛ خسروی، عمران؛ احمدیان، بهزاد؛ رئیسی، فاطمه؛ دهاز، علی و بیات‌نیا، مرجان (۱۳۹۵). بررسی تأثیرات مثبت و منفی شبکه‌های اجتماعی بر خانواده‌ها. کنگره پیشگامان پیشرفت، دوره ۹، ۵۲۵-۵۲۶.
- جنادله، علی و رهنما، مریم (۱۳۹۷). بازنمایی آسیب‌شناسانه رسانه‌های نوین در مطالعات خانواده (فرا تحلیل مقالات چاپ شده درخصوص تأثیر رسانه‌های نوین بر خانواده). مطالعات رسانه‌های نوین، (۱۶) ۴، ۴۰-۱.

- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۶۶). *حق و تکلیف در اسلام*. تهران: بهار.
- جهانگیری، سعید و گروسی، ناصر (۱۳۹۸). حقوق زنان در اسلام و کنوانسیون منع هرگونه تبعیض علیه زنان، *نشریه راهبرد سیاسی*، شماره ۸، ۹۹-۱۰۱.
- حاتمی، عباس (۱۳۹۰). *نظریه‌های مختلف دولت‌سازی و خانواده: به‌سوی یک چهارچوب‌بندی نظری*. پژوهشنامه علوم سیاسی، ۶ (۳ (۲۳))، ۲۰۹.
- حبیب‌زاده، توکل و فرج‌پوراصل مرندی، علی‌اصغر (۱۳۹۵). کرامت انسانی و ابتدای حقوق بشری و شهروندی مندرج در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران بر آن. *مطالعات حقوق عمومی (حقوق)*، ۴۶ (۱)، ۱۱۵-۱۳۷.
- حبیب‌زاده، محمدجعفر و رحیمی‌نژاد، اسماعیل (۱۳۸۵). کرامت انسانی در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. *فصلنامه مدرس علوم انسانی*، ۱۱ (۴)، ۳۴-۱.
- حسینی زحمتکش، ریحانه‌سادات (۱۳۹۵). *سهم زوج در اموال حاصله در دوران زندگی مشترک با نگاهی به آرای قضائی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گرایش فقه و حقوق خصوصی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.
- حقیقت‌پور، تورج؛ سلیمی، علیرضا؛ حسینی، سیدعلیرضا و ناظمی اشنی، محمدحسین (۱۳۹۲). پاسداشت کرامت انسانی و رعایت حقوق غیرمسلمانان در فقه امامیه و حقوق موضوعه. *پژوهش‌های اعتقادی کلامی (علوم اسلامی)*، ۱۲ (۴۵)، ۵۱.
- رحمانی، ابراهیم و موذنی، سیامک (۱۳۹۵). جایگاه کرامت انسانی در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. *راهبرد توسعه*، ۴۸، ۴۰-۲۴.
- رحیمی‌نژاد، اسماعیل و حبیب‌زاده، محمدجعفر (۱۳۸۷). مجازات‌های نامتناسب: مجازات‌های مغایر با کرامت انسانی. *مطالعات حقوق خصوصی*، ۳۸: ۱۱۵.
- روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۹۵). *مفهوم‌شناسی مدیریت رسانه. فصلنامه رادیو و تلویزیون*، ش ۳.
- زبیدی، سیدمحمدمرتضی (۱۴۱۴ق). *تاج العروس من جواهر القاموس*؛ تصحیح علی هلالی و علی شیرینی. بیروت: دارالفکر.
- شعبانی، مهدی (۱۳۹۰). *کاربرد اصل کرامت انسانی در حقوق خانواده ایران با مطالعه*

- تطبیقی در حقوق فرانسه. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه امام صادق علیه‌السلام - دانشکده حقوق و معارف اسلامی.
- شفیعی سروسستانی، ابراهیم (۱۳۹۰). زن؛ نیم‌سلطه و رسانه‌ها. قم: صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی.
- عباسی، محسن (۱۳۹۲). سبک زندگی اسلامی؛ آسیب‌ها و راهکارها. فصلنامه تخصصی مطالعات جوان و رسانه، ش ۹.
- عرب شیبانی، فاطمه (۱۳۹۰). خانواده و رسانه. تهران: آثار فکر.
- عروتنی موفق، اکبر (۱۳۹۶). مبانی کرامت انسانی در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. نشریه پژوهش‌های انقلاب اسلامی، ۶(۲۰)، ۱۵۵-۱۷۲.
- علیپور، فردین؛ رفیعی، حسن؛ علیار، عایشه و بهرامی، میترا (۱۳۹۸). ساخت و رواسازی فرم کوتاه همسرآزاری. رفاه اجتماعی، س ۱۹، ش ۷۲.
- عمید، حسن (۱۳۸۶). فرهنگ عمید. ویرایش هفتم. تهران: امیرکبیر.
- فضلی روزبهانی، محسن و غمخواری، فاطمه‌السادات (۱۴۰۳). بررسی ابعاد حقوقی حمایت از مصرف‌کننده و رسانه در خانواده. بی‌جا: بی‌نا.
- فیروزآبادی (م ۸۱۷ ق). «کلف»، القاموس المحيط. بیروت: دارالعلم.
- قانون مدنی (ماده‌های ۱۰۸۵، ۱۱۰۷، ۱۱۱۸، ۱۱۱۹، ۱۱۲۱، ۱۱۲۸)
- قره‌داغی، حمید. (۱۳۹۶). کرامت انسان از دیدگاه دانشمندان و اسناد بین‌المللی حقوق بشری. مطالعات حقوقی، ۹، ۲۳۵-۲۲۱.
- محقق داماد، سیدمصطفی (۱۳۶۴)، حق، اخذ به شفعه. مطالعات حقوقی و قضایی. ش ۳، ۱۴۸.
- معتدنازاد، کاظم (۱۳۷۱). وسایل ارتباط جمعی. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
- معتدنازاد، کاظم (۱۳۹۰). تحولات مبانی حقوقی آزادی رسانه‌ای در عرصه‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی. فصلنامه پژوهش حقوق، ش ۳۵.
- موسوی سیار، سیدمحمدامین (۱۴۰۲). بررسی اجمالی شرایط عامه تکلیف از دیدگاه فقهی و حقوقی. بی‌جا: بی‌نا.
- موسوی شهری، سیدمهدی (۱۴۰۰)، بررسی حقوق مالی زنان در قانون جمهوری اسلامی

ایران. تارنمای یاسا.

مهرپور، حسین (۱۳۷۴). *مباحثی از حقوق زن از منظر: حقوق داخلی، مبانی فقهی و موازین بین‌المللی*. تهران: مؤسسه اطلاعات.

میرزایی، حسین و امینی، سعیده (۱۳۹۵). تحلیل محتوای پیام‌های بازرگانی تلویزیونی با تأکید بر طبقه اجتماعی و سبک زندگی. *فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ش ۳.

نصیری، معصومه (۱۳۹۶). *سواد رسانه‌ای و خانواده*. تهران: پشتیبان.

نیازی، قدرت‌الله و رمضانی، علی (۱۳۸۳). معیار نفقه زوج. *نشریه فقه و حقوق خانواده (ندای صادق)*، دوره ۲۱، ش ۶۵، ص ۱۴۷.

هاشمی، عصمت؛ آذری، هاجر و شاکری گلپایگانی، طوبی (۱۴۰۳). تحلیل رویه قضایی در دعاوی تقسیم اموال. *فصلنامه دیدگاه‌های حقوق قضایی*، ۲۹(۱۰۶)، ۱۸۷-۲۱۱.

هوش مصنوعی، به مثابه دستکاری هوشمند برای مجلس شورای اسلامی در قانون گذاری

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۰۴

هدی غفاری^۱

زهراسادات حجازی^۲*

چکیده

قانون گذاری به عنوان یکی از ارکان حاکمیت، همواره در معرض چالش های پیچیده ای نظیر محدودیت های شناختی نمایندگان مجلس، ناکارآمدی در پیش بینی آثار اجتماعی قوانین و تضاد منافع بوده است. از طرف دیگر، تمام کشورها با سرعت وصف ناپذیری در اکثر زمینه های حقوقی (و از جمله قانون گذاری) تحت تأثیر هوش مصنوعی قرار گرفته اند؛ از این رو، ضرورت به کارگیری این ابزار نوین برای افزایش دقت نمایندگان و کارایی و مشروعیت قوانین بیش از پیش احساس می شود. نگارندگان با روش توصیفی و به شیوه تحلیل محتوای کیفی منابع کتابخانه ای، در پی پاسخگویی بدین پرسش مهم هستند که «قابلیت های هوش مصنوعی به مثابه دستکاری هوشمند در قانون گذاری برای مجلس شورای اسلامی، کدام است؟» نوشتار پیش رو، ضمن بیان پیشینه تطبیقی موضوع و بایسته های حاکم بر آن، الگویی پنج مرحله ای برای قانون گذاری با کمک هوش مصنوعی ارائه و پیشنهاد می دهد. برآیند پژوهش، حاکی از آن است که هوش مصنوعی با قابلیت تحلیل کلان داده ها، می تواند به عنوان یک «دستیار حقوقی پیشرفته» در خدمت مجلس قرار گیرد.

واژگان کلیدی

هوش مصنوعی، مجلس شورای اسلامی، قانون گذاری، دستیار هوشمند قانون گذاری، قانون گذاری با هوش مصنوعی.

۱. دانشیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران h.ghafari@atu.ac.ir

۲. دانش آموخته کارشناسی ارشد حقوق عمومی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران z.s.hejazi1999@gmail.com

بیان مسئله

تولد فناوری‌های نوین، ابعاد زندگی آدمی را متأثر ساخته و علی‌رغم قابلیت‌های شگرفی که به ارمغان آورده‌اند، چالش‌هایی غیرقابل قابل انکار به‌دنبال داشته‌اند. هوش مصنوعی^۳، یکی از این فناوری‌های نوظهور می‌باشد که به‌صورت مخفف، AI نامیده می‌شود. بسیاری از اندیشمندان، ظهور هوش مصنوعی را با انقلاب صنعتی مقایسه می‌کنند. پس از انقلاب صنعتی بود که آرایش قدرت در جهان تغییر کرده و قدرت‌های صنعتی در دوره جدید، تمام دنیا را در قبضه خود درآوردند (پژوهشکده شورای نگهبان، نشست اول، ۱۴۰۳، ص ۳).

بیان این مسئله، ترسیم‌گر تصویر آینده کشور نیست بلکه بیش از نیم‌قرن است که ذهن اندیشمندان جهان در حوزه‌های گوناگون را به خود مشغول نموده است. وجه تمایز این فناوری با فناوری‌های قبل از خودش، این است که فناوری‌های گذشته از زبان‌های تخصصی مانند زبان برنامه‌نویسی (پایتون^۴ و زبان‌های خانواده C^۵ و ...) استفاده می‌نمودند و این امر، سبب می‌شد تا عموم افراد جامعه، تعامل محدودتری با فناوری‌های قبلی داشته باشند. حال آنکه، بهره‌مندی از هوش مصنوعی، به لطف مدد از زبان طبیعی^۶، برای افراد عادی فاقد دانش زبانی فراهم گردیده و این امر موجب استفاده گسترده آحاد جامعه از آن شده است؛ البته الگوریتم‌های یادگیری ماشین در این فناوری، قادر به یافتن الگوهای هندسی و ریاضی در فضای چندبعدی هستند که انسان قادر به تصور و یافتن آنها نیست. به بیان ساده، این بدان معناست که ممکن است درک واقعی اینکه چگونه یک هوش مصنوعی، تعلیم دیده است و به تصمیمات یا پیش‌بینی‌های خود می‌رسد، ممکن نباشد (انصاری، ۱۴۰۲، ص ۱۷۲).

از منظر برخی، بدیهی است که ۵ سال آینده حقوق عامه ایرانیان درگیر و عجین با فناوری نوپدید هوش مصنوعی شود؛ درحالی‌که هیچ تدبیری برای مهار و هدایت این پدیده نوظهور نشده است. باید در نظر داشت تمام کشورها با سرعت وصف‌ناپذیری تحت تأثیر هوش مصنوعی قرار گرفته‌اند و ترک فعل یا اقدام اشتباه، موجب تضییع گسترده حقوق

3. Artificial Intelligence

4. Python

5. C family programming languages

6. Natural Language

ایرانیان می‌شود (غمامی، ۱۴۰۳، ص. ۱). با عنایت به رشد روزافزون این فناوری و توانمندی‌های قابل توجه آن، بعید نیست که در آینده‌ای نه‌چندان دور شاهد سخنگویی هوش مصنوعی در مجامع قانون‌گذاری بود.

به لحاظ تاریخی، دهه ۱۹۹۰ که دوره اوج مباحث اخلاقی درباره پژوهش‌های رویان، بیماری‌های جنین و شبیه‌سازی بود، تشابه زیادی با وضعیت کنونی هوش مصنوعی دارد. در آن برهه برخی از کشورها و سازمان‌های جهانی کوشیدند با اعمال محدودیت‌های اخلاقی، مداخلاتی بر سر راه پیشرفت علم یادشده ایجاد کنند. گرچه با ملاحظه پیشرفت چشمگیر علم تجربی، دستگاه‌های هنجارساز مجبور به بازتعریف هنجارهای اخلاقی پیشین، همسو با شرایط جدید می‌شدند (اجاقی و دیگران، ۱۴۰۳، ص. ۱۳۴ و ۱۳۵).

فرصت‌ها و نگرانی‌هایی که هوش مصنوعی می‌تواند در زمینه یک نظام حقوقی ایجاد نماید، می‌تواند در سطوح گوناگون مطرح شود. به تعبیردیگر، هوش مصنوعی می‌تواند به عنوان ابزاری برای هنجارگذاری استفاده شود یا اینکه گفته شود با قانون‌گذاری بر هوش مصنوعی، کاربست آن مدیریت گردد یا برعکس، نظام حقوقی، اسبابی برای عملکرد بهتر هوش مصنوعی در جهان قلمداد گردد. براین اساس، چالش‌های هوش مصنوعی در امر قانون‌گذاری، بسته به اینکه در چه سطحی بدان‌ها پرداخته شود، در سه حوزه قابل تقسیم می‌باشند: «قانون‌گذاری با هوش مصنوعی»^۷، «قانون‌گذاری بر هوش مصنوعی»^۸ و «قانون‌گذاری برای هوش مصنوعی»^۹. تمرکز پژوهش پیش‌رو بر مورد اول می‌باشد. از دیگر سو، قانون‌گذاری یکی از جلوه‌های اساسی اعمال حاکمیت به شمار می‌رود. قانون کارآمد محصول یک مجلس کارآمد است. آنچه منجر به افزایش بازدهی قوانین و در نتیجه، افزایش سطح رضایتمندی مردم از قوانین مصوب مجلس می‌شود، نگاه جامع نمایندگان به مسائل، میزان دقت آنها در تحلیل و فهم درست خلأهای قانونی می‌باشد. کاربست هوش مصنوعی به عنوان ابزار فناوری نوین، در نیل به اهداف یادشده کمک شایان توجهی خواهد نمود.

7. Legislation by AI

8. Legislation on AI

9. Legislation for AI

مقدمه

قانون‌گذاری به‌عنوان یکی از ارکان اساسی حاکمیت، همواره در معرض چالش‌های پیچیده‌ای نظیر تضاد منافع، ناکارآمدی در پیش‌بینی آثار اجتماعی قوانین و محدودیت‌های شناختی قانون‌گذاران (Simon, 1957, p.198) بوده است؛ ازاین‌رو، ضرورت به‌کارگیری ابزارهای نوین برای افزایش دقت، کارایی و مشروعیت قوانین بیش‌ازپیش احساس می‌شود. از طرف دیگر، توجه به اجتهاد پویا، ایجاب می‌نماید ابزارهای نوین برای تطبیق احکام با مقتضیات زمان به‌کار گرفته شوند.

یکی از آسیب‌های جدی قانون‌گذاری مجلس شورای اسلامی، اصلاحیه‌ها و الحاقیه‌های مکرر بر قوانین مصوب است. این آسیب منجر به این می‌شود تا قوانین از خصیصه پیش‌بینی‌پذیری خالی شوند و مخاطبان قوانین نتوانند اعمال و رفتار خود را با قوانین سازگار سازند. حال آنکه قانون‌گذاری مطلوب می‌بایست از استحکام لازم برخوردار باشد و نیازی به اصلاحیه‌های مکرر نداشته باشد. بررسی اجمالی عملکرد قانون‌گذاری ادوار مختلف مجلس نشانگر این مطلب است که حجم بالایی از قوانین، اصلاحیه‌ها و الحاقیه‌ها و متمم‌های مکرری هستند که بر قوانین قبلی وارد آمده‌اند. چه‌بسا، غالب این اصلاحیه‌ها نیز در فاصله اندکی از تصویب قانون اصلاح‌شده، وضع شده‌اند که نشانگر عدم اتقان و پایین بودن کیفیت و در یک کلام ناکارآمدی بخش اعظمی از قوانین است. بخش قابل‌توجهی از این قوانین، قوانین اثرگذاری هستند که هرگونه خللی در آنها نظام سیاسی و اجتماعی را ممکن است با مشکل مواجه کند. قانون انتخابات مجلس، قوانین برنامه توسعه کشور (که ریل‌گذاری توسعه کشور را انجام می‌دهند) و قوانین بودجه سالانه (که سند دخل و خرج یک سال کشور است) ازجمله قوانین مهم و پراهمیتی بوده‌اند که مشمول اصلاحیه‌های مکرر قرار گرفته‌اند (حسینی یزدی، ۱۳۹۷، ص ۳۲۲).

حال آنکه به عقیده برخی اندیشمندان حوزه هوش مصنوعی، مجالس قانون‌گذاری کشورها دارای ظرفیت بالقوه‌ای هستند تا بتوانند در کوتاه‌مدت از هوش مصنوعی برای شکل‌دهی به تصمیمات خود در زمینه قانون‌گذاری بهره گیرند. چه‌بسا تصور آینده‌ای که در آن دولت‌ها بتوانند به‌طور مؤثر توسط ربات قانون وضع کنند، خیال‌پردازی نیست (Coglianese & Lehr, 2017, p.1147).

کلاوس شواب^{۱۰}، اقتصاددان آلمانی، در خصوص بی‌اعتنایی قانون‌گذاران به ابزارهای فناوری می‌نویسد: «نگرانی من این است که تصمیم‌گیرندگان اغلب در تفکر خطی سنتی، گرفتار می‌شوند یا آنقدر درگیر دغدغه‌های فوری هستند که نمی‌توانند به‌طور راهبردی، در مورد نیروهای مخرب و نوآوری که آینده ما را شکل می‌دهند، فکر کنند» (Schwab, 2017, p.8). هوش مصنوعی به تمام حوزه‌های حقوق رخنه کرده و قانون‌گذاری از این نفوذ، مستثنا نمی‌باشد؛ اما این، به این معنا نیست که حضور نیروی انسانی در فرایند قانون‌گذاری، تماماً منتفی می‌شود. چه‌بسا مواد ۵۶ تا ۵۹ قانون هوش مصنوعی اتحادیه اروپا^{۱۱}، به‌نوعی بر حضور نیروی انسانی در قالب اعمال حاکمیت بر هوش مصنوعی و مشارکت کشورها در اشتراک‌گذاری اطلاعات و تبادل‌نظرشان، تأکید دارند.

یکی از ضروریات امر، الزام طراحان پیش‌نویس به ارائه اسناد پشتیبان و ادله توجیهی طرح‌ها و لوایح پیشنهادی است. در این‌صورت، نمایندگان می‌بایست لزوم تصویب یک قانون را به‌صورت صریح و مستند شرح دهند، وضعیت فعلی را ترسیم و چشم‌انداز پیش‌رو در صورت تصویب قانون را تبیین نمایند. این امر، کمک زیادی به نمایندگان می‌نماید تا بتوانند با آگاهی و اشراف بیشتری در امر قانون‌گذاری مشارکت جویند. همچنین لزوم ارائه چنین مستنداتی به هنگام اصلاح قوانین نیز می‌تواند راهگشا باشد؛ از این حیث که صرفاً اصلاحاتی پذیرفته شوند که منضم و متوجه اسناد پشتیبان و ادله توجیهی باشند. حال آنکه، در مجلس ایران، مرجع پیش‌نویس طرح‌ها مبهم و مفقود است و نماینده هیچ الزامی به استفاده از مشورت متخصصان ندارد. علاوه‌براین، ادله توجیهی قوانین، به‌صورت کلی، شعاری، بسیار مختصر و فاقد آمار، اسناد و ارقام مستند و دقیق است که سبب می‌شود مجلس هیچ اشراف و ذهنیت دقیق به ضرورت تصویب قانون و چشم‌انداز پیش‌رو نداشته باشد (حسینی یزدی، ۱۳۹۷، ص. ۳۳۶ و ۳۳۷).

مسلماً نمی‌توان ادعا نمود که انسان به هنگام پژوهش درباره پیشینه و اسناد پشتیبان طرح‌ها و لوایح قانونی و نیز، اظهارنظر راجع به آنها، امکان تبعیت کامل و بدون سوءتفاهم از مستندات موجود را دارد. ابزارهای فناوری، ظرفیتی هستند که به دور از سوگیری‌های

10. Klaus Schwab

11. Artificial Intelligence Act

معمول انسانی، با به‌کارگیری معیارهای عینی مبادرت به ارائه پیشنهاد می‌نمایند. افزون‌براین، اثر ملاحظات غیراخلاقی در تصمیم‌گیری خودکار، در ابزارهایی همچون هوش مصنوعی، وجود ندارد؛ مثلاً رشوه‌دهی و یا سفارش یک مقام رده بالا به هوش مصنوعی برای تأثرگذاری در اظهارنظر آن، منتفی است. نتیجه مطالعات، بیانگر آن است که از آنجایی‌که قانون‌گذاران با چالش‌های عظیمی در برخورد با پیچیدگی‌های نوظهور روبه‌رو هستند، نگاه خوشبینانه به هوش مصنوعی، کمک‌های مفیدی برای افزایش کارایی و بهبود بهره‌وری مسیر قانون‌گذاری خواهد نمود (Muthanna, 2020, p. 135-136).

مزایای بالقوه هوش مصنوعی (به دلیل نداشتن محدودیت‌های انسانی)، در قانون‌گذاری غیرقابل انکار است. از آن جمله می‌توان به سرعت و دقت در تحلیل داده‌ها اشاره نمود. هوش مصنوعی می‌تواند حجم عظیمی از متون حقوقی، آرای قضایی، و دیدگاه‌های صاحب‌نظران را در زمان اندکی پردازش کرده و پیشنهادهای مبتنی بر آنها ارائه دهد. افزون‌براین، با شناسایی تعارضات بین قوانین موجود یا نقاط خلأ حقوقی، هوش مصنوعی می‌تواند به نظام تقنین کمک کند و نظر بدان‌که مبتنی بر فناوری است، تأثیر قابل‌توجهی بر صرفه‌جویی زمان و منابع انسانی می‌گذارد.

البته به نظر می‌رسد با توجه به محدودیت‌های هوش مصنوعی در باورمندی و عاطفه، امکان واگذاری تام فعالیت‌هایی همچون قضاوت به هوش مصنوعی وجود ندارد. با این حال، نمی‌توان منکر توانمندی استدلال منطقی و شناختی هوش مصنوعی شد؛ بنابراین، ولو در عرصه‌های حقوقی که مستلزم وجود باورمندی در مرجع تصمیم‌گیرنده است، به جای واگذاری تمام کار به هوش مصنوعی، هم‌افزایی عنصر انسانی با هوش مصنوعی (به عنوان دستیار) می‌تواند به پیشبرد بهتر کار کمک رساند.^{۱۲}

به عقیده برخی، هم‌افزایی فقه سنتی با هوش مصنوعی امکان‌پذیر است. بدین معنا که هوش مصنوعی می‌تواند توانمندی‌های بی‌سابقه‌ای در پژوهش‌های فقهی و فلسفی ایجاد کند. یکی از بزرگ‌ترین تأثیرات هوش مصنوعی در فقه، توانمندسازی فقهی در مواجهه با

۱۲. نمونه‌های موفق استفاده از هوش مصنوعی در امر قضاوت، دیوان اروپایی حقوق بشر و دادگاه‌های چین می‌باشند (پژوهشکده شورای نگهبان، ۱۴۰۳، نشست دوم، ص. ۱۳ و ۱۴).

مسائل جدید است؛ به طور مثال، ممکن بود فقیه پیش از این نتواند به مسائل نوینی مانند بازار بورس، زنجیره فناوری (بلاک چین)^{۱۳} و فناوری های جدید پاسخ دهد؛ حال، با استفاده از هوش مصنوعی، فقیه می تواند به راحتی به بررسی این مسائل پرداخته و فقه جدیدی برای این موضوعات ایجاد کند.^{۱۴}

باری، نگارندگان، به روش توصیفی و با شیوه تحلیل محتوای کیفی منابع کتابخانه ای در پی پاسخگویی بدین پرسش مهم هستند که «قابلیت های هوش مصنوعی به مثابه دستیار هوشمند در قانون گذاری برای مجلس شورای اسلامی، کدام است؟» بررسی های صورت گرفته، حاکی از آن است که هوش مصنوعی با قابلیت تحلیل کلان داده ها، می تواند به عنوان یک «دستیار حقوقی پیشرفته» در خدمت مجلس قرار گیرد. در پژوهش پیش رو، الگویی پنج مرحله ای برای قانون گذاری با کمک هوش مصنوعی ارائه و پیشنهاد می شود.

۱. پیشینه موضوع

پیشینه موضوع در دو بخش «پیشینه به کارگیری هوش مصنوعی در زمینه قانون گذاری» و «پیشینه پژوهش» بررسی می شود.

۱-۱. پیشینه به کارگیری هوش مصنوعی در زمینه قانون گذاری

پیدایش اصطلاح «هوش مصنوعی»، رسماً در سال ۱۹۵۶ در کنفرانس دارتموث^{۱۵} توسط جان مکاری^{۱۶} مطرح شد. این رویداد به عنوان نقطه شروع رسمی حوزه هوش مصنوعی شناخته می شود (Norvig & Russell, 2009, p.17 & Nilsson, 2009, p.27-30).

پیش از این تاریخ، تلاش هایی برای شبیه سازی هوش انسانی انجام شده بود؛ برای مثال، سال ۱۹۵۵ برنامه نظریه پرداز منطقی^{۱۷} (LT) در آمریکا، توسط آلن نیوئل^{۱۸} و هربرت

13. Blockchain

۱۴. دستیار مدیر حوزه های علمیه کشور در امور هوش در مصاحبه با پایگاه خبری مفتاح انسانی اسلامی،

۱۴۰۴/۱/۲۰، قابل مشاهده در B2n.ir/zh9328 (آخرین مشاهده: ۱۴۰۴/۲/۱۵).

15. Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence

16. John McCarthy

17. Logic Theorist

18. Allen Newell

سایمون^{۱۹}، اولین برنامه رایانه‌ای بود که توانست مسائل منطقی را شبیه‌سازی کند (Shaw et al, 1956, p.218-239).

علاوه‌براین، آلن تورینگ^{۲۰} سال ۱۹۵۰ در لندن، مقاله «ماشین‌آلات و هوشمندی» را منتشر کرد و «آزمون تورینگ»^{۲۱} را پیشنهاد داد. این آزمایش درباره توانایی یک ماشین برای ارائه رفتارهای هوشمندانه برابر یا غیرقابل تمایز از رفتارهای یک انسان است (Turing, 1950, p.433-460). مع‌الوصف، اگرچه ایده‌های اولیه هوش مصنوعی پیش از دهه ۱۹۵۰ وجود داشته است؛ اما ظهور رسمی این فناوری به سال ۱۹۵۶ و کنفرانس دارتموث نسبت داده می‌شود.

درباره فعالیت سازماندهی‌شده مؤسسات حقوقی، به لحاظ تاریخی، در اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی، در فلورانس مؤسسه‌ای تأسیس شد که فعالیت‌های خود را در حوزه روش‌های هوش مصنوعی و حقوق با برگزاری کنفرانس‌های تخصصی این حوزه شکل داد. پس‌از آن، یک شرکت نرم‌افزاری در استرالیا^{۲۲}، سیستم‌های خبره متنوعی برای توسعه وظایف حقوقی و دولتی طراحی نمود که با فناوری قاعده‌محور به نام سیاست کارشناسی^{۲۳} در خصوص قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری فعالیت می‌کرد. این شرکت، معتقد بود که به‌کارگیری این سیستم‌ها در عملکردهای یک حکومت و قوای آن، کیفیت، سازگاری و شفافیت تصمیمات، بهبود بخشیده می‌شود. مطالعاتشان نیز ثابت کرده که کارآمدی ارگان‌ها تا ۸۰ درصد ارتقاء یافته است (بوزری، ۱۴۰۲، ص ۴۳).

گذشته‌ازاین، در هند شخصی به نام آمارچاند^{۲۴}، یک مؤسسه حقوقی تأسیس کرد که اولین شرکت حامی هوش مصنوعی در این کشور به‌شمار می‌رفت. این شخص، مبادرت به انعقاد قرارداد تهیه و راه‌اندازی سیستمی^{۲۵} با شرکت هوش مصنوعی مستقر در کانادا

19. Herbert Alexander Simon

20. Alan Mathison Turing

21. Turing test

22. Soft Law

23. Statute Expert Policy

24. Cyril Amarchand

25. Kira systems

موسوم به لیترا^{۲۶} نمود. سیستم مذکور، برای یافتن و استخراج بندهایی از یک قرارداد و سند قانونی استفاده می‌شد که با روش‌های پیشرفته، آن را از نمونه‌های مشابه متمایز می‌ساخت (بوزری، ۱۴۰۲، ص. ۴۹-۵۰). نمونه دیگر، کشور هلند است که در تبدیل خودکار گفتار به متن، اصلاح دستور زبان نطق‌ها و اصلاح گزارش‌های مجلسین از هوش مصنوعی استفاده نموده است^{۲۷} (Palmirani et al, 2024, p.17-18).

همچنین، ابزار «مجموعه چاپ مقایسه‌ای» (CPS)^{۲۸} ایالات متحده مثال‌زدنی است. این ابزار، برای نمایش تغییرات در نسخه‌های لوایح قانونی، قطعنامه‌ها، اصلاحیه‌ها و قوانین فعلی آنها (با سطح دقت ۹۰٪) به کار می‌رود. همچنین، تجزیه داده‌های قانونی و تهیه متن قابل خواندن از اسناد ارائه‌شده، از جمله کاربردهای هوش مصنوعی در این کشور است^{۲۹} (Palmirani et al, 2024, p.21). همچنین به موجب فرمان اجرایی گسترده‌ای که رئیس جمهور آمریکا در سال ۲۰۲۳ صادر کرده است، دولت، از هوش مصنوعی به عنوان وسیله‌ای برای ایجاد استانداردهای ایمنی و امنیت و محافظت از حریم خصوصی، پیشبرد حقوق مدنی و ترویج نوآوری استفاده می‌کند^{۳۰} (Kumayama et al, 2025).

در آرژانتین، جستجو برای بازیابی گزارش‌ها از جلسات مجلس نمایندگان، امکان جستجو و تحلیل مؤثر روندهای سیاست عمومی و تغییرات قانونی مربوط به آن از طریق هوش مصنوعی فراهم شده است^{۳۱} (Palmirani et al, 2024, p.18). مثال دیگر، سامانه مدیا مانیتور^{۳۲} در اتریش است. بدین شکل که اطلاعات به‌روز، به‌موقع و دقیق را به نمایندگان عرضه نموده و در مسئله‌یابی قوانین به آنان یاری می‌رساند^{۳۳} (Inter-parliamentary Union, 2019, Innovation Tracker, Issue 1).

به‌طور کلی در قانون‌گذاری، امارات بر اساس طرحی که «مقررات هوش مصنوعی محور» نامیده می‌شود و بر آن سرمایه‌گذاری بسیار نموده است، قصد دارد سرعت و دقت روند

26. Litera

27. Visible at: B2n.ir/qy4982 (Last seen: 1/4/2025)

28. Comparative Print Suite

29. Visible at: B2n.ir/qy4982 (Last seen: 1/4/2025)

30. Visible at: B2n.ir/fu8859 (Last seen: 30/03/2025)

31. Visible at: B2n.ir/qy4982 (Last seen: 1/4/2025)

32. Media Monitor

33. Visible at: B2n.ir/qe2575 (Last seen: 1/4/2025)

قانون‌گذاری را افزایش دهد، به شکلی که تدوین و تصویب قوانین را تا ۷۰٪ بهبود بخشد. در این طرح، یک پایگاه داده عظیم شامل قوانین فدرال و محلی، همراه با اطلاعات گسترده از بخش دولتی (مانند احکام دادگاه‌ها و خدمات حکومتی) ایجاد می‌شود و زمینه را برای تحلیل داده‌محور بر عملکرد قوانین فراهم می‌کند. این اطلاعات به هوش مصنوعی اجازه می‌دهد تا با تحلیل تأثیر قوانین بر جامعه و اقتصاد کشور، پیشنهادهای اصلاحی را در اختیار دولت بگذارد.^{۳۴}

رویکرد کشور در اقتباس از سایر نظام‌های حقوقی در امر قانون‌گذاری هوش مصنوعی باید به نحوی باشد که هم با اقتضائات بومی کشور همخوانی داشته باشد و هم از دستاوردهای آنان در جهت پیشرفت کشور بهره‌برداری شود.^{۳۵} مسلّم آنکه هوش مصنوعی در موارد فوق (به جز نمونه امارات که هنوز اجرایی نشده)، نمی‌تواند مستقلاً قانون‌گذاری کند. به بیان دیگر، به عنوان یک دستیار در کنار عامل انسانی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۲-۱. پیشینه پژوهش

کتاب «هوش مصنوعی: رویکردی نوین»^{۳۶} به قلم استوارت راسل^{۳۷} و پیترو نورویگ^{۳۸} (۲۰۰۹) که به عنوان مرجع استاندارد دانشگاهی شناخته می‌شود، مباحثی مانند تاریخچه پیدایش هوش مصنوعی، جست‌وجوی هوشمند، یادگیری ماشین، پردازش زبان طبیعی و رباتیک را پوشش می‌دهد. این کتاب، برای یادگیری مباحث پایه‌ای هوش مصنوعی مناسب می‌باشد و به مبحث قانون‌گذاری نمی‌پردازد.

34. Visible at: B2n.ir/jj7596 (Last seen: 28/4/2025)

۳۵. کشور ایران محدودیت‌هایی در الگوبرداری از سایر کشورها دارد؛ برای نمونه، تنظیم‌گران اتحادیه اروپا این امکان را دارند که بدون هیچ نگرانی غول‌های فناوری چندملیتی و آمریکایی را جریمه کنند و رفتار آنان را در چهارچوب قانون تنظیم کنند. حال آنکه چنین امکانی برای تنظیم‌گران ایرانی وجود ندارد و می‌تواند به تشدید تحریم‌ها اضافه شود؛ بنابراین بهتر است در مطالعات تطبیقی به شرایط کنونی کشور و نظام حقوقی توجه کافی شود (پژوهشکده شورای نگهبان، ۱۴۰۳، نشست اول، ص ۱۸).

36. Artificial Intelligence: A Modern Approach

37. Stuart Russell

38. Peter Norvig

جاکوب تورنر (۲۰۱۹)^{۳۹}، در کتاب «مقررات ربات: تنظیم گر هوش مصنوعی»^{۴۰}، بر چالش های حقوقی هوش مصنوعی پرداخته است. وی، ضمن بررسی مسئولیت پذیری، حریم خصوصی، و شفافیت در سیستم های هوش مصنوعی، پیشنهاداتی برای ساختارهای قانونی جدید متناسب با فناوری های پیشرفته ارائه می کند. در این کتاب نمی توان مقوله قانون گذاری با هوش مصنوعی را یافت.

آرون راس^{۴۱} و میشل کرنس^{۴۲} (۲۰۱۹) در کتاب «الگوریتم اخلاقی»^{۴۳} بر تنظیم الگوریتم ها برای انطباق با ارزش های اخلاقی تمرکز دارد و به ارائه مثال هایی از چگونگی تدوین قوانین برای سیستم های یادگیری ماشین می پردازد. تمرکز این کتاب بر قانون گذاری بر هوش مصنوعی است و قانون گذاری با هوش مصنوعی در این کتاب بررسی نشده است.

مردیس بروسارد^{۴۴} (۲۰۱۸)، در کتاب «هوش غیرمصنوعی: چگونه رایانه ها دنیا را اشتباه می فهمند؟»^{۴۵}، به بررسی محدودیت های فناوری و لزوم قوانین برای کنترل سوگیری ها و خطاهای الگوریتمی آنها پرداخته و مسائل حقوقی ای را در هوش مصنوعی توضیح می دهد که نیازمند تنظیم مقررات دقیق تر هستند. فقدان موضوع پژوهش، در این کتاب نیز به چشم می خورد.

اندرو استرانیری^{۴۶} و جان زلزنیکوف^{۴۷} (۲۰۰۶) در مقاله «کشف دانش از پایگاه های داده حقوقی - استفاده از شبکه های عصبی و داده کاوی برای ساخت سیستم های پشتیبانی تصمیم گیری حقوقی»، در مورد الگوریتم های متعددی سخن می رانند که از آنها در فرایند کشف دانش از پایگاه های داده استفاده می شود. در این مقاله، نحوه استفاده از مفاهیم استدلال و رویکردهای ارزیابی در تبدیل داده ها به داده های کاربردی بیان می شود. این مقاله، مشخصاً در مورد مراحل قانون گذاری از طریق این فرایندها، تبیینی انجام نداده است.

39. Jacob Turner

40. Robot Rules: Regulating Artificial Intelligence

41. Aaron Roth

42. Michael Kearns

43. The Ethical Algorithm

44. Meredith Broussard

45. Artificial Unintelligence: How Computers Misunderstand the World

46. Andrew Stranier

47. John Zeleznik

دیمیتریس کوریزیس^{۴۸} و همکارانش (۲۰۱۳) در مقاله «گفتمان سیاست‌گذاری تعدیل‌شده در مقابل جمع‌سپاری غیرتعدیل‌شده در شبکه‌های اجتماعی»، به چگونگی جمع‌آوری نظرات شهروندان و وارد کردن آنها به فرایند سیاست‌گذاری می‌پردازد. همچنین به‌طور کلی بررسی می‌کند که آیا می‌توان از فناوری‌ها در رویه‌های رسمی قانون‌گذاری مجالس قانون‌گذاری اروپا استفاده کرد؟ ایشان، امکان‌سنجی این امر را مطلوب ارزیابی می‌نمایند؛ اما الگوی مشخصی برای آن ارائه نمی‌کنند.

در ایران، منبعی مبسوط درباره قانون‌گذاری با حوزه هوش مصنوعی ملاحظه نمی‌شود؛ لکن برخی پژوهش‌ها به‌صورت موردی ابعادی از مسئله مورد بررسی قرار داده‌اند. ازجمله، باقر انصاری (۱۴۰۰)، در کتاب حقوق داده و هوش مصنوعی (مفاهیم و چالش‌ها)، عمده تمرکز خود را بر بررسی انواع داده و رویکردهای نسبت به آن، منعطف نموده است. پس از آن، چالش‌های مرتبط (مانند حریم خصوصی، سوگیری، مالکیت داده، چالش‌های حقوق بشری) را تحلیل می‌کند. در این میان، بحث قانون‌گذاری به کمک هوش مصنوعی کمتر مطمح‌نظر قرار می‌گیرد.

مهرنوش بوذری (۱۴۰۲)، در کتاب حقوق و هوش مصنوعی، پس از تعریف هوش مصنوعی و بیان تقسیمات آن، ارتباط هوش مصنوعی را با مشاغل حقوقی بیان می‌کند. سپس، ارتباط برخی موضوعات حقوقی (مانند مالکیت و ...) را با هوش مصنوعی بیان می‌نماید. به ذکر و بررسی «هوش مصنوعی و تدوین و تنقیح قوانین» تحت عنوان یکی از خدمات حقوقی، پرداخته اما مبسوط بدان عنایت نشده و در پاسخ به برخی از پرسش‌ها در زمینه قانون‌گذاری هوش مصنوعی مسکوت مانده است.

همچنین، پژوهشکده شورای نگهبان (۱۴۰۳)، طی سلسله نشست‌هایی تحت عنوان «هوش مصنوعی و حقوق اساسی»، به بررسی هوش مصنوعی در انتخابات، نظارت اساسی و قانون‌گذاری پرداخته است. گزارش این نشست‌ها به شکل مدون درآمده و تا حد زیادی سودمند است؛ اما مشخصاً الگوی مطلوب امر قانون‌گذاری با هوش مصنوعی را ارائه نمی‌دهد.

سیدمحمدحمید حسینی یزدی (۱۳۹۷)، در پایان‌نامه «آسیب‌شناسی فرایند

قانون گذاری در قوه مقننه جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر اصل کارآمدی»، با تمرکز بر نظریه های کارآمدی و احزاب سیاسی، به بررسی عللی می پردازد که منجر به تضعیف کارآمدی قانون گذاری در ایران می گردند. در میان پیشنهادهای ارائه شده، نشانی از به کارگیری هوش مصنوعی در راستای افزایش کیفیت قوانین و کارآمدی آنها به چشم نمی خورد.

در این پژوهش سعی بر آن شده تا ضمن بیان بایسته های حاکم بر قانون گذاری به کمک هوش مصنوعی، گام های مشخصی به منظور تحقق آن ارائه شود.

۲. چهارچوب مفهومی

حصول وفاق حداکثری بر نتایج پژوهش با تأکید بر استناددهی، مستلزم ارائه تعاریفات مشخص از عبارات و مفاهیمی است که در آن پژوهش به کار گرفته شده اند؛ بنابراین به طریق متداول، چهارچوب مفهومی پژوهش بررسی می گردد.

۲-۱. هوش مصنوعی

سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD)^{۴۹}، سیستم هوش مصنوعی را یک سیستم مبتنی بر ماشین دانسته که می تواند برای مجموعه معینی از اهداف تعریف شده توسط انسان، پیش بینی ها، طبقه بندی، توصیه ها و یا تصمیماتی را انجام دهد که بر محیط های واقعی یا مجازی تأثیر بگذارد.^{۵۰}

سازمان بین المللی استانداردسازی (ISO)^{۵۱}، هوش مصنوعی را توانمندی اکتساب، پردازش، بهینه سازی و به روزرسانی مجموعه داده هایی می داند که از پیش، تعریف شده است. از منظر این سازمان، سیستم هوش مصنوعی قادر به تصمیم سازی و ارائه توصیه، پیش بینی، تجزیه و تحلیل در سطوح مختلف می باشد.^{۵۲}

49. Organization for Economic Co-operation and Development

50. "Explanatory memorandum on the updated oecd definition of an ai system", 2024, OECD Artificial Intelligence papers, no. 8.

51. International Organization for Standardization

52. Terms related to artificial intelligence, Visible at: B2n.ir/bm5558 (Last seen: 2/4/2025)

گرچه این تعاریف مختصر هستند؛ اما کاربرد آنها در عمل، به طیفی از ملاحظات پیچیده و فنی بستگی دارد.

به موجب ماده ۱ سند ملی هوش مصنوعی جمهوری اسلامی ایران (مصوب ۱۴۰۳/۳/۲۹ شورای عالی انقلاب فرهنگی)، «هوش مصنوعی، به توانایی ماشین برای انجام عملکردهای خودکار و نظام‌مند از جمله یادگیری، درک، استنتاج، حل مسئله، پیش‌بینی، تصمیم‌گیری و اقدام از طریق به کارگیری دانش، اطلاعات و پردازش داده گفته می‌شود که منشأ اثرگذاری‌های گسترده بر انسان و روابط انسانی در محیط فیزیکی با مجازی و همچنین بازتاب‌های زیست‌محیطی است. هوش مصنوعی ماهیتی، داده‌ای، شبکه‌ای، الگوریتمی، خوشه‌ای، لایه‌ای و یکپارچه مبتنی بر منطق‌های کلاسیک و سایر منطق‌های نوین دارد». نوع ارتقاء یافته هوش مصنوعی، هوش مصنوعی زاینده یا مولد^{۵۳} است که در پاسخ به فرمان کاربر، قادر به تولید متن، تصاویر یا دیگر رسانه است. به بیان دیگر، مدل‌های هوش مصنوعی مولد، الگوها و ساختار داده‌های ورودی خود را یاد می‌گیرند و سپس داده‌های جدیدی تولید می‌کنند^{۵۴} (Pasick, 2023). در پژوهش پیش‌رو، این نوع هوش مصنوعی مطمح‌نظر واقع می‌شود.

۲-۲. وضع قوانین

مراد از قانون در عبارت قانون‌گذاری در پژوهش، معنای عام آن می‌باشد که مجموعه قوانین، مقررات و دستورالعمل‌ها را شامل می‌شود (هاشمی، ۱۴۰۲، ص ۵۸). بازیگران حوزه قانون‌گذاری در سطوح گوناگون نقش‌آفرینی می‌کنند. متخصصان امر، کارگروه‌های بررسی موضوع، کمیسیون‌های مرتبط، هیئت دولت، هیئت وزیران، نمایندگان مجلس، اعضای شوراهای عالی (مانند شورای عالی انقلاب فرهنگی)، قضات هیئت عمومی دیوان عالی کشور، قضات هیئت عمومی دیوان عدالت اداری و همچنین دستگاه‌هایی که مصوبات آنها لزوم اجراء دارد. این نقش‌آفرینی می‌تواند قانون‌گذاری و یا مقررده‌گذاری باشد. به هر روی، «تدوین و تنقیح قوانین کشور، به عهده معاونت

53. Generative Artificial Intelligence

54. Visible at: B2n.ir/xu8710 (Last seen: 2/4/2025)

قوانین مجلس شورای اسلامی» است.^{۵۵} در پژوهش حاضر، مشخصاً قانون گذاری توسط مجلس مطرح نظر می باشد.

در فرایند وضع قوانین، قبل از تدوین، ضروری است تا لزوم یا عدم لزوم قانون گذاری در موضوع یاد شده بررسی شود. پس از احراز لزوم قانون گذاری، قوانین مرتبط با طرح و لایحه پیشنهادی، شناسایی می گردند. چنانچه قانونی پیرامون موضوع مورد نظر وجود داشت، لزومی به قانون گذاری مجدد به نظر نمی آید و عنداللزوم همان قانون، اصلاح می شود و یا مراتب جدیدی بدان الحاق می گردد. چنانچه قانونی پیرامون موضوع نباشد، در مرحله بعد، طرح و لایحه پیشنهادی، از حیث شیوه نگارش تخصصی قوانین و از طرف دیگر، از نظر همسویی با سیاست های کلی نظام، اسناد بالادستی، قانون برنامه توسعه و سند چشم انداز، انطباق داده می شود. در نهایت، مراحل بعدی جهت تصویب را طی می کند. افزون بر وضع قوانین، تنقیح آنها نیز موضوعیت دارد. تنقیح از انحاء ذیل امکان پذیر است:

الف) اعلام قوانین معتبر و حاکم از راه جمع آوری، تفکیک و طبقه بندی موضوعی، تهیه و تنظیم فهرست های موضوعی و تاریخی.

ب) تشخیص تعارض و تغایر موجود در مقررات و اعلام آن به مرجع تصویب کننده جهت اقدام قانونی.

ج) تشخیص مقرراتی که متروک و یا موضوع آنها منتفی شده است و اعلام آنها به مرجع تصویب کننده جهت اقدام قانونی.

د) تهیه پیشنهاد جهت نسخ قوانینی که موضوع آنها منتفی یا نسخ ضمنی شده و ارائه آن مرجع قانونی جهت اقدام مقتضی.

ه) شناسایی موارد نسخ صریح و اعمال آنها در مجموعه های تنقیح شده و ارسال به

۵۵. ماده ۱ قانون تدوین و تنقیح قوانین و مقررات کشور مصوب ۱۳۸۹/۳/۲۵ مجلس شورای اسلامی.
۵۶. البته به موجب تبصره ماده ۲ قانون تدوین و تنقیح قوانین و مقررات کشور، «مجلس خبرگان، مجمع تشخیص مصلحت نظام، شورای عالی امنیت ملی و شورای نگهبان» از ارسال مصوباتشان به مجلس جهت اعمال مفاد قانون مذکور، مستثنی می باشند.

روزنامه رسمی جهت انتشار.

و) اعلام قوانین و مقررات مغایرت (با ذکر دلیل) با سیاست‌های کلی نظام که توسط مقام معظم رهبری ابلاغ شده یا می‌شود به نهادهای مرتبط مجمع تشخیص مصلحت نظام جهت اقدام مقتضی.

ز) تهیه شناسنامه برای کلیه قوانین و مقررات کشور.

تحقق اثربخش موارد فوق، مستلزم تهیه شیوه‌نامه‌های هماهنگ و تعریف لغات تخصصی در موضوعات مختلف جهت استفاده قانونی دستگاه‌های گوناگون است، به گونه‌ای که مراد مقنن تغییر داده نشود.^{۵۷}

گرچه علاوه بر قانون‌گذاری، تنقیح قوانین نیز در عداد وظایف مجلس شورای اسلامی برشمرده می‌شود^{۵۸}، لکن در مجال پیش‌رو، مشخصاً پیرامون قانون‌گذاری (و نه تنقیح) با کمک هوش مصنوعی سخن می‌رود.^{۵۹} راه‌های سنتی ایجاد مراکز پژوهشی، راهکارهایی بوده‌اند که در عمل، همچنان نتوانسته‌اند پاسخگوی ضرورت‌های قانون‌گذاری، باشند و کماکان، مشکلات نیروی انسانی در اشراف بر همه موضوعات و احتمال سنجی ضرورت‌ها در حال حاضر مشاهده می‌شود (بوزری، ۱۴۰۲، ص. ۱۶۰-۱۶۱).

۳. بایسته‌های حاکم بر هوش مصنوعی به مثابه ابزار قانون‌گذاری

هوش مصنوعی، علی‌رغم تمام فرصت‌ها و قابلیت‌هایش، مخاطراتی را نیز به دنبال دارد. قانون هوش مصنوعی اتحادیه اروپا^{۶۰} این مخاطرات را در چهار سطح برشمرده است:

۱. سطح غیرقابل قبول^{۶۱} که معمولاً برای دستکاری رفتار انسان به کار رفته و استفاده از آنها ممنوع است (ماده ۵).

۵۷. مستنبط از مواد ۳ و ۴ قانون تدوین و تنقیح قوانین و مقررات کشور.

۵۸. ماده ۱ قانون تدوین و تنقیح قوانین و مقررات کشور مصوب ۱۳۸۹/۳/۲۵ مجلس شورای اسلامی.

۵۹. برای تنقیح قوانین و مقررات به وسیله هوش مصنوعی، بنگرید به بوزری، ۱۴۰۲، ص. ۱۶۶-۱۶۴.

60. Artificial Intelligence Act

61. Unacceptable Risk

۲. سطح مخاطره بالا^{۶۲} که زمینه‌هایی همچون استخدام، آموزش، امنیت عمومی، و زیرساخت‌های حیاتی را دربرمی‌گیرد و نیازمند ارزیابی‌های سختگیرانه، شفافیت و رعایت الزامات امنیتی است (مواد ۱۵-۶).

۳. سطح مخاطره کم^{۶۳} که شامل ربات‌های گفتگو یا سیستم‌های تشخیص عواطف می‌شود و باید کاربر را از تعامل با هوش مصنوعی آگاه سازند (ماده ۵.۲).

۴. سطح قابل قبول^{۶۴} که به‌طور صریح در ماده‌ای خاص تعریف نشده است؛ اما سیستم‌های هوش مصنوعی را که در هیچ‌یک از سطوح بالاتر قرار نمی‌گیرند (مانند بازی‌های ویدیویی یا فیلترهای اسپم)، شامل می‌شود و عموماً تحت مقررات خاصی نیستند.

در نتیجه، عملکرد هوش مصنوعی باید بر اساس بایسته‌هایی، سازماندهی شده و بر اساس سیاست‌گذاری حساب‌شده‌ای پیش برود. در برخی از کشورها، وظیفه کنترل هوش مصنوعی بر عهده مؤسساتی واگذار شده است.^{۶۵} ساختار و فرهنگ حقوقی، بر سیاست‌های یادشده اثر می‌گذارند. مقام رهبری (به‌عنوان بالاترین مقام سیاسی کشور)، در بیانات متعدد خود پیرامون هوش مصنوعی اشاره نموده‌اند: «امروز هوش مصنوعی با یک شتاب حیرت‌دهنده‌ای [دارد پیش می‌رود]؛ یعنی انسان متحیر می‌شود از شتابی که این فناوری عجیب در دنیا پیدا کرده است»^{۶۶}. همچنین تأکید کردند: «باید به‌گونه‌ای عمل کنیم

62. High Risk

63. Limited Risk

64. Minimal Risk

۶۵. National Institute of Standards and Technology (NIST) (در آمریکا)، «European Commission's

High-Level Expert Group on Artificial Intelligence» (در اتحادیه اروپا)، «Canadian Institute for

Advanced Research (CIFAR)» (در کانادا) و «Robotic Vision Australian Centre for» (در استرالیا)،

نمونه‌ای از این مؤسسات هستند (هاشمی، ۱۴۰۳، ص ۱۷۰).

۶۶. دیدار هیئت دولت چهاردهم با رهبر انقلاب (۱۴۰۳/۶/۶) قابل مشاهده در B2n.ir/bk2205 (آخرین مشاهده: ۱۴۰۴/۱/۱۲).

که ایران جزو ۱۰ کشور برتر هوش مصنوعی در دنیا قرار بگیرد»^{۶۷ و ۶۸}. یکی از اسناد تعیین‌کننده خط‌مشی کشور در حوزه هوش مصنوعی، سند ملی هوش مصنوعی جمهوری اسلامی ایران^{۶۹} (مصوب ۱۴۰۳/۳/۲۹ شورای عالی انقلاب فرهنگی) می‌باشد. به موجب جزء ۷ بند ب ماده ۳ این سند، «ارتقای کیفیت حکمرانی با بهره‌مندی از قابلیت‌های هوش مصنوعی در موضوعات کلان کشور با تأکید ارتقای عدالت اجتماعی امنیت ملی پایداری و انسجام ملی و سرمایه اجتماعی»، از اهداف کلان نظام برشمرده شده است.

در سند یادشده، ذیل اولویت‌های ملی به‌کارگیری هوش مصنوعی در حوزه حقوقی و قضایی (ماده ۶)، اولویت‌های ملی درجه اول، تحت عنوان «مشاوره حقوقی هوشمند برای ارائه خدمات به عموم مردم» و «دستیار هوشمند قاضی»، و در درجه دوم، تحت عنوان «تدوین و تحلیل محتوای اسناد قراردادهای و احکام قضایی و تشخیص ناسازگاری‌ها» و «تنقیح قوانین و مقررات» بیان شده است. در این سند و یا اسناد مرتبط، قابلیت هوش مصنوعی در زمینه قانون‌گذاری و کاربری این ابزار به‌عنوان دستیار نماینده مجلس، مغفول مانده است.^{۷۰} با این وجود، شایسته است تا استفاده از هوش مصنوعی (به‌عنوان

۶۷. این مهم، در بند الف ماده ۳ سند ملی هوش مصنوعی ج.ا.ا. (مصوب ۱۴۰۳/۳/۲۹ شورای عالی انقلاب فرهنگی) تبلور یافته است: «چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۱۲ هجری شمسی با هدف استقرار مؤلفه‌های تمدن نوین اسلامی با برخورداری از زیست‌بوم هوش مصنوعی پیشرفته و نوآور مبتنی بر اصول و ارزش‌های اسلامی اتکا بر قابلیت‌ها و توانمندی‌های ملی و بهره‌گیری هوشمندانه از تعاملات جهانی بین ۱۰ کشور پیشرو هوش مصنوعی دنیا قرار دارد و با استفاده از این فناوری در حکمرانی موضوعات کلان کشور، ثروت‌آفرینی، ارزش‌آفرینی تأمین سلامت، رفاه، امنیت و آسایش مردم بیشترین پیشرفت را ایجاد می‌کند».

۶۸. دیدار نخبگان و استعدادهای برتر علمی با رهبر انقلاب (۱۴۰۰/۸/۲۶) قابل رؤیت در B2n.ir/tyl393 (آخرین مشاهده: ۱۴۰۴/۱/۱۲)

۶۹. به موجب بند ۳ ماده ۷ سند یادشده، شورای ملی راهبری هوش مصنوعی، وظیفه برنامه‌ریزی، راهبری، هماهنگی و نظارت بر حسن اجرای این سند را بر عهده دارد. گفتنی است این سند در اجرای تفویض موضوع «ماده واحده تشکیل شورای ملی راهبری و تأسیس سازمان ملی هوش مصنوعی» (مصوب جلسه ۹۰۱ مورخ ۱۴۰۳/۳/۲۹ شورای عالی انقلاب فرهنگی) تصویب شده است.

۷۰. مشابه این مصوبه، در بند الف ماده ۱۱۳ قانون برنامه پنج‌ساله هفتم پیشرفت جمهوری اسلامی ایران (مصوب ۱۴۰۳/۳/۱ مجلس شورای اسلامی)، پیش‌بینی شده است. توضیح آنکه به‌منظور تسهیل رسیدگی به

ابزاری برای قانون گذاری)، تحت چهارچوب بایسته‌هایی صورت پذیرد.

۳-۱. کیفیت داده‌های ورودی

نخستین مورد در اصول و بایسته‌های حاکم بر هوش مصنوعی به مثابه دستیار قانون‌گذار مجلس، ارائه داده‌های آموزشی دقیق، جامع و به‌روز است. آموزش هوش مصنوعی، نیازمند بانکی از متون فقهی، قوانین مصوب، آرای دادگاه‌ها و نظرهای کارشناسی حقوقی مختلف می‌باشد. ضروری است این داده‌ها به صورت ساختاریافته، طبقه‌بندی شده و با تفسیرهای معتبر در اختیار مدل هوش مصنوعی قرار گیرند؛ به عنوان مثال، آموزش هوش مصنوعی بر اساس نظرهای متفاوت فقها و حقوق دانان در یک موضوع، نیاز به سازوکاری برای تعیین رویکرد غالب و همخوان با نظام حقوقی ایران دارد. از دیگر سو، با عنایت به موضوع تصویب و نسخ قوانین و از طرف دیگر، پویایی نظرهای فقهی و حقوقی، به نظر ضروری می‌رسد تا ورودی‌های هوش مصنوعی، رصد و به‌روزرسانی شوند.

۳-۲. شفافیت فرایند پردازش

اصل شفافیت و تفسیرپذیری در مانحن‌فیه حائز اهمیت فراوانی است. توضیح آنکه قوانین پیشنهادی هوش مصنوعی باید قابل ردیابی و به بیان دیگر، مستند به منابع فقهی و حقوقی باشند. به حکم اصل ۴ قانون اساسی، قوانین و مقررات باید بر اساس موازین اسلامی باشد. با این وصف، اگر هوش مصنوعی، پیشنهاد قانونی ارائه دهد، باید بتواند منبع استنباط آن را برای نماینده مجلس مشخص نماید؛ برای نمونه، اگر هوش مصنوعی پیشنهاد دهد «در معاملات بانکی، سود ثابت حرام است»، باید نشان دهد این حکم بر اساس کدام حکم شرعی (آیه قرآن، روایت معتبر، یا نظر مرجع تقلید خاص) و یا در صورت وجود، کدام قانون می‌باشد. (اهمیت این امر در مراحل بعدی فرایند قانون گذاری - علی‌الخصوص به

پرونده‌های قضایی و رفع اختلافات مردم، قوه قضائیه و وزارت دادگستری با رعایت قانون مدیریت داده‌ها و اطلاعات ملی، مکلف شده‌اند «تا پایان سال دوم برنامه، امکان انجام اموری از قبیل ارجاع پرونده، تعیین وقت و انتخاب کارشناس را با استفاده از فناوری‌های نوین از جمله هوش مصنوعی برای کمک به قاضی با حفظ مسئولیت شخص قاضی فراهم نمایند».

هنگام اعمال نظارت شورای نگهبان - بروز می‌یابد). شفافیت و تفسیرپذیری پیشنهادات هوش مصنوعی موجب می‌شود نظارت بر آنها قابل پاسخگویی باشد. از دیگر سو، سوگیری در تحلیل‌های هوش مصنوعی را به حداقل رساندن ممکن سؤال شود آیا نظر کاربر هوش مصنوعی در ارائه پیشنهادات این سیستم، مؤثر است یا خیر؟ پاسخ، آن است که، هوش مصنوعی، عموماً پس از تقسیم‌بندی و رد و تأیید داده‌ها، برخی داده‌ها را به عنوان منطقه خاکستری طبقه‌بندی می‌کند که در آن قضاوت انسان مورد نیاز است و از این رو، تصمیم‌گیری عامل انسانی نیز در آن مؤثر است (Monarch & Munro, 2021, p.124). بدین ترتیب، هوش مصنوعی باید بتواند قوانین قابل دفاعی به نماینده پیشنهاد دهد. این مهم، از طریق توسعه «هوش مصنوعی تفسیرپذیر»^{۷۱} امکان‌پذیر می‌نماید.

۳-۳. محدود بودن پردازش به اهداف^{۷۲}

داده‌های ارائه‌شده به هوش مصنوعی، باید برای اهداف خاص، روشن و قانونی جمع‌آوری شوند و هرگونه پردازش برای اهداف اضافی، نباید با اهداف اولیه اعلام‌شده، مغایرت داشته باشد. حتی پردازش بعدی به منظور تأمین منافع عمومی، پژوهش‌های علمی یا تاریخی یا آماری نباید با اهداف اولیه ناسازگار نباشد. این مهم، اصل محدود بودن پردازش به اهداف و یا اصل محدودیت نامیده می‌شود (انصاری، ۱۴۰۲، ص ۱۷۸).

به‌خاطر کلی بودن مفهوم این اصل و ابهامی که در تفسیر آن هست، امکان برداشت‌های مختلف از آن وجود دارد. در هر حال، دو مسئله را باید از هم تمییز داد: اول اینکه منظور از هدف مشخص و خاص چیست و دوم اینکه چگونه ناسازگاری پردازش ثانوی داده‌ها در مقایسه با هدف اولیه مشخص می‌گردد؟ قانون انگلستان در پاسخ به این پرسش‌ها تصریح می‌کند که هدف پردازش ممکن است (به‌ویژه در مورد اطلاعاتی که به شخص موضوع اطلاعات داده می‌شود) مشخص شود یا در قالب یک اظهارنامه به مرجعی که حمایت از داده‌ها را به عهده دارد، اعلام شود. در پاسخ به مسئله دوم، قانون بلژیک مقرر می‌دارد که سازگاری یا ناسازگاری استفاده‌های ثانوی، باید در پرتو انتظارات متعارف و معقول

71. Explainable AI

72. Purpose limitation principle

شخصی که داده‌ها به او مربوط می‌شود، ارزیابی گردد (انصاری، ۱۴۰۲، ص. ۱۷۹). در مانحن‌فیه، هدف، ارائه پیشنهادهای جامع، کارآمد و همسو با موازین فقهی و حقوقی نظام جمهوری اسلامی است. متعاقباً، پیشنهادهای ارائه‌شده توسط این فناوری، می‌بایست بر حسب توقعاتی که مجلس از پیش‌نویس‌های قانونی دارد، سنجیده شود.

۳-۴. هماهنگی با موازین فقهی، حقوقی، فرهنگی و امنیتی

در استفاده از هوش مصنوعی به‌عنوان دستیار قانون‌گذار، با توجه به لزوم همسویی قوانین با موازین حقوقی و فقهی، باید به همخوانی عملکرد این سیستم با مؤلفه‌های گوناگون توجه نمود. از این مجرا، ضرورت بومی‌سازی هوش مصنوعی نمایان می‌شود. این امر از چند جهت ضرورت دارد: نخست، ضرورت هماهنگی خروجی هوش مصنوعی با مبانی فقهی و حقوقی است. پرواضح است که داده خروجی هوش مصنوعی، ماحصل پردازش همان داده‌های ورودی به آن است. چنانچه پردازشگر هوش مصنوعی، ناهمخوان با مبانی یادشده باشد، قویاً محتمل است پیشنهادهای آن با احکام شرعی و یا مسلمات حقوقی ناسازگار باشد.

ضرورت دوم، ناظر بر لزوم پرهیز از تحمیل الگوهای غربی است. پردازش هوش مصنوعی، بر مبنای الگوهای دستوری به آن صورت می‌پذیرد. برخی از مدل‌های عمومی هوش مصنوعی (مانند ChatGPT) عموماً بر پایه داده‌های غربی آموزش دیده‌اند و بدیهی است مفاهیم غربی مانند سکولاریسم^{۷۳} را رواج دهند.

ضرورت سوم، ناظر به ملاحظات امنیتی می‌باشد. تحلیل‌های امنیتی، بعدی مهم در تدوین قوانین است؛ براین اساس، حفظ امنیت داده‌ها و لزوم اجتناب از نشت اطلاعات در هر سطح، ایجاب می‌نماید تا بهره‌گیری از قابلیت هوش مصنوعی در بستر برنامه‌های بومی صورت پذیرد. از سوی دیگر، توسعه هوش مصنوعی داخلی، از وابستگی به زیرساخت‌های فنی (اصطلاحاً سکوها)^{۷۴} خارجی می‌کاهد. توجه به این نکته، به‌ویژه در زمانی احساس می‌شود که هوش مصنوعی خارجی در کشور، تحریم و یا دستکاری (اصطلاحاً تهدیدات

73. Secularism

74. Platforms

سایبری^{۷۵} مانند اصطلاحاً هک کردن^{۷۶} شده و امنیت اطلاعات در معرض مخاطره واقع می‌شود. مبتنی بر این نکته، ارائه مذاکرات صحن مجلس به هوش مصنوعی (جهت تصمیم‌گیری بر مبنای آن) می‌بایست با توجه به اصل ۶۹ قانون اساسی^{۷۷} و با رعایت جوانب محرمانگی باشد؛ زیرا ولو آنکه برنامه‌های هوش مصنوعی به شکل بومی تولید شده باشند، نظر به پیچیدگی فضای سایبری، باز هم مصون از آسیب نمی‌باشند و از این رو، دست‌کم در بدو تجربه استفاده از هوش مصنوعی در زمینه قانون‌گذاری، اصل احتیاط ایجاب می‌کند در موارد امنیتی و دفاعی، محتاطانه برخورد گردد.

۴. الگوی مورد پیشنهاد برای قانون‌گذاری با دستیاری هوش مصنوعی

عملکرد هوش مصنوعی در قانون‌گذاری در ۵ گام قابل تبیین می‌باشد: ۱- جمع‌آوری داده^{۷۸}: نخست لازم است مجموعه‌ای از داده‌ها بر اساس مفاهیم پایه فقهی و حقوقی گردآوری شود. ۲- پیش‌پردازش داده‌ها^{۷۹}: این مرحله، شامل مرتب‌سازی داده‌ها است تا امکان بهره‌برداری از داده‌ها را فراهم گردد. ۳- تبدیل و تحلیل داده‌ها^{۸۰}: از آنجایی که داده‌ها دارای ارزش‌های متفاوتی هستند و دقیقاً به همان شکلی که وارد شده‌اند، قابلیت استفاده ندارند، لازم است تا تغییراتی در آنها صورت پذیرد. این تغییرات حسب مورد، می‌تواند تبدیل مجموع داده‌ها به اجزای کوچک‌تری باشد که هر جزء، موضوع یک داده مستقل در روند

75. Cyber threats

76. Hacking

۷۷. اصل ۶۹ قانون اساسی: «مذاکرات مجلس شورای اسلامی باید علنی باشد و گزارش کامل آن از طریق رادیو و روزنامه رسمی برای اطلاع عموم منتشر شود. در شرایط اضطراری، در صورتی که رعایت امنیت کشور ایجاب کند، به تقاضای رئیس‌جمهور یا یکی از وزرا یا ده نفر از نمایندگان، جلسه غیرعلنی تشکیل می‌شود. مصوبات جلسه غیرعلنی در صورتی معتبر است که با حضور شورای نگهبان به تصویب سه‌چهارم مجموع نمایندگان برسد. گزارش و مصوبات این جلسات باید پس از برطرف شدن شرایط اضطراری برای اطلاع عموم منتشر گردد».

78. Data Selection

79. Data Preprocessing

80. Data Transformation & Data Analysis

استخراج دانش باشد. همچنین می‌تواند اجتماع متغیرها به شکل مجموعه داده‌های ساده‌تر و کلی‌تر باشد. ۴- استخراج داده^{۸۱}: نتایج مفهومی، مفید، کاربردی و معتبر هستند به شکلی که انسان بتواند داده ارائه‌شده را بی‌آنکه مستلزم عامل واسطه‌ای باشد، اجرا نماید (Stranieri & Zeleznik, 2006, p.117). ۵- ارزیابی داده^{۸۲}: به منظور ارتقای کارکرد هوش مصنوعی، سنجش خروجی آن ضروری است تا خلأهای اجتناب‌ناپذیر و احتمالی به حداقل آن کاهش یابد. گام‌های فوق با جزئیات بیشتری، ذیلاً شرح داده می‌شود.

۴-۱. گام اول: گردآوری داده‌ها با تکیه بر منابع چندلایه

گفته شد یکی از عواملی که منجر به افزایش بازدهی قوانین و در نتیجه، افزایش سطح رضایتمندی مردم از قوانین مصوب مجلس می‌شود، نگاه جامع نمایندگان به مسائل است. از طرف دیگر، در امر قانون‌گذاری، ارائه داده‌های صحیح و منظم به هوش مصنوعی امری اساسی و تعیین‌کننده می‌باشد؛ چراکه فرایندهای هوش مصنوعی بر اساس داده عمل می‌کنند و شناسایی الگو، ارائه پیشنهاد و سایر کارکردهای آن بدون داده ممکن نمی‌باشد؛ بنابراین برای آنکه هوش مصنوعی دستکاری جامع‌نگر برای قانون‌گذار محسوب شود، می‌بایست داده‌های لازم به صورت استاندارد و متناسب با کاربردی که مدنظر بوده (به نحوی که با سایر هنجارهای حقوقی مانند عرف هماهنگ باشد)، فراهم گردد.

هوش مصنوعی بر مبنای اطلاعات دریافتی خود، بهینه‌سازی و پردازش آنها عمل می‌کند. در نظام حقوقی ایران، مستفاد از اصول ۴، ۹۱ و ۱۱۲ قانون اساسی، قانون‌گذاری باید همسو با موازین اسلامی، قانون اساسی و (در مواردی) با در نظر گرفتن مصلحت نظام باشد. هوش مصنوعی برای ارائه پیشنهاد قانون، نیازمند دسترسی به داده‌هایی از چهار منبع است:

الف) منابع شرعی: از قبیل آیات، روایات، آرای فقهای شورای نگهبان در باب موضوع مورد نظر و تفاسیر شرعی مرتبط.

ب) قوانین: از قبیل بانک اطلاعاتی قوانین مصوب، مقررات مرتبط (آیین‌نامه‌ها، بخشنامه‌ها،

81. Data Mining

82. Data evaluation

شیوه‌نامه‌ها و ...)، آرای وحدت رویه و عقاید علمای حقوق.^{۸۳}

ج) نیازهای جامعه: از قبیل داده‌های میدانی مانند نظرسنجی‌های عمومی، تحلیل محتوای رسانه‌ها و گزارش‌های مراکز پژوهشی و نهادهای مدنی.

د) تجارب بین‌المللی: قوانین موفق کشورهای اسلامی (مانند مالزی و اندونزی) در حوزه‌های مشابه.

هوش مصنوعی برای درک داده‌های ورودی، از روش‌ها و تکنیک‌هایی تحت عنوان «کشف دانش در پایگاه داده‌ها» (به اختصار KDD)^{۸۴} استفاده می‌کند (Fayyad et al, 1996, p.37). در گردآوری داده‌ها باید دقت بسیاری شود؛ چراکه به تعبیر نتایج پژوهش‌های شرکت کمبریج آنالیتیکا^{۸۵}، این خطر وجود دارد که با دستکاری داده‌ها، بتوان افکار عمومی را تحت‌الشعاع قرار داد (Gill, 2018, p.734).

سیستم‌های هوشمند با توجه به داده‌های ورودی، می‌توانند نقاط ضعف را شناسایی کنند؛ به‌عنوان نمونه، اگر شهروندان (از طریق داده‌های رسانه‌های اجتماعی)، خواستار بازنگری در مجازات جرائم سایبری هستند، احتمالاً بدین معناست که قوانین مذکور، بازدارندگی مطلوب را نداشته‌اند. به عقیده برخی پژوهشگران این حوزه، برای ارتقای خروجی هوش مصنوعی، تلاش‌های پیشینی (مانند نظارت بر داده‌های آموزشی و ورودی به سیستم) و پسینی (مانند تفسیر کاربر از خروجی) باید در کنار هم قرار گیرند (Pinotsis & Karanasiou, 2017, p.26).

در خصوص بهره‌مندی از تجارب سایر کشورهای اسلامی، نمونه مورد نظر، کشور مالزی است. این کشور، به‌عنوان رتبه اول در شاخص توسعه مالی اسلامی با استفاده از ارائه داده به فناوری‌های نوین مانند سکوها دیجیتال، فرایندهای قانون‌گذاری در بخش بانکداری اسلامی را تسریع نموده است.^{۸۶}

83 Legal doctrine

84. Knowledge Discovery in Databases

85. Cambridge Analytica

86. Islamic Corporation for the Development of the Private Sector Member of the Islamic Development Bank (ISDB) Group, «Launch of icd-lseg islamic finance development report 2023: navigating uncertainty», Visible at: B2n.ir/qp7316 (2025/04/30)

۲-۴. گام دوم: پیش‌پردازش داده‌ها با رویکرد فقهی - حقوقی

از آنجاکه سیستم‌های زبان طبیعی در بسیاری از اوقات با ورودی‌هایی مواجه می‌شوند که یا جدید هستند یا بعضاً ممکن است از لحاظ دستوری یا املائی نادرست باشند، بسیار اهمیت دارد که سیستم پردازش، نسبت به ورودی‌های جدید و همچنین ورودی‌های نادرست، تا حد زیادی پایدار عمل کند؛ بدین معنا که بتواند منظور اصلی گوینده را نسبت به ورودی‌های نادرست یا جدید تشخیص دهد و بر اساس منظور گوینده عمل نماید. با توجه به اینکه الگوریتم‌های یادگیری ماشین، الگوریتم‌های آماری هستند، سیستم‌های پردازش طبیعی که بر اساس الگوریتم‌های یادگیری ماشین کار می‌کنند، تا حد زیادی نسبت به سیستم‌هایی که دارای قواعدی از پیش تعیین شده هستند، پایدارترند و عملکرد بهتری دارند (انصاری، ۱۴۰۲، ص. ۵۷).

هوش مصنوعی، پس از دریافت و درک داده‌ها، سیستم با استفاده از پردازش زبان طبیعی (به اختصار NLP)^{۸۷}، متون فقهی و حقوقی را به داده‌های ساختاریافته تبدیل می‌نماید. به بیان دیگر، چون داده‌های خام ممکن است ناقص، پراکنده، یا حاوی تناقض باشند، لازم است بر اساس شاخصه‌هایی مانند میزان فوریت، تأثیر بر حقوق بنیادین و سازگاری با اصول شرعی و قانون اساسی طبقه‌بندی شوند؛ برای مثال، مفهوم «امکانات عادلانه» در قانون اساسی (اصل ۳) را به شاخصه‌هایی مانند «ضریب توزیع درآمد» یا «دسترسی به آموزش رایگان» ترجمه می‌کند.

در اینجا، غربالگری داده‌ها روی می‌دهد؛ به عنوان مثال، بر اساس اصل ۴ قانون اساسی، هر داده‌ای باید از فیلتر انطباق با موازین شرعی عبور کند. بدین منظور، داده‌های مرتبط با آزادی بیان (مذکور در داده ورودی اصل ۲۴) در تعارض با قاعده «حرمت اهانت به محترمان» قرار می‌گیرد. هوش مصنوعی با استفاده از الگوریتم‌های تشخیص تعارض، این تناقضات را شناسایی و داده‌های مغایر با قواعد آمره را حذف می‌کند. همچنین، مثلاً اگر در داده‌های ورودی، داده‌ای بر افزایش سن ازدواج دلالت کند، به دلیل تعارض با اصل «تسهیل نکاح»، سیستم به صورت خودکار هشدار داده و آن را حذف می‌نماید. افزون بر

داده‌های متعارض، پیشنهادهای غیرعملی و داده‌های ناقص نیز در این مرحله محذوف می‌گردند. باری، داده‌ها در این مرحله، به نوعی سازمان‌یافته و ساختارمند می‌گردند. باید دانست داده‌های ساختارمند، داده‌هایی هستند که می‌توانند درون یک پایگاه داده یا نوعی برنامه مدیریت داده قرار بگیرند. داده‌های ساختارمند، اغلب به‌عنوان داده‌های کمی طبقه‌بندی می‌شوند و با زبان ماشین به راحتی قابل فهم هستند. کسانی که در پایگاه‌های داده رابطه‌مند کار می‌کنند، می‌توانند داده‌های ساختارمند را به سرعت جستجو و دستکاری نمایند. این، جذاب‌ترین ویژگی داده‌های ساختاری به‌شمار می‌رود (انصاری، ۱۴۰۲، ص. ۱۷۲)؛ البته ممکن است عملیاتی کردن این مرحله برای نظام حقوقی ایران به راحتی میسر نباشد. توضیح آنکه در نظام حقوقی ایالات متحده آمریکا، سلسله مراتب هنجارها به ترتیب، رویه‌های قضایی و قانون اساسی است. پس از آن، تفاسیر رسمی دیوان عالی ایالات متحده و قوانین فدرال در مراتب مادون هنجاری قرار دارند (داوید، ۱۳۶۲، ص. ۴۱۳). در خصوص نظام حقوقی فرانسه، قانون اساسی در رأس هنجارهای حقوقی واقع شده و پس از آن، قوانین ارگانیک و معاهدات بین‌المللی قرار دارند. هنجارهای دیگر، در مراتب پایین‌تر تعریف می‌شوند (الیوت، ۱۳۸۷، ص. ۷۸-۴۹). حال آنکه در نظام حقوقی ایران، علی‌رغم منویات سیاست‌های کلی قانون‌گذاری مبنی بر مشخص شدن وضعیت سلسله مراتب هنجاری و صلاحیت نهادهای وضع قانون،^{۸۸} نسبت میان هنجارهای حقوقی و نهادهای واضع قانون، چندان مشخص نیست؛ به‌عنوان مثال، علی‌رغم آنکه شورای نگهبان «به منظور پاسداری از احکام اسلام و قانون اساسی از نظر عدم مغایرت مصوبات مجلس شورای اسلامی با آنها»^{۸۹}، بر مصوبات یادشده نظارت می‌کند و اساساً، همین

۸۸. بند ۵ سیاست‌های کلی نظام قانون‌گذاری (ابلاغی ۱۳۹۸/۷/۶ مقام رهبری): «تعیین حدود اختیارات و صلاحیت مراجع وضع قوانین و مقررات با ارائه تعریف روشن و مشخص از «قانون»، «آیین‌نامه، تصویب‌نامه و بخشنامه موضوع اصل ۱۳۸»، «قانون آزمایشی و اساسنامه موضوع اصل ۸۵»، «برنامه و خط‌مشی دولت و تصمیمات موضوع اصل ۱۳۴»، «آراء وحدت رویه و ضوابط موضوع اصل ۱۶۱» و سایر مقررات و همچنین طبقه‌بندی و تعیین هرم سیاست‌ها، قوانین و مقررات کشور بر اساس نص یا تفسیر اصول قانون اساسی حسب مورد، از طریق مجلس شورای اسلامی».

مورد کارویژه اوست، بعضاً^{۹۰} ملاحظه می‌گردد مصوبه مجلس به دلیل مغایرت با مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، توسط این شورا رد شده است.^{۹۱}

پیچیدگی امر زمانی نمودارتر می‌شود که داده‌های فقهی بر یک نظر ولی دیدگاه شورای نگهبان بر نظر دیگری استوار باشد.^{۹۲} در این موارد، ارائه داده‌های فقهی به هوش مصنوعی مبهم می‌شود و این ابهام، موانعی بر سر راه عملکرد هوش مصنوعی در امر قانون‌گذاری ایجاد می‌نماید.

با این وصف، به نظر می‌رسد به جهت عدم ایجاد تناقض و تزامم در مصوبات سایر مراجع قانون‌گذاری با مصوبات مجلس شورای اسلامی و نیز به منظور ایجاد استحکام در مصوبات مجلس، یک امر ضروری، بازتعریف صلاحیت نهادهای وضع قانون و معین نمودن جایگاه مجلس نسبت به آنها (با عنایت به اصول ۵۸^{۹۳} و ۷۱^{۹۴} قانون اساسی) می‌باشد. در این صورت است که صرف منابع مالی و انسانی برای به کارگیری هوش مصنوعی به عنوان ابزار کمکی نمایندگان مجلس، مثمرتر واقع می‌شود.

۳-۴. گام سوم: تبدیل و تحلیل داده‌ها

در مدل قانون‌گذاری مبتنی بر هوش مصنوعی، برای هر سنجه مؤثر در قانون، یک مقدار

۹۰. از این بابت گفته شده «بعضاً»، چون شورای نگهبان، رویه‌ای دوگانه در برخورد با مصوبات شورای مذکور داشته است. گاه ملاحظه می‌شود مغایرت مصوبه مجلس با مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی را به عنوان ایراد، مطرح نشده است (دریوشوند و دیگران، ۱۳۹۷، ص. ۳۳-۳۴).

۹۱. مانند نظر شماره ۵۱۵۶۴/۵۱۵۶۴ مورخ ۹۲/۳۰/۵۱۵۶۴ شورای نگهبان.

۹۲. به عنوان نمونه، اظهار نظر شورای نگهبان نسبت به «لایحه اصلاح ماده ۸۷ قانون مدیریت خدمات کشوری» ناظر بر تعطیلی روز شنبه که علی‌رغم نظر موافق بسیاری از فقها (پژوهشکده شورای نگهبان، ۱۴۰۳، نشست دوم: هوش مصنوعی و نظارت اساسی، ص. ۱۷)، شورای نگهبان آن را خلاف شرع دانست (نظر شماره ۱۰۲/۴۲۳۸۹ مورخ ۱۴۰۳/۳/۲۰).

۹۳. اصل ۵۸ قانون اساسی: «اعمال قوه مقننه از طریق مجلس شورای اسلامی است که از نمایندگان منتخب مردم تشکیل می‌شود و مصوبات آن پس از طی مراحل که در اصول بعد می‌آید برای اجرا به قوه مجریه و قضائیه ابلاغ می‌گردد».

۹۴. اصل ۷۱ قانون اساسی: «مجلس شورای اسلامی در عموم مسائل در حدود مقرر در قانون اساسی می‌تواند قانون وضع کند».

یا درجه‌ای در نظر گرفته می‌شود. به بیان دیگر، به ازای پارامترهای گوناگون مربوط به ارکان مؤثر در قانون‌گذاری، امتیاز یا عددی تعریف می‌شود. درنهایت، با محاسبه جمع آنها، مناسب‌ترین پیشنهاد استخراج می‌گردد.

محاسبه مقدار هر یک از عوامل ورودی به شکل جزئی و ارائه یک الگوی هوشمند، نیازمند تحصیل دانش خبره می‌باشد. تحلیل سیستم در داده‌های ورودی و بر اساس مؤلفه‌های تعریف‌شده برای سیستم، باعث می‌شود به هر یک از عوامل، ارزش و وزن مطابق با تعاریف قانونی‌اش داده و سپس، ارزش هر یک از متغیرها را پس از ترکیب، مورد سنجش قرار دهد تا به عنوان یک خروجی در تصمیم‌گیری عمل نماید (بوزری، ۱۴۰۲، ص ۶۵). در این مرحله، داده‌های کیفی به شکل کمی تبدیل و مبتنی بر آن، تحلیل می‌شوند؛ مثلاً امتیاز عددی مفاهیم کیفی مانند «مصلحت نظام» و «فوریت اجتماعی»، به تناسب نزدیک بودن مدلول آن به موازین اسلامی و اصول قانون اساسی، تعیین می‌شود. به همین ترتیب، نظرات کارشناسی و نظرسنجی عمومی، نیز امتیازدهی و یا اصطلاحاً وزن‌دهی می‌شوند. در تعیین درجه اهمیت داده‌ها می‌توان از سه روش استفاده نمود: الف) روش کمی: در این روش، به داده‌ها از ۰ تا ۱۰۰ نمره داده شود. این روش گرچه ارزیابی نهایی را دقیق‌تر می‌سازد؛ لکن به نظر، بسیار دشوار می‌رسد که در ارزش‌گذاری داده‌ها بتوان به صورت دقیق، عدد تعیین نمود. ب) روش کیفی: در این روش، از مفاهیم کیفی مانند خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد استفاده می‌شود. به دلیل آنکه این مفاهیم، مبهم و ناواضح هستند، در بسیاری از موارد، ارزش‌گذاری مشخصی به دست نمی‌دهند. ج) روش ترکیبی: به دلیل آنکه به کارگیری هر یک از روش‌های قبلی به تنهایی، کافی نیستند؛ بنابراین راهکاری شناور بین این دو، مورد پیشنهاد است. در این روش، به هر مفهوم کیفی، یک طیف کمی اختصاص داده می‌شود. بدین ترتیب، مفهوم «خیلی زیاد» مربوط به بازه ارزشی ۸۰ تا ۱۰۰، مفهوم «زیاد» مربوط به بازه ارزشی ۶۰ تا ۸۰، مفهوم «متوسط» مربوط به بازه ارزشی ۴۰ تا ۶۰، مفهوم «کم» مربوط به بازه ارزشی ۲۰ تا ۴۰ و مفهوم «خیلی کم» مربوط به بازه ارزشی ۰ تا ۲۰، می‌باشد. تصمیم‌گیری سیستم هوش مصنوعی در قانون‌گذاری بر حسب ارزش هر یک از داده‌ها، به الگویی بستگی دارد که کاربر سیستم برای آن تعریف کرده است. تحلیل داده‌ها در هوش مصنوعی، نیز بسته به الگوی تعریفی برای آن است. نظر بدان‌که

نظام حقوقی ایران، ریشه در فقه دارد؛ بنابراین باید الگوشناسی تعریف شده برای سیستم، فقهی - حقوقی باشد. الگوهای تقنینی، می توانند با الهام از روش اجتهاد پویا استخراج شوند. بدین معنا که هوش مصنوعی با شبیه سازی فرایند (به عنوان مثال) اجتهاد جواهری^{۹۵}، به دنبال کشف «مناط احکام» (علل شرعی قوانین) می رود؛ برای نمونه، سیستم در تدوین قانون جرائم سایبری، روایات مرتبط با «حفظ حریم خصوصی» (حدیث لاضرر) و «ممنوعیت افترا» (حدیث نهی عن الاغتیاب) را تحلیل می کند. سپس، با تطبیق این اصول بر مصادیق مدرن (مانند هک شدن اطلاعات)، پیش نویس قانونی تولید می نماید. در الگوی ارائه شده دیگر، سیستم با شبیه سازی «قیاس منصوص العله»، علت حکم شرعی را استخراج و بر مصادیق جدید تطبیق می دهد؛ به عنوان مثال، در تحلیل حرمت ربا، سیستم با استناد به «افزایش ثروت بدون تلاش»، ممکن است آن را به قراردادهای مالی نوین مانند فارکس تعمیم داده و آن را ممنوع بداند.

تحلیل داده ها، موجب می شود خروجی پیش نویس های قانونی از حداکثر سازگاری با نظام حقوقی موجود برخوردار بوده و در عین حال، (بر اساس داده های کلان ارائه شده به آن)، منافع اکثریت جامعه را نیز ملحوظ نماید. افزون بر این، تحلیل داده ها توسط هوش مصنوعی، انعطاف پذیری قوانین را برای اصلاحات بعدی، آسان تر می نماید؛ چراکه سیستم امکان این را دارد تا اثر قانون بر مکلفینش را پیش بینی نماید و با بیان اختلافات احتمالی به هنگام اجرای قانون، اصلاحات بعدی را پیشنهاد کند.

۹۵. فقه جواهری، اصول استنباط احکام شرعی مبتنی بر منابع اصیل اسلامی (کتاب و سنت) است که توسط صاحب جواهر (شیخ محمدحسن نجفی) در کتاب «جواهر الکلام فی شرح شرائع الإسلام»، پایه گذاری شد. این چهارچوب نظری با تأکید بر انضباط علمی، توجه به آرای فقهای سلف و پویایی در چهارچوب اصول فقهی شناخته می شود. اجتهاد جواهری، شیوه اجرایی چهارچوب نظری فقه جواهری است که با ویژگی هایی همچون استفاده از تمام ابزارهای اجتهادی (قرآن، سنت، عقل، اجماع) با دقت بالا و بدون تخطی از قواعد اصولی، تلفیق عقلانیت و منابع وحیانی و تأکید بر نقش زمان و مکان در استنباط احکام، به ویژه در حوزه های نوپدید مانند حقوق دیجیتال یا پزشکی، تعریف می شود (سبحانی، ۱۳۸۴، قابل مشاهده در b2n.ir/yj1782 آخرین تاریخ مشاهده: ۱۴۰۴/۲/۱۱).

۴-۴. گام چهارم: استخراج داده و ارائه پیشنهاد نهایی

داده خروجی هوش مصنوعی می‌تواند شامل چند بخش باشد: الف) بخشی که مفاد پیشنهادی (حسب مورد) قانون یا مقرر را بیان می‌کند. ب) قسمتی که عناصر و داده‌های مؤثر در متن پیشنهادی را شرح می‌دهد. ج) مقوله‌ای که عوامل مؤثر در اصلاح، الحاق و نسخ قانون و یا مقرر را بیان می‌دارد. د) بخشی که اثر قانون بر مشمولین آن در اقشار و سطوح گوناگون را پیش‌بینی می‌کند.

شکل ۱، مثال قسمت‌های مذکور را در نمونه فرضی «قانون مبارزه با سرقت ادبی در فضای مجازی»، به شکل مختصر، نشان می‌دهد.



شکل شماره ۱: نمونه فرضی و مختصر خروجی هوش مصنوعی

توجه به این مهم ضروری است که حتی اگر هوش مصنوعی، قوانینی منطبق با شرع پیشنهاد دهد، پذیرش آن به عنوان سند قانونی، مستلزم تصویب مجلس و متعاقباً تأیید شورای نگهبان است؛ بنابراین، هوش مصنوعی صرفاً به عنوان ابزار کمکی برای تحلیل داده‌ها یا پیشنهاد اولیه عمل می‌کند؛ نه جایگزین فرایند قانون گذاری و یا قانون گذار. از دیگر سو، پذیرش قوانین مبتنی بر پیشنهادهای هوش مصنوعی توسط مردم و نهادهای منوط به اثبات دقت، بی طرفی و تطابق آن با ارزش های بومی است؛ بنابراین، به نظر می رسد معرفی هوش مصنوعی به مثابه ابزار مستقل قانون گذاری، حداقل در بازه زمانی کنونی، با استقبال مردم مواجه نشود. با این اوصاف، اهتمام بر شفاف سازی فرایند تصمیم گیری مدل هوش مصنوعی و مشارکت فقها و حقوق دانان در ارتقای آن، به افزایش اعتماد عمومی به قوانین مبتنی بر پیش نویس های پیشنهادی هوش مصنوعی، یاری رساند.

۴-۵- گام پنجم: ارزیابی توسط نهادهای ذیصلاح

مسئله به سبب منتفی بودن خودمختاری و تأثیر تعصبات ذاتی انسانی در هوش مصنوعی، احتمال بروز تبعیض در تصمیم گیری های آن، ضعیف می باشد؛ اما به هر روی، هوش مصنوعی، یک علم نوپاست و تبدیل پیشنهادهای ولو مترقی، به عمل، نیازمند دخالت عامل انسانی و در نظرگیری ملاحظات اخلاقی و فرهنگی است (Gill, 2018, p.733). از این رو، پیشنهادهای هوش مصنوعی برای آنکه به قانونی مدون و قابل اجرا مبدل شوند، نیازمند بررسی در صحن علنی مجلس و مذاکره نمایندگان پیرامون آن هستند تا با مقتضیات حقوقی، اجتماعی، فرهنگی و امنیتی، قابلیت تطابق حداکثری یابند.

علاوه بر این، طرفداران استفاده از هوش مصنوعی در قانون گذاری اذعان دارند که باید خروجی هوش مصنوعی، ارزیابی شود. در عین حال، اتکای دولت به این فناوری، باید با خوش بینی سنجیده همراه باشد؛ چراکه هوشمندتر کردن دولت، کارآمدتر و عادلانه تر کردن تصمیمات آن در عصر کنونی، در گرو این فناوری نیز هست (Coglianese & Lehr, 2017, p.1147). بدین ترتیب، به منظور بهره مندی عملی از پیش نویس های تولید شده توسط هوش مصنوعی، علاوه بر مذاکره و تصمیم گیری در مورد متون ارائه شده در صحن علنی مجلس،

لازم است دو نوع نظارت بر مصوبات یادشده انجام پذیرد: نظارت پیشینی و نظارت پسینی. الف) نظارت پیشینی: در این نظارت، پیش‌نویس‌های مذکور از نظر عدم مغایرت با موازین اسلامی توسط فقهای شورای نگهبان و از حیث عدم مخالفت با قانون اساسی و اصول حقوقی، مشروعیت و کارآمدی، توسط نهادهای ذیصلاح بررسی می‌شوند. در صورت مغایرت پیش‌نویس با موازین شرعی، سیستم با دریافت بازخورد از فقهای شورای نگهبان، مؤلفه‌های خود را به‌روزرسانی می‌کند؛ برای مثال، اگر ماده‌ای از قانون حمایت از کودکان، به دلیل تعارض با «حق ولایت پدر» رد شود، هوش مصنوعی با افزودن تبصره‌ای مبتنی بر ماده ۱۱۸۰ قانون مدنی، پیشنهاد را اصلاح می‌نماید. پس از بررسی اولیه، به شیوه معمول قانون‌گذاری، نهادهای قانون‌گذار مبادرت به تدوین قانون (منتها بر مبنای پیشنهادهای ارائه‌شده توسط هوش مصنوعی) می‌نمایند. بر اساس چنین اظهار نظراتی، الگوهای وزن‌دهی به داده‌ها نیز تغییر می‌نماید.

ب) نظارت پسینی: گفته شد آسیب‌های اصلاحیه‌ها و الحاقیه‌های مکرر به قوانین، سبب می‌شود تا قوانین از ویژگی پیش‌بینی‌پذیری تهی شوند و مخاطبان قوانین، قادر نباشند رفتار خود را با قوانین همسو سازند. از دیگرسو، پیش از این آمد، هوش مصنوعی بر اساس داده‌های ورودی و الگوی ارائه‌شده بدان، تصمیم‌گیری می‌نماید؛ ازاین‌رو، جهت اعمال نظارت پسینی، لازم است بازتاب‌های اجرای قوانین (که بر مبنای پیش‌نویس هوش مصنوعی نوشته شده‌اند) به هوش عرضه شود تا آنها ارزیابی کند. در این‌صورت، خلأهای اجرایی و یا مشکلات آن (مانند عدم تأمین بودجه، تبعات فرهنگی نامطلوب قانون و ...) شناسایی می‌گردند و در اصلاح قانون و نیز نگارش قوانین بعدی، مؤثر خواهند بود. در این‌صورت، قوانین از اتقان و استحکام بیشتری برخوردار می‌گردند. نتیجه این ارزیابی‌ها، می‌تواند به‌صورت خودکار به کمیسیون‌های تخصصی نهاد قانون‌گذار (مانند مجلس شورای اسلامی و ...) ارسال شوند تا در تصمیم‌گیری‌های خود (ضمن مذاکرات و کمیسیون و یا صحن مجلس) ملحوظ نمایند.

همچنین، برخی از بسترها در فضای مجازی، امکاناتی برای شهروندان فراهم می‌کند تا آنان، بازخوردهای خود نسبت به قوانین مصوب را مطرح نمایند. نظرهای مردم، به‌وسیله

تحلیل‌های هوش مصنوعی در تصمیم‌گیری‌ها مؤثر است و در چرخه سیاست‌گذاری عمومی لحاظ می‌شود^{۹۶} (Koryzis et al, 2013: 1-3). این مورد، خود می‌تواند مصداقی برای نظارت پسینی تلقی شود.

باری، با گسترش استفاده از هوش مصنوعی در بخش دولتی، شفافیت در راستای افزایش سطح اطمینان شهروندان افزایش می‌یابد؛ باوجوداین، نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد، تنها تعداد اندکی از کشورها ابزار سیاستی (مانند قانون، استانداردها و دستورالعمل‌ها) برای حمایت از نهادهای دولتی در چگونگی و چرایی استفاده از هوش مصنوعی دارند (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۴۰۳، ص. ۲۳). در خاتمه شایان بیان است، نظر به ماهیت مرکب هوش مصنوعی، اجرای گام‌های یادشده، بیش از آنکه موضوعی حقوقی باشد، امری میان‌رشته‌ای محسوب می‌شود؛ براین اساس، قانون‌گذاری به کمک هوش مصنوعی، مسئله‌ای صرفاً حقوقی نیست و به رایزنی پژوهشگران چندین رشته علمی مرتبط وابستگی دارد.

نتیجه‌گیری

هوش مصنوعی با قابلیت تحلیل کلان‌داده‌ها، می‌تواند به‌عنوان یک «دستیار حقوقی پیشرفته» در خدمت مجلس قرار گیرد. برآیند نوشتار حاضر نشان می‌دهد، هوش مصنوعی نه تنها تهدیدی برای قانون‌گذاران نیست بلکه با درنظرگیری همه‌جانبه عوامل مؤثر در قانون‌گذاری، از گرفتاری قانونگذار در دام سلیقه‌گرایی سیاسی، جلوگیری می‌نماید. افزون‌براین، به‌کارگیری فناوری و سیستم‌های هوشمند، منجر به صرفه‌جویی در زمان، هزینه و نیروی انسانی و درنتیجه بهبود فرایند قانون‌گذاری و کارایی آن می‌شود. دراین میان، به‌منظور بهره‌وری حداکثری از قابلیت‌های یادشده رعایت اصول و بایسته‌های ضروری است؛ ازجمله: کیفیت داده‌های ورودی، شفافیت فرایند پردازش، محدود بودن پردازش به اهداف و هماهنگی با موازین فقهی، حقوقی، فرهنگی و امنیتی. این پژوهش با تلفیق یافته‌های علم حقوق و فناوری، سعی در ارائه الگویی نوین برای

قانون‌گذاری به کمک هوش مصنوعی داشت. الگوی مورد پیشنهاد برای قانون‌گذاری به کمک هوش مصنوعی، در پنج گام بررسی شد:

گام اول: گردآوری داده‌ها با تکیه بر منابع چندلایه؛

گام دوم: پیش‌پردازش داده‌ها با رویکرد فقهی - حقوقی؛

گام سوم: تبدیل و تحلیل داده‌ها؛

گام چهارم: استخراج داده و ارائه پیشنهاد نهایی؛

گام پنجم: ارزیابی توسط نهادهای ذی‌صلاح.

نیز، ثابت شد که فناوری، در خدمت حقوق، می‌تواند عرصه‌ی جدیدی از اجتهاد را رقم بزند که مجلس قانون‌گذاری با دستیاری آن، همسو با آرمان‌های نظام اسلامی باشد، بر اساس داده‌های عینی (و نه ترجیحات فردی) تصمیم بگیرد و درنهایت، شفافیت قانون‌گذاری را محقق سازد.

پیشنهادهای

در راستای اعمال هرچه بهتر نتایج پژوهش، موارد ذیل پیشنهاد می‌شود:

- ۱- به نظر می‌رسد با توجه به ماهیت مرکب هوش مصنوعی، هم‌افزایی کارشناسان خبره فناوری و حقوقی بیش از پیش تقویت شود. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (به‌عنوان بازوی پژوهشی و اطلاعاتی مجلس) می‌تواند با بهره‌مندی از حضور متخصصان امر، فرصت این تعامل را فراهم سازد. علاوه‌براین، به منظور پیشگیری از سوءاستفاده از داده‌های حساس در فرایند قانون‌گذاری، ضمن تدوین سند اخلاقی و فرهنگ‌سازی، ضمانت اجراهای مؤثر تعیین گردد.
- ۲- به جهت عملکرد بهتر هوش مصنوعی در منصب دستیار نمایندگان، بهتر است حدود صلاحیت مراجع واضع قوانین، تعیین شده و سلسله مراتب میان سیاست‌ها، قوانین کشور، به‌طور مشخص تبیین گردد.
- ۳- افزون‌براین، تمرکز نوشتار حاضر، بر سازوکارهای قانون‌گذاری به کمک هوش مصنوعی با فرض استفاده صحیح و سازنده از هوش مصنوعی بود. ناگفته پیداست که

ممکن است بشر، از این قابلیت (به مثابه دیگر دستاوردهایش مانند آتش) سوءاستفاده نماید. در اینجا، مسئولیت سازنده، برنامه‌نویس و دارنده هوش مصنوعی و متعاقباً، مقررگذاری بر عملکرد هوش مصنوعی به میان می‌آید و می‌تواند حسب مورد، فرصت پژوهش دیگر پژوهشگران باشد. همچنین، چون هوش مصنوعی قادر است به جای اطلاعات صحیح، اطلاعات موهوم به افراد و نهادها ارائه کند و آنها را به سمت مسیر غلط رهنمون سازد؛ شیوه‌های جلوگیری از بروز چنین وضعیتی، می‌تواند موضوع پژوهش میان‌رشته‌ای باشد.

کتابنامه

- اجاقی، حامد؛ سلیمانی روزبهانی، فاطمه و ظهوریان نادعلی، ایمان (۱۴۰۳). دکترین هنجارگذاری و تنظیم‌گری هوش مصنوعی. فصلنامه حقوق و دولت، دوره پنجم، شماره ۱.
- الیوت، کاترین (۱۳۸۷). نظام حقوقی فرانسه؛ ترجمه صفر بیگزاده. تهران: سمت.
- انصاری، باقر (۱۴۰۲). حقوق داده‌ها و هوش مصنوعی (مفاهیم و چالش‌ها). تهران: شرکت سهامی انتشار.
- بوذری، مهرنوش (۱۴۰۲). حقوق و هوش مصنوعی. تهران: میزان.
- پژوهشکده شورای نگهبان (۱۴۰۳). سلسله نشست‌های هوش مصنوعی و حقوق اساسی (نشست اول: هوش مصنوعی و قانون‌گذاری). تهران: پژوهشکده شورای نگهبان.
- پژوهشکده شورای نگهبان (۱۴۰۳). سلسله نشست‌های هوش مصنوعی و حقوق اساسی (نشست دوم: هوش مصنوعی و نظارت اساسی). تهران: پژوهشکده شورای نگهبان.
- حسینی یزدی، سیدمحمدحمید (۱۳۹۷). آسیب‌شناسی فرایند قانون‌گذاری در قوه مقننه جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر اصل کارآمدی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- داوید، رنه (۱۳۶۲). نظام‌های بزرگ حقوقی معاصر؛ ترجمه حسین صفایی، محمد آشوری و عزت‌الله عراقی. تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- درویشوند، ابوالفضل؛ فضائی، احمد و اسمعیلی گیوی، حمیدرضا (۱۳۹۷). بررسی جایگاه مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی در نظرات شورای نگهبان. فصلنامه دانش حقوق عمومی، شماره ۲۱.

- سبحانی، جعفر (۱۳۸۴). نقش زمان و مکان در استنباط. *فقه اهل بیت*، شماره ۴۳.
- غمامی، سیدمحمد مهدی (۱۴۰۳). سخن سردبیر: مقدمه‌ای بر چرایی قانون‌گذاری هوش مصنوعی. *فصلنامه حقوق و دولت*، سال پنجم، شماره ۱.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۴۰۳). *بررسی گزارش شاخص دولت دیجیتال ۲۰۲۳ در کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی (OECD)*. شماره مسلسل: ۲۰۴۷۳.
- هاشمی، سیدحسین (۱۴۰۳). کنترل یا نوآوری؛ الزامات حقوقی سیاست‌های تنظیمی در زمینه هوش مصنوعی. *فصلنامه حقوق و دولت*، سال پنجم، شماره ۱.
- هاشمی، سیدمحمد (۱۴۰۲). *حقوق اساسی جمهوری اسلامی ایران*. تهران: نشر میزان.
- Coglianesi, Cary & Lehr, David (2017). "Regulating by Robot: Administrative Decision Making in the Machine-Learning Era". *Georgetown Law Journal*, No. 105.
- Fayyad, Usama; Piatetsky-Shapiro, Gregory & Smyth, Padhric (1996). "From Data Mining to Knowledge Discovery in Databases". *AI Magazine*, Vol. 17, No. 3.
- Gill, Karamjit S. (2018). "Data to decision and judgment making a question of wisdom". *IFAC papers online*, Vol 5., No. 130.
- Inter-parliamentary Union (2019). *Innovation Tracker*, Issue 1.
- Koryzis, Dimitris; Fitsilis, Fotios & Scheffbeck, Günther (2013). "Moderated Policy Discourse vs. Non-moderated Crowdsourcing in Social Networks – a Comparative Approach", Conference: Proceedings of the 16th International Legal Informatics Symposium, At: Salzburg, Austria, Vol. Jusletter IT.
- Kumayama, Ken D.; Levi, Stuart D. & Ridgway, William E. (2025). *US Federal Regulation of AI Is Likely To Be Lighter*, but States May Fill the Void, Lexology.
- Monarch, Robert & Munro, Robert (2021). *Human-in-the-Loop Machine Learning: Active Learning and Annotation for Human-centered AI*. New York: Simon and Schuster.
- Nilsson, Nils J. (2009). *The Quest for Artificial Intelligence*. England: Cambridge University Press.
- Norvig, Peter & Russell, Stuart (2009). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. 3rd edition. UK: Pearson.
- Palmirani, Monica; Francesco Bresciani, Pier; Bomprezzi, Chantal & Gatti, Franco (2024). *Report on AI in Parliamentary Context I* (Final Draft). University of Bologna.
- Pasick, Adam (2023). *Artificial Intelligence Glossary: Neural Networks and Other Terms Explained*. The New York Times.
- Pinotsis, Dimitris A. & Karanasiou, Argyro P. (2017). "A Study into the Layers of Automated Decision Making: Emergent Normative and Legal Aspects of Deep Learning". *International Review of Law Computers & Technology*, Vol. 2.
- Saari, Muthanna (2020). "Conceptualising the Application of AI and Machine Learning in the Parliament of Malaysia's Parliamentary questions". *International Journal of*

- Law Government and Communication*, No. 5(20).
- Schwab, Klaus (2017). *Shaping the Fourth Industrial Revolution*, Sweden: Portfolio Penguin.
- Shaw, J. C.; Simon, Herbert A. & Newell, Allen (1956). "The Logic Theorist, Proceedings of the Western Joint Computer Conference". *Presented at Los Angeles*, Calif. No. 6-8.
- Simon, Herbert A. (1957). *Models of Man: Social and Rational*. New York: John Wiley & Sons.
- Stranieri, Andrew & Zeleznik, John (2006). "Knowledge Discovery From Databased-Using Neural Networks and Data Mining to Build Legal Decision Support Systems, Information Technology and Law, Lawyers". Vol. 81.
- Turing, Alan Mathison (1950). Computing Machinery and Intelligence, *Mind*, No. 236.

بازخوانی اصول قرآنی آزادی بیان و تطبیق آن با اخلاق رسانه‌ای نوین

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۲۱

هاجر باختری ابراهیم سرایی^۱

چکیده

آزادی بیان به‌عنوان یکی از حقوق بنیادین بشر، در قرآن کریم با چهارچوب‌های اخلاقی و مسئولیت‌آفرین تبیین شده است. این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی و با استناد به آیات قرآن و روایات معتبر، به بازخوانی مبانی قرآنی آزادی بیان و تطبیق آن با الزامات اخلاق رسانه‌ای در عصر حاضر می‌پردازد. یافته‌ها نشان می‌دهد که قرآن کریم ضمن به‌رسمیت شناختن حق ابراز نظر، بر محدودیت‌های اخلاقی (مانند پرهیز از افترا، توهین به مقدسات و اشاعه اکاذیب) و مسئولیت‌های اجتماعی (از جمله رعایت حریم خصوصی، حفظ کرامت انسانی و تقویت همبستگی جامعه) تأکید دارد. در بخش تطبیقی پژوهش، نشان داده می‌شود که چگونه این اصول قرآنی می‌تواند به‌عنوان چهارچوبی نظری برای مواجهه با چالش‌های اخلاقی رسانه‌های نوین (مانند انتشار اخبار جعلی، نقض حریم خصوصی در فضای مجازی و گفتارهای تنش‌زا) عمل کند. این مقاله با ارائه الگویی قرآن‌محور از آزادی بیان مسئولانه، پیشنهاد می‌کند که نظام‌های رسانه‌ای معاصر می‌توانند با تلفیق این اصول دینی و استانداردهای حرفه‌ای روز، به تعادلی پایدار بین آزادی بیان و اخلاق عمومی دست یابند.

واژگان کلیدی

آزادی بیان، اخلاق رسانه‌ای، قرآن کریم، مسئولیت اجتماعی، فضای مجازی، اصول قرآنی.

۱. استادیار گروه معارف اسلامی، دانشکده غیرانتفاعی رفاه، تهران، ایران

مقدمه

آزادی بیان در منظومه فکری اسلام، به عنوان یک حق اساسی برای افراد شناخته می‌شود و اجازه می‌دهد افراد نظرها، افکار و احساسات خود را بدون ترس از سرکوب یا مجازات بیان کنند. آزادی بیان نه تنها به عنوان یک حق فردی بلکه به عنوان عنصری کلیدی در ترویج مردم‌سالاری و مشارکت اجتماعی است. اسلام آزادی بیان را تشویق می‌کند، به شرطی که این آزادی، به حقوق دیگران آسیب نرساند و منجر به فساد، تفرقه افکنی، یا توهین به مقدسات و ارزش‌های دینی نشود. قرآن کریم به عنوان سند الهی مسلمانان، هم بر حق آزادی بیان تأکید دارد و هم حدود و ثغور آن را مشخص نموده است.

آزادی بیان با مسئولیت و احترام به حقوق دیگران همراه است. آزادی بیان نه تنها به حق ابراز نظر اشاره دارد بلکه نیازمند تعادل میان حقوق فردی و حفظ نظم عمومی است. همچنین، فرهنگ و جامعه نیز نقش مهمی در شکل‌دهی به نحوه بیان نظرات ایفا می‌کند. به همین دلیل، درک و احترام به چهارچوب‌های اخلاقی و قانونی در بیان عقاید ضروری است تا فضایی سالم و سازنده برای گفتگو و تبادل نظر فراهم شود. با این حال، این حق با چالش‌ها و محدودیت‌هایی مواجه است که می‌تواند تأثیرات منفی بر جامعه و روابط انسانی بگذارد. در بسیاری از کشورها، آزادی بیان تحت تأثیر قوانین و مقرراتی قرار دارد که به دلایل امنیت عمومی، حفظ نظم اجتماعی و احترام به حقوق دیگران وضع شده‌اند. باید در نظر داشت، آزادی بیان به معنای بیان هرگونه نظری نیست.

در عصر حاضر، رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی به مهم‌ترین بسترهای اعمال آزادی بیان تبدیل شده‌اند. گسترش فزاینده این رسانه‌ها از یک سو فرصت‌های بی‌سابقه‌ای برای تبادل افکار ایجاد کرده و از سوی دیگر چالش‌های اخلاقی جدیدی پدید آورده است. انتشار اخبار نادرست، نقض حریم خصوصی افراد و گفتارهای تفرقه‌انگیز از جمله این چالش‌ها محسوب می‌شوند؛ بنابراین، مسئله اصلی این است که چگونه می‌توان از آزادی بیان به طور مؤثر و مسئولانه استفاده کرد، به طوری که حقوق دیگران نقض نشود و جامعه به سمت گفت‌وگو و تفاهم پیش برود.

بیان، پل ارتباطی بین انسان‌هاست. از طریق بیان، افکار، احساسات، نیازها و خواسته‌ها

با دیگران به اشتراک گذاشته می‌شود و درک متقابل ایجاد می‌گردد. اهمیت بیان در زندگی فردی و اجتماعی بسیار زیاد است و بر جنبه‌های مختلف زندگی تأثیر می‌گذارد. قرآن کریم با آیاتی همچون «وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ» (سوره اعراف: آیه ۱۵) و «وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ» (سوره نحل: آیه ۱۲۵)، اصول حاکم بر آزادی بیان مسئولانه را ترسیم نموده است. از منظر قرآن، آزادی بیان مطلق نیست و باید در چهارچوب ارزش‌های اخلاقی و با رعایت حقوق دیگران اعمال شود. این نگاه متوازن می‌تواند پاسخگوی بسیاری از چالش‌های اخلاقی رسانه‌های امروز باشد.

روایات معصومین(ع) نیز بر اهمیت مسئولیت‌پذیری در بیان تأکید دارند؛ به عنوان نمونه، حدیث گرانقدر امام جواد(ع) که می‌فرماید: «مَنْ أَصْغَى إِلَى نَاطِقٍ فَقَدْ عَبْدَهُ فَإِنْ كَانَ النَّاطِقُ عَنِ اللَّهِ، فَقَدْ عَبْدَ اللَّهَ وَإِنْ كَانَ النَّاطِقُ يَنْطِقُ عَنْ لِسَانِ إِبْلِيسَ فَقَدْ عَبْدَ إِبْلِيسَ»؛ کسی که به گوینده‌ای گوش فرامی‌دهد، او را پرستش کرده است؛ بنابراین اگر او از خدا سخن می‌گوید، درواقع خدا را پرستش کرده است و اگر از زبان ابلیس، سخن می‌گوید، ابلیس را مورد ستایش قرار داده است (ابن شعبه حرانی، ۱۳۷۷، ج ۲، ص ۳۳۲). سخن هر فرد، صرف‌نظر از ماهیت آن، تأثیر خاص خود را بر جای می‌گذارد و گوش سپردن به اظهارات دیگران غالباً با تأثیرگذاری آن بر درک و احساسات افراد همراه است و از آنجاکه اهداف سخنگویان مختلف است، جمعی سخنگوی حَقِّد و جمعی دیگر، سخنگوی باطل و ناروا؛ خضوع در برابر هر کدام از این دو گروه، یک نوع کرنش و پرستش است، چون روح پرستش‌چیزی جز تسلیم نیست؛ بنابراین آنان که به سخنان حق گوش می‌دهند، پرستندگان حَقِّد و آنان که به سخن گویان ناحق و باطل گوش فرامی‌دهند، پرستندگان باطلند. پس لازم است از رونق دادن محفل سخنگویان باطل پرهیز نمود و اجازه نداد که سخنان واهی آنان از مجرای گوش به اعماق دل و جان انسان برسد (قاسمی، ۱۴۰۱، ج ۲، ص ۱۵۱۳). این روایت نشان‌دهنده تأثیر عمیق سخن و مسئولیت سنگین گوینده و شنونده است و بیان می‌کند که چگونه بیان و شنیدن سخن می‌تواند جنبه تقدس یابد.

گوش، یکی از راه‌های ورودی ذهن و دل است. اگر به روی سخنان حکیمانه و حرف‌های حق گشوده شود، در دل و ذهن انسان اثر مثبت و آموزشی و تربیتی دارد؛ اما اگر به روی

حرف‌های باطل و زشت و انحرافی باز شود، انسان را به بیراهه و انحراف می‌کشاند. تأثیر سخن‌گوینده تا حدی است که امام جواد(ع) از آن به «پرستیدن» یاد کرده است. حضرت علی (ع) نیز فرموده است: «السامعُ شریکُ القائل»؛ شنونده، شریک گوینده است (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ق، حدیث ۵۱۸) که بیانگر مسئولیت مشترک گوینده و شنونده در قبال محتوای بیان شده است. این آموزه‌ها برای عصر حاضر که رسانه‌ها نقش محوری در انتقال پیام دارند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

این پژوهش با روش کتابخانه‌ای و تحلیل محتوای منابع دینی و رسانه‌ای، در پی پاسخ به این پرسش است که چگونه می‌توان اصول قرآنی آزادی بیان را در عرصه رسانه‌های نوین به کار بست؟ فرضیه پژوهش بر این است که تلفیق اصول قرآنی با استانداردهای حرفه‌ای رسانه‌ها می‌تواند الگویی متعادل برای آزادی بیان مسئولانه ارائه دهد. نوآوری این پژوهش در ارائه مدلی کاربردی شامل: ۱) اصول قرآنی حاکم بر آزادی بیان؛ ۲) چالش‌های اخلاقی رسانه‌های نوین و ۳) راهکارهای عملی برای تطبیق این دو حوزه است.

مفهوم‌شناسی بیان

واژه «بیان» به عنوان مفهومی محوری در گفتمان قرآنی، از دیرباز مورد توجه علمای لغت و مفسران قرآن بوده است. واژه «بیان» در زبان عربی از ریشه «ب ی ن» مشتق شده که دو مفهوم محوری را در خود جای داده است: ۱. مفهوم مکانی-فضایی: دلالت بر جدایی، فاصله و عمق دارد و ۲. مفهوم معرفتی: اشاره به وضوح، آشکاری و روشنگری می‌کند. این دووجهی بودن در کاربردهای مختلف واژه کاملاً مشهود است: در بعد مکانی: «بین» به معنای جدایی و «بینونة» به حالت مفارقت اشاره دارد. در بعد معرفتی: «أبان» و «استبان» بر فرایند کشف و ادراک حقیقت دلالت می‌کنند (جر، ۱۳۹۱، ص. ۲۹۹).

لغت‌شناسان برجسته اسلامی هر یک از زاویه‌ای خاص به تبیین این مفهوم پرداخته‌اند. راغب اصفهانی در مفردات خود، بیان را فرایندی فراتر از سخن گفتن معمولی می‌داند که خاص انسان است و شامل هرگونه آشکارسازی می‌شود. از دیدگاه وی، بیان صرفاً محدود به گفتار نیست

بلکه هرگونه کاشفیت از حقایق را دربرمی‌گیرد (راغب اصفهانی، ۱۴۱۶ق، صص. ۶۸-۶۹).

زمخشری در اساس البلاغه، این مفهوم را از منظر دیگری بررسی کرده و بر جنبه‌های مختلف آن تأکید می‌ورزد. از نگاه او، ریشه «بان» هم به معنای جدایی و فاصله (مانند بئر بیون به معنای چاه بسیار عمیق) و هم به معنای وضوح و روشنی (مانند أبان و استبان) به کار رفته است. در حوزه مکان‌نگاری: «بئر بیون»: چاه بسیار عمیق که نشان‌دهنده بعد عمودی فاصله است؛ «بین» (به فتح باء): مساحت گسترده زمین به اندازه میدان دید انسان؛ و در شعر قدیم: «ذلک البینا» به فاصله‌ای دور و صعب‌العبور اشاره دارد.

در حوزه کیفیات: «طول بائن» و «نخلة بائنة»: بیانگر امتداد و بلندی در بعد افقی؛ «قوس بائن»: کمانی که زه آن از کمان جدا شده، نشان‌دهنده جدایی کامل.

در حوزه انسانی: «رجل أبین المرفق»: توصیف فردی با استخوان‌بندی برجسته؛ «رجال بین المرافق»: جمعی با ویژگی‌های جسمانی ممتاز (زمخشری، ۱۴۱۹ق، ج ۱، ص. ۸۸). این دوگانگی معنایی نشان‌دهنده عمق این مفهوم در زبان عربی است.

ابن فارس نیز در مقاییس اللغة با نگاهی نظام‌مند، دو محور اصلی برای این واژه قائل شده است: بعد مکانی (به معنای دوری و جدایی) و بعد معرفتی (به معنای کشف و آشکارسازی) (ابن فارس، بی‌تا، ج ۱، ص. ۳۲۷-۳۲۸). این نگاه جامع، زمینه‌ساز درک عمیق‌تر از کاربردهای قرآنی این مفهوم شده است.

مشتقات این واژه در قرآن کریم نشان‌دهنده اهمیت بنیادین آن در گفتمان قرآنی است (قرشی، ۱۳۵۲، ج ۱-۲، ص. ۲۵۷).

کاربردهای این مفهوم در قرآن را می‌توان در سه حوزه اصلی دسته‌بندی کرد:

نخست، حوزه وحیانی که در آن بیان به عنوان ابزار تبیین آیات الهی مطرح شده است. آیاتی مانند «هذا بیان للناس و هدی» (سوره آل عمران: آیه ۱۳۸) «انظر کیف تبین لهم الایات» (سوره مائده: آیه ۷۵)، «خلق الانسان علمه البیان» (سوره الرحمن: آیه ۴)، «ثم انّ علینا بیان» (سوره قیامه: آیه ۱۹)، به وضوح این نقش را نشان می‌دهند.

دوم، حوزه تکوینی که در آن نظام نشانه‌های طبیعی به عنوان بیانات الهی در نظر گرفته می‌شوند. این نگاه، جهان هستی را به مثابه کتابی از آیات الهی تفسیر می‌کند. «انّ فی خلق

السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْفُلُكِ الَّتِي تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِمَا يَنْفَعُ النَّاسَ وَمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ مَاءٍ فَأَحْيَا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا وَبَثَّ فِيهَا مِنْ كُلِّ دَابَّةٍ وَتَصْرِيفِ الرِّيَّاحِ وَالسَّحَابِ الْمُسَخَّرِ بَيْنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ لآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَعْقِلُونَ؛ بی‌تردید در آفرینش آسمان‌ها و زمین و رفت و آمد شب و روز و کشتی‌هایی که در دریاها [با جابجا کردن مسافر و کالا] به سود مردم روانند و بارانی که خدا از آسمان نازل کرده و به وسیله آن زمین را پس از مردگی‌اش زنده ساخته و در آن از هر نوع جنبنده‌ای پراکنده کرده و گرداندن باده‌ها و ابر مسخر میان آسمان و زمین، نشانه‌هایی است [از توحید، ربوبیت و قدرت خدا] برای گروهی که می‌اندیشند (سوره بقره: آیه ۱۶۴).

سوم، حوزه اجتماعی که در آن بیان به‌عنوان مسئولیتی اخلاقی در قبال جامعه مطرح شده است. در این حوزه، بیان نه‌تنها یک حق بلکه تکلیفی است که باید با مسئولیت‌پذیری همراه باشد. آیه‌ای که در آن واژه «بیان» به‌طور مستقیم و آشکار به‌عنوان مسئولیت اخلاقی (به‌ویژه مسئولیت تبیین حقیقت و عدم کتمان آن) مطرح می‌شود، آیه ۱۸۷ سوره آل عمران است: «وَإِذْ أَخَذَ اللَّهُ مِيثَاقَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ لَتُبَيِّنَنَّهُ لِلنَّاسِ وَلَا تَكْتُمُونَهُ فَنَبَذُوهُ وَرَاءَ ظُهُورِهِمْ وَاشْتَرَوْا بِهِ ثَمَنًا قَلِيلًا فَبُئْسَ مَا يَشْتَرُونَ»؛ و (به یاد آر) زمانی را که خدا از کسانی که به آنها کتاب (تورات و انجیل) داده شده بود، پیمان گرفت که آن را (احکام و حقایق آن را) برای مردم آشکار سازید (لَتُبَيِّنَنَّهُ) و کتمان نکنید (وَلَا تَكْتُمُونَهُ)؛ ولی آنها آن را پشت سر انداختند و به بهای اندکی فروختند. چه بد چیزی می‌خریدند! (سوره آل عمران: آیه ۱۸۷).

در این آیه، خداوند از اهل کتاب (یهود و نصاری) پیمان می‌گیرد که حقایق و احکام کتاب آسمانی خود را به مردم «تبیین» (آشکار و روشن) کنند و آن را کتمان نکنند. این «تبیین» و «عدم کتمان» یک مسئولیت اخلاقی و دینی بسیار مهم است. این آیه به‌وضوح بیان می‌کند که کسانی که علم و دانش الهی (کتاب) به آنها داده شده است، وظیفه اخلاقی دارند که این علم را به روشنی برای مردم بیان کنند و از پنهان کردن آن پرهیز نمایند. این مسئولیت شامل تبیین احکام، بشارت‌های مربوط به پیامبران بعدی، و هر حقیقتی است که در کتاب‌های الهی آمده است. عمل نکردن به این مسئولیت (کتمان حقیقت) به‌شدت مورد مذمت قرار گرفته است.

در این راستا می‌توان دلالت‌های مهمی برای عصر حاضر و به‌ویژه حوزه رسانه از این بحث لغت‌شناسی استخراج کرد. نخستین و مهم‌ترین دلالت، مسئولیت ذاتی هرگونه آشکارسازی است. از منظر قرآنی، بیان صرفاً انتقال اطلاعات نیست بلکه همراه با مسئولیت در قبال محتوا و اثرهای اجتماعی آن است.

دومین دلالت، التزام به صداقت و پرهیز از ابهام‌سازی است. همان‌گونه که واژه بیان در لغت به‌وضوح و روشنی دلالت دارد، در حوزه رسانه نیز باید بر صراحت و شفافیت تأکید شود. سومین دلالت، تناسب پیام با مخاطب است. همان‌گونه که بیان در لغت خاص انسان دانسته شده، در حوزه رسانه نیز باید به ویژگی‌های مخاطبان و زمینه اجتماعی توجه ویژه داشت.

از بررسی آیات فوق می‌توان دریافت، قرآن کریم با دو رویکرد مکمل به مسئله بیان توجه کرده است: الف) رویکرد اثباتی: تأکید بر حق بیان و اظهارنظر در آیاتی مانند «وَأْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ» (سوره لقمان: آیه ۱۷)؛ ب) رویکرد تحدیدی: تعیین حدود اخلاقی در آیاتی مانند «وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ» (سوره اسراء: آیه ۵۳).

این دوگانگی ظاهری در واقع نشان‌دهنده نگاه متعادل اسلامی به آزادی بیان است که هم از حق ابراز نظر دفاع می‌کند و هم مسئولیت‌های اجتماعی آن را یادآور می‌شود.

بررسی تاریخی مواجهه ائمه (ع) با مسئله آزادی بیان نشان‌دهنده الگویی متکامل است؛ به‌طورمثال حضرت امیرالمؤمنین (ع)، در دوره حکومت خود نه‌تنها آزادی بیان را محدود نکرد بلکه با صراحت بر گسترش این آزادی تأکید ورزید و فرمود:

«... لا تكلموني بما تكلم به الجبابة و لا تتحفظوا مني بما يتحفظ به عند اهل البادية و

لا تخالطوني بالمصانعة و لا تظنوا بي استئثالا في حق قيل لي...؛ آن‌سان که با جباران سخن می‌گویند با من سخن مگویید و از من پنهان مدارید آن چه را از مردم خشمگین به هنگام خشمشان پنهان می‌دارند. همچنین به چاپلوسی و تملق با من رفتار نکنید و مپندارید که گفتن حق بر من گران می‌آید» (نهج‌البلاغه: خطبه ۲۱۶). حضرت در فراز دیگری از همین خطبه می‌فرماید: «... فلا تكفوا عن مقالة بحق او مشورة بعدل» (نهج‌البلاغه: خطبه ۲۱۶)؛ بنابراین، از گفتن سخن حق و یا مشورت عدالت‌آمیز خودداری مکنید. امام علی (ع)، در مدت حکومت خویش در برخورد با خوارج تاجایی که تنها اظهارنظر بود و بس، آنان را آزاد گذاشت، با اینکه

برخورد آن‌ها بسیار سخیف و به‌دور از ادب بود، ولی موضع امیرالمؤمنین درنهایت سعه صدر و خویشتن‌داری بود.

در نبود آزادی بیان، امکان شناسایی و اصلاح مشکلات و نارسایی‌ها وجود ندارد و جامعه در یک حالت سکون باقی می‌ماند. امام صادق(ع) فضای آزاد گفتگو را شرط حیات اجتماعی دانسته‌اند.

اسماعیل بصیر می‌گوید: امام صادق(ع) فرمود: تَقْعُدُونَ فِي الْمَكَانِ فَتُحَدِّثُونَ وَ تَقُولُونَ مَا شِئْتُمْ وَ تَتَبَرَّءُونَ مِمَّنْ شِئْتُمْ وَ تَوَلَّوْنَ مَنْ شِئْتُمْ قُلْتُ نَعَمْ قَالَ وَ هَلِ الْعَيْشُ إِلَّا هَكَذَا؛ آیا شما می‌توانید در مکانی گرد آیید و با یکدیگر به گفتگو بپردازید و آنچه را که می‌خواهید اظهار دارید و از هر کس انتقاد کنید (بیزاری جوید) و به هر کس می‌خواهید ابراز دوستی و محبت کنید؟ گفتم: آری. فرمود: آیا زندگی و لذت مفهومی جز این دارد؟ (کلینی، ۱۴۳۰ق، ج ۱، ص ۲۲۹).

این مواجهه عملی نشان می‌دهد که آزادی بیان در سیره معصومین(ع) نه یک امتیاز حکومتی، بلکه حقی الهی و ضامن سلامت جامعه است.

با گسترش رسانه‌های جدید، چالش‌های متعددی در زمینه آزادی بیان پدید آمده است: ۱. چالش معرفتی: تعارض میان سرعت انتشار اطلاعات در رسانه‌ها و ضرورت «تَبَيُّن» در آیات قرآنی؛ ۲. چالش اخلاقی: تنش میان آزادی بیان و حفظ حریم خصوصی که در قرآن با عبارت «وَلَا تَجَسَّسُوا» (سوره حجرات: ۱۲) به آن اشاره شده است؛ و ۳. چالش اجتماعی: تعادل میان آزادی بیان و وحدت اجتماعی که در سیره معصومین(ع) به آن توجه شده است.

آزادی بیان در قرآن

آزادی بیان، به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین حقوق بشری و از ارکان پویایی هر جامعه، همواره مورد توجه اندیشمندان و نظام‌های حقوقی بوده است. در آموزه‌های متعالی قرآن کریم نیز، با وجود عدم تصریح واژه به واژه «آزادی بیان» به شکل امروزی، می‌توان مبانی و اصولی را یافت که نه‌تنها بر اهمیت این مفهوم صحه می‌گذارند بلکه چارچوب‌هایی برای کارکرد اجتماعی آن ارائه می‌دهند. قرآن، با تأکید بر تفکر، تعقل، تدبر و دعوت به گفت‌وگو و استدلال، فضایی را برای ابراز اندیشه و تبادل آرا فراهم می‌آورد که درنهایت به رشد

فکری، بصیرت‌افزایی و اصلاح امور اجتماعی منجر می‌شود. آزادی بیان از منظر قرآن، صرفاً به معنای رها کردن زبان در هر آنچه که بر ذهن می‌گذرد نیست بلکه با مفاهیمی چون مسئولیت‌پذیری، رعایت اخلاق، دوری از تهمت و افتراء، و پرهیز از ترویج فساد و انحراف گره خورده است. درواقع، آزادی بیانی که قرآن از آن حمایت می‌کند، آزادی‌ای هدفمند است که در جهت رشد فردی و جمعی، عدالت‌خواهی، امر به معروف و نهی از منکر به کار گرفته می‌شود. بررسی دقیق این اصول و تطبیق آن‌ها با نیازهای جامعه نوین، می‌تواند راهگشای حل بسیاری از چالش‌ها در حوزه آزادی بیان باشد و نشان دهد که چگونه آموزه‌های قرآنی می‌توانند بستری محکم برای یک جامعه‌ای با نشاط و پویا، و البته مسئولیت‌پذیر فراهم آورند.

مبانی قرآنی آزادی بیان

(الف) اصل دعوت حکیمانه: «ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ»؛ دعوت به راه پروردگارت به حکمت و اندرز نیکو کن (سوره نحل: آیه ۱۲۵). این آیه نشان‌دهنده اهمیت گفتگو و تبادل نظر در فضایی محترمانه و تأکید بر روش‌های مناسب در بیان عقاید و ضرورت روش‌های حکیمانه و دلنشین در دعوت به حق اشاره دارد. گفتگوهای سازنده و مشفقانه می‌توانند به بهبود روابط اجتماعی و فرهنگی کمک کنند. آیه کریمه سه رکن اساسی را ترسیم می‌نماید: ۱. دعوت بر پایه برهان و استدلال (حکمت)؛ ۲. ارشاد مبتنی بر اخلاق حسنه (موعظه حسنه)؛ و ۳. مناظره با بهترین شیوه (جدال احسن). این سه‌گانه نشان‌دهنده تأکید قرآن بر آزادی بیان مسئولانه است.

(ب) ادب در گفتار: آیه ۸۳ سوره بقره «وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا»، بر ضرورت رعایت اخلاق در تمامی مراودات کلامی تأکید دارد. این آیه در سیاق آیات مربوط به حقوق بنی اسرائیل قرار گرفته که نشان‌دهنده جهان‌شمولی این اصل است. بیان مؤدبانه نه تنها به حفظ روابط اجتماعی کمک می‌کند بلکه موجب تأثیر مثبت بر مخاطب نیز می‌شود آزادی بیان باید همراه با احترام به حقوق و احساسات دیگران باشد.

(ج) اصل دعوت به خیر و نیکی: قرآن به مسلمانان دستور می‌دهد که به دعوت به خیر و

نیکی بپردازند. در سوره آل عمران (آیه ۱۰۴) آمده است: «وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ»؛ و باید از میان شما، گروهی، [مردم را] به نیکی دعوت کنند و به کار شایسته وادارند و از زشتی بازدارند، و آنان همان رستگارانند. روایتی از پیامبر(ص): «مَنْ دَعَا إِلَى هُدًى كَانَ لَهُ مِنَ الْأَجْرِ مِثْلُ أُجُورٍ مَنْ تَبِعَهُ لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ أُجُورِهِمْ شَيْئًا وَمَنْ دَعَا إِلَى ضَلَالَةٍ كَانَ عَلَيْهِ مِنَ الْإِثْمِ مِثْلُ آثَامٍ مَنْ تَبِعَهُ لَا يَنْقُصُ مِنْ آثَامِهِمْ شَيْئًا»؛ هر کسی، به هدایتی راهنمایی کند، پاداشی را که برای پیروان هدایت وجود دارد، برای او نیز خواهد بود؛ بی آنکه از پاداش پیروان کاسته شود، و هرکس به گمراهی‌ای راهنمایی کند گناهی که برای پیروان آن وجود دارد، برای او نیز خواهد بود؛ بی آنکه از گناه آنها کاسته شود (شهید ثانی، ۱۳۰۱ق، ص. ۱۰۲) نیز به اهمیت دعوت به خیر و نیکی و پاداش آن اشاره نموده و مؤید این دیدگاه است که آزادی بیان در اسلام غایبند و مسئولیت آفرین است. بنیان‌های قرآنی آیه ۱۰۴ سوره آل عمران با تأکید بر تشکیل «امت دعوتگر»، نظامی سه‌سطحی را ترسیم می‌نماید: ۱. سطح ایجابی: «يدعون إلى الخير»؛ ۲. سطح امری: «يأمرُونَ بالمعروف»؛ و ۳. سطح نهی: «ينهون عن المنكر».

این ساختار نشان‌دهنده نگاه جامع قرآن به مسئله آزادی بیان است که همزمان هم جنبه‌های اثباتی و هم سلبی را پوشش می‌دهد. در تحلیل روایی، حدیث نبوی مورد استناد شهید ثانی (۱۳۰۱ق، ص. ۱۰۲) که به «پاداش هدایتگری» اشاره دارد.

د حفظ حرمت: قرآن به حفظ حرمت و آبروی دیگران تأکید می‌کند. در آیه ۱۲ سوره حجرات آمده است: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ»؛ ای اهل ایمان! از بسیاری از گمان‌ها [در حق مردم] پرهیزید؛ زیرا برخی از گمان‌ها گناه است، این آیه به پرهیز از گمان‌های بد و قضاوت‌های نادرست اشاره دارد و نشان می‌دهد که باید به حرمت دیگران احترام گذاشت. آیه ۱۲ سوره حجرات با عبارت «اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ» سه اصل بنیادین را تبیین می‌نماید:

۱. اصل پرهیز از گمان‌های نادرست؛ ۲. اصل مسئولیت اخلاقی در قضاوت؛ و ۳. اصل لزوم حفظ آبروی دیگران.

این آیه در سیاق آیات مربوط به آداب اجتماعی قرار گرفته که نشان‌دهنده اهمیت

نظام‌مند قرآن به مسئله حرمت‌نگهداری است.

ساحت‌های حرمت در منابع اسلامی

الف) حرمت عمومی: بیان نظرها باید با احترام به حقوق دیگران همراه باشد. در حدیثی زیبا از امام جعفر صادق (ع) می‌خوانیم: «الْمُؤْمِنُ حَرَامٌ كُلُّهُ: عَرَضُهُ وَ مَالُهُ وَ دَمُهُ»؛ مؤمن سراسر وجودش حرمت است: حرمت آبرو، حرمت مال و حرمت خون و جان او (نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۹، ص. ۲۳۹). این حدیث به حرمت جان، مال و آبروی مسلمانان اشاره دارد و تأکید می‌کند که این امر به‌ویژه در زمان نقد و بررسی نظرهای دیگران اهمیت دارد. روایت امام صادق (ع) سه ساحت را مشخص می‌کند: ۱. حرمت عرض (آبرو)؛ ۲. حرمت مال؛ و ۳. حرمت جان.

ب) حرمت ویژه: حفظ حرمت نه تنها به صورت عمومی بلکه به طور خصوصی نیز در قرآن مورد توجه قرار گرفته آنجا که مخاطب قراردادادن پیامبر (ص)، و سخن گفتن با او، منوط به حفظ ادب دانسته شده است: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَرْفَعُوا أَصْوَاتَكُمْ فَوْقَ صَوْتِ النَّبِيِّ وَلَا تَجْهَرُوا لَهُ بِالْقَوْلِ كَجَهْرِ بَعْضِكُمْ لِبَعْضٍ أَنْ تَحْبَطَ أَعْمَالُكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تَشْعُرُونَ» (سوره حجرات: آیه ۲)؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید، صدای خود را از صدای پیامبر بلندتر نکنید و همچنان که با یکدیگر بلند سخن می‌گویید با او به آواز بلند سخن مگویید....». همچنین در همین سوره حجرات عامل حفظ و رعایت ادب نسبت به ساحت رسول اکرم (ص) را رعایت تقوی دانسته و در آیه بعد نیز کسانی که این حرمت را رعایت نمی‌کنند، بی‌خرد نامیده‌اند. «إِنَّ الَّذِينَ يَغُضُّونَ أَصْوَاتَهُمْ عِنْدَ رَسُولِ اللَّهِ أُولَئِكَ الَّذِينَ امْتَحَنَ اللَّهُ قُلُوبَهُمْ لِلتَّقْوَى لَهُمْ مَغْفِرَةٌ وَأَجْرٌ عَظِيمٌ» (سوره حجرات: آیه ۳)؛ آنها که صدای خود را نزد رسول خدا کوتاه می‌کنند همان کسانی هستند که خداوند دل‌هایشان را برای تقوا خالص نموده....». «إِنَّ الَّذِينَ يُنَادُونَكَ مِنْ وَرَاءِ الْحُجُرَاتِ أَكْثَرُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ» (سوره حجرات: آیه ۴)؛ آنهایی که از آن سوی حجره‌ها ندایت می‌دهند بیشتر بی‌خردانند. قرآن کریم ضمن تأکید بر ارزش آزادی اندیشه و بیان، برای آن حدود و قیودی نیز قائل شده است. یکی از مهم‌ترین این قیود، حفظ حرمت مؤمنان و پرهیز از اتهام‌زنی و افتراست. در آیات مختلفی از قرآن، چنین رفتاری نه تنها مورد نکوهش

قرار گرفته بلکه با مجازات‌های دنیوی و اخروی نیز همراه شده است. در سوره نساء، یکی از دلایل مذمت بنی اسرائیل، نسبت دادن تهمتی بزرگ به حضرت مریم (س) بیان شده است: «وَبُكَفِّرِهِمْ وَقَوْلِهِمْ عَلَىٰ مَرْيَمَ بُهْتَانًا عَظِيمًا» (سوره نساء: آیه ۱۵۶). در این آیه، بهتان‌زدن نه صرفاً یک خطای اخلاقی بلکه نشانه‌ای از کفر و انکار حقیقت تلقی شده است. از این منظر، نسبت دادن اتهام بی‌پایه به انسان‌های مؤمن، در تضاد آشکار با اصول توحیدی و اخلاقی قرآن قرار دارد (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۴، ص. ۴۶۹). افزون‌براین، در سوره نور، مجازات صریحی برای کسانی که به زنان پاکدامن تهمت می‌زنند بدون اینکه چهار شاهد ارائه دهند، تعیین شده است: «وَالَّذِينَ يَرْمُونَ الْمُحْصَنَاتِ ثُمَّ لَمْ يَأْتُوا بِأَرْبَعَةِ شُهَدَاءَ فَاجْلِدُوهُمْ ثَمَانِينَ جَلْدَةً وَلَا تَقْبَلُوا لَهُمْ شَهَادَةً أَبَدًا...» (سوره نور: آیه ۴). این حکم نه تنها اهمیت حفظ آبرو و حیثیت اجتماعی افراد را برجسته می‌سازد بلکه نشان می‌دهد که بیان اتهامات بی‌اساس، حتی اگر در قالب اظهارنظر مطرح شود، از نظر قرآن قابل قبول نیست و تبعات سنگینی دارد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۱، ص. ۳۹۶). حادثه «افک» که در سوره نور به تفصیل به آن پرداخته شده، نمونه‌ای تاریخی از واکنش قرآن به تهمت‌پراکنی علیه شخصیت‌های برجسته جامعه اسلامی است. در این ماجرا، گروهی با طرح اتهامی ناروا، زمینه‌ساز ایجاد فتنه در جامعه شدند. قرآن با لحنی تند این رفتار را محکوم کرده و می‌فرماید: «إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُم بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ» (سوره نور: آیه ۱۵). در این آیه، گناه اتهام‌زنی بدون علم، بزرگ‌تر از آن چیزی معرفی می‌شود که در نگاه مردم عادی ممکن است ساده پنداشته شود (راغب/صفهانی، ۱۴۱۶ق، ذیل واژه «بهت»). مسئله افک بر: ۱. لزوم علم در بیان؛ ۲. مسئولیت اخلاقی گوینده؛ و ۳. پیامدهای اجتماعی گفتار تأکید دارد. درنهایت، قرآن کریم مجازات اخروی چنین رفتاری را نیز بیان می‌کند: «إِنَّ الَّذِينَ يَرْمُونَ الْمُحْصَنَاتِ الْغَافِلَاتِ الْمُؤْمِنَاتِ لُعُنُوا فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ» (سوره نور: آیه ۲۳). این آیه نشان می‌دهد که تعدی به آبرو و حیثیت افراد، به‌ویژه مؤمنان بی‌خبر از فحشا، نه تنها آثار اجتماعی مخرب دارد بلکه موجب دوری از رحمت الهی در دنیا و آخرت نیز می‌گردد (مطهری، ۱۳۸۲، ص. ۲۳۵). مجازات تهمت درآیه ۴ سوره نور با تعیین حد ۸۰ ضربه برای قذف، نشان‌دهنده: ۱. حساسیت قرآن به آبروی افراد؛ ۲. ضمانت اجرایی برای حفظ حرمت؛ و ۳. بازدارندگی از

افترا است.

ه) *نقد سازنده*: قرآن به نقد سازنده و بیان نظرها به‌طور منطقی و مستدل تأکید دارد. در آیه ۱۲۵ سوره نحل به اهمیت استفاده از حکمت و موعظه‌های نیکو در بیان نظرها و نقدها اشاره دارد. امیرالمؤمنین (ع) در رابطه با نقد خطاب به کمیل می‌فرماید: «يَا كَمِيلُ الْمُؤْمِنُ مِرَّأَةُ الْمُؤْمِنِ لِأَنَّهُ يَتَأَمَّلُهُ فَيَسُدُّ فَاقَّتَهُ وَيُجَمِّلُ حَالَتَهُ» (ابن شعبه حرانی، ۱۳۷۷، ص. ۱۷۳). امام علی (ع): ای کمیل! مؤمن آینه مؤمن است، او را با دقت می‌نگرد تا نیازش را برطرف سازد و حالش را بهبود بخشد. این حدیث به اهمیت نصیحت و نقد سازنده در دین اشاره دارد. روایت امام علی (ع) با تشبیه مؤمن به آینه مؤمن دیگر، ویژگی‌های نقد مطلوب را بیان می‌کند:

۱. انعکاس واقع‌بینانه (مرآة): ۲. هدفمندی (سدّ فاقته): و ۳. اصلاح‌گری (إجمال حالته).

این روایت درواقع تفسیر عملی آیه ۱۲۵ سوره نحل محسوب می‌شود. نقد باید به‌گونه‌ای باشد که به بهبود و رشد فرد یا جامعه کمک کند و نه به تخریب و تضعیف. گاهی اوقات برخی اظهارنظرهای غیرعالمانه سبب تضعیف و سست کردن بنیان‌های فکری و اعتقادی می‌گردد خصوصاً زمانی که این اظهارنظرها در حوزه دین باشد. اظهارنظر غیرعالمانه در دین به معنای بیان دیدگاه‌ها و نظرهایی در مورد مسائل دینی است که بر پایه دانش و شناخت کافی و دقیق از دین صورت نگرفته باشد. این نوع اظهارنظر می‌تواند به دلایل مختلفی از جمله عدم مطالعه کافی، تفسیر شخصی و نادرست از متون دینی، تأثیرپذیری از باورهای غلط و شایعات، و یا عدم آگاهی از اصول و مبانی دین صورت گیرد. اظهارنظرهای غیرعالمانه می‌تواند باعث ایجاد اختلاف و تفرقه در بین افراد و گروه‌های مختلف شده و حتی گاهی اوقات، منجر به توهین نسبت به مقدسات دینی و باعث رنجش و ناراحتی مؤمنان شود. همچنین خرافات و باورهای غلط را ترویج کرده و باعث گمراهی افراد می‌شود، و درنهایت جایگاه دین را در جامعه تضعیف کرده و باعث شود که مردم به دین و ارزش‌های آن بی‌اعتماد شوند. در همین راستا در قرآن کریم می‌بینیم: «و لاتقولوا لما تصف السنتکم الکذب هذا حلل و هذا حرام لتفتروا علی الله الکذب ان الذین یفترون علی الله الکذب لایفلحون» (سوره نحل: آیه ۱۱۶): به‌خاطر دروغی که زبان‌های شما توصیف می‌کند نگوئید این حلال است و آن حرام، تا بر خدا افترا ببندید، کسانی که به خدا دروغ می‌بندند

رستگار نخواهند شد.

با تحلیل آیات و روایات می‌توان این اصول را برای رسانه‌ها استخراج کرد: ۱. اصل تحقیق پیش از انتشار (سوره نور: آیه ۱۵): ۲. اصل پرهیز از افترا (سوره نور: آیه ۴): ۳. اصل رعایت حریم خصوصی (سوره حجرات: آیه ۱۲): ۴. اصل مسئولیت اجتماعی (سوره نور: آیه ۲۳). (و) اصل مسئولیت‌پذیری: آیه ۱۸ سوره ق (مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ*) به صراحت بر ثبت و حسابرسی تمامی الفاظ انسان تأکید دارد. این آیه، پایه‌گذار نظریه «مسئولیت متعالی گفتار» در اسلام است. قرآن به عواقب بیان نظرها و کلمات تأکید دارد. این آیه به این نکته اشاره دارد که هر کلمه‌ای که بیان می‌شود، تحت نظارت و حسابرسی قرار دارد و باید با احتیاط بیان شود. «إِنَّ الْعَبْدَ لَيَتَكَلَّمُ بِكَلِمَةٍ مَا يَتَّبِعُنَّ مَا فِيهَا، يَهْوِي بِهَا فِي النَّارِ أَبَدًا مِمَّا بَيْنَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ»؛ بنده سخنی را بر زبان می‌آورد و مضمون آن روشن می‌شود و با آن از فاصله مشرق و مغرب دورتر در آتش می‌افتد (ابن مبارک، ۱۴۲۵ق، ص ۴۱۱). این حدیث به عواقب کلمات و بیان نظرها اشاره داشته و تأکید می‌کند که هر کلمه‌ای که بیان می‌شود، می‌تواند تأثیرات عمیق و گاهی خطرناکی داشته باشد؛ بنابراین، باید با احتیاط و دقت بیان کرد. توجه به عواقب بیان یکی از اصول مهم در اخلاقیات اسلامی و اجتماعی است. این اصل به ما یادآوری می‌کند که هر کلمه‌ای که بیان می‌شود، می‌تواند تأثیرات عمیق و گاهی غیرقابل جبران بر دیگران و جامعه داشته باشد. کلمات می‌توانند احساسات، افکار و رفتارهای دیگران را تحت تأثیر قرار دهند. یک جمله مثبت می‌تواند انگیزه‌بخش باشد، درحالی‌که یک جمله منفی می‌تواند آسیب‌زننده و مخرب باشد. به همین دلیل، باید با دقت و احتیاط صحبت کرد. همچنین بیان نظرهای نادرست یا توهین‌آمیز می‌تواند به ایجاد تنش و درگیری در جامعه منجر شود. این امر می‌تواند روابط اجتماعی را تضعیف کند و به بی‌اعتمادی و نفرت بین افراد منجر شود؛ بنابراین، باید به این نکته توجه داشت که کلمات می‌توانند به عنوان ابزارهایی برای ایجاد یا تخریب روابط عمل کنند. در بسیاری از کشورها، بیان نظرها می‌تواند عواقب قانونی داشته باشد. اظهاراتی که به توهین، افترا یا نشر اکاذیب منجر می‌شوند، ممکن است به پیگرد قانونی و مجازات منجر شوند؛ بنابراین، آگاهی از قوانین مربوط به آزادی بیان و محدودیت‌های آن ضروری است. از نظر اخلاقی، بیان

نظرها باید با مسئولیت و احترام به دیگران همراه باشد. در اسلام، هر فرد باید به عواقب کلمات خود توجه کند و از بیان نظرهایی که ممکن است به دیگران آسیب برساند، پرهیز کند. این امر به حفظ حرمت و آبروی دیگران کمک می‌کند. «عن النبی مَنْ قَالَ فِی مُؤْمِنٍ مَا لَیْسَ فِیْهِ اسَکَنَ اللهُ رَدْغَهُ الْخَبَالُ حَتَّى یُخْرَجَ مِمَّا قَالَ»؛ هر کس در مورد مؤمنی چیزی بگوید که در او نیست، خداوند او را در گنجی قرار دهد تا از گفته خود خارج شود (نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۹، ص. ۱۲۸).

این حدیث به عواقب منفی اظهارات نادرست درباره دیگران اشاره دارد و نشان می‌دهد که این نوع بیان می‌تواند به عواقب دینی و اجتماعی منجر شود. بیان نظرهای نادرست یا توهین‌آمیز نه تنها بر دیگران تأثیر می‌گذارد بلکه می‌تواند به خود فرد نیز آسیب برساند. فردی که به دیگران توهین می‌کند، ممکن است خود را در معرض قضاوت منفی و تنهایی قرار دهد. همچنین، این رفتار می‌تواند به احساس گناه و پشیمانی منجر شود. توجه به عواقب بیان یک اصل اساسی در ارتباطات انسانی است.

ز) ترویج صلح و دوستی: صلح‌گرایی در اسلام تنها یک توصیه اخلاقی نیست بلکه پایه‌ای قرآنی دارد. آیه «وَإِنْ جَنَحُوا لِلسَّلْمِ فَاجْنَحْ لَهَا»* (سوره انفال: آیه ۶۱) نشان می‌دهد که مسلمانان حتی در شرایط اختلاف باید به‌سوی صلح حرکت کنند و گرایش به صلح بر تقابل ترجیح دارد. این اصل، * چهارچوبی اخلاقی برای رسانه‌ها تعیین می‌کند: رسانه‌ها نه فقط ابزار انتقال خبر بلکه مسئول تقریب دل‌ها و پرهیز از تشدید تنش‌ها هستند. این اصل قرآنی، بیانگر آن است که آزادی بیان باید در خدمت تحکیم روابط انسانی و نه تضعیف آن باشد.

در همین راستا، رسول اکرم(ص) در حدیثی جامع، ایمان را منوط به محبت و صلح‌جویی می‌داند: «لَا تَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ حَتَّى تُؤْمِنُوا، وَلَا تُؤْمِنُوا حَتَّى تَحَابُّوا... أَفْشُوا السَّلَامَ بَيْنَكُمْ» (مسلم بن حجاج، ۱۴۱۹ق، ج ۱، ص. ۷۴؛ متقی هندی، ۱۴۱۹ق، ج ۳، ص. ۴۶۲؛ طبرسی، بی‌تا، ص. ۸۴؛ ورام، ۱۴۱۰ق، ج ۱، ص. ۱۲۷).

این روایت، اخلاق رسانه‌ای را به‌صورت عینی تبیین می‌کند؛ بدین‌معنا که محتوای بیان و شیوه انتقال پیام، باید مبتنی بر تقویت همبستگی اجتماعی و پرهیز از تخریب باشد. اصل کرامت ذاتی انسان* (سوره اسراء: آیه ۷۰) به‌عنوان سنگ‌بنای حقوق بشر اسلامی،

آزادی بیان را نه یک امتیاز تحمیلی، بلکه حقی ذاتی می‌داند که با مسئولیت‌پذیری اخلاقی همراه است. در این چهارچوب، آزادی بیان زمانی مشروعیت می‌یابد که: به حریم خصوصی و حیثیت افراد تجاوز نکند.

در عصر حاضر مسئولیت اخلاقی رسانه‌ها در قبال ایجاد صلح اجتماعی مضاعف می‌گردد. قرآن کریم با عبارت «يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا» (سوره حجرات: آیه ۱۳) بر اصل «تعارف» و شناخت متقابل تأکید می‌ورزد. این آیه سنگ‌بنای فلسفه رسانه‌های صلح‌گرا را تشکیل می‌دهد که در آن:

۱. گزارش‌دهی بی‌طرفانه جایگزین جهت‌گیری‌های حزبی می‌شود؛
 ۲. تمرکز بر مشترکات به جای بزرگ‌نمایی اختلافات؛
 ۳. پرهیز از کلیشه‌سازی‌های قومی و مذهبی؛
 ۴. ایجاد فضای گفت‌وگوی سازنده بین گروه‌های مختلف اجتماعی.
- سیره نبوی نیز با تأکید بر «كَلِّمُوا رَاغٍ وَ كَلِّمُوا مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ» (صحیح بخاری) مسئولیت رسانه‌ها را در قبال آثار اجتماعی محتوای تولید شده گوشزد می‌کند. در این راستا، رسانه‌های متعهد باید:
- از انتشار اخبار تحریک‌آمیز که موجب تشنج اجتماعی می‌شود خودداری کنند؛
 - اخبار را با چهارچوب‌سازی‌های صلح‌جویانه ارائه دهند؛
 - به جای هیجان‌زایی کاذب، به تحلیل عمیق مسائل بپردازند؛
 - صدای گروه‌های مختلف اجتماعی را به صورت متوازن منعکس کنند.
- تجربه جهانی نشان داده است رسانه‌هایی که به این اصول پایبند بوده‌اند، در بحران‌های اجتماعی نقش تسکین‌دهنده ایفا کرده‌اند، نه آتش‌بیار معرکه. امروز جامعه اسلامی نیازمند رسانه‌هایی است که به جای بازتولید خشونت کلامی، مهندسی آرامش اجتماعی* را در دستور کار قرار دهند. این همان «رسانه متعهد» است که هم آزادی بیان را محترم می‌شمارد و هم مسئولیت اجتماعی خویش را در قبال وحدت امت اسلامی به‌خوبی ادا می‌کند. صلح‌گرایی رسانه‌ای یعنی انتخاب واژگان آرامش‌بخش، انعکاس منصفانه نظرهای مخالف و پرهیز از اتهام‌زنی.

محدودیت‌های اخلاقی

قرآن کریم برای جلوگیری از سوءاستفاده از آزادی بیان، چهارچوب‌های مشخصی تعیین نموده است:

الف) پرهیز از شایعه‌سازی: در آیه ۱۲ سوره نور به لزوم احتیاط در گفتار و پرهیز از تهمت و افترا اشاره شده است که نشان می‌دهد بیان نظرها باید با دقت و انصاف باشد. «إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِالْأَسْنَتِمْ» با اشاره به مسئله افک، بر حرمت نقل سخنان بدون تحقیق تأکید می‌ورزد. این آیه در فضای نزول نشان‌دهنده حساسیت قرآن به پیامدهای اجتماعی بیان است.

ب) مسئولیت معرفتی: آیه ۳۶ سوره اسراء «وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ» از پی آنچه ندانی که چیست مرو، زیرا گوش و چشم و دل، همه را، بدان بازخواست کنند، با اشاره به مسئولیت اعضای ادراکی انسان، مسئولیت فردی در قبال محتوای بیان شده را گوشزد می‌نماید. همچنین آیه «اذ تلقونه بالسنتکم و تقولون بافواهمک ما لیس لکم به علم و تحسبونه هینا و هو عند الله عظیم» (سوره نور: آیه ۱۵)؛ آن‌گاه که آن سخن را از دهان یکدیگر می‌گرفتید و چیزی بر زبان می‌راندید که درباره آن هیچ نمی‌دانستید و می‌پنداشتید که کاری خرد است، و حال آنکه در نزد خدا کاری بزرگ بود، بر لزوم احتیاط در بیان و پرهیز از تهمت و افتراء تأکید نموده و بیانگر این است که بیان نظرها باید مبتنی بر دانش و انصاف باشد.

ج) پرهیز از گفتار زور: آیه ۳۰ سوره حج با عبارت «واجتنبا قول الزور» به ایجاد مرزهای اخلاقی در بیان می‌پردازد. قرآن در این زمینه می‌فرماید: «... و اجتنبا قول الزور» (سوره حج: آیه ۳۰)؛ از سخن باطل و دروغ اجتناب ورزید. روایات در زمینه دروغ بسیار زیاد است؛ به عنوان نمونه حدیثی از امام حسن عسگری نقل می‌کنیم: «جعلت الخبائث کلها فی بیت و جعل مفتاحها الکذب» (نراقی، بی‌تا، ج ۲، ص. ۲۳۳)؛ تمام پلیدی‌ها در اطاقی قرار داده شده، و کلید آن دروغ است. روایت امام، نشان‌دهنده عمق نگرش اسلامی به مسئله صداقت در بیان است.

د) پرهیز از الفاظ تحریف‌پذیر: آیه ۱۰۴ سوره بقره با نهی از کاربرد لفظ «راعنا» و جایگزینی «انظرنا»، به مسئله «سوءاستفاده زبانی» توجه دارد. قرآن کریم در این باره می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعِنَا وَقُولُوا انْظُرْنَا وَاسْمَعُوا وَلِلْكَافِرِينَ عَذَابٌ أَلِيمٌ»؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید، مگویید «راعنا»، بگویید «انظرنا»....، شیخ طوسی در شأن

نزول این آیه گوید: مسلمین وقتی که به رسول خدا(ص) می‌رسیدند، می‌گفتند: یا رسول الله، راعنا، ای اسمع منا؛ به ما گوش فرادار، یهودیان که این کلام را شنیدند آن را از حیث معنی تحریف نموده و می‌گفتند، راعنا یا محمد و مقصودشان از اظهار این جمله، گفتن کلمات ناهنجار و رکیک بود وقتی که به آن‌ها هشدار داده شد که از این کلمات به زبان نیاورند. می‌گفتند: آنچه که مسلمین می‌گویند ما نیز می‌گوئیم سپس خداوند به وسیله این آیه مسلمین را از ذکر این گفتار بازداشت (محقق، ۱۳۵۹، ص. ۲۴). این امر نشان‌دهنده حساسیت قرآن به ظرفیت‌های سوءاستفاده از آزادی بیان است.

ه) پرهیز از جدال و نزاع: قرآن به پرهیز از جدل و نزاع در بیان نظرها تأکید دارد. در آیه ۶۶ سوره عنکبوت آمده است: «وَلَا تَجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ وَقُولُوا آمَنَّا بِالَّذِي أُنْزِلَ إِلَيْنَا وَأُنْزِلَ إِلَيْكُمْ وَإِلَهُنَا وَإِلَهُكُمْ وَاحِدٌ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ»؛ [ای مؤمنان،] با اهل کتاب جز به آن شیوه‌ای که همان، نیکوتر است بحث و جدل نکنید، مگر کسانی از آنها که ستم کرده باشند و [به آنها] بگویید: به آنچه به سوی ما فرو فرستاده شده (قرآن) و آنچه که به سوی شما فرو فرستاده شده است (کتاب آسمانی)، ایمان داریم. خدای ما و خدای شما یکی است و ما برای او فرمانبرداریم. چهارچوب قرآنی مناظره مطلوب آیه ۶۶ سوره عنکبوت با عبارت «وَلَا تَجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ»، الگویی سه‌بعدی برای گفتگوی بین‌ادیانی ارائه می‌نماید:

الف) بعد سلبی: نهی از جدال غیرحسَن؛ ب) بعد ایجابی: تأکید بر روش احسن؛ و ج) بعد استثنایی: مواجهه متفاوت با ظالمین.

این ساختار نشان‌دهنده نگاه ظریف قرآن به مسئله آزادی بیان در تعاملات بین‌فرهنگی است. در همین رابطه امام صادق(ع) نیز می‌فرماید: إِيَّاكَ وَالْمِرَاءَ؛ فَإِنَّهُ يُحْبِطُ عَمَلُكَ. وَ إِيَّاكَ وَ الْجِدَالَ؛ فَإِنَّهُ يُؤَبِّقُكَ. وَ إِيَّاكَ وَ كَثْرَةَ الْخُصُومَاتِ؛ فَإِنَّهَا تُبْعِدُكَ مِنَ اللَّهِ (ابن شعبه حرّانی، ۱۳۷۷، ص. ۳۰۹)؛ از مجادله کردن پرهیز که این کار عمل تو را بر باد می‌دهد و از جرّ و بحث کردن پرهیز که این کار تو را هلاک می‌گرداند و زیاد ستیزه مکن؛ زیرا که تو را از خدا دور می‌کند. این حدیث به ناپسند بودن جدل و نزاع در میان مردم اشاره دارد و نشان می‌دهد که باید از بحث‌های بی‌فایده و تنش‌زا پرهیز کرد. درواقع، بیان نظرها باید به گونه‌ای باشد که به صلح

و آرامش کمک کند. روایت امام صادق(ع) با تقسیم‌بندی مضرات جدال به: ۱. نابودکننده اعمال؛ ۲. مهلک انسان؛ و ۳. موجب بعد از خداوند، نشان‌دهنده عمق نگرش ائمه(ع) به آفات گفتگوی غیراخلاقی است. این روایت درواقع مکمل آیه ۴۶ عنکبوت محسوب می‌شود.

تحلیل روایی پرهیز از جدال

برخی از ریشه‌های جدل و نزاع میان افراد عبارت‌اند از:

الف) اهانت به مقدسات: موضوعی حساس و پیچیده که در بسیاری از جوامع و ادیان مطرح می‌شود. این مسئله زمانی رخ می‌دهد که فرد یا گروهی به عمد یا سهو به باورها، نمادها، افراد یا مکان‌های مقدس یک دین یا مذهب توهین کنند. مقدسات در هر دین و مذهبی، شامل مجموعه‌ای از باورها، ارزش‌ها، نمادها، افراد و مکان‌هایی است که برای پیروان آن دین مقدس و محترم شمرده می‌شوند. این مقدسات می‌توانند شامل: الف) متون مقدس مانند قرآن، انجیل و تورات؛ ب) انبیا و پیامبران مانند پیامبر اسلام، حضرت مسیح و حضرت موسی؛ ج) ائمه و اولیای دین مانند ائمه اطهار در اسلام؛ د) مکان‌های مقدس مانند مسجد، کلیسا و کنیسه یا نمادهای دینی باشند. قرآن کریم در این زمینه می‌فرماید: «وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ» (سوره انعام: آیه ۱۰۸)؛ چیزهایی را که آنان به جای الله می‌خوانند، دشنام دهید که آنان نیز بی‌هیچ دانشی، از روی کینه‌توزی به الله دشنام دهند. این آیه به اهمیت احترام به عقاید دیگران اشاره دارد و نشان‌دهنده: ۱. حرمت ذاتی مقدسات ادیان؛ ۲. قانونمندی ارتباط بین‌ادیانی؛ و ۳. توجه به پیامدهای اجتماعی گفتار است.

ب) عیب‌جویی: عیب‌جویی و اظهارنظرهای منفی در مورد دیگران، رفتاری است که متأسفانه در بسیاری از جوامع رواج دارد. دلایل مختلفی از جمله کمبود اعتماد به نفس، حسادت به موفقیت‌ها و ویژگی‌های مثبت دیگران، خشم و عصبانیت، نیاز برای جلب توجه دیگران و ایجاد حاشیه، احساس برتری نسبت به دیگران می‌تواند این رفتار را بروز دهد. برای جلوگیری از این رفتار قرآن کریم مردم را چنین خطاب می‌کند: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرُوا قَوْمٍ مِنْ قَوْمٍ عَسَى أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا نِسَاءً مِنْ نِسَاءٍ عَسَى أَنْ يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ وَلَا

تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ لَمْ يَتُبْ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ» (سوره حجرات: آیه ۱۱)؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید، مباد که گروهی از مردان گروه دیگر را مسخره کند... و مباد که گروهی از زنان گروه دیگر را مسخره کند... و از هم عیب‌جویی نکنید و یکدیگر را به القاب زشت بخوانید. این آیه با نهی از «تلمزوا أنفسکم» به: ۱. وحدت اجتماعی مؤمنان؛ ۲. کرامت ذاتی انسان‌ها؛ و ۳. پیامدهای روانی گفتارهای تحقیرآمیز اشاره دارد.

ج) القاب زشت: نسبت دادن القاب زشت به دیگران، عملی است که متأسفانه در جوامع مختلف به وفور دیده می‌شود. این رفتار نه تنها به فرد مقابل آسیب می‌رساند بلکه نشان‌دهنده مشکلات شخصیتی و روانی فردی است که چنین القابی را به‌کار می‌برد. لزوم پرهیز مؤمنان از نسبت دادن القاب زشت به یکدیگر را در سوره حجرات می‌بینیم: «... و لا تنابزوا بالألقاب بئس الاسم الفسوق بعد الايمان و من لم يتب فاولئك هم الظالمون» (سوره حجرات: آیه ۱۱)؛ ... و یکدیگر را به القاب زشت بخوانید. بد است عنوان فسق پس از ایمان آوردن. و کسانی که توبه نمی‌کنند خود ستمکارانند. در این آیه با نهی از «تنابزوا بالألقاب» بر: ۱. حرمت شخصیت افراد؛ ۲. تأثیر القاب بر هویت اجتماعی؛ و ۳. ارتباط ایمان و ادب گفتاری تأکید می‌ورزد.

و) پرهیز از غیبت و تهمت: قرآن به شدت از غیبت و تهمت نهی می‌کند. در آیه ۱۲ سوره حجرات آمده است: «وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا». این آیه به اهمیت حفظ آبرو و پرهیز از غیبت و تهمت اشاره دارد و نشان می‌دهد که بیان نظرها باید با رعایت حرمت دیگران باشد. آیه با عبارت «وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا»، دو اصل اساسی را در اخلاق ارتباطی ترسیم می‌نماید: الف) اصل پرهیز از تجسس که پایه غیبت را می‌زداید؛ ب) اصل منع غیبت که حریم خصوصی را تضمین می‌کند. این آیه در سیاق آیات مربوط به آداب اجتماعی قرار دارد که نشان‌دهنده نگاه نظام‌مند قرآن به حفظ کرامت انسانی است.

در احادیث هم نهی از این رذیله را می‌یابیم. امام جعفر صادق (ع): «الْغِيْبَةُ حَرَامٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ وَإِنَّهَا لَتَأْكُلُ الْحَسَنَاتِ كَمَا تَأْكُلُ النَّارُ الْحَطَبَ»؛ غیبت کردن بر هر مسلمانی حرام است. غیبت مانند آتشی که هیزم را با حرص و ولع می‌خورد، حسنات انسان را به کلی از بین

می‌برد (نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۹، ص. ۱۱۷). این حدیث به ناپسند بودن غیبت و تهمت اشاره دارد و نشان می‌دهد که بیان نظرها باید با رعایت حرمت و آبروی دیگران باشد. غیبت نه تنها اخلاقی نیست بلکه می‌تواند به روابط اجتماعی آسیب بزند. همچنین قرآن به شدت از دروغ و افتراء نهی می‌کند. در آیه ۱۹ سوره نور آمده است: «إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ» که نشان‌دهنده اهمیت حفظ حرمت دیگران و پرهیز از نشر اکاذیب است. آیه با عبارت «يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ» به: ۱. روان‌شناسی مجرمانه؛ ۲. پیامدهای اجتماعی؛ و ۳. مجازات اخروی اشاره دارد.

این امر نه تنها در میان مسلمانان مورد انتظار است بلکه تهمت بی‌دینی به مدعی اسلام نیز جایز نیست. قرآن کریم در این زمینه می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا... فَتَّبِينُوا وَلَا تَقُولُوا لِمَنْ أَلْقَى إِلَيْكُمُ السَّلَامَ لَسْتُ مُؤْمِنًا...» (سوره نساء: آیه ۹۴)؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید، ... نیک تفحص کنید. و به آن‌کس که بر شما سلام گوید، مگویید که مؤمن نیستی...». آیه ۹۴ سوره نساء با عبارت «فَتَّبِينُوا» بر: ۱. لزوم تحقیق؛ ۲. پرهیز از پیش‌داوری؛ و ۳. حفظ حرمت اجتماعی تأکید می‌ورزد.

کارکردهای اجتماعی

الف) فرهنگ پرسش و پاسخ: در آیه ۶ سوره مائده اشاره به پرسش از مسائل دینی و اخلاقی شده است که نشان‌دهنده اهمیت گفتگو و تشویق قرآن به پرسشگری و تبادل نظر در جامعه اسلامی است.

ب) تشویق به تعقل: تکرار واژه «يعقلون» (۲۴ مورد) و «يتفكرون» (۱۸ مورد) در قرآن، نشان‌دهنده تأکید قرآن بر آزادی اندیشه به عنوان مقدمه آزادی بیان است. قرآن مسئله تفکر و تعقل را با اهمیت تلقی نموده و افراد را بدان تشویق و انسان‌ها را به استفاده از عقل و فهم دعوت می‌کند، این اصل به معنای پذیرش انتقاد و گفتگو در راستای رشد فکری بوده و آزادی بیان منجر به تبادل نظرهای سازنده می‌شود. با این حال، مانند هر دینی، اصول اخلاقی و اجتماعی نیز در قرآن وجود دارد که بیان باید در چهارچوب آن‌ها انجام شود. به‌طور کلی، قرآن آزادی بیان را در کنار مسئولیت و احترام به حقوق دیگران معرفی می‌کند.

نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که آزادی بیان در منظومه معرفتی قرآن کریم، نه صرفاً به‌عنوان یک حق فردی بلکه به‌مثابه یک مسئولیت الهی، واجد ابعاد حقوقی، اخلاقی و اجتماعی است. قرآن با ارائه الگویی سه‌سطحی، چهارچوبی نظام‌مند برای تنظیم رفتارهای گفتاری و ارتباطی در جامعه اسلامی ترسیم می‌نماید. در سطح نخست، بیان به‌عنوان تکلیفی شرعی، در پرتو آموزه‌هایی نظیر امر به معروف، و در عین حال با رعایت حدودی چون حرمت غیبت، تهمت و افتراء، تفسیر می‌شود. در سطح دوم، قرآن با تأکید بر مسئولیت اخروی انسان در قبال سخن، و با طرح آداب گفتگو و حسن‌ظن، به پرورش اخلاق گفتاری می‌پردازد. در نهایت، در سطح سوم، آزادی بیان به‌مثابه یک پدیده اجتماعی، مقید به حفظ کرامت انسانی، نظم عمومی و وحدت جامعه اسلامی معرفی می‌گردد.

مقایسه این الگو با اصول اخلاق رسانه‌ای معاصر، تفاوت‌های روشنی را در مبنا، هدف و ضمانت اجرا آشکار می‌سازد. رویکرد قرآنی بر پایه تکلیف‌گرایی و تعالی اخلاقی استوار است، درحالی‌که اخلاق رسانه‌ای نوین عمدتاً بر حق‌محوری، توسعه اجتماعی و مسئولیت‌های قانونی تمرکز دارد. این تفاوت ریشه‌ای نشان می‌دهد که الگوی قرآنی، افقی بلندتر و بنیادین‌تر برای تنظیم آزادی بیان در بستر ارزش‌های دینی فراهم می‌آورد.

از منظر کاربردی، اصول قرآنی قابلیت ترجمه در قالب دستورالعمل‌های حرفه‌ای برای رسانه‌ها را دارند. تأکید بر راستی‌آزمایی اخبار، پرهیز از تحریف، رعایت انصاف، اجتناب از قضاوت زودهنگام، ادب در مناظره و پذیرش تکرار آراء، همگی مؤلفه‌هایی‌اند که از دل آیات الهی استخراج‌پذیر بوده و می‌توانند به‌عنوان منابع غنی برای بازآفرینی نظام اخلاق رسانه‌ای در جوامع اسلامی به‌کار روند.

براین اساس، الگوی قرآنی آزادی بیان با ترکیب سه‌گانه «حق‌مداری»، «مسئولیت‌پذیری» و «تعالی‌گرایی»، ظرفیت آن را دارد که در سطوح مختلف اجرایی مورد استفاده قرار گیرد؛ از تدوین منشورهای اخلاق رسانه‌ای گرفته تا طراحی ساختارهای نظارتی و آموزش حرفه‌ای روزنامه‌نگاران. از این رو، پیشنهاد می‌شود با تشکیل نهادهای تخصصی در حوزه اخلاق رسانه‌ای اسلامی، تدوین دوره‌های آموزشی تلفیقی، و تولید منابع راهنما مبتنی بر

آموزه‌های قرآنی، گامی عملی در جهت تحقق این الگو برداشته شود.

کتابنامه

- قرآن کریم، ترجمه فولادوند.
- نهج البلاغه، ترجمه محمد دشتی.
- ابن شعبه حرّانی، حسن بن علی (۱۳۷۷). *تحف العقول عن آل الرسول*، ترجمه بهراد جعفری. تهران: نشر صدوق.
- ابن فارس، ابوالحسن احمد (بی‌تا). *معجم مقاییس اللغة*. قم: منشورات مکتب التبلیغ الإسلامی التابع للحوزة العلمية.
- ابن مبارک، عبدالله (۱۴۲۵ق). *الزهد کتاب الرقائق*، محقق حبیب الرحمن اعظمی. بیروت: دار الکتب العلمية.
- تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد (۱۴۱۰ق). *غرر الحکم و درر الکلم*، محقق/ مصحح: سیدمهدی رجائی. قم: دار الکتب الإسلامی.
- راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۴۱۶ق). *مفردات الفاظ القرآن*، تحقیق صفوان عدنان داوودی. بیروت: الدارالشامیه.
- زمخشری، محمود بن عمرو (۱۴۱۹ق). *أساس البلاغة*، تحقیق: محمد باسل عیون السود. لبنان: دار الکتب العلمية.
- خلیل، جر (۱۳۹۱ش). *فرهنگ لاروس*؛ ترجمه سیدحمید طیبیان. تهران: امیرکبیر.
- شهید ثانی، زین‌الدین بن علی (۱۳۰۱ق). *منية المريد في آداب المفيد و المستفيد*؛ تصحیح: علی المحلاتی. بمبئی: مطبع الحسنی.
- طبرسی، علی بن حسن (بی‌تا). *مشكاة الأنوار*، مصحح: صالح جعفری. بی‌جا: مکتبه الفقیه.
- طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۳۷۴). *تفسیر المیزان*؛ ترجمه موسوی همدانی. تهران: دفتر انتشارات اسلامی.
- قاسمی، مهدی (۱۴۰۱ش). *چهارده نور پاک*. قم: کومه.

قرشی، سیدعلی اکبر (۱۳۵۲ش)، قاموس قرآن. قم: دارالکتب الاسلامیه.

کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۳۰ق). روضه کافی؛ تحقیق قسم احیاء التراث، مرکز بحوث دارالحديث؛ باهتمام محمدحسین الدرايتی. قم: مؤسسه دارالحديث العلميه والثقافيه.

متقی، علی بن حسام‌الدین (۱۴۱۹ق). کنز العمال فی سنن الاقوال و الافعال، مصحح: محمود عمر دمیاطی. بیروت: دارالکتب العلمیه.

محقق، محمدباقر (۱۳۵۹ش). نمونه بینات در شأن نزول. تهران: انتشارات اسلامی.

مسلم ابن حجاج (۱۴۱۹ق). الجامع الصحیح. بیروت: دار ابن حزم.

مطهری، مرتضی (۱۳۸۲). مسئله حجاب. تهران: صدرا.

مکارم شیرازی، ناصر و دیگران (۱۳۷۴). تفسیر نمونه. بی‌جا: دارالکتب الإسلامیه.

نراقی، مهدی (بی‌تا). جامع السعادات؛ قدم محمدرضا المظفر؛ علق علیه محمدکلانتر. بیروت: اعلمی.

نوری، حسین بن محمد تقی (۱۴۰۸ق). مستدرک الوسائل. بیروت: مؤسسه آل البيت علیهم‌السلام لاحیاء التراث.

ورّام، بن أبی فراس (۱۴۱۰ق). مجموعه ورام (تنبيه الخواطر و نزهة النواظر). قم: مكتبة الفقيه.

ارائه چهارچوب حقوقی - تربیتی پیرامون کاربرد موسیقی در مدارس

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۰۴

علیرضا امینی زرین *

زهرا ربانی^۲

چکیده

کاربرد موسیقی در فرایندهای آموزشی و تربیتی کودکان، به‌ویژه در دوره پیش‌دبستان و دبستان، موضوعی چندوجهی است که نیازمند چهارچوبی حقوقی-تربیتی برای استفاده هوشیارانه است. این پژوهش با هدف ارائه چهارچوبی نظری برای تنظیم مصرف موسیقی در محیط‌های آموزشی، با رویکردی تلفیقی از مبانی حقوقی، تربیتی فطرت‌گرای اسلامی و یافته‌های روان‌شناختی انجام شده است. پژوهش با روش کیفی داده‌بنیاد و بر اساس مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۳۰ معلم و مسئول آموزشی، به تحلیل نقش موسیقی در پرورش مهارت‌های شناختی، عاطفی و اجتماعی کودکان پرداخته است. یافته‌ها نشان می‌دهند که موسیقی مجاز، به‌ویژه با محتوای بومی، سنتی و مذهبی، می‌تواند به ارتقای سلامت روان، کاهش استرس، پرورش حس زیبایی‌شناسی و تقویت هویت فرهنگی و دینی کودکان کمک کند. با این حال، استفاده نادرست از موسیقی ممکن است به افزایش اضطراب، پرخاشگری یا کاهش تمرکز منجر شود. این پژوهش چهارچوبی سه‌محوری پیشنهاد می‌دهد: (۱) انتخاب موسیقی هم‌راستا با معیارهای حقوقی و ارزش‌های اسلامی؛ (۲) استفاده هدفمند از موسیقی برای تقویت یادگیری و مهارت‌های اجتماعی؛ و (۳) نظارت دقیق بر محتوا و مدت‌زمان استفاده با توجه به سن و شخصیت کودکان. این چهارچوب، با استناد به اصل ۳ قانون اساسی ایران، مقاوله‌نامه (کنوانسیون) حقوق کودک و اصول فقهی، راهکارهایی عملی برای سیاست‌گذاری آموزشی ارائه می‌دهد که ضمن بهره‌مندی از ظرفیت‌های مثبت موسیقی، از نقض حقوق متربیان جلوگیری می‌کند.

واژگان کلیدی

موسیقی، تعلیم و تربیت، حقوق آموزشی، سلامت روان، فطرت‌گرایی.

۱. استادیار گروه علوم تربیتی دانشکده غیرانتفاعی رفاه، تهران، ایران

ar.aminizarrin@gmail.com

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد علوم تربیتی، دانشکده غیرانتفاعی رفاه، تهران، ایران

zahrarabbani97@yahoo.com

بیان مسئله

کاربرد موسیقی در فرایندهای آموزشی و تربیتی، به‌ویژه در محیط‌های ابتدایی، یکی از موضوعات پیچیده و چندوجهی در حوزه مطالعات آموزشی است که نیازمند بررسی عمیق با رویکردی میان‌رشته‌ای است. این موضوع، با وجود ظاهر ساده، به‌دلیل تنوع دیدگاه‌های فقهی، حقوقی، تربیتی، روان‌شناختی و فرهنگی، چالش‌های متعددی را در پی دارد. کمبود مطالعات نظری و میان‌رشته‌ای، همراه با فقدان اجماع در میان صاحب‌نظران، شناخت محدودی از جایگاه موسیقی در آموزش و تربیت ایجاد کرده و نوعی بن‌بست نظری و عملی در این زمینه به وجود آورده است (جعفری و دیگران، ۱۴۰۰). این پژوهش با تمرکز بر حقوق آموزشی متربیان، به‌دنبال ارائه چهارچوبی حقوقی-تربیتی برای مواجهه هوشیارانه با استفاده از موسیقی در مدارس است که هم‌راستا با مبانی حقوقی و اصول تربیتی فطرت‌گرا باشد.

موسیقی، به‌عنوان پدیده‌ای میان‌رشته‌ای، از منظر حقوقی و تربیتی دارای کارکردهای دوگانه‌ای است. از یک‌سو، می‌تواند ابزاری مؤثر برای تقویت مهارت‌های شناختی، عاطفی و اجتماعی کودکان باشد (علی‌زاده محمدی و دیگران، ۱۳۸۰). از سوی دیگر، استفاده نادرست یا بدون نظارت از موسیقی ممکن است به پیامدهای منفی، ازجمله آشفتگی‌های عاطفی، کاهش تمرکز، یا حتی انحرافات اخلاقی منجر شود (علی‌محمدی، ۱۳۹۸). این دوگانگی، ضرورت تدوین چهارچوب‌های حقوقی و تربیتی را برای تنظیم کاربرد موسیقی در محیط‌های آموزشی برجسته می‌کند. حقوق آموزشی متربیان که ریشه در اصول حقوق عمومی و اسلامی دارد، ایجاب می‌کند که هرگونه فعالیت آموزشی، ازجمله استفاده از موسیقی، در راستای حفظ کرامت انسانی، رشد متعادل و حمایت از سلامت روانی و اخلاقی کودکان باشد (سند ملی برنامه درسی، ۱۳۹۱).

از منظر حقوقی، اصل ۳ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران بر ضرورت تأمین آموزش و پرورش رایگان و همگانی برای همه کودکان تأکید دارد. این اصل، همراه با تعهدات بین‌المللی ایران در مقاوله‌نامه (کنوانسیون) حقوق کودک (۱۹۸۹)، حق کودکان به برخورداری از آموزشی را تضمین می‌کند که به رشد همه‌جانبه شخصیت، استعدادها و

توانایی‌های ذهنی و جسمی آن‌ها کمک کند (ماده ۲۹ مقاوله‌نامه حقوق کودک). با این حال، استفاده از موسیقی در آموزش باید با معیارهای حقوقی و اخلاقی سازگار باشد تا از نقض حقوق متریان، مانند حق بر سلامت روان یا حق بر محیط آموزشی امن، جلوگیری شود؛ برای مثال، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که موسیقی‌های نامناسب، به‌ویژه آن‌هایی که دارای صداهای ناهماهنگ یا محتوای غیراخلاقی هستند، می‌توانند به پرخاشگری، کاهش تمرکز و انزوای کودکان منجر شوند (Stock & Gundlach, 2015 به نقل از خجسته، ۱۳۸۹).

از منظر تربیتی، فلسفه تعلیم و تربیت در ایران که مبتنی بر مبانی توحیدی و ارزش‌های اسلامی است، بر لزوم هم‌سویی تمامی اجزای برنامه درسی با اصول فطرت‌گرا تأکید دارد (سند ملی برنامه درسی، ۱۳۹۱). در این چهارچوب، موسیقی نه به‌عنوان هدف بلکه به‌عنوان ابزاری در خدمت اهداف تربیتی، مانند پرورش حس زیبایی‌شناسی، تقویت خودآگاهی عاطفی و ترویج ارزش‌های اخلاقی، مورد توجه قرار می‌گیرد (نیک‌زاد، ۱۴۰۱). با این حال، دیدگاه‌های فقهی در خصوص حلیت یا حرمت موسیقی، پیچیدگی‌های بیشتری به این موضوع افزوده است. برخی فقهای شیعه، با استناد به احادیث، موسیقی را به‌صورت مطلق حرام دانسته‌اند، درحالی‌که برخی دیگر، با تفکیک میان موسیقی لهوی و غیرلهوی، استفاده از موسیقی مناسب را جایز شمرده‌اند (احمری، ۱۳۸۴). آیه ۶ سوره لقمان که به «لهو الحديث» اشاره دارد، به‌عنوان یکی از مبانی فقهی برای پرهیز از موسیقی‌هایی که انسان را از یاد خدا غافل می‌کند، مورد استناد قرار گرفته است.

این تفاوت دیدگاه‌ها، تصمیم‌گیری در مورد استفاده از موسیقی در محیط‌های آموزشی را دشوار کرده است. از منظر حقوقی، اصل احتیاط ایجاب می‌کند که در صورت وجود تردید در مورد تأثیرات یک فعالیت آموزشی، مانند موسیقی، رویکردی محدود و نظارت‌شده اتخاذ شود تا حقوق متریان به خطر نیفتد. از منظر تربیتی، این موضوع نیازمند طراحی برنامه‌های درسی است که ضمن بهره‌مندی از ظرفیت‌های مثبت موسیقی، از تأثیرات منفی آن جلوگیری کند؛ برای مثال، استفاده از موسیقی‌های سنتی ایرانی یا سرودهای مذهبی می‌تواند با ارزش‌های فرهنگی و دینی جامعه هم‌خوانی داشته باشد و در عین حال به تقویت هویت ملی و دینی کودکان کمک کند (قاسم‌نبار، ۱۳۹۵).

مسئله اصلی این پژوهش، چگونگی مواجهه هوشیارانه و خردمندانه با کاربرد موسیقی در فرایندهای تربیتی و آموزشی است. این مواجهه باید ضمن رعایت حقوق آموزشی متریان، بر اساس مبانی حقوقی و تربیتی، چهارچوبی عملی برای استفاده محدود و هدفمند از موسیقی در مدارس ابتدایی ارائه دهد. پرسش کلیدی پژوهش این است که چگونه می‌توان با تلفیق رویکردهای حقوقی و تربیتی، از موسیقی به‌عنوان ابزاری در خدمت تعلیم و تربیت فطرت‌گرا استفاده کرد، بدون آنکه به حقوق متریان یا ارزش‌های فرهنگی و دینی جامعه خدشه‌ای وارد شود؟ این پژوهش تلاش می‌کند تا با تحلیل مبانی حقوقی و تربیتی، راهکارهایی کاربردی برای تنظیم استفاده از موسیقی در محیط‌های آموزشی ارائه دهد.

چهارچوب نظری

این پژوهش با هدف ارائه چهارچوبی نظری برای مواجهه هوشیارانه با کاربرد موسیقی در تعلیم و تربیت، به‌ویژه در مدارس ابتدایی، رویکردی تلفیقی از منظر حقوقی و تربیتی اتخاذ کرده است. این چهارچوب بر مبانی حقوق آموزشی متریان، اصول تربیتی فطرت‌گرای اسلامی، و یافته‌های علمی در حوزه روان‌شناسی تربیتی استوار است. هدف اصلی، تنظیم استفاده از موسیقی به‌گونه‌ای است که ضمن بهره‌مندی از ظرفیت‌های مثبت آن در رشد همه‌جانبه کودکان، از نقض حقوق متریان و پیامدهای منفی تربیتی جلوگیری شود. این چهارچوب با تأکید بر اصول حقوقی مانند احتیاط، کرامت انسانی، و تعهدات بین‌المللی حقوق کودک، و همچنین ارزش‌های تربیتی اسلامی، به‌دنبال ارائه راهکارهایی عملی برای استفاده محدود و هدفمند از موسیقی در محیط‌های آموزشی است.

از منظر حقوقی، حقوق آموزشی متریان محور اصلی تنظیم کاربرد موسیقی در مدارس است. اصل ۳ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران بر وظیفه دولت در تأمین آموزش و پرورش رایگان و همگانی تأکید دارد و هدف آن را رشد همه‌جانبه جسمی، ذهنی، و اخلاقی کودکان قرار داده است. این اصل، همراه با تعهدات بین‌المللی ایران در مقاله‌نامه حقوق کودک (۱۹۸۹)، به‌ویژه ماده ۲۹، حق کودکان به آموزش را تضمین می‌کند که به توسعه کامل شخصیت، استعدادها، و توانایی‌های ذهنی و جسمی آن‌ها کمک کند (United Nations, 1989). این

تعهدات حقوقی ایجاب می‌کند که هرگونه فعالیت آموزشی، از جمله استفاده از موسیقی، با هدف حفظ کرامت انسانی، سلامت روان، و امنیت عاطفی متربیان طراحی شود.

اصل احتیاط حقوقی که در نظام‌های حقوقی اسلامی و بین‌المللی مورد تأکید است، کاربرد موسیقی را در صورت وجود تردید در مورد تأثیرات آن محدود می‌کند. پژوهش‌های روان‌شناختی نشان داده‌اند که موسیقی‌های نامناسب، مانند آن‌هایی با ریتم‌های تند، محتوای غیراخلاقی، یا صداهای ناهماهنگ، می‌توانند به افزایش استرس، پرخاشگری، و کاهش تمرکز در کودکان منجر شوند (Stock & Gundlach, 2015). این یافته‌ها ضرورت نظارت دقیق بر محتوای موسیقی و تنظیم مدت‌زمان استفاده از آن را در محیط‌های آموزشی برجسته می‌کند. ماده ۱۹ مقاوله‌نامه حقوق کودک نیز بر حفاظت کودکان از هرگونه آسیب جسمی یا روانی تأکید دارد که شامل جلوگیری از تأثیرات منفی موسیقی‌های نامناسب بر سلامت روان کودکان می‌شود.

از منظر فقهی، موسیقی در تربیت با رویکرد حقوقی و فقهی، موضوعی چالش‌برانگیز است. شیخ انصاری در مکاسب، غنا را به‌عنوان صدایی که با لهو و لعب همراه باشد، حرام می‌داند و موسیقی غیرلهوی را در صورتی که به فساد نینجامد، جایز می‌شمارد (انصاری، ۱۴۱۵ق، ج ۲، ص ۱۲۳). ایشان با استناد به روایات، تأکید دارند که هر نوع موسیقی منجر به تحریک شهوات یا خروج از اعتدال، ممنوع است. صاحب عروه نیز در العروة الوثقی، موسیقی لهوی را که با مجالس گناه مرتبط باشد، حرام دانسته؛ اما موسیقی‌ای که برای مقاصد مشروع، مانند تربیت و تهذیب نفس، استفاده شود و فاقد عناصر لهوی باشد، جایز می‌شمارد (یزدی، ۱۴۲۰ق، ج ۳، ص ۴۵۶). آیه ۳۲ سوره اعراف («قل من حرم زينة الله...») و روایات امام صادق(ع) درباره زیبایی صدای خوش، مؤید جواز موسیقی حلال در چهارچوب شرعی است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۴۳۱). بنابراین، در نظام آموزشی ایران، استفاده از موسیقی غیرلهوی که با اهداف تربیتی و اخلاقی سازگار باشد، از منظر فقهی و حقوقی مجاز است، مشروط به رعایت حدود شرع و پرهیز از تحریک فساد.

اصول فقهی مرتبط با تربیت کودک

حقوق اسلامی که از قرآن، سنت، اجماع و عقل استخراج می‌شود، بر اهمیت تربیت اخلاقی و معنوی کودکان تأکید ویژه‌ای دارد. از نگاه اسلام، کودکان امانتی در دست والدین و جامعه هستند و حفاظت از سلامت روحی و اخلاقی آن‌ها وظیفه‌ای شرعی است. آیات متعددی از قرآن کریم به این مسئولیت اشاره دارند، از جمله:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنْفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ (سوره تحریم: آیه ۶)؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید! خود و خانواده‌تان را از آتشی که سوخت آن انسان‌ها و سنگ‌ها هستند، حفظ کنید. این آیه به‌صراحت مسئولیت تربیتی و اخلاقی والدین را یادآور می‌شود؛ یعنی وظیفه دارند خانواده خود را از گناه و فساد دور نگه دارند.

رَبَّنَا هَبْ لَنَا مِنْ أَزْوَاجِنَا وَذُرِّيَّاتِنَا قُرَّةَ أَعْيُنٍ وَاجْعَلْنَا لِلْمُتَّقِينَ إِمَامًا (سوره فرقان: آیه ۷۴)؛ پروردگارا! از همسران و فرزندانمان، روشنی چشم‌هایمان را قرار ده و ما را پیشوای پرهیزکاران گردان. این دعا نشان‌دهنده آرزوی مؤمنان برای داشتن خانواده‌ای پاک و صالح است؛ یعنی تربیت فرزندان صالح، هدفی الهی و اجتماعی است.

وَإِذْ قَالَ لُقْمَانُ لِابْنِهِ وَهُوَ يَعِظُهُ يَا بُنَيَّ لَا تُشْرِكْ بِاللَّهِ إِنَّ الشِّرْكَ لَظُلْمٌ عَظِيمٌ (سوره لقمان: آیات ۱۳ و ۱۴)؛ و هنگامی که لقمان به فرزندش گفت درحالی‌که او را پند می‌داد: ای پسر من! برای خدا شریک قرار مده که شرک ظلمی بزرگ است. این آیه نمونه‌ای از تربیت اخلاقی و اعتقادی والدین نسبت به فرزندان است؛ لقمان با محبت و حکمت، فرزندش را از شرک باز می‌دارد.

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (سوره نساء: آیه ۹)؛ و کسانی که بیم دارند فرزندان ناتوانی از خود به‌جا بگذارند، باید از خدا پروا کنند و سخن درست بگویند. این آیه بر مسئولیت اجتماعی و اخلاقی در حفظ آینده کودکان تأکید دارد؛ هم از نظر تربیتی و هم از نظر تأمین امنیت و سلامت آنان.

در فقه اسلامی، موسیقی یکی از موضوعات چالش‌برانگیز و چندلایه‌ای است که همواره محل بحث میان فقها و اندیشمندان بوده است. دیدگاه‌های فقهی درباره موسیقی به‌طور کلی

در دو طیف اصلی قرار می‌گیرند: حرمت مطلق و قول به تفصیل. فقهای که به حرمت مطلق موسیقی معتقدند، استناد خود را به روایاتی از اهل بیت (ع) و آیات قرآن مانند «لَهُو الْحَدِيث» قرار داده‌اند. درمقابل، گروهی دیگر از فقها با تفکیک میان انواع موسیقی، به مشروعیت برخی گونه‌ها مانند موسیقی درمانی، حماسی، یا مذهبی قائل شده‌اند. این دیدگاه تفصیلی، به‌ویژه در دوران معاصر، با توجه به گسترش کاربردهای غیرلهوی موسیقی، مورد توجه بیشتری قرار گرفته است. برخی پژوهشگران نیز با تحلیل منابع فقهی و روایی، به این نتیجه رسیده‌اند که حکم موسیقی در فقه اسلامی نسبی است و بستگی به نوع، محتوا، و زمینه استفاده دارد. آن‌ها تأکید می‌کنند که فقه اسلامی همواره در تلاش بوده تا موسیقی را در چهارچوب شرع مقدس هدایت کند و از انحرافات اخلاقی جلوگیری نماید. از این رو بر اساس اصل «دفع ضرر محتمل»، مصرف موسیقی‌هایی که ممکن است تأثیرات منفی روانی یا اخلاقی بر کودکان داشته باشد، باید محدود شود. علاوه بر این، اصل «مصلحت کودک» در فقه اسلامی ایجاب می‌کند که محتوای ارائه شده به کودکان، در راستای رشد معنوی و اخلاقی آن‌ها باشد.

در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش به عنوان سند رسمی تربیتی جمهوری اسلامی ایران، در بند ۹ و ۱۰ به حفظ کرامت، سلامت روانی، توجه به اخلاق و تمرکز اشاره دارد. بر این اساس وضع محدودیت‌هایی برای مصرف موسیقی در مدارس نه تنها یک ضرورت تربیتی بلکه یک الزام قانونی و حقوقی است. لذا اصل کرامت انسانی، به عنوان یکی از اصول بنیادین حقوق عمومی اسلامی، اقتضا می‌کند که دانش‌آموزان در فرایند تعلیم و تربیت از عواملی که موجب تضعیف سلامت روانی، تمرکز شناختی، و رشد اخلاقی آنان می‌شود، مصون باشند. موسیقی با محتوای لهوی یا تحریک‌کننده، با اثرگذاری منفی بر هیجانات زودگذر و کاهش قابلیت‌های شناختی، می‌تواند فرایند تربیت را مختل سازد؛ از این رو، فقیهانی چون امام خمینی در اثر «تحریر الوسیله»، شنیدن این نوع موسیقی را در محیط‌های آموزشی، مغایر با اهداف شرعی و تربیتی دانسته و آن را حرام اعلام کرده‌اند.

در حوزه حقوق عمومی نیز، اصل مصلحت عمومی ایجاب می‌کند که دولت به عنوان متولی تعلیم و تربیت نسل آینده، تدابیر پیشگیرانه‌ای را در قبال آسیب‌های فرهنگی و روانی

احتمالی اتخاذ کند. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر تربیت اسلامی، صیانت از هویت فرهنگی، و ضرورت حفظ فضای تربیتی سالم، زمینه‌ای حقوقی برای اعمال چنین محدودیت‌هایی فراهم کرده است؛ بنابراین توجه هوشیارانه به مصرف موسیقی در مدارس، به‌ویژه در مقطع ابتدایی، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. این توجه نه تنها تضمین‌کننده حقوق کودک در نظام حقوق عمومی است بلکه در راستای تعالیم اسلامی نیز قرار دارد. ایجاد سیاست‌هایی برای محدودیت مصرف موسیقی، می‌تواند به ارتقای سلامت روانی و اخلاقی کودکان کمک کرده و محیطی سالم‌تر برای تربیت آنان فراهم کند.

از منظر تربیتی، فلسفه تعلیم و تربیت در ایران که مبتنی بر مبانی توحیدی و فطرت‌گرا است، بر هم‌سویی تمامی اجزای برنامه درسی با ارزش‌های اسلامی تأکید دارد (سند ملی برنامه درسی، ۱۳۹۱). در این چهارچوب، موسیقی به‌عنوان ابزاری در خدمت اهداف تربیتی، مانند پرورش حس زیبایی‌شناسی، تقویت حافظه، و ارتقای مهارت‌های عاطفی و اجتماعی، مورد توجه قرار می‌گیرد (نیک‌زاد، ۱۴۰۱). پژوهش‌ها نشان داده‌اند که موسیقی می‌تواند با تحریک مراکز مغزی مرتبط با حافظه و پردازش عاطفی، یادگیری را تسهیل کند و به رشد خلاقیت و همکاری اجتماعی در کودکان کمک کند (Cheng et al., 2019)؛ برای مثال، آهنگین کردن مفاهیم آموزشی، مانند اذان، دعا‌های مذهبی، یا اشعار عرفانی، می‌تواند یادگیری را عمیق‌تر و پایدارتر کند (کیمی‌زن، ۱۳۸۰).

با این حال، تأثیر موسیقی بر کودکان به عوامل متعددی، از جمله شخصیت، سن، و روحیه آن‌ها بستگی دارد. کودکانی که به راحتی دچار حواس‌پرتی می‌شوند، ممکن است تحت تأثیر موسیقی‌های نامناسب دچار کاهش تمرکز یا آشفتگی عاطفی شوند (مرادی و باقری، ۱۴۰۰). از منظر روان‌شناختی، موسیقی‌های با صدای بلند یا محتوای منفی می‌توانند اثرهای مخربی بر سلامت روان کودکان داشته باشند، از جمله:

افزایش استرس: موسیقی با ریتم تند یا صدای بلند می‌تواند سطح کورتیزول را افزایش دهد و به اضطراب منجر شود (عبداللهی خوروش، ۱۳۸۶).

تحریک رفتارهای نامطلوب: موسیقی با مضامین خشن یا تحریک‌کننده می‌تواند پرخاشگری را تشدید کند.

کاهش خلاقیت: موسیقی‌های تکراری و ساده ممکن است نوآوری و تفکر خلاق کودکان را محدود کند.

این تأثیرات منفی، ضرورت طراحی برنامه‌های تربیتی را که استفاده از موسیقی را هدفمند و نظارت‌شده می‌کنند، برجسته می‌سازد. در چهارچوب تربیتی اسلامی، موسیقی باید با ارزش‌های دینی و فرهنگی همخوانی داشته باشد و به‌عنوان ابزاری برای تقویت معنویت، هویت دینی، و انسجام اجتماعی استفاده شود؛ برای مثال، استفاده از موسیقی‌های سنتی ایرانی یا سرودهای مذهبی می‌تواند با اهداف تربیتی فطرت‌گرا هم‌راستا باشد (فزایی و عشایری، ۱۳۹۷).

بنابراین چهارچوب پیشنهادی این پژوهش بر سه محور اصلی استوار است که تلفیقی از اصول حقوقی و تربیتی را ارائه می‌دهد:

موسیقی مورد استفاده در مدارس باید با معیارهای حقوقی (حفظ کرامت انسانی و سلامت روان) و تربیتی (هم‌سویی با ارزش‌های اسلامی) سازگار باشد. این امر مستلزم انتخاب موسیقی‌هایی است که محتوای معنوی، اخلاقی، یا فرهنگی داشته باشند، مانند سرودهای مذهبی، موسیقی‌های سنتی ایرانی، یا قطعات آموزشی آهنگین. نظارت مربیان و مسئولان مدرسه بر محتوای موسیقی و جلوگیری از استفاده از موسیقی‌های لهوی یا تحریک‌کننده، با استناد به اصل احتیاط حقوقی و فقهی، ضروری است (صیرفی و دیگران، ۱۴۰۰).

موسیقی باید به‌عنوان ابزاری هدفمند در خدمت اهداف تربیتی، مانند تقویت حافظه، پرورش ذوق زیبایی‌شناسی، و ارتقای مهارت‌های اجتماعی و عاطفی، استفاده شود؛ برای مثال، آهنگین کردن مفاهیم دینی یا آموزشی می‌تواند یادگیری را تسهیل کند و به تقویت هویت دینی و ملی کودکان کمک کند (کیمی‌زن، ۱۳۸۰). این رویکرد با ماده ۲۹ مقاله‌نامه حقوق کودک که بر توسعه همه‌جانبه کودکان تأکید دارد، هم‌خوانی دارد.

همچنین استفاده از موسیقی باید با توجه به سن، شخصیت، و نیازهای روانی کودکان محدود و نظارت‌شده باشد. مدت‌زمان استفاده از موسیقی، شدت صدا، و نوع محتوا باید تحت نظارت دقیق مربیان و والدین قرار گیرد تا از تأثیرات منفی، مانند افزایش استرس یا تحریک رفتارهای نامطلوب، جلوگیری شود (Cheng et al., 2019). این نظارت با تعهدات حقوقی

ماده ۱۹ مقاوله‌نامه حقوق کودک که بر حفاظت کودکان از آسیب‌های روانی تأکید دارد، هم‌راستا است.

این چهارچوب نظری، با تلفیق مبانی حقوقی و تربیتی، به‌دنبال ارائه رویکردی هوشیارانه برای کاربرد موسیقی در تعلیم و تربیت است. تأکید بر نظارت حقوقی، هدفمندی تربیتی، و محدودیت‌های مبتنی بر اصول فقهی و روان‌شناختی، امکان بهره‌مندی از ظرفیت‌های مثبت موسیقی را فراهم می‌کند، درحالی‌که از نقض حقوق متربیان و پیامدهای منفی تربیتی جلوگیری می‌شود. این چهارچوب، با استناد به اصول حقوق عمومی و اسلامی، تعهدات بین‌المللی، و یافته‌های علمی، راهکارهایی عملی برای تنظیم استفاده از موسیقی در مدارس ابتدایی ارائه می‌دهد که هم‌راستا با اهداف کلان تعلیم و تربیت در ایران است.

پیشینه داخلی

محمدی و حسینی (۱۴۰۲)، در پژوهشی نیمه‌تجربی با طرح پیش‌آزمون و پس‌آزمون، تأثیر موسیقی‌درمانی را بر ۳۰ کودک اوتیسمی ۶ تا ۱۲ ساله بررسی کردند. نتایج تحلیل واریانس نشان داد که موسیقی‌درمانی به‌طور معناداری اضطراب را کاهش داده و مهارت‌های اجتماعی مانند تعامل و ارتباط غیرکلامی را بهبود بخشید ($P < 0.01$). این مطالعه بر استفاده از موسیقی‌درمانی به‌عنوان روش مکمل در برنامه‌های آموزشی کودکان اوتیسمی تأکید کرد.

نظری و همکاران (۱۴۰۱)، در پژوهشی نیمه‌تجربی با طرح پیش‌آزمون و پس‌آزمون با گروه کنترل، تأثیر آموزش موسیقی را بر خلاقیت کودکان ۷ تا ۹ ساله بررسی کردند. با استفاده از آزمون خلاقیت تورنس، نتایج نشان داد که گروه آزمایش (تحت آموزش موسیقی) در مقایسه با گروه کنترل، بهبود قابل‌توجهی در سیالی و ابتکار خلاقیت نشان داد. این مطالعه بر ضرورت گنجاندن موسیقی در برنامه‌های آموزشی برای پرورش خلاقیت تأکید دارد.

برنگی و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی با عنوان «تحلیل برنامه درسی کاوشگری موسیقایی در برنامه درسی فلسفه برای کودکان»، به بررسی نقش موسیقی در تقویت

مهارت‌های شناختی و اجتماعی دانش‌آموزان پرداختند. این مطالعه با روش‌شناسی کیفی توصیفی-تحلیلی و از طریق گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای، سبک‌های موسیقی کلاسیک جهانی (۱۹۰۰ تا ۱۹۵۰ و پس از ۱۹۵۰) را تحلیل کرد. نتایج نشان داد که یادگیری موسیقی از طریق کاوشگری، دانش‌آموزان را قادر می‌سازد تا موسیقی را به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی درک کنند و با استفاده از مفاهیم و واژگان موسیقایی، مهارت گفت‌وگو و تحلیل آثار موسیقایی را کسب کنند. این مطالعه پیشنهاد داد که فعالیت‌های تلفیقی کاوشگری اجتماعی و موسیقایی می‌تواند به نهادینه‌سازی مفاهیم تاریخی و افزایش توانایی آهنگ‌سازی دانش‌آموزان کمک کند. از منظر حقوقی، این پژوهش به‌طور غیرمستقیم بر حق کودکان به آموزش خلاقانه (ماده ۲۹ مقاله‌نامه حقوق کودک) تأکید دارد؛ اما فقدان تحلیل حقوقی صریح، محدودیتی در این مطالعه است.

ورکیانی و همکاران (۱۳۹۸)، در مطالعه‌ای با عنوان «اثر بخشی فعالیت‌های تربیت بدنی و هنری با تأکید بر موسیقی بر سلامتی و کاهش اضطراب کودکان پیش‌دبستانی»، تأثیر موسیقی را بر سلامت روان کودکان بررسی کردند. این پژوهش نیمه‌آزمایشی با طرح پیش‌آزمون و پس‌آزمون، بر ۶۰ کودک مضطرب پیش‌دبستانی در تهران انجام شد. ابزارهای گردآوری داده شامل پرسش‌نامه اضطراب اسپنس و آزمون تفسیر نقاشی کورمن بود و داده‌ها با آزمون‌های ANCOVA و MANCOVA تحلیل شدند. نتایج نشان داد که برنامه‌های هنری مبتنی بر موسیقی به‌طور معناداری اضطراب کودکان را کاهش داده و بر مؤلفه‌های وجودی آن‌ها تأثیر مثبت داشته است. این مطالعه پیشنهاد کرد که پژوهش‌های نظام‌مند در زمینه کاربردهای متنوع موسیقی در برنامه‌های درسی انجام شود. از منظر حقوقی، این پژوهش با تأکید بر حق کودکان به سلامت روان (ماده ۱۹ مقاله‌نامه حقوق کودک) همخوانی دارد و نشان‌دهنده ضرورت تنظیم موسیقی به‌عنوان ابزاری برای حمایت از حقوق آموزشی و روانی متربیان است.

فزایی و عشایری (۱۳۹۷)، در پژوهشی با عنوان «تأثیر موسیقی بر خلاقیت کودکان ۷ تا ۹ ساله شهر تهران»، به بررسی اثرهای آموزش موسیقی بر خلاقیت پرداختند. این مطالعه نیمه‌آزمایشی با طرح پیش‌آزمون و پس‌آزمون، بر ۲۰ کودک ۷ تا ۹ ساله انجام شد. داده‌ها

با استفاده از پرسش‌نامه خلاقیت تورنس و آزمون هوش وکسلر ۴ جمع‌آوری و با آزمون‌های تی دو نمونه مستقل و تحلیل کوواریانس تحلیل شدند. نتایج نشان داد که آموزش موسیقی تأثیر معناداری بر مؤلفه‌های خلاقیت کودکان دارد. این مطالعه از منظر تربیتی بر نقش موسیقی در پرورش خلاقیت تأکید کرد؛ اما به مسائل حقوقی، مانند ضرورت نظارت بر محتوای موسیقی برای جلوگیری از تأثیرات منفی، توجه کافی نداشت. بالاین‌حال، نتایج آن با ماده ۲۹ مقاوله‌نامه حقوق کودک که بر توسعه استعدادهای کودکان تأکید دارد، هم‌راستا است.

قاسم‌تبار و همکاران (۱۳۹۰)، در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر آموزش موسیقی در مهارت‌های پایه ریاضی کودکان پیش‌دبستانی»، تأثیر آموزش موسیقی ارف را بر یادگیری ریاضی بررسی کردند. این پژوهش با روش نمونه‌گیری در دسترس، بر ۳۰ کودک ۵ ساله با دامنه هوش ۱۱۰ تا ۱۳۰ انجام شد. گروه مداخله به مدت ۳ ماه، هفته‌ای یک جلسه دو ساعته، آموزش موسیقی ارف دریافت کردند. نتایج تحلیل کوواریانس نشان داد که آموزش موسیقی ارف توانایی کودکان در مهارت‌های طبقه‌بندی، تشخیص شباهت‌ها و تفاوت‌ها، نگهداری ذهنی عدد، و هندسه را افزایش داد؛ اما در مهارت ردیف کردن تفاوت معناداری مشاهده نشد. این مطالعه بر نقش موسیقی در تقویت مهارت‌های شناختی تأکید کرد و به‌طور غیرمستقیم به حق کودکان به آموزش مؤثر اشاره داشت؛ اما به مسائل حقوقی مرتبط با نظارت بر محتوای موسیقی توجه نکرد.

نیک‌زاد (۱۴۰۱)، در مطالعه‌ای با عنوان «موسیقی در تعلیم و تربیت اسلامی: ابزار یا هدف؟»، به تحلیل جایگاه موسیقی در چهارچوب تربیتی اسلامی پرداخت. این پژوهش کیفی با رویکرد تحلیل محتوای متون فقهی و تربیتی، نشان داد که موسیقی در صورتی که با ارزش‌های اسلامی هم‌خوانی داشته باشد، می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای تقویت معنویت و هویت دینی کودکان استفاده شود. این مطالعه با استناد به اصل احتیاط فقهی، بر ضرورت نظارت بر محتوای موسیقی تأکید کرد و پیشنهاد داد که استفاده از موسیقی در مدارس باید محدود و هدفمند باشد. از منظر حقوقی، این پژوهش با تأکید بر اصل ۳ قانون اساسی

ایران و ماده ۲۹ مقاوله‌نامه حقوق کودک، بر لزوم هم‌سویی برنامه‌های آموزشی با کرامت انسانی و سلامت روان کودکان اصرار ورزید.

پیشینه بین‌المللی

سااریکالیو و همکاران^۳ (۲۰۲۴)، در پژوهشی کیفی با رویکرد فردمحور، تأثیر گوش دادن به موسیقی بر بهزیستی عاطفی و روانی نوجوانان را بررسی کردند. نتایج نشان داد که موسیقی می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای تنظیم خلق‌وخو و کاهش استرس عمل کند؛ اما اثرهای آن به زمینه فرهنگی و ترجیحات شخصی بستگی دارد. این پژوهش بر ضرورت انتخاب موسیقی متناسب با نیازهای عاطفی و روانی کودکان و نوجوانان تأکید دارد.

پوتکین و همکاران^۴ (۲۰۲۴) در مطالعه‌ای طولی تأثیر آموزش موسیقی را بر مهارت‌های شنیداری و شناختی کودکان ۶ تا ۱۲ ساله بررسی کرد. یافته‌ها نشان داد که آموزش موسیقی به‌مدت دو سال باعث بهبود حافظه کاری، توجه و پردازش شنیداری شد. این پژوهش بر نقش آموزش موسیقی در تقویت مسیرهای عصبی مرتبط با یادگیری تأکید کرد.

استوارت و همکاران^۵ (۲۰۲۴)، در مطالعه‌ای ترکیبی (کمی و کیفی) تأثیر دوگانه موسیقی بر سلامت روان نوجوانان را بررسی کرد. نتایج نشان داد که موسیقی می‌تواند به تنظیم خلق‌وخو کمک کند؛ اما گوش دادن به موسیقی با محتوای منفی ممکن است افسردگی یا اضطراب را تشدید کند. این پژوهش بر اهمیت نظارت بر محتوای موسیقی برای کودکان و نوجوانان تأکید دارد.

مارتینز و همکاران^۶ (۲۰۲۴) به بررسی تأثیر برنامه آموزش موسیقی مبتنی بر روش ارف را بر هماهنگی حرکتی کودکان ۸ ساله بررسی کرد. نتایج نشان داد که ۲۴ هفته آموزش موسیقی باعث بهبود قابل‌توجه هماهنگی دو دستی و مهارت‌های حرکتی ظریف شد ($P < 0.05$). این مطالعه بر نقش موسیقی در تقویت رشد جسمی و شناختی کودکان تأکید دارد.

3. Saarikallio et al.

4. Putkinen et al.

5. Stewart et al.

6. Martins et al.

گیلیسپی و گلایدر^۷ (۲۰۱۰)، به ارائه مطالعه‌ای با عنوان «استفاده مربیان پیش‌دبستانی از موسیقی برای تقویت یادگیری و رفتار کودکان»، پرداختند. این مطالعه به بررسی چگونگی و زمان استفاده معلمان از موسیقی در کلاس‌های پیش‌دبستانی در طول روز پرداخت. مشاهدات مستقیم کلاس درس برای تعیین استفاده معلمان پیش‌دبستانی از موسیقی در چهار کلاس درس و یک کلاس پیش‌دبستانی خصوصی برای مجموع ۲۴ ساعت مشاهده در هر کلاس انجام شد. مشاهده شد که به‌طور متوسط ۶.۵ بار در ساعت از موسیقی استفاده می‌شود. همه معلمان اغلب از موسیقی برای ایجاد انگیزه در یادگیری کودکان در زمینه مهارت‌های تحصیلی و مهارت‌های اجتماعی استفاده می‌کردند، و بیشترین فراوانی را برای فعالیت‌های روتین مانند تمیز کردن و انتقال به فعالیت‌های جدید انجام می‌دادند. همه معلمان بیشتر در طول زمان گروهی از موسیقی استفاده می‌کردند. موسیقی بیشتر در زمان‌های گروهی و خارج از زمان‌هایی که مخصوصاً برای موسیقی و حرکت در نظر گرفته شده بود، استفاده می‌شد. نتایج نشان داد که موسیقی اثرهای مفیدی بر یادگیری کودکان دارد. با توجه به مطالعات پیش‌گفته این نکته استنباط می‌گردد که موسیقی می‌تواند هم به‌عنوان یک هنر و ابزار آموزشی مورد استفاده قرار گیرد و هم ممکن است با محدودیت‌ها و دیدگاه‌های خاصی روبه‌رو باشد. این تعادل بین استفاده از موسیقی به‌عنوان یک ابزار مثبت و اجتناب از آن در مواردی که ممکن است با برخی ارزش‌ها در تضاد باشد، نیازمند درک عمیقی می‌باشد.

چنگ و همکاران (Cheng et al., 2019) در مطالعه‌ای با عنوان «نقش موسیقی در آموزش کودکان پیش‌دبستانی»، تأثیر موسیقی را بر رشد شناختی و عاطفی کودکان بررسی کردند. این پژوهش تجربی با استفاده از گروه‌های مداخله و کنترل، بر ۸۰ کودک ۴ تا ۶ ساله انجام شد. نتایج نشان داد که برنامه‌های موسیقایی ساختاریافته به بهبود مهارت‌های شناختی، مانند حافظه کوتاه‌مدت و تمرکز، و کاهش اضطراب عاطفی کمک می‌کنند. این مطالعه پیشنهاد کرد که موسیقی در آموزش باید تحت نظارت دقیق مربیان استفاده شود تا از تأثیرات منفی، مانند حواس‌پرتی، جلوگیری شود. از منظر حقوقی، این پژوهش با ماده ۱۹

7. Gillespie, C. W., & Glider, K. R

و ۲۹ مقاله‌نامه حقوق کودک هم‌خوانی دارد؛ زیرا بر حفاظت از سلامت روان و توسعه استعداد‌های کودکان تأکید می‌کند.

گاندلاچ و استوک (Gundlach & Stock, 2015) در پژوهشی با عنوان «موسیقی و رفتار اجتماعی: تأثیرات بر کودکان و نوجوانان»، به بررسی تأثیرات مثبت و منفی موسیقی بر رفتار کودکان پرداختند. این مطالعه با روش تحلیل محتوای موسیقی‌های محبوب و آزمایش‌های روان‌شناختی، نشان داد که موسیقی‌های با محتوای خشن یا تحریک‌کننده می‌توانند به پرخاشگری و کاهش تمرکز منجر شوند، درحالی‌که موسیقی‌های آرام و معنوی اثرهای مثبت بر سلامت روان دارند. این پژوهش بر ضرورت تنظیم حقوقی محتوای موسیقی در محیط‌های آموزشی تأکید کرد و پیشنهاد داد که سیاست‌گذاری‌های آموزشی باید با استناد به اصول حقوقی، مانند حفاظت از کودکان در برابر آسیب‌های روانی، انجام شود. این مطالعه به‌طور مستقیم با ماده ۱۹ مقاله‌نامه حقوق کودک مرتبط است.

هالام (Hallam, 2010) در مطالعه‌ای با عنوان تأثیر موسیقی بر یادگیری و رفتار کودکان، به تحلیل نقش موسیقی در بهبود عملکرد تحصیلی و رفتار اجتماعی پرداخت. این پژوهش مروری، با بررسی مطالعات تجربی و کیفی، نشان داد که موسیقی می‌تواند مهارت‌های شناختی، مانند حل مسئله و حافظه را تقویت کند؛ اما استفاده نادرست از آن ممکن است به حواس‌پرتی یا تحریک رفتارهای نامطلوب منجر شود. این مطالعه پیشنهاد کرد که سیاست‌های آموزشی باید چهارچوب‌های حقوقی برای نظارت بر محتوای موسیقی تدوین کنند. این پژوهش با اصول حقوقی مقاله‌نامه حقوق کودک، به‌ویژه حق کودکان به آموزش مؤثر و ایمن، هم‌راستا است.

پیشینه پژوهش نشان‌دهنده ظرفیت‌های مثبت موسیقی در تقویت خلاقیت، مهارت‌های شناختی، و سلامت روان کودکان است؛ اما هم‌زمان بر مخاطرات استفاده نادرست از آن، مانند افزایش اضطراب یا تحریک رفتارهای نامطلوب تأکید دارد. از منظر حقوقی، مطالعات داخلی و بین‌المللی به‌طور غیرمستقیم یا صریح بر ضرورت هم‌سویی برنامه‌های موسیقایی با حقوق آموزشی متربیان، به‌ویژه مواد ۱۹ و ۲۹ مقاله‌نامه حقوق کودک و اصل ۳ قانون اساسی ایران، اصرار دارند. اصل احتیاط حقوقی و فقهی که در مطالعات

نیک‌زاد (۱۴۰۱) و گاندلاچ و استوک (۲۰۱۵) برجسته شده، استفاده محدود و نظارت‌شده از موسیقی را برای جلوگیری از نقض حقوق کودکان توصیه می‌کند. از منظر تربیتی، پژوهش‌ها بر هدفمندی موسیقی در خدمت اهداف آموزشی، مانند پرورش هویت دینی و مهارت‌های شناختی، تأکید دارند؛ اما به نظارت بر محتوا و تناسب آن با سن و شخصیت کودکان توجه ویژه‌ای نشان داده‌اند.

با این حال، کمبود مطالعات حقوقی صریح در زمینه تنظیم کاربرد موسیقی در نظام آموزشی ایران، شکافی در پیشینه پژوهش است. این پژوهش تلاش می‌کند با تلفیق رویکردهای حقوقی و تربیتی، این شکاف را پر کرده و چهارچوبی جامع برای استفاده هوشیارانه از موسیقی در مدارس ارائه دهد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر یک پژوهش کیفی، با رویکردی استقرایی و بر اساس روش داده‌بنیاد مطابق با رهیافت نظام‌مند اشتراوس و کوربین^۸ صورت گرفته است. از این رو گردآوری داده‌ها بر مبنای مصاحبه نیمه‌ساختاریافته صورت پذیرفت. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند به روش گلوله برفی، بر مبنای مصاحبه با جمعی از معلمان و مسئولان ذیربط انجام گرفت. محقق پس از هماهنگی‌های لازم به‌صورت حضوری یا تلفنی، نظرهای مشارکت‌کنندگان را ضبط و پیاده‌سازی نمود، تاجایی‌که اشباع نظری و کفایت داده‌ها و اطلاعات بعد از انجام ۳۰ مصاحبه محرز گردید. جدول شماره ۱ مشخصات مشارکت‌کنندگان در پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱: اطلاعات آموزگاران مورد مصاحبه

منبع	جنسیت	تحصیلات	سابقه تدریس	سن	محل خدمت
P1	آقا	کارشناسی ارشد	۸	۳۲	دبیرستان پسرانه ندای صالحین
P2	خانم	دکتر	۱۹	-	دانشکده رفاه
P3	خانم	دکتر	۱۷	-	دانشکده رفاه
P4	آقا	حوزوی سطح ۳	۳۶	-	پیش دبستان علوی
P5	آقا	کارشناسی ارشد	۲۸	-	دبستان علوی
P6	آقا	کارشناسی	۱۸	-	دبستان صلحا
P7	آقا	کارشناسی ارشد	۱۶	-	پیش دبستان صلحا
P8	آقا	کارشناسی ارشد	۸	-	دبستان پسرانه ادب میزان
P9	آقا	کارشناسی ارشد	۹	-	پیش دبستان ادب میزان
P10	آقا	کارشناسی ارشد	۱۱	۳۴	دبیرستان پسرانه امام صادق(ع)
P11	خانم	کارشناسی ارشد	۹	۳۴	دبستان دخترانه امام صادق(ع)
P12	خانم	کارشناسی ارشد	۶	۳۵	پیش دبستان دخترانه امام صادق(ع)
P13	آقا	کارشناسی ارشد	۱۲	۳۶	دبستان سراج
P14	آقا	کارشناسی ارشد	۹	-	پیش دبستان سراج
P15	خانم	کارشناسی ارشد	۱۲	-	دبستان تزکیه
P16	خانم	دکتر	۷	-	دبستان روشنگر
P17	خانم	دکتر	-	-	پیش دبستان رفاه
P18	آقا	-	-	-	دبستان رفاه
P19	آقا	کارشناسی ارشد	-	-	دبستان رفاه
P20	خانم	-	-	-	دبستان رفاه
P21	خانم	-	-	-	دبستان رفاه
P22	آقا	دکتر	-	-	دبیرستان رفاه
P23	خانم	-	-	-	دبیرستان رفاه
P24	آقا	کارشناس حوزه	-	-	دانشکده رفاه
P25	آقا	-	-	-	مؤسسه باران

P26	آقا	سطح ۳ حوزه	-	-	دبستان تسنیم محبت
P27	آقا	کارشناسی ارشد	۹	-	دبستان فرهنگ
P28	خانم	دکتر	-	-	دبیرستان فرهنگ
P29	خانم	کارشناس حوزه	۲۵	-	دبیرستان دخترانه شهید مطهری
P30	آقا	کارشناس ارشد	۲۳	-	بیت الغدير

تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها طی فرایند کدگذاری باز، محوری و انتخابی پس از تعیین متغیر محوری که دغدغه و توجه اصلی مشارکت‌کنندگان را با بیشترین گوناگونی ممکن به خود اختصاص می‌داد، آغاز گردید. در این پژوهش آموزش مبتنی بر موسیقی یا آموزش موسیقایی به عنوان متغیر محوری انتخاب و کدگذاری‌ها بر مبنای آن مفهوم‌سازی گردید. جهت بررسی روایی و پایایی داده‌ها از دو روش بازبینی به وسیله مشارکت‌کنندگان و مرور به وسیله خبرگان غیرشرکت‌کننده در پژوهش استفاده و پس از دریافت نظرهای اصلاح و ویرایش لازم انجام شد.

یافته‌ها

مراحل اصلی روش داده‌بنیاد با رهیافت نظام‌مند اشتراوس و کوربین، تقریباً موازی و همزمان با کدگذاری باز آغاز می‌گردد. هدف این مرحله شناسایی مفاهیمی است که دربردارنده نزدیک‌ترین پیام‌ها و مفاهیم کلیدی برای درک مصاحبه‌ها از موضوع پژوهش بود. در گام دوم پس از استخراج کدهای مفهومی از مصاحبه‌ها، مشخص شد که این کدها توانایی منتسب شدن در یک طبقه بالاتر مفهومی از انتزاع را نیز دارند، به همین جهت در این راستا مطابق جدول شماره ۲ این کدها در محوریت مقولات بالاتر قرار گرفتند.

جدول شماره ۲: کدهای باز و محوری و انتخابی

کد انتخابی	کد محوری	کد باز	منبع
ارتقای سلامت روان و مهارت‌های عاطفی دانش‌آموزان از طریق فعالیت‌های موسیقایی مجاز و ساختارمند	ارتقای سلامت روان و تعادل عاطفی	• تقویت روحیه شاداب کودکان با فعالیت‌های موسیقایی مجاز برای حفظ سلامت روانی	P1, P4, P5, P7, P8, P12, P13, P16, P17
	دانش‌آموزان از طریق فعالیت‌های موسیقایی مجاز	• مدیریت هیجانات کودکان با روش‌های تربیتی برای پرورش مهارت‌های عاطفی	
	دانش‌آموزان از طریق فعالیت‌های موسیقایی مجاز	• آموزش مهارت‌های مدیریت استرس به دانش‌آموزان با فعالیت‌های موسیقایی	
	دانش‌آموزان از طریق فعالیت‌های موسیقایی مجاز	• استفاده از موسیقی‌های اجتماعی برای روان‌درمانی و کاهش استرس	
	دانش‌آموزان از طریق فعالیت‌های موسیقایی مجاز	• کاهش آشفتگی‌های روحی با موسیقی آرام‌بخش و مجاز	
	دانش‌آموزان از طریق فعالیت‌های موسیقایی مجاز	• مدیریت خلأهای عاطفی دانش‌آموزان با فعالیت‌های تربیتی مجاز	
	پرورش حس زیبایی‌شناسی و آرامش درونی از طریق آواهای طبیعی	• استفاده از آواهای طبیعی برای پرورش حس زیبایی‌شناسی و آرامش روانی	
	پرورش حس زیبایی‌شناسی و آرامش درونی از طریق آواهای طبیعی	• ایجاد فضای آرام و دلنشین در مدارس برای رشد عاطفی دانش‌آموزان	
	پرورش حس زیبایی‌شناسی و آرامش درونی از طریق آواهای طبیعی	• استفاده از سبک‌های موسیقی مجاز برای پرورش حس زیبایی‌شناسی	
	پرورش حس زیبایی‌شناسی و آرامش درونی از طریق آواهای طبیعی	• استفاده از سبک‌های موسیقی مجاز برای پرورش حس زیبایی‌شناسی	
تعمیق هویت فرهنگی و ارزش‌های دینی از طریق محتوای موسیقایی و تربیتی	تعمیق هویت فرهنگی و ارزش‌های دینی	• اجرای تواشیح و سرودهای تربیتی با نظارت بر محتوا برای تقویت حس معنوی	P3, P4, P5, P6, P8, P12, P15
	تعمیق هویت فرهنگی و ارزش‌های دینی	• تمرکز بر موسیقی با محتوای مذهبی برای تقویت معنویت دانش‌آموزان	
	تعمیق هویت فرهنگی و ارزش‌های دینی	• رعایت قبح‌زدایی در استفاده از موسیقی در برنامه‌های مذهبی	
	تعمیق هویت فرهنگی و ارزش‌های دینی	• جایگزینی موسیقی‌های شرقی با محتوای تربیتی ارزش‌محور مطابق با ماده ۲ قانون اهداف و وظایف وزارت آموزش و پرورش	
تعمیق هویت فرهنگی و ارزش‌محور از طریق	تعمیق هویت فرهنگی و ملی از طریق	• جایگزینی موسیقی‌های شرقی با محتوای تربیتی ارزش‌محور مطابق با ماده ۲ قانون اهداف و وظایف وزارت آموزش و پرورش	P1, P4, P5, P8, P12, P14, P17
	تعمیق هویت فرهنگی و ملی از طریق	• جایگزینی موسیقی‌های شرقی با محتوای تربیتی ارزش‌محور مطابق با ماده ۲ قانون اهداف و وظایف وزارت آموزش و پرورش	

کد انتخابی	کد محوری	کد باز	منبع
	موسیقی بومی و ارزش‌محور	- توجه به موسیقی‌های بومی و محلی برای حفظ هویت ملی - تقویت موسیقی سنتی در برنامه‌های تربیتی برای ارتباط با فرهنگ بومی - جایگزینی موسیقی‌های شرقی با محتوای تربیتی برای پرورش هویت فرهنگی - مقابله با مدگرایی در موسیقی‌های شرقی با آموزش ارزش‌های فرهنگی - کاهش جذابیت موسیقی‌های کره‌ای با ارائه محتوای تربیتی جذاب	
	پرورش ارزش‌های اخلاقی از طریق شعر و داستان تربیتی	- استفاده از شعر و داستان با محتوای تربیتی برای پرورش ارزش‌های اخلاقی - پیشگیری از گرایش به فساد اخلاقی با محتوای تربیتی مناسب - اجرای اصل جایگزینی محتوای نامناسب با محتوای تربیتی ارزش‌محور	P1, P4, P5, P13
تقویت توانمندی‌های شناختی و مهارت‌های اجتماعی از طریق فعالیت‌های موسیقایی هدفمند	تقویت خلاقیت و توانمندی‌های شناختی از طریق فعالیت‌های موسیقایی	- پرورش ذهن خلاق دانش‌آموز با فعالیت‌های موسیقایی هدفمند - هدایت دانش‌آموز به تعقل از طریق فعالیت‌های موسیقایی با محتوای معناگرا - افزایش خلاقیت دانش‌آموزان از طریق فعالیت‌های موسیقایی خلاق - تقویت نیروی ادراکی و ارادی دانش‌آموزان با موسیقی تربیتی	P1, P5, P7, P8, P10 P11, P12, P13, P14, P17
	بهبود مهارت‌های یادگیری و کاهش اختلالات	- کاهش پراکندگی تمرکز در آموزش با برنامه‌ریزی دقیق فعالیت‌های موسیقایی - کاهش اختلال خواندن با فعالیت‌های موسیقایی هدفمند	P1, P2, P6, P8, P9 P11, P12, P13, P17

کد انتخابی	کد محوری	کد باز	منبع
	آموزشی از طریق موسیقی	- کاهش اختلال نوشتن با استفاده از موسیقی برای تقویت تمرکز - رفع نقص در تمرکز و یادگیری با برنامه‌ریزی فعالیت‌های موسیقایی	
	تقویت مهارت‌های اجتماعی و همکاری تیمی از طریق موسیقی	- طراحی بازی‌های تربیتی برای تقویت مهارت‌های اجتماعی و همکاری تیمی - همراهی با دانش‌آموزان به‌عنوان اصل تربیتی برای تقویت حس تعلق - ایجاد تجربه ارتباط و تعامل موسیقایی برای تقویت همکاری - ارتقای شناخت اجتماعی و مهارت‌های ارتباطی از طریق موسیقی - کاهش اضطراب اجتماعی با فعالیت‌های موسیقایی گروهی	P2, P5, P6, P8, P10, P11, P12, P13, P15, P16, P17
	التزام به قوانین ملی و اسناد بالادستی در استفاده از موسیقی	- التزام به قوانین ملی در استفاده از موسیقی مطابق با ماده ۱ قانون آموزش و پرورش - رعایت ضوابط اسناد بالادستی مانند سند تحول بنیادین در فعالیت‌های موسیقایی - تدوین توجیه‌نامه حقوقی برای استفاده از موسیقی در مدارس - شفافیت و نظارت حقوقی بر آموزش‌های موسیقایی مطابق با ماده ۱۲ قانون اهداف و وظایف وزارت آموزش و پرورش	P2, P5, P6, P8, P10, P11, P12, P13
	رعایت ضوابط شرعی و فتاوی فعالیت‌های موسیقایی	- رعایت نظرات مراجع تقلید در استفاده از موسیقی مطابق با اصل ۱۲ قانون اساسی - رعایت محدودیت‌های شرعی در شعرخوانی و صدای بانوان با توجه به فتاوی فقهی	P2, P5, P6, P8, P10, P11

کد انتخابی	کد محوری	کد باز	منبع
		• رعایت حدود شرعی در استفاده از موسیقی با توجه به اصول فقهی • پرهیز از غنا و موسیقی‌های مخل اراده با تأکید بر سلامت روان • تبیین تفاوت موسیقی‌های حلال و حرام برای آموزش آگاهانه • جلوگیری از ترویج موسیقی‌های مشتبّه شرعی در رسانه ملی مطابق با اصل ۱۲ قانون اساسی	
		• جلوگیری از سوءاستفاده از محتوای نامناسب در موسیقی مطابق با ماده ۱۴ قانون حمایت از حقوق کودکان	
	پیشگیری از تأثیر محتوای نامناسب و حفظ سلامت تربیتی	• پرهیز از تبلیغ موسیقی‌های نامناسب در محیط‌های آموزشی • جلوگیری از انتقال پیام‌های ناپسند در موسیقی با نظارت دقیق • پرهیز از موسیقی‌های مغایر با ارزش‌های دینی برای حفظ هویت فرهنگی	P2, P5, P6, P11, P12, P13
		• ارتقای سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان برای مواجهه آگاهانه با موسیقی	
	ارتقای سواد رسانه‌ای و مهارت تشخیص محتوای موسیقایی	• آموزش شناسایی موسیقی‌های ناپسند به دانش‌آموزان • کمک به ارتقای قدرت تشخیص موسیقی مناسب در دانش‌آموزان • هدایت گرایش دانش‌آموزان به موسیقی مجاز با محتوای تربیتی	P2, P5, P6, P8, P10, P11, P12, P13
	مدیریت محتوای موسیقایی و	• ایجاد بانک آوایی تربیتی برای ارائه محتوای پرورش‌دهنده	P2, P5, P6, P8, P10, P11

کد انتخابی	کد محوری	کد باز	منبع
	رسانه‌ای با نظارت حقوقی	- مدیریت رسانه برای ارائه محتوای موسیقایی تربیتی و مناسب - مدیریت محتوای موسیقایی با رعایت اصول تربیتی و شرعی - بازنگری در شبکه‌های رادیویی مانند آوا با هدف‌گذاری تربیتی	
	ایجاد محیط آموزشی پویا و انگیزشی با تأکید بر کرامت انسانی	- پرهیز از تقابل با دانش‌آموز و استفاده از روش‌های تشویقی برای تقویت اعتماد به نفس - بهره‌گیری از روش‌های انگیزشی مانند پاداش‌های غیرمادی برای جذب دانش‌آموزان - اصلاح فضای خشک مدارس با ایجاد محیط تربیتی پویا و شاداب - ایجاد جو تربیتی مناسب در مدارس با تأکید بر احترام و محبت	P1, P5, P7, P8, P10, P11, P12, P13, P14, P17
تقویت هم‌افزایی تربیتی بین مدرسه، خانواده، و معلمان با رویکرد ارزش‌محور	تقویت جذابیت بصری و محتوایی در فعالیتهای تربیتی	- تقویت جذابیت‌های بصری در محتوای تربیتی برای جلب توجه دانش‌آموزان - افزایش محتوای جذاب دیداری در مدارس برای تقویت انگیزه یادگیری - تقویت تصویرسازی حرفه‌ای در محتوای آموزشی برای جلب توجه دانش‌آموزان	P1, P2, P6, P8, P9, P11, P12, P13, P17
تقویت هم‌افزایی تربیتی بین مدرسه و خانواده	- آموزش ارشادی به خانواده‌ها برای هماهنگی تربیتی بین خانه و مدرسه - پرهیز از دوگانگی تربیتی بین مدرسه و خانواده با هماهنگی ارزش‌ها - احترام به اعتقادات دینی خانواده‌ها در فعالیتهای موسیقایی		

کد انتخابی	کد محوری	کد باز	منبع
		• تشویق خانواده‌ها برای مشارکت در برنامه‌های تربیتی مدرسه	
		• برگزاری دوره‌های دانش‌افزایی برای خانواده‌ها جهت تقویت آگاهی تربیتی	P1, P5, P7, P8, P10
	ارتقای آگاهی تربیتی و رسانه‌ای والدین	• افزایش آگاهی والدین از مضامین موسیقی برای هدایت فرهنگی فرزندان	P11, P12, P13, P14, P17
		• آموزش اثرهای روانی موسیقی به خانواده‌ها برای حمایت از سلامت روان	
		• آموزش معلمان برای استفاده تربیتی از موسیقی در کلاس	
		• تقویت توانایی معلمان در استفاده از روش‌های آموزشی متنوع	P1, P2, P6, P8, P9
	توانمندسازی معلمان برای استفاده تربیتی از موسیقی	• رفع عدم استفاده معلمان از روش‌های نمایشی با آموزش مناسب	P11, P12, P13, P17
		• تقویت الگو بودن معلم با رفتار تربیتی و ویژگی‌های شخصیتی مثبت	
		• آموزش روش‌های جایگزین آواهای انسانی به معلمان برای فعالیتهای تربیتی	
		• تدوین برنامه‌ریزی منسجم برای فعالیتهای موسیقایی با نظارت حقوقی	P1, P5, P7, P8, P10
	برنامه‌ریزی منسجم و مدیریت زمان در فعالیتهای موسیقایی	• مدیریت زمان در فعالیتهای موسیقایی	P11, P12, P13, P14, P17
		• برای حفظ تعادل آموزشی مدیریت زمان برای جلوگیری از اتلاف وقت دروس با موسیقی	
		• پیشگیری از اختلافات فرهنگی با انتخاب محتوای موسیقایی مناسب	P1, P5, P7, P8, P10
	حفظ احترام به سنت‌ها و پیشگیری از اختلافات فرهنگی	• حفظ احترام به هویت و سنت‌ها در فعالیتهای موسیقایی	P11, P12, P13, P14, P17

کد انتخابی	کد محوری	کد باز	منبع
		• تبیین مبانی موسیقی با توجه به فرهنگ محیط و ارزش‌های بومی	
		• تدوین سیاست‌های فرهنگی با معیارهای هنری و تربیتی	

بر اساس تحلیل دقیق و چندمرحله‌ای کدهای باز، محوری و انتخابی در راستای موضوع «مواجهه هوشیارانه حقوقی و تربیتی در مورد استفاده از موسیقی در مدرسه»، دستاوردهای پژوهشی جامعی استخراج شده است که در چهارچوب اصول حقوقی، تربیتی و رسانه‌ای تدوین شده‌اند. این پژوهش با بهره‌گیری از رویکردی نظام‌مند، موسیقی را به‌عنوان ابزاری چندوجهی برای پرورش دانش‌آموزان معرفی کرده و بر ضرورت التزام به قوانین ملی، اسناد بالادستی و ضوابط شرعی تأکید دارد. در ادامه، دستاوردهای کلیدی پژوهش، مقایسه آن با مطالعات مشابه و نتیجه‌گیری نهایی ارائه می‌شود.

تحلیل کدهای باز نشان داد که موسیقی مجاز، به‌ویژه با استفاده از آواهای طبیعی، می‌تواند به‌عنوان ابزاری مؤثر برای ارتقای سلامت روان، کاهش استرس و اضطراب اجتماعی و پرورش حس زیبایی‌شناسی و آرامش درونی دانش‌آموزان عمل کند. این رویکرد با ایجاد فضایی آرام و دلنشین در محیط‌های آموزشی، رشد عاطفی دانش‌آموزان را تسهیل کرده و با ماده ۱۴ قانون حمایت از حقوق کودکان که بر فراهم‌سازی محیط مطلوب برای رشد روانی و عاطفی تأکید دارد، هم‌راستا است. علاوه‌براین، پژوهش بر جایگزینی موسیقی‌های غیربومی با محتوای بومی، سنتی و مذهبی، همراه با استفاده از شعر و داستان تربیتی، برای تعمیق هویت فرهنگی، ارزش‌های اخلاقی و معنویت دانش‌آموزان تأکید کرد. این راهبرد با ماده ۲ قانون اهداف و وظایف وزارت آموزش و پرورش و سند تحول بنیادین هم‌خوانی داشته و از طریق پیشگیری از گرایش به محتوای غیراخلاقی، پیوند دانش‌آموزان با فرهنگ ملی و دینی را تقویت می‌کند.

فعالیت‌های موسیقایی ساختارمند به‌عنوان ابزاری برای پرورش خلاقیت، بهبود مهارت‌های یادگیری و کاهش اختلالات آموزشی مانند مشکلات خواندن و نوشتن شناسایی

شدند. این فعالیت‌ها با تقویت تمرکز و توانمندی‌های شناختی، به بهبود عملکرد تحصیلی دانش‌آموزان کمک می‌کنند. همچنین، فعالیت‌های موسیقایی گروهی با پرورش مهارت‌های اجتماعی، همکاری گروهی و حس تعلق، نقش مهمی در ارتقای تعاملات اجتماعی دانش‌آموزان ایفا می‌کنند. این یافته‌ها با اصول تربیتی سند تحول بنیادین که بر پرورش جامع دانش‌آموزان در ابعاد شناختی و اجتماعی تأکید دارد، سازگار است.

یکی از دستاوردهای برجسته این پژوهش، تأکید بر التزام به ضوابط حقوقی و شرعی در استفاده از موسیقی در محیط‌های آموزشی و رسانه‌ای است. رعایت قوانین ملی، ازجمله ماده ۱ و ۱۲ قانون اهداف و وظایف وزارت آموزش و پرورش، اسناد بالادستی مانند سند تحول بنیادین و فتاوی شرعی مطابق با اصل ۱۲ قانون اساسی، چهارچوبی قانون‌محور برای بهره‌گیری از موسیقی ارائه می‌دهد. مدیریت محتوای موسیقایی با نظارت حقوقی، پیشگیری از ترویج محتوای نامناسب و ارتقای سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان برای مواجهه آگاهانه با موسیقی، از دیگر جنبه‌های کلیدی این دستاورد هستند. این رویکرد نه تنها سلامت تربیتی دانش‌آموزان را حفظ می‌کند بلکه با ایجاد بانک آوایی تربیتی و بازنگری در رسانه‌هایی مانند شبکه‌های رادیویی، محتوای پرورش‌دهنده‌ای را در اختیار نظام آموزشی قرار می‌دهد.

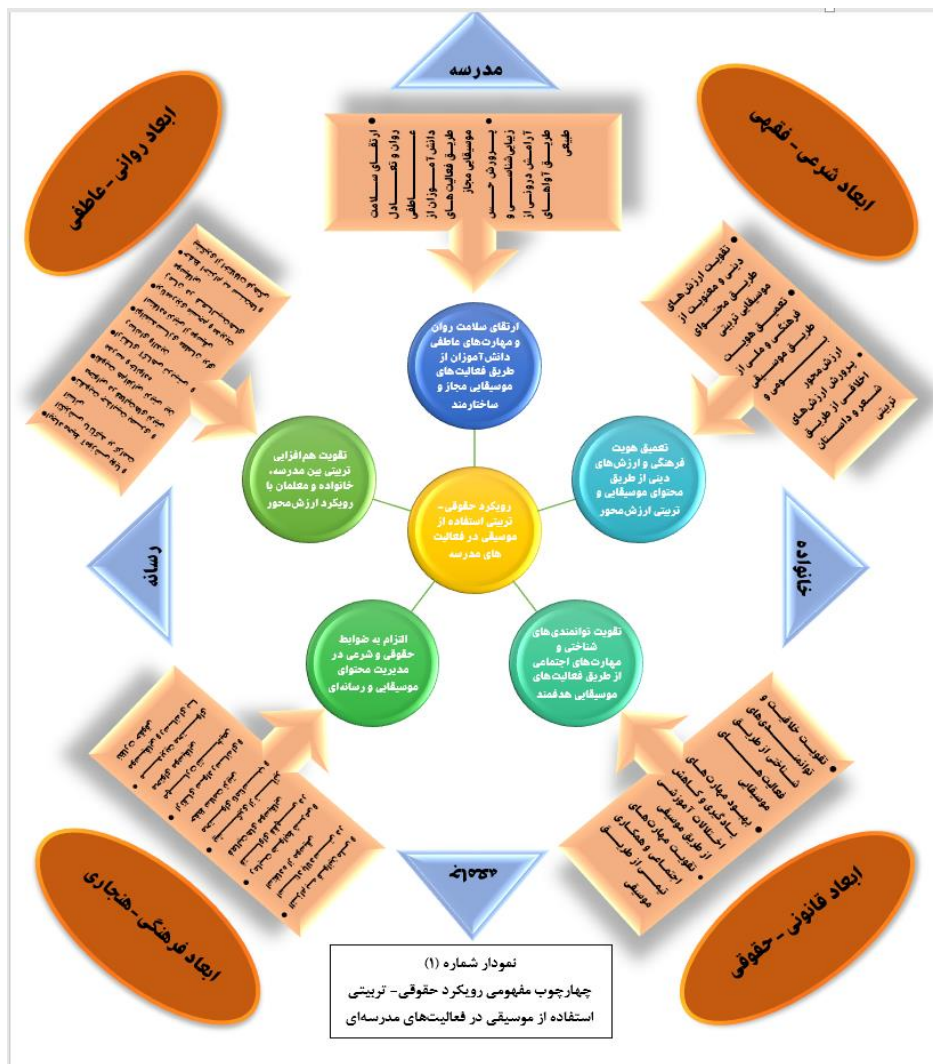
هم‌افزایی تربیتی بین مدرسه، خانواده و معلمان به‌عنوان یکی از ارکان اصلی پرورش دانش‌آموزان شناسایی شد. آموزش والدین در زمینه مضامین موسیقایی و اثرهای روانی آن، توانمندسازی معلمان برای استفاده تربیتی از موسیقی و احترام به ارزش‌های دینی و فرهنگی خانواده‌ها، محیطی پویا و انگیزشی برای تربیت یکپارچه ایجاد می‌کند. نقش الگویی معلمان، استفاده از روش‌های تشویقی و برنامه‌ریزی منسجم فعالیت‌های موسیقایی، ضمن حفظ تعادل آموزشی، به تقویت اعتمادبه‌نفس و انگیزه یادگیری دانش‌آموزان کمک می‌کند. این راهبرد با اصول تربیتی مبتنی بر کرامت انسانی و هماهنگی ارزشی بین نهادهای آموزشی و خانواده هم‌راستا است.

برای روشن شدن جایگاه این پژوهش، مقایسه‌ای با مطالعات مشابه در حوزه استفاده از موسیقی در آموزش و پرورش انجام شد. پژوهش‌های بین‌المللی مانند مطالعه

گادمانستودیر^۹ و همکاران (۲۰۲۰) بر تأثیر موسیقی در کاهش استرس و بهبود سلامت روان دانش‌آموزان تأکید دارند؛ اما فاقد چهارچوب حقوقی و شرعی متناسب با فرهنگ‌های دینی هستند. درمقابل، پژوهش حاضر با ارائه رویکردی بومی و قانون‌محور، ضمن بهره‌گیری از موسیقی مجاز، به ارزش‌های دینی و فرهنگی توجه ویژه‌ای دارد. مطالعات محلی مانند پژوهش احمدی (۱۴۰۰) به نقش موسیقی سنتی در تقویت هویت ملی پرداخته‌اند؛ اما کمتر به جایگزینی محتوای غیربومی یا ارائه راهکارهای عملی برای نظام آموزشی توجه کرده‌اند. این پژوهش با پیشنهاد جایگزینی موسیقی‌های شرقی و کره‌ای با محتوای تربیتی ارزش‌محور، رویکردی نوآورانه‌تر ارائه می‌دهد.

در زمینه پرورش مهارت‌های شناختی و اجتماعی، پژوهش‌هایی مانند مطالعه هالام (۲۰۱۵) نشان داده‌اند که موسیقی می‌تواند به بهبود توانمندی‌های شناختی و تعاملات اجتماعی کمک کند. با این حال، این مطالعات اغلب جنبه‌های حقوقی و تربیتی را در چهارچوب قوانین ملی نادیده می‌گیرند. پژوهش حاضر با تلفیق این جنبه‌ها و تأکید بر فعالیت‌های موسیقایی گروهی، چهارچوبی جامع‌تر ارائه می‌دهد که برای اجرا در نظام آموزشی ایران مناسب است. در حوزه رعایت ضوابط حقوقی و شرعی، این پژوهش با ارجاع به اصل ۱۲ قانون اساسی، فتاوی شرعی و اسناد بالادستی، رویکردی منحصربه‌فرد ارائه کرده که در مقایسه با مطالعات بین‌المللی که معمولاً این جنبه‌ها را نادیده می‌گیرند، متمایز است. همچنین، در مقایسه با پژوهش‌هایی مانند مطالعه جونز و همکاران (۲۰۱۸) که بر همکاری بین مدرسه و خانواده تأکید دارند، این پژوهش با ارائه راهکارهای عملی مانند دوره‌های دانش‌افزایی برای والدین و توانمندسازی معلمان، رویکردی کاربردی‌تر ارائه می‌دهد.

^۹. Gudmundsdottir



منبع: محقق

نتیجه‌گیری

این پژوهش با ارائه چهارچوبی جامع و چندوجهی، نشان داد که استفاده هوشیارانه از موسیقی در مدارس می‌تواند به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای ارتقای سلامت روان، تعمیق هویت فرهنگی و ارزش‌های دینی، پرورش مهارت‌های شناختی و اجتماعی و تقویت

هم‌افزایی تربیتی بین مدرسه، خانواده و معلمان عمل کند. این دستاوردها تنها در صورتی محقق می‌شوند که استفاده از موسیقی با رعایت دقیق ضوابط حقوقی، شرعی و تربیتی همراه باشد. التزام به قوانین ملی، اسناد بالادستی و فتاوی شرعی، همراه با مدیریت محتوای موسیقایی و ارتقای سواد رسانه‌ای، چهارچوبی قانون‌محور و پرورش‌دهنده ارائه می‌دهد که سلامت تربیتی دانش‌آموزان را تضمین می‌کند. دستاوردهای این پژوهش نه تنها با اسناد بالادستی مانند سند تحول بنیادین و قوانین ملی هم‌راستا هستند بلکه با ارائه راهکارهای عملی و بومی، گامی فراتر از پژوهش‌های مشابه برداشته‌اند. این یافته‌ها می‌توانند به‌عنوان راهنمایی برای سیاست‌گذاری تربیتی، طراحی برنامه‌های آموزشی و تدوین دستورالعمل‌های حقوقی در نظام آموزشی ایران مورد استفاده قرار گیرند.

برای تعمیق این یافته‌ها، بررسی تأثیر بلندمدت فعالیت‌های موسیقایی تربیتی بر عملکرد تحصیلی و سلامت روان دانش‌آموزان پیشنهاد می‌شود. همچنین، تدوین دستورالعمل‌های حقوقی و شرعی دقیق‌تر با همکاری مراجع فقهی می‌تواند به استانداردسازی استفاده از موسیقی در مدارس کمک کند. مطالعه تطبیقی استفاده از موسیقی در نظام‌های آموزشی کشورهای اسلامی نیز می‌تواند الگوهای بومی و قابل‌اجرا ارائه دهد. در نهایت، توسعه برنامه‌های آموزشی برای معلمان و والدین در زمینه سواد موسیقایی و تربیتی، می‌تواند هم‌افزایی بین نهادهای آموزشی و خانواده را تقویت کند.

پیشنهادهای پژوهشی

با توجه به یافته‌های این پژوهش و چهارچوب حقوقی-تربیتی ارائه‌شده برای استفاده هوشیارانه از موسیقی در محیط‌های آموزشی، پیشنهادها زیر در دو بخش نظری و عملی برای توسعه و تعمیق این حوزه ارائه می‌گردد: در بخش پیشنهادها نظری، بررسی تطبیقی کاربرد موسیقی در نظام‌های آموزشی کشورهای اسلامی: انجام مطالعات تطبیقی با تمرکز بر کشورهای اسلامی که از موسیقی در آموزش استفاده می‌کنند، می‌تواند الگوهای بومی و قابل‌اجرا برای نظام آموزشی ایران ارائه دهد. این پژوهش‌ها می‌توانند به

تحلیل چگونگی تلفیق موسیقی با ارزش‌های دینی و فرهنگی در این کشورها بپردازند و راهکارهایی برای تطبیق با چهارچوب‌های حقوقی و شرعی ایران پیشنهاد کنند.

تحلیل عمیق فقهی در خصوص موسیقی غیرلهوی: با توجه به اختلاف‌نظرهای فقهی در مورد موسیقی، پژوهش‌های نظری عمیق‌تر با همکاری مراجع فقهی می‌توانند به تبیین دقیق‌تر مرزهای موسیقی مجاز و غیرمجاز در محیط‌های آموزشی کمک کنند. این مطالعات می‌توانند با استناد به منابع فقهی و آیات قرآنی، مانند آیه ۳۲ سوره اعراف، چهارچوب‌های مشخص‌تری برای استفاده از موسیقی در تعلیم و تربیت ارائه دهند.

بررسی تأثیرات بلندمدت موسیقی بر سلامت روان و عملکرد تحصیلی: پژوهش‌های طولی برای ارزیابی تأثیرات بلندمدت فعالیت‌های موسیقایی تربیتی بر سلامت روان، مهارت‌های شناختی، و عملکرد تحصیلی دانش‌آموزان می‌توانند به درک عمیق‌تر اثرهای موسیقی در فرایندهای آموزشی کمک کنند. این مطالعات می‌توانند با استفاده از روش‌های کمی و کیفی، تأثیرات پایدار موسیقی را در سنین مختلف بررسی کنند.

توسعه مدل‌های نظری تلفیقی برای کاربرد موسیقی در آموزش: پژوهش‌های نظری می‌توانند مدل‌های تلفیقی جدیدی ارائه دهند که اصول حقوقی (مانند مقاوله‌نامه حقوق کودک و اصل ۳ قانون اساسی ایران)، تربیتی (فطرت‌گرایی اسلامی)، و روان‌شناختی را در استفاده از موسیقی در آموزش ادغام کنند. این مدل‌ها می‌توانند به عنوان مبنایی برای سیاست‌گذاری آموزشی مورد استفاده قرار گیرند.

در بخش پیشنهادهای عملی، تدوین دستورالعمل‌های حقوقی و شرعی برای استفاده از موسیقی در مدارس: پیشنهاد می‌شود با همکاری وزارت آموزش و پرورش و مراجع فقهی، دستورالعمل‌های جامعی برای استفاده از موسیقی در محیط‌های آموزشی تدوین شود. این دستورالعمل‌ها باید شامل معیارهای انتخاب موسیقی، نظارت بر محتوا، و محدودیت‌های مبتنی بر سن و شخصیت دانش‌آموزان باشد تا از نقض حقوق متربیان جلوگیری شود.

ایجاد بانک آوایی تربیتی: توسعه یک بانک آوایی تربیتی با محتوای موسیقایی مجاز، شامل سرودهای مذهبی، موسیقی‌های سنتی ایرانی، و قطعات آموزشی آهنگین، می‌تواند

به عنوان منبعی برای معلمان و مربیان در دسترس قرار گیرد. این بانک باید با نظارت حقوقی و شرعی مدیریت شده و به صورت دوره‌ای بازنگری شود.

برگزاری دوره‌های آموزشی برای معلمان و والدین: طراحی و اجرای دوره‌های دانش‌افزایی برای معلمان و والدین در زمینه سواد موسیقایی و تربیتی پیشنهاد می‌شود. این دوره‌ها می‌توانند شامل آموزش روش‌های استفاده هدفمند از موسیقی، شناسایی محتوای موسیقایی مناسب، و آگاهی از اثرهای روانی موسیقی بر کودکان باشند تا هم‌افزایی تربیتی بین مدرسه و خانواده تقویت شود.

پیاده‌سازی برنامه‌های موسیقایی گروهی در مدارس: اجرای برنامه‌های موسیقایی گروهی، مانند سرودهای مذهبی یا فعالیت‌های ریتمیک، تحت نظارت دقیق مربیان می‌تواند به تقویت مهارت‌های اجتماعی و همکاری تیمی دانش‌آموزان کمک کند. این برنامه‌ها باید با توجه به اصول سند تحول بنیادین و ارزش‌های فرهنگی طراحی شوند.

ارزیابی و نظارت مستمر بر فعالیت‌های موسیقایی در مدارس: پیشنهاد می‌شود نظام ارزیابی و نظارت مستمری برای فعالیت‌های موسیقایی در مدارس ایجاد شود. این نظام باید شامل بازبینی محتوای موسیقی، بررسی اثرهای آن بر دانش‌آموزان، و اطمینان از رعایت ضوابط حقوقی و شرعی باشد تا از تأثیرات منفی احتمالی جلوگیری شود.

این پیشنهادها، با تأکید بر تلفیق اصول حقوقی، تربیتی، و شرعی، می‌توانند به استانداردسازی و بهینه‌سازی استفاده از موسیقی در نظام آموزشی ایران کمک کنند. اجرای این پیشنهادها نیازمند همکاری بین نهادهای آموزشی، مراجع فقهی، و پژوهشگران حوزه تعلیم و تربیت است تا ضمن بهره‌مندی از ظرفیت‌های مثبت موسیقی، سلامت روانی و اخلاقی دانش‌آموزان تضمین شود.

کتابنامه

قرآن کریم

- احمدی، رقیه؛ احمدی، مریم؛ اکبری مشیران، زهرا؛ اصغری اقدم، مهسا؛ بهمنی، سارا و جعفری کلیر، فاطمه (۱۴۰۰). تأثیر موسیقی بر ادبیات کودک و نوجوان. *اولین همایش ملی ادبیات کودک و نوجوان*، اردبیل.
- احمری، م. (۱۳۸۴). *موسیقی در اسلام: بررسی فقهی و تاریخی*. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- انصاری، مرتضی (۱۴۱۵ق). *کتاب المکاسب*. قم: دار الکتاب.
- برنگی، م.، و همکاران (۱۴۰۰). تحلیل برنامه درسی کاوشگری موسیقایی در برنامه درسی فلسفه برای کودکان. *فصلنامه مطالعات برنامه درسی*، ۱۵(۳)، ۶۲-۴۵.
- جعفری، ع.، و همکاران (۱۴۰۰). موسیقی و آموزش: نگاهی میان‌رشته‌ای به کاربرد موسیقی در تعلیم و تربیت. *فصلنامه مطالعات تربیتی*، ۱۲(۳)، ۶۰-۴۵.
- خجسته، س. (۱۳۸۹). تأثیرات روان‌شناختی موسیقی بر کودکان: مروری بر مطالعات خارجی. *مجله روان‌شناسی تربیتی*، ۸(۲)، ۳۵-۲۳.
- سند ملی برنامه درسی (۱۳۹۱). *مبانی نظری برنامه درسی ملی جمهوری اسلامی ایران*. تهران: وزارت آموزش و پرورش.
- شورای عالی انقلاب فرهنگی و وزارت آموزش و پرورش. (۱۳۹۰). *سند تحول بنیادین آموزش و پرورش* [نسخه منتشرشده توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی].
- صیرفی، م.، و همکاران (۱۴۰۰). موسیقی و تلاوت قرآن: بررسی نقش تلحین در آموزش دینی. *فصلنامه مطالعات قرآنی*، ۱۸(۲)، ۵۰-۳۳.
- عبداللهی خوروش، م. (۱۳۸۶). تأثیرات روان‌شناختی موسیقی بر کودکان. *فصلنامه روان‌شناسی تربیتی*، ۵(۱)، ۶۰-۴۵.
- علی‌زاده محمدی، م. و همکاران (۱۳۸۰). *کاربرد موسیقی در آموزش: رویکردی روان‌شناختی*. تهران: دانشگاه تهران.

- علی‌محمدی، ر. (۱۳۹۸). تأثیر موسیقی‌های نامناسب بر سلامت روان کودکان. *فصلنامه روان‌شناسی کودک*، ۱۵(۴)، ۷۸-۹۲.
- فزایی، س.، و عشایری، م. (۱۳۹۷). تأثیر موسیقی بر خلاقیت کودکان ۷ تا ۹ ساله شهر تهران. *فصلنامه مطالعات تربیتی*، ۱۰(۱)، ۳۳-۴۸.
- فزایی، س.، و عشایری، م. (۱۳۹۷). موسیقی و تربیت اسلامی: فرصت‌ها و چالش‌ها. *فصلنامه تربیت اسلامی*، ۱۲(۳)، ۷۸-۹۲.
- قاسم‌تبار، ح. (۱۳۹۵). موسیقی در فرهنگ ایرانی: نگاهی تاریخی به دوره قاجار. *فصلنامه مطالعات تاریخی*، ۲۰(۱)، ۱۱۲-۱۳۰.
- قاسم‌تبار، ح.، و همکاران (۱۳۹۰). تأثیر آموزش موسیقی در مهارت‌های پایه ریاضی کودکان پیش‌دبستانی. *مجله آموزش و پرورش*، ۸(۴)، ۵۶-۷۲.
- کلینی، محمد (۱۴۰۷ق). *الکافی*. تهران: دار الکتب الإسلامیه.
- کیمی‌پن، س. (۱۳۸۰). کاربرد موسیقی در آموزش کودکان. تهران: آموزش.
- محمدی، سارا و حسینی، زهرا (۱۴۰۲). بررسی اثربخشی موسیقی‌درمانی بر کاهش اضطراب و بهبود مهارت‌های اجتماعی کودکان اوتیسمی. *فصلنامه علوم روان‌شناختی*، ۲۱(۴)، ۱۲۳-۱۳۶.
- مرادی، ع.، و باقری، م. (۱۴۰۰). تأثیر موسیقی بر یادگیری کودکان: نقش شخصیت و روحیه. *فصلنامه روان‌شناسی کودک*، ۱۷(۴)، ۶۵-۸۰.
- نظری، فاطمه؛ شریفی، احمد و کریمی، محمد (۱۴۰۱). تأثیر آموزش موسیقی بر خلاقیت کودکان ۷ تا ۹ ساله شهر تهران. *مجله روان‌پزشکی و روان‌شناسی بالینی ایران*، ۲۷(۳)، ۲۴۵-۲۵۸.
- نیک‌زاد، ص. (۱۴۰۱). موسیقی در تعلیم و تربیت اسلامی: ابزار یا هدف؟ *فصلنامه مطالعات اسلامی تربیت*، ۱۰(۲)، ۳۳-۴۸.
- ورکیانی، س.، و همکاران (۱۳۹۸). اثربخشی فعالیت‌های تربیت بدنی و هنری با تأکید بر موسیقی بر سلامتی و کاهش اضطراب کودکان پیش‌دبستانی. *فصلنامه روان‌شناسی کودک*، ۱۴(۲)، ۷۸-۹۴.

یزدی، س. م. ک. (۱۴۲۰ق). *العروة الوثقى*. قم: مؤسسه النشر الإسلامی.

- Cheng, L., et al. (2019). The role of music in early childhood education. *Early Education Journal*, 45(3), 210-225.
- Gillespie, C. W., & Glider, K. R. (2010). Preschool teachers' use of music to scaffold children's learning and behaviour. *Early Child Development and Care*, 180(6), 799-808
- Gudmundsdottir, H. R., Beynon, C., Ludke, K., & Cohen, A. J. (Eds.). (2020). *The Routledge companion to interdisciplinary studies in singing: Volume II: Education*. Routledge
- Hallam, S. (2010). The power of music: Its impact on the intellectual, social and personal development of children and young people. *International Journal of Music Education*, 28(3), 269-289.
- Jones, B. D. (2018). *Motivating students by design: Practical strategies for professors* (2nd ed.). CreateSpace Independent Publishing Platform
- Martins, M., Neves, L., & Rodrigues, P. (2024). Orff-based music training improves motor coordination in children: A randomized controlled trial. *Journal of Motor Behavior*, 56(5), 512-526.
- Putkinen, V., Tervaniemi, M., & Huottilainen, M. (2024). Musical training enhances auditory and cognitive skills in children: A longitudinal study. *Journal of Research in Music Education*, 72(3), 289-304.
- Saarikallio, S., Alluri, V., & Maksimainen, J. (2024). Music listening as a resource for adolescent well-being: A person-oriented approach. *Psychology of Music*, 52(4), 421-435.
- Stock, J. P. J., & Gundlach, M. (2015). Music and social behavior: Impacts on children and adolescents. *Journal of Cultural Psychology*, 22(4), 567-582.
- United Nations. (1989). Convention on the Rights of the Child. Retrieved from <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention>.

تحلیل حقوقی ماهیت حساب‌های مجازی

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۰۸

سید پدram خندانی^۱

محدثه محتاج^۲*

مهرداد ناظمی^۳

چکیده

فعالیت‌های متنوع ما در فضای مجازی از طریق حساب‌های مجازی امکان‌پذیر است. شناخت این حساب‌ها اهمیت زیادی دارد؛ زیرا علاوه بر ارزش معنوی و عاطفی، می‌توانند ارزش مالی نیز داشته باشند. در گام نخست، شناخت ماهیت حساب مجازی به ما امکان می‌دهد گام‌های بعدی را آگاهانه‌تر برداریم. حساب مجازی به دلیل نداشتن موجودیت فیزیکی و قابلیت لمس، در دسته اموال غیرمادی قرار می‌گیرد. این حساب‌ها دارای ماهیتی دوگانه هستند: برخی از آن‌ها به دلیل محتوای مالی، در گروه حقوق معنوی قرار می‌گیرند و قابلیت انتقال دارند، درحالی‌که حساب‌های حاوی اطلاعات شخصی، ارزش مالی ندارند و غیرقابل انتقال‌اند. درباره رابطه کاربر با حساب مجازی نیز نظرهای مختلفی وجود دارد؛ از جمله حق انتفاع یا مالکیت. باتوجه به اینکه حق انتفاع مستلزم وجود عین متعلق به دیگری است و کاربر مالک محتوای حساب است، این رابطه نمی‌تواند حق انتفاع باشد. این پژوهش با رویکرد تحلیلی - توصیفی و با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای به بررسی ماهیت و ویژگی‌های مالکیت حساب‌های مجازی پرداخته است. در نهایت، باتوجه به ویژگی‌های مالکیت مانند دائمی بودن، مطلق بودن و انحصاری بودن، می‌توان حساب مجازی را در قالب رابطه مالکیت تحلیل کرد.

واژگان کلیدی

حساب مجازی، ماهیت، مالی، غیرمالی، مالکیت.

۱. استادیار گروه آموزشی حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج، البرز، ایران

dr.khandani@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج، البرز، ایران

mina.mohtaj@yahoo.com

۳. استادیار گروه آموزشی حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج، البرز، ایران

mehrdadnazemi@yahoo.com

مقدمه

بخش زیادی از عمر ما در فضای مجازی سپری می‌شود. ما در فضای مجازی جدا از فعالیت‌های شخصی نظیر ارسال پست الکترونیک به فعالیت‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی حتی فعالیت‌های روزمره مثل خرید و فروش می‌پردازیم. فعالیت ما در فضای مجازی به وسیله ابزاری به نام حساب مجازی امکان‌پذیر است. در خصوص حساب مجازی مباحث حقوقی فراوان قابل طرح است؛ برای نمونه، ماهیت حقوقی حساب مجازی چیست؟ این حساب متعلق به چه کسی است؟ متعلق به شرکتی است که آن را ایجاد کرده یا کاربری است که با ثبت نام به نام شخص خویش حساب را ساخته و در حال استفاده از آن است؟ پس از مرگ چه اتفاقی برای این حساب خواهد افتاد؟ از بین خواهد رفت یا به وراثت خواهد رسید؟ این پرسش تنها جنبه نظری ندارد بلکه آثار عملی نیز در بردارد؛ برای نمونه، اگر بپذیریم که حساب متعلق به کاربر است پس او می‌تواند آن را به دیگری منتقل کند و یا پس از فوت او، به وراثت خواهد رسید؛ اما اگر آن را متعلق به شرکت بدانیم پاسخ این سؤال‌ها متفاوت خواهد شد. پرسش‌های یاد شده زمانی واجد اهمیت بیشتری می‌شوند که حساب ارزش مالی یافته باشد؛ بنابراین برای یافتن پاسخ مناسب به این پرسش‌ها در گام نخست باید ماهیت حساب مجازی مشخص گردد. در حقوق آمریکا در مورد حساب مجازی بسیار پژوهش شده است. همچنین قانون‌گذاران در این زمینه اقدام به وضع قوانین نموده‌اند. پنج ایالت اوکلاهاما، کنتیکت، رود آیلند، آیداهو و ایندیانا همگی قوانینی را در این موضوع تصویب کرده‌اند؛ اما هر کدام در زمینه متفاوتی کار کرده‌اند و همچنین نظریه‌های متفاوتی ارائه داده‌اند (Hollon, 2013, p. 1031). به عنوان مثال ایالات کنتیکت و رود آیلند تنها با حساب‌های پست الکترونیک سروکار دارند و در مورد سایر اشکال رسانه‌های اجتماعی برخط سکوت کرده‌اند. کنتیکت، ایندیانا و رود آیلند اختیارات مجری پس از مرگ برای دسترسی به حساب متوفی را محدود می‌کنند؛ ولی اوکلاهاما و آیداهو اختیارات کاملی به مجری پس از مرگ خواهند داد (Hollon, 2013, p. 1033). ادبیات حقوقی کشور ما در این خصوص ضعیف است و تا کنون فقط تعداد انگشت‌شماری مقاله با موضوع ارث حساب مجازی و وصیت حساب مجازی نگاشته شده است. یکی از دلایل بی‌توجهی

حقوق‌دانان ما به این مسئله، خارجی بودن تابعیت اکثر شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات است. این در حالی است که مسئله مورد بحث، قطعاً در آینده‌ای نه‌چندان دور برای همه کاربران ایرانی دغدغه‌آفرین خواهد بود. در کشور ما ایجاد و استفاده از این حساب‌ها رشد شتابانی داشته چنانچه بر اساس نظرسنجی انجام‌گرفته در بهمن ۹۶، ۶۰ درصد افراد بالای ۱۲ سال حداقل در یکی از شبکه‌های مجازی حساب دارند. همچنین شرکت‌های ایرانی فعال در زمینه ایجاد حساب مجازی نیز در شروط خود هیچ‌گونه مقرره‌ای درباره وضعیت انتقال حساب به کاربر ندارند؛ به‌عنوان مثال می‌توان از سایت پیکو فایل نام برد (میرشکاری، ۱۳۹۵، ص. ۹۷)؛ بنابراین لازم است شرکت‌های داخلی در این خصوص تمهیدی ببینند. در صورتی که شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات خارجی رویکردهای مختلفی در ارتباط با این موضوع دارند، برخی از آنجا که این حساب‌ها را همچنان متعلق به خود می‌دانند، با فوت کاربر، حساب را منقضی شده می‌دانند (Cumings, 2014, p. 898)، و برخی دیگر، این امکان را فراهم کرده‌اند که حساب پس از فوت به وراثت برسد و یا در طول حیات، فرد بتواند آن را به دیگران منتقل کند (Gaied, 2014, p. 281). نظام قانون‌گذاری ما نیز به این موضوع توجه نکرده است تا جایی که در پیش‌نویس لایحه قانون حمایت از داده‌ها و حریم خصوصی در فضای مجازی که می‌توانست جای مناسبی برای طرح این موضوع باشد سخنی در این باره گفته نشده است. به همین دلیل در نشست‌ها و مباحث موجود در این زمینه از اصول حقوقی موجود برای حل این مسئله کمک می‌گیرد. قوانینی که در زمان نگارش حتی انتظار پیش‌بینی چنین موضوعاتی را نداشتند. با افزایش فعالیت ما در فضای مجازی و تبدیل اقلام فیزیکی به غیرفیزیکی نیاز به نگارش قانون در این زمینه لازم است؛ بنابراین، باتوجه به خلأهای موجود و نیاز جامعه و قانون برای یافتن پاسخ مناسب به پرسش‌های فوق، در این مقاله به تحلیل حقوقی ماهیت حساب مجازی پرداخته می‌شود که اولین گام و مهم‌ترین آن در شناخت حساب مجازی است. در ادامه ابتدا مفهوم و اقسام حساب مجازی و سپس ماهیت حساب مجازی و در بخش بعدی رابطه کاربر با حساب مجازی بررسی خواهد شد و در نهایت به نتیجه‌گیری مباحث و ارائه پیشنهاد خواهیم پرداخت.

۱- مفهوم و اقسام حساب مجازی

در مورد مفهوم حساب مجازی در هیچیک از متون قانونی ما و همچنین متون خارجی تعریف جامع و کاملی از حساب مجازی ارائه نشده است. شاید دلیل آن را بتوان جدید بودن موضوع دانست. حساب مجازی از اجزای متعددی تشکیل شده است که با جمع شدن آنها کنار هم یک حساب مجازی شکل می‌گیرد. ازجمله اجزای حساب مجازی می‌توان به نام کاربری^۴، گذرواژه^۵، نمایه یا شرح حال^۶ و محتوا اشاره نمود. در پیش‌نویس بازنگری شده قانون متحدالشکل دسترسی متولی به دارایی‌های دیجیتال، در قسمت ۱ از بخش تعاریف، حساب را این‌گونه تعریف کرده است: حساب قراردادی است که در آن یک متولی، دارایی دیجیتال کاربر را حمل، نگهداری، پردازش، دریافت یا ذخیره می‌کند یا کالا و خدماتی را به کاربر ارائه می‌دهد. در این تعریف فقط به یک جز از اجزا حساب مجازی پرداخته شده و آن هم شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات است. در صورتی که حساب مجازی دارای اجزا متعددی است. در قوانین داخلی هم تنها در بند خ از ماده یک آیین‌نامه نحوه استفاده از سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی یکی از مصادیق آن تعریف شده است. به موجب این بند حساب کاربری عبارت است از یک نشانی الکترونیکی که به هر یک از مراجعان قوه قضاییه به منظور دسترسی به سامانه ابلاغ اختصاص یافته است. این نشانی معمولاً یک شناسه و گذرواژه است. همان‌طور که مشخص است این تعریف فقط مختص به مراجعان قوه قضاییه است و همین‌طور فقط به اجزا شناسه و گذرواژه اکتفا نموده است. در یک تعریف ساده شاید بتوان حساب مجازی را این‌گونه تعریف کرد: حساب مجازی قراردادی است میان شرکت ارائه‌دهنده خدمات و کاربر که به کاربر اجازه می‌دهد وفق ضوابط قراردادی در بستری که شرکت در اختیار آن قرار می‌دهد، به فعالیت بپردازد که این فعالیت‌ها اعم از ایجاد، ارسال، دریافت، ذخیره، نمایش اطلاعات، و خرید و فروش است.

4. Username.

5. Password.

6. profile.

۱-۱. اقسام حساب مجازی

هر نوع دارایی دیجیتال احتمالاً با یک حساب دیجیتال منحصر به فرد مرتبط است؛ به عنوان مثال، یک فرد ممکن است از طریق Gmail به پست‌های الکترونیکی خود دسترسی داشته باشد؛ اما از طریق Flickr به عکس‌های خود دسترسی داشته باشد. تقسیم‌بندی‌های متفاوتی در مورد حساب مجازی توسط صاحب‌نظران ارائه شده است. در یک تقسیم‌بندی حساب‌های دیجیتال را می‌توان در ۴ دسته شخصی، مالی، تجاری و رسانه‌های اجتماعی قرارداد (Perrone, 2016, p. 185).

الف- حساب‌های شخصی: فایل‌هایی هستند که «معمولاً در یک رایانه یا گوشی هوشمند ذخیره می‌شوند یا در یک تارنما بارگذاری می‌شوند»؛ از جمله عکس‌ها، فیلم‌ها یا حتی فهرست‌های پخش موسیقی (Perrone, 2016, p. 185). اگرچه برخی از این دارایی‌ها، مانند حساب‌های پست الکترونیکی شخصی، ممکن است ارزش پولی بیرونی نداشته باشند، ممکن است ارزش عاطفی قابل توجهی داشته باشند (Banta, 2014, p. 799).

ب- حساب رسانه‌های اجتماعی (رخ‌نما): یک صفحه شخصی است که در آن کاربر اطلاعات شخصی خود را ارسال می‌کند، ویدئو، صدا و سایر محتوا را بارگذاری می‌کند و از طریق آن با افراد دیگر ارتباط برقرار می‌کند. استفاده از این صفحه تنها پس از ایجاد یک نام کاربری (ورود) و رمز عبور امکان‌پذیر است (Nekit, 2020).

ج - حساب‌های مالی: حساب‌های مالی شاید «سنتی‌ترین» دارایی دیجیتال باشند به این معنی که «حساب‌های مالی؛ مانند بانکداری، بازنشستگی و بیمه» هرگز در وهله اول ملموس نبودند. در گذشته، افراد به طور کلی اظهارات کاغذی این حساب‌ها را دریافت می‌کردند که وجود آنها را مستند می‌کرد. با ظهور معاملات مالی برخط، «نسخه‌های سخت در حال حاضر اغلب تنها بخش کوچکی از سوابق فرد را تشکیل می‌دهند»؛ زیرا مردم در حال حاضر تمایل به حفظ اطلاعات مالی دیجیتالی دارند که ممکن است شامل حساب‌های بانکی، حساب‌های آمازون، حساب‌های PayPal و غیره شود. حساب‌ها ممکن است رمزهای عبور، پرسش‌های امنیتی و شماره شناسایی شخصی متفاوتی داشته باشند که برای هر کسی به جز کاربر ناشناخته است. فراتر از حساب‌های مالی سنتی فوق، یک فرد همچنین ممکن است هر تعداد

حساب دیجیتال با بازرگانان مانند آمازون، و غیره داشته باشد. این حساب‌ها، ممکن است به‌وسیله یک پرداخت برخط خودکار ایجاد شده باشد. این حساب‌ها همچنین می‌توانند به‌طور بالقوه دارای اعتباراتی باشند که تنها در صورتی می‌توانند مورد استفاده قرار گیرند که حساب شناخته شده و فعال باشد (Roy, 2010, p. 376). به‌طور کلی حساب‌های مالی دارایی‌ها در دنیای فیزیکی را مدیریت می‌کنند نظیر حساب‌هایی که اشخاص در تارنماهای بانکی دارند، اگرچه حساب‌های بانکی در دنیای واقعی وجود دارند؛ اما بانک‌ها برای مدیریت حساب مشتریان تمایل به فراهم‌آوردن دسترسی مجازی، از طریق حساب دارند.

د- حساب‌های تجاری: حساب‌های تجاری به‌واسطه فعالیت برخی افراد در مشاغل خاص به‌وجود آمده است و به‌طور کلی شامل آدرس مشتری و اطلاعات بیمار است (Perrone, 2016, p. 185) و از طریق آن با افراد دیگر ارتباط برقرار می‌کند. استفاده از این صفحه با ایجاد یک نام کاربری (ورود) و رمز عبور امکان‌پذیر است (Nekit, 2020).

ه- در تقسیم‌بندی دیگر حساب‌ها را به دودسته شخصی و اجتماعی تقسیم‌بندی کرده‌اند. حساب‌های شخصی: ابزاری است که پیام را به تعداد محدودی از افراد منتقل می‌کنند. مانند حساب کاربری پست الکترونیک. حساب‌های جمعی: مجموعه ابزارها و روش‌هایی است که برای ایجاد ارتباط با مخاطبان انبوه به‌کار گرفته می‌شود. این نوع پیام‌رسان‌ها در زمان واحد پیام یکسانی را برای افراد متعددی ارسال می‌کنند؛ مانند اینستاگرام و فیس‌بوک (کاظمی، ۱۸۶، ص. ۱۰۲).

و- تقسیم‌بندی دیگر توسط ایوان کارول^۷ یکی از بنیان‌گذاران وبلاگ ۲۷ ساله است که دو دسته از دارایی‌های دیجیتال را شناسایی کرد. دسته اول شامل دارایی‌هایی که به‌صورت محلی در دستگاه‌های الکترونیکی ملموس متعلق به شخص ذخیره می‌شوند. دسته دوم شامل دارایی‌های ذخیره شده در دستگاه‌هایی که با قرارداد با مالک دستگاه قابل دسترسی هستند، می‌باشد. دارایی‌های ذخیره شده در جاهای دیگر نیز به‌عنوان دارایی‌های مبتنی بر «ابر» شناخته می‌شوند؛ زیرا اطلاعات دور از دستگاه فیزیکی دارنده حساب ذخیره می‌شود، معمولاً روی سرور.

7. Evan Carroll.

ز- در تقسیم‌بندی دیگر حساب‌ها را به اعتبار اینکه ارزش اقتصادی دارند یا خیر تقسیم‌بندی نموده‌اند. همان‌طور که در بالا اشاره شد برخی حساب‌ها مانند آمازون، دیجی‌کالا، بازی‌های رایانه‌ای دارای ارزش اقتصادی هستند و نیز برخی وبلاگ‌ها یا نام دامنه از ارزش اقتصادی بالایی برخوردار هستند، درمقابل برخی از وبلاگ‌ها یا تارنماها یا شبکه‌ها از ارزش اقتصادی برخوردار نیستند. ۴۰ میلیون وبلاگ وجود دارد که ارزش مالی ندارند یا ارزش مالی بسیار کمی دارند (Varnado, 2013, p. 719). در مقابل طبق گزارش فوربس، حدود ۱۳.۲ میلیون وبلاگ‌نویس زن نوعی سود از وبلاگ‌های خود دریافت می‌کنند، حتی تارنماهای شبکه‌های اجتماعی می‌توانند برای صاحب حساب درآمد ایجاد کنند. یک مهمانی توییتری که در آن یک میزبان از دنبال‌کنندگان دعوت می‌کند تا در مورد یک محصول به مدت یک ساعت توییت کنند، بسته به تعداد شرکت‌کنندگان، می‌تواند برای میزبان از ۷۵۰ تا ۵۰۰۰ دلار کسب درآمد داشته باشد. سود حاصل از این تارنماها وابسته به بیننده و تعداد افرادی است که بر روی تبلیغات کلیک می‌کنند (Banta, 2014, p. 799). بنابراین دارایی دیجیتال ممکن است ارزش پولی داشته باشند که یک دارنده حساب به‌عنوان بخشی از دارایی خود به آن نگاه می‌کند و همچنین ممکن است ارزش عاطفی و تاریخی برای نسل‌های آینده داشته باشد بسیاری از پست‌های الکترونیک، تصاویر یا فیلم‌های ما که به‌صورت برخط ذخیره می‌شوند، ارزش اقتصادی زیادی نخواهند داشت. بااین‌حال، اکثر آمریکایی‌ها معتقدند که دارایی‌های دیجیتال آنها ارزش پولی قابل‌توجهی دارند، و ممکن است مایل به انتقال این ارزش به ذی‌نفعان خود باشند؛ البته ارزش پولی پست‌های الکترونیک، تصاویر یا فیلم‌ها می‌تواند بسته به اینکه به چه کسی تعلق دارند، افزایش یابند. پست‌های الکترونیک و عکس‌های ذخیره شده در حساب‌های برخط ثروتمندان و افراد مشهور به‌راحتی می‌توانند برای سودهای بزرگ فروخته شوند (Banta, 2014, p. 799). بنابراین حساب‌ها با توجه به نوع فعالیتی که در آنها انجام می‌گیرد، می‌تواند ارزش اقتصادی داشته باشد یا صرفاً به‌عنوان یک حساب ساده در نظر گرفته شوند.

در مورد حساب‌های مجازی بانکی توجه به یک نکته ضروری است. این‌گونه حساب‌ها دارای ارزش اقتصادی فیزیکی هستند؛ بنابراین لازم است بین حساب‌های مجازی بانکی با

حساب‌های مجازی تفاوت قائل شد. درواقع در حساب‌های مجازی محل انباشت سرمایه و ارزش داخل خود حساب و درون حساب است؛ مانند یک وبلاگ یا یک بازی برخط رایانه‌ای ولی در حساب بانکداری مجازی محل انباشت ارزش اقتصادی در دنیای فیزیکی می‌باشد (Banta, 2014, p. 799).

ح- در تقسیم‌بندی دیگر باید به نقش حریم خصوصی اشاره کرد. در این تقسیم‌بندی باتوجه به شکل حساب و نوع عملکرد آن می‌توان حریم خصوصی را درک کرد؛ مثلاً در حساب‌هایی مانند توییتر یا وبلاگ‌ها حریم خصوصی بسیار کم‌رنگ‌تر می‌باشد. در این‌گونه حساب‌ها ما بیشتر با هویت بیرونی کاربر سروکار داریم و مطالبی که منتشر می‌شود کمتر مربوط به حریم خصوصی و اطلاعات شخصی وی می‌باشد؛ بنابراین حریم خصوصی کاربر کمتر مورد تهدید قرار می‌گیرد. درمقابل پست‌های الکترونیک یا شبکه‌های اجتماعی که بر تعامل کاربران متمرکز هستند و طیف مخاطبان در آن محدود است. در این‌گونه حساب‌ها اطلاعات خصوصی‌تری بین کاربران صورت می‌گیرد؛ بنابراین با توجه به محدوده نشر اطلاعات برای کاربران می‌توان اهمیت حفاظت از حریم خصوصی را در آنها دریافت.

ط- در تقسیم‌بندی دیگر می‌توان به اهمیت و مهم بودن حساب مجازی نسبت به دیگر حساب‌ها اشاره نمود. برخی حساب‌ها علاوه بر ارتباط میان کاربران و تعامل بین آنها ویژگی دیگری نیز دارند؛ مثلاً زمانی که ما رمز عبور سایر حساب‌ها را فراموش کردیم برای بازیابی رمز به پست الکترونیک ما ارسال می‌گردد. همچنین یک حساب پست الکترونیک به عنوان وسیله‌ای برای تنظیم مجدد رمزهای عبور به سایر حساب‌های برخط عمل می‌کند و بنابراین، این یک شاخص مهم از اکثر فعالیت‌های برخط است (Narnado, 2013, p. 719).

۲- ماهیت حساب مجازی

همان‌طور که اشاره شد ممکن است چیزهایی وجود داشته باشد که برای فرد دارای ارزش اقتصادی نیستند و صرفاً ارزش معنوی داشته باشند؛ برای مثال عکس‌های خانوادگی که در صفحه اینستاگرام خود بارگذاری می‌کنیم دارای ارزش اقتصادی نیستند؛ ولی دارای ارزش معنوی بالایی هستند مخصوصاً زمانی که فردی را از دست می‌دهیم کوچک‌ترین چیزهای مربوط به آن فرد برای ما ارزشمند می‌شوند از عکس‌های وی در فضای مجازی

یا آخرین گفتگو با وی در صفحات فضای مجازی؛ بنابراین زمانی که چیزی برای یک فرد ارزشمند می‌شود نسبت به آن حق پیدا می‌کند، حق دسترسی ما به حساب کاربری در چه قالب حقوقی تعریف می‌شود؟ در ارتباط با دارایی‌های دیجیتال و حساب مجازی دو دیدگاه میان نویسندگان وجود دارد و دیدگاه غالب حساب مجازی را بخشی از دارایی‌های دیجیتال می‌دانند (فتحی، دادرزی، ناصری دولت آبادی، ۱۳۹۶، ص. ۱۳۰)؛ بنابراین رابطه حساب مجازی با دارایی دیجیتال عموم و خصوص مطلق است. به این معنی که هر حساب مجازی دارایی دیجیتال است و برخی از دارایی‌های دیجیتال حساب مجازی هستند. پست‌های الکترونیک، اسناد، فایل‌های صوتی و تصویری و تصاویر که در دستگاه‌های دیجیتال مانند رایانه‌های رومیزی و لپ‌تاپ، تبلت‌ها، لوازم جانبی، دستگاه‌های ذخیره‌سازی و دستگاه‌های تلفن همراه ذخیره می‌شود، بدون توجه به مالکیت دستگاه فیزیکی که دارایی دیجیتال در آن ذخیره می‌شود. برخی شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات در شروط خود به صراحت اعلام می‌کنند که حساب و محتوا متعلق به کاربر می‌باشد؛ برای نمونه در شرایط فیس‌بوک در قسمت بیانیه حقوق و مسئولیت‌ها و «شرایط خدمات» تویتر بیان شده که کاربر درواقع مالک حساب و تمام محتوای آن است (Hollon, 2013, p. 1031)؛ بنابراین وقتی صحبت از حساب مجازی به میان می‌آید، به معنی یک حساب به همراه محتوای آن است و با در نظر گرفتن هر کدام بدون دیگری نمی‌توان به تحلیل درستی دست یافت؛ بنابراین در این مقاله هر زمان صحبت از حساب مجازی می‌شود، منظور حساب به همراه محتوا می‌باشد. درمقابل، نظریه مخالف معتقد است «حساب دیجیتال» فرد ممکن است شامل انواع دارایی‌های شخصی، از جمله حساب‌های پست الکترونیک، مجوزهای نرم‌افزاری، حساب‌های شبکه‌های اجتماعی، حساب‌های رسانه‌های اجتماعی، حساب‌های به اشتراک‌گذاری فایل، حساب‌های مدیریت مالی و حساب‌های ثبت دامنه باشد. به عبارت ساده، دارایی‌های دیجیتال فایل‌های شخصی هستند و حساب‌های دیجیتال «حقوق دسترسی به دارایی‌ها». توجه به این نکته ضروری است که محتوای حساب مجازی مهم‌ترین جز از پیکره حساب مجازی است. همین محتوای حساب مجازی است که در اکثر مواقع برای فرد یا بازماندگان وی حائز اهمیت است و درواقع بدون توجه به محتوا نمی‌توان

تحلیل دقیقی از حساب مجازی ارائه داد. درواقع محتوای حساب کاربری است که آن را در دسته‌بندی چهارگانه قرار می‌دهد و بر اساس همین محتوا که شامل نوشته یا عکس و... است می‌توان آن را در تقسیم‌بندی اموال جایابی نمود؛ بنابراین تحلیل ماهیت با تمرکز بر محتوا صورت می‌پذیرد. نویسندگان صاحب‌نظر در مورد محتوای حساب مجازی و منافع حاصله از آن نظریات گوناگونی دارند؛ به‌عنوان مثال لاستوکا^۸ و مقاله هارپر^۹ محتوای حساب مجازی را متعلق به شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات می‌دانند و معتقدند به این دلیل که حساب را شرکت در اختیار ما قرار می‌دهد و ما در این بستر به فعالیت می‌پردازیم؛ بنابراین محتوا نیز متعلق به شرکت است. درنتیجه منافع به‌دست‌آمده از این حساب‌ها را متعلق به شرکت می‌دانند. درمقابل نویسندگانی نیز بر این عقیده هستند به‌دلیل اینکه محتوا حاصل کار و تلاش کاربر است؛ بنابراین محتوا متعلق به کاربر است و درنتیجه منافع حاصله را نیز متعلق به کاربر می‌دانند (Hollon, 2013, p. 1031). در نظری دیگر این‌گونه عنوان شده است که محتوای پست الکترونیک، متعلق به کاربران آن نیست. بااین‌حال، می‌تواند توسط کپی‌رایت، سوءاستفاده از اطلاعات محرمانه، دکترین اسرار تجاری، حفاظت از داده‌ها یا حقوق معنوی محافظت شود (Harbinja, 2015, p. 227). به‌نظر می‌رسد نظر دوم باتوجه‌به قوانین ما قابل‌پذیرش می‌باشد؛ اصل ۴۶ قانون اساسی بیان می‌دارد هر کس مالک حاصل کسب‌وکار مشروع خویش است و هیچ‌کس نمی‌تواند به‌عنوان مالکیت نسبت به کسب‌وکار خود امکان کسب‌وکار را از دیگری سلب کند؛ بنابراین باتوجه‌به اینکه محتوا به‌وسیله کاربر ایجاد می‌شود می‌توان محتوا را متعلق به کاربر دانست و متعاقب آن حساب مجازی که دروازه ورود به محتوا است نیز متعلق به کاربر می‌باشد؛ زیرا تمام متعلقات مربوط به ملک داخل در مالکیت است.

۳- مالیت حساب مجازی

در ابتدا مال مفهوم گسترده‌ای نداشته است و صرفاً شامل اعیانی می‌گشت که قابل‌بهره‌برداری و انتفاع باشد. به‌مرور زمان و گسترده‌تر شدن معنای مال برخی فقها

8. Lastowka

9. Harper's article

به‌درستی معنای عرفی آن را مدنظر قرار داده و آنچه را از نظر عرف و عقلاً مال محسوب می‌شود، مال دانسته‌اند (شهلائی، ۱۳۹۵، ص. ۳۷). در قوانین ما تعریفی از مال ارائه نشده است؛ بنابراین باید به تعاریف اساتید و حقوق‌دانان در این زمینه مراجعه کرد. شاید بتوان خودداری قانون‌گذار از تعریف مال را به این دلیل دانست که معنای عرفی مال در هر زمان متغیر است و تعریف آن ممکن است با تغییرات زمانی ناسازگار شود. هنگامی که فردی یک حساب کاربری ایجاد می‌کند، هدف از این اقدام معمولاً رفع نیازی خاص است که ممکن است جنبه مادی داشته باشد، مانند خرید کالا، یا جنبه معنوی، مانند برقراری ارتباط با فردی دیگر برای کاهش دلتنگی. همان‌طور که در تعریف مال آمده است، مال باید مفید باشد و نیازی را برآورده کند خواه آن نیاز مادی باشد یا معنوی و قابل اختصاص یافتن به شخص یا ملت معین (کاتوزیان، ۱۳۹۰، ص. ۸). بنابراین، حساب مجازی باتوجه به تعریف بالا مال محسوب می‌شود؛ زیرا حساب مجازی یا نیاز مادی ما را برآورده می‌کند یا نیاز معنوی ما را؛ مثلاً حساب کاربری ما در تارنمای دیجی‌کالا نیازهای مادی را برطرف می‌کند و یا حساب‌های رسانه‌های اجتماعی اغلب نیازهای معنوی ما را برطرف می‌کنند؛ بنابراین با توجه به کارکرد و محتوای حساب مجازی می‌توان به آن خصیصه مادی یا معنوی بودن را داد. علاوه بر این، این اطلاعات به دلیل اینکه به وسیله یک شخص تولید، نوشته، بارگذاری، فروش و خریداری می‌گردند تمامی محتوای حساب‌های مجازی قابل‌انتساب به شخص است؛ زیرا یکی از اجزای تشکیل‌دهنده حساب مجازی، کاربر است که وی در واقع تولید محتوا می‌کند و این تولید محتوا طبق بند ۴۶ ق.اساسی منتسب به وی است. بعد از مشخص شدن اینکه حساب مجازی مال است پرسش بعدی این است که جزو حقوق مالی است یا غیرمالی؟

۴- بررسی حساب مجازی از منظر حقوق مالی و غیرمالی

حق ما نسبت به اموال، در یکی از دودسته حقوق مالی یا حقوق غیرمالی قرار می‌گیرد. در این بخش بررسی می‌شود که آیا حساب مجازی در زمره حقوق مالی، غیرمالی یا هر دو قرار دارد.

۴-۱- حقوق مالی

حق مالی حقی است که هر کشور به منظور تأمین نیازهای مادی اشخاص به آنها می‌دهد و هدف از ایجاد آن تنظیم روابطی است که از نظر استفاده از اشیا بین اشخاص وجود دارد. این دسته از حقوق قابل مبادله و تقویم به پول است (کاتوزیان، ۱۳۹۰، ص. ۱۲). حقوق مالی به دودسته حقوق مادی و معنوی تقسیم می‌گردد و حقوق مادی خود به دودسته عینی و دینی تقسیم می‌شود. حق عینی، حقی است که شخص نسبت به عین دارد. در حقوق ایران و همچنین حقوق خارجی عین تنها شامل اشیا مادی معین می‌گردد و عین را مال خارجی قابل لمس می‌دانند (جعفری خسروآبادی، ۱۳۹۶، ص. ۵). حق دینی هم حقی است که شخص نسبت به شخص دیگری دارد و فقط می‌تواند ایفای تعهد را از آن شخص بخواهد و در صورت عدم انجام با مراجعه به دادگاه الزام وی را درخواست نماید و با فوت آن شخص درواقع تعهد هم از بین خواهد رفت. حقوق دینی حقوق وابسته به شخصیت فرد است. باتوجه به تعریف ارائه شده بنابراین حساب مجازی عین نیست؛ زیرا قابلیت لمس ندارد و هیچ فضایی را اشغال نمی‌کند (Watkins, 2014, p. 193). در دسته حقوق دینی نیز قرار نمی‌گیرد؛ زیرا حقوق دینی حقوقی است که بر ذمه افراد تعلق می‌گیرد درست است که این حقوق نمود خارجی نداشته و قابل لمس نیست؛ ولی رکن اصلی آن طلب یا دین است و مربوط به رابطه بین اشخاص است. از یک دیدگاه تمامی حقوق عینی (مانند حق ارتفاق، حق انتفاع) حقوق دینی، حق کسب و پیشه یا تجارت (سرقفلی) و حقوق معنوی (مالیت‌های فکری، ادبی، هنری و صنعتی و میراث فرهنگی) جزو اموال غیرمادی هستند؛ ولی باید اذعان کرد که قراردادن حقوق عینی در دسته اموال غیرمادی، نوعی مسامحه است و صحیح به نظر نمی‌رسد چرا که حق، با اینکه امری غیرمادی است؛ ولی نسبت به موضوع خود اعتبار پیدا می‌کند؛ مانند حق مالکیت نسبت به مال منقول یا حق ارتفاق نسبت به یک ملک؛ یا حق مالکیت نسبت به یک اثر هنری؛ باید گفت که مثال اول در زمره اموال مادی قرار می‌گیرد و مثال دوم در زمره اموال غیرمادی؛ به بیان دیگر با توجه به ارتباط نزدیکی که بین حق عینی و موضوع این حق وجود دارد؛ بنابراین حق عینی نسبت به اموال منقول و غیرمنقول (اموال مادی) در شمول دایره اموال غیرمادی جای نمی‌گیرد. درست است که حقوق عینی و دینی

ماهیتاً انتزاعی و ناملموس هستند؛ ولی این حقوق در ارتباط با یک یا چند مال مادی ملموس شناسایی می‌شوند؛ مثل انتفاع از یک اتومبیل و حق ارتفاق از یک ملک (طاهری سرتشیزی، ۱۴۰۲، ص. ۱۶۹).

در موضوع مورد بحث ما یعنی فضای مجازی ما با شخص و یک چیز که غیرملموس و غیرمادی است و رابطه بین این دو سروکار داریم. اموال غیرمادی اموالی هستند که علاوه بر اوصاف عمومی اموال از قبیل ارزش اقتصادی، نفع مشروع و عقلایی، قابلیت اختصاص به شخص یا ملت و قابل دادوستد بودن اوصاف دیگری نیز دارند. این اموال قابل‌لمس نیستند و پایگاه ملموس مادی ندارند و جامعه به تبع قانون آنها را اعتبار نموده است (محمدی و اسدی، ۱۳۹۱، ص. ۲). تفاوت بارزی میان اموال مادی و اموال غیرمادی وجود دارد، بدین‌صورت که وجود مال مادی قائم به وجود ذی‌حقی نسبت به آن مال نیست، درحالی‌که اموال غیرمادی وجودشان قائم به وجود صاحب حق است، به عبارتی تصور مال مادی بدون مالک امکان‌پذیر است، ولی غالباً تصور مال غیرمادی بدون صاحب حق امکان‌پذیر نیست (حیاتی، ۱۳۸۹، ص. ۱۳۸). درگذشته، عمدتاً با دو نوع گسترده از دارایی‌ها سروکار داشتیم دارایی‌های مشهود که شامل اموال شخصی و غیرمنقول مانند خودرو و خانه و اموال نامشهود که شامل حساب‌ها، سهام و اوراق قرضه می‌شود (Pinch, 2014, p. 545). ولی به‌مرور زمان و در طول سال‌ها، تعریف از دارایی به‌گونه‌ای تکامل یافته است که دارایی‌های نامشهودتر یا غیرمادی‌تر را شامل می‌شود (Varnado, 2013, p. 719). در حقوق ایران مالکیت اموال غیرمادی پذیرفته شده است (طاهری سرتشیزی، ۱۴۰۲، ص. ۱۵۹). اصطلاح اموال نامشهود یا غیرمادی به کالایی با ارزش اشاره دارد که نمی‌توان آن را لمس کرد یا به‌صورت فیزیکی نگه داشت. برخی از نمونه‌های دارایی نامشهود شامل تصویر، سرمایه اجتماعی و اعتبار و همچنین صفحات شخصی رسانه‌های اجتماعی و سایر دارایی‌های دیجیتال شخصی است. مالکیت معنوی یکی از رایج‌ترین اشکال دارایی نامشهود است. دارایی‌های نامشهود برعکس دارایی‌های مشهود هستند که می‌توانند به‌صورت فیزیکی لمس شوند و دارای درجه‌ای از ارزش باشند؛ مانند ماشین‌آلات، جواهرات و لوازم الکترونیکی (Wilkens, 2010, p. 1037). درواقع در حساب مجازی ما با یک پدیده غیرمادی مواجهیم که قابل‌مبادله با پول است؛ ولی نه بر شخص دیگری است و نه بر عین است.

موضوع این حق باارزش ابتکارها و تراوش‌های ذهنی است، به همین جهت چنین حقی در دایره تقسیم حق دینی و عینی نمی‌گنجد (کاتوزیان، ۱۳۹۰، ص. ۲۴)؛ بنابراین بهتر است آن را از زمره حقوق مادی خارج کنیم و برای یافتن ماهیت آن به سراغ آن‌سوی دیگر اموال مالی؛ یعنی حقوق معنوی برویم. حقوق معنوی پاره‌ای از حقوق مالی است که بر اشیا عالم خارج اعمال نمی‌شود و موضوع آن فعالیت و فکر انسان است (رضایی دوانی، قبولی درافشان، ۱۳۹۵، ص. ۷۶).

یکی از حقوق‌دانان نیز حقوق معنوی را این‌گونه تعریف نموده است: قدرت‌های مالی که ملموس و محسوس نیستند و به عبارت دیگر واقعیت خارجی ندارند. اموالی باارزش که بشر حسب ضرورت خلق شناسایی نموده؛ ولی پایگاه عینی ندارند. این اموال به هیچ مال ملموسی تکیه ندارند؛ ولی در وجود و ارزش آنها تردید نیست. این حقوق اصطلاحاً حقوق مالکیت فکری نامیده می‌شوند (آقاسی، ۱۳۹۵، ص. ۲۷). کلیه مصادیق حقوق عینی دارای یک بعد هستند مالی و اقتصادی حال آنکه حساب مجازی دو بعد دارد، بعد معرف حق معنوی و اخلاقی و بعد معرف حق مالی و اقتصادی (محمودی، ۱۳۹۱، ص. ۱۰۵) که در ادامه در این مورد بیشتر توضیح خواهیم داد. حقوق معنوی از جهات مختلفی مانند تجاری بودن یا نبودن، منقول یا غیرمنقول بودن، موقت یا دایمی بودن قابل بررسی هستند؛ ولی از جهت تأثیر یا عدم تأثیر قوه فکر و اندیشه در ایجاد آنها به دو گروه فکری و غیرفکری تقسیم می‌شوند. اموال فکری یا مالکیت فکری حاصل تراوش و تولیدات فکری و علمی نویسندگان و مخترعان و هنرمندان هستند؛ مانند حق اختراع، حق مؤلف، و... و آن دسته از این اموال که فکر و اندیشه در ایجاد آن نقش ندارد اموال غیرفکری هستند؛ مانند سهام شرکت‌ها (محمودی، ۱۳۹۱، ص. ۹۵)؛ بنابراین، می‌توان گفت حساب مجازی به دلیل وصف غیرمادی و غیرملموس بودن و اینکه برخی از اشکال آن را می‌توان زاییده فکر کاربر دانست و برخی دیگر را غیرفکری پنداشت در گروه حقوق معنوی قرار دارد و تحت حمایت رژیم مالکیت معنوی قرار می‌گیرد؛ مثلاً حساب پست الکترونیک را در نظر بگیریم، محتویات یک حساب توسط کاربر ایجاد شده است. متن نوشته شده در پست الکترونیک یا شبکه‌های اجتماعی به وسیله کاربر ایجاد می‌شود. هنگامی که یک کاربر یک پست الکترونیک می‌نویسد یا یک عکس را در یک تارنمای شبکه اجتماعی ارسال می‌کند، او چیزی جدید را ایجاد می‌کند.

درواقع او یک اثر ایجاد می‌کند حال باید ببینیم اثر او یک اثر فکری است یا خیر؟

۴-۱-۱- خصوصیات اثر فکری

اصیل و ابتکاری بودن خصیصه اساسی و اصلی یک اثر فکری است. برخی بر این عقیده هستند که اصیل بودن یک مفهوم کاملاً شخصی است؛ یعنی اثر پدیدآمده مظهر شخصیت آفریننده آن اثر باشد و فرقی ندارد که اثر پدیدآمده نو و جدید باشد. گروهی دیگر ابتکار را معیار اصیل بودن می‌پندارند در اینجا نیز فرقی ندارد که اثر پدیدآمده نو باشد بلکه همین مقدار که اثر باعث رشد فکر و اندیشه انسان شود واجد وصف ابتکاری است (مامی، ۱۳۹۹، ج ۱، صص. ۹۶-۹۹). همان‌طور که گفتیم آثار فکری محصول تلاش ذهن است؛ بنابراین مصادیقی که در قانون ذکر شده جنبه تمثیلی دارد؛ اما در یک تقسیم‌بندی کلی می‌توان آنها را شامل آفرینه‌های ادبی، آفرینه فنی، آفرینه هنری و موسیقایی تقسیم کرد؛ بنابراین می‌توان گفت هرآنچه در حساب کاربری ما به‌وسیله کاربر ایجاد می‌شود و واجد شرایط اصیل و ابتکاری بودن باشد، می‌تواند یک اثر فکری تلقی شود و تحت رژیم مالکیت معنوی تفسیر گردد؛ مثلاً عکسی که با گوشی خود می‌گیریم و آن را برای دیگری به‌وسیله پست الکترونیک ارسال می‌کنیم یا همان عکس را در یکی از رسانه‌های اجتماعی مثلاً اینستاگرام بارگذاری و به اشتراک می‌گذاریم، یک اثر فکری تلقی می‌گردد. از مباحث گفته شده می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که حساب مجازی می‌تواند ماهیتی دوگانه داشته باشد. هم در دسته اموال مالی و هم در دسته اموال غیرمالی جای می‌گیرد. همان‌طور که در مباحث پیشین گفته شد، بدون توجه به محتوای حساب‌های مجازی نمی‌توان آن را تفسیر کرد؛ بنابراین توجه به محتوا امری ضروری است.

تا اینجا مشخص شد که حساب مجازی ماهیتی مادی ندارد و درواقع یک مال غیرمادی است و باید آن را جزو حقوق معنوی بدانیم. حال پرسشی که پیش می‌آید این است که آیا ماهیت حساب صرفاً مالی است؟ مثلاً نوشته‌های خصوصی فرد در حساب پست الکترونیک یا مکاتبات کاربر با پزشک خود یا یک وکیل با موکل خود در کدام دسته قرار خواهند گرفت؟ همان‌طور که ابتدای بحث گفته شد، محتوای حساب کاربری نقش مهمی در تعیین ماهیت یک حساب ایفا می‌کند؛ بنابراین حساب‌هایی که صرفاً حاوی اطلاعات شخصی

هستند و درواقع جنبه شخصی آن بر جنبه‌های دیگر غلبه می‌کند را نمی‌توان در دسته حقوق مالی قرار داد؛ بنابراین در این حالت برای تحلیل ماهیت حساب مجازی باید به سراغ حقوق غیرمالی رفت.

۴-۲- حق غیرمالی یا حقوق مربوط به شخصیت

یکی از حقوق غیرمالی یا به تعبیردیگر غیرمادی، حق مربوط به شخصیت (احوال شخصیه) است. حق مربوط به شخصیت حقی است که به هر انسان تعلق دارد و بیشتر از شخص انسان حمایت می‌کند تا منافع مادی او و غیرقابل انفکاک از شخص و شخصیت انسان است؛ برخلاف حقوق مالی همانند حق مالکیت که قابل نقل و انتقال به دیگری است. به تعبیردیگر، حقوق مربوط به شخصیت به حفظ ذات و عرض انسان برمی‌گردد؛ از قبیل: حق زندگی کردن، حق آزادی تحصیل، آزادی بیان، شغل و مذهب، حضانت، ابوت و غیره (فلاح تفتی و بابایی، ۱۴۰۲، ص. ۱۹). حق غیرمالی امتیازی است که هدف آن رفع نیازهای عاطفی و اخلاقی انسان است. موضوع این حق روابط غیرمالی اشخاص است. ارزش دادوستد را ندارد و قابل ارزیابی به پول و مبادله با آن نیست؛ مانند حق زوجیت، حق ابوت و بنوت، حق ولایت یا حقی که پدیدآورنده اثر ادبی یا هنری در انتشار آن دارد و امثال اینها (کاتوزیان، ۱۳۹۰، ص. ۱۱). منشأ حقوق غیرمالی را بایستی حکم قانون‌گذار دانست. این دسته از حقوق که حقوق مربوط به شخصیت و روابط خانوادگی است به حکم قانون‌گذار به اشخاص تعلق می‌گیرد و قواعد راجع به آن در زمره قواعد آمره است. حقوق مربوط به شخصیت حقوقی است که به هر انسانی قطع نظر از وابستگی او به گروه اجتماعی خاص تعلق دارد حقوقی که از شخصیت انسان حمایت می‌کند تا منافع مادی آن. این حقوق غیرقابل انفکاک از شخص هستند و شخصی و غیرمالی هستند (صفایی، ۱۴۰۱، ص. ۱۷).

ویژگی‌های حقوق غیرمالی عبارت است از عدم قابلیت دادوستد، عدم قابلیت ارزیابی به پول، عدم قابلیت انتقال به دیگری، عدم قابلیت توقیف و تأمین؛ مثل حق حضانت، ولایت، بنوت و ابوت؛ بنابراین، می‌توان دسته‌ای از حساب‌های مجازی را تحت شمول اموال غیرمالی دانست؛ زیرا آنها فاقد ارزش قابل توجهی برای دیگران هستند و درواقع وابسته به

شخصیت فرد هستند. در نتیجه برای حساب مجازی باید ماهیتی دوگانه قائل شد، هم در زمره حقوق مالی و هم در زمره حقوق غیرمالی قرار می‌گیرد.

۵- تعریف مالکیت

در حقوق ایران تعریفی از مالکیت وجود ندارد. مفهوم حقوقی مالکیت، از مفهوم لغوی و عرفی آن، دور نبوده و به این معناست که رابطه فرد با یک مال، به گونه‌ای است که می‌تواند حقوق مالکانه خود را در آن مال منقول یا غیرمنقول، اعمال نماید. ماهیت مالکیت، در فقه عبارت است: از سلطه اختصاصی بر مال (عطارزاده و پارسا، ۱۳۹۲، ص. ۱۵). در حقوق مدنی، مالکیت را چنین معنا کرده‌اند: حق استعمال و بهره‌برداری و انتقال یک چیز به هر صورت مگر در مواردی که قانون استثنا کرده باشد (موسوی بجنوردی و حسینی نیک، ۱۳۹۴، ص. ۲۵). شارع مقدس، در مورد مفهوم مالکیت و مصادیق آن بیان خاصی ندارد و تشخیص آن امر به عرف و عقلا واگذار شده است (خمینی، ۱۴۱۵ق، ص. ۴۵۴). در واقع در حقوق اسلامی ما شارع در امر شناسایی یا رد مالکیت و اختصاص مالکانه، دخالتی نداشته و تصمیم قاطع در این زمینه با عرف است و شارع جز در موارد نادر، هر آنچه را که عرف مالکیت بداند، به عنوان مالکیت خواهد پذیرفت. این بدین معناست که برای مشروعیت و رسمیت مالکیت، به خصوص در مصادیق نوپدید و مستحدث، نیازی به تأیید شارع و قانون‌گذار نیست و هر چیزی را که در سیره و روش مردمان به عنوان مملوک شناخته شود، باید حقیقتاً به عنوان ملکیت معنون پنداشت (عبدی‌پور فرد و دیگران، ۱۴۰۱، ص. ۱۹۷). دکتر کاتوزیان در تعریف مالکیت می‌گوید: مالکیت حقی است دایمی که به موجب آن شخص می‌تواند در حدود قوانین تصرف در مالی را به خود اختصاص دهد و از تمام منافع آن استفاده کند؛ بنابراین، مالکیت را نمی‌توان صرفاً به عین و منافع نسبت داد و با توجه به معنی عرفی آن و پذیرش اموال غیرمادی و نامحسوس، مالکیت شامل اموال غیرمادی نیز می‌گردد و کاربر می‌تواند نسبت به حساب کاربری مالکیت داشته باشد.

۵-۱- رابطه کاربر با حساب مجازی

در حقوق اموال، رابطه شخص با مال به سه گونه است: یا شخص مالک آن است، یا نسبت

به آن حق انتفاع دارد، یا در آن حق ارتفاق دارد. در این زمینه، ماده ۲۹ قانون مدنی بیان می‌دارد: «ممکن است اشخاص نسبت به اموال علاقه‌های ذیل را دارا باشند: ۱- مالکیت اعم از عین و منفعت؛ ۲- حق انتفاع؛ و ۳- حق ارتفاق به ملک غیر». حال، پرسش این است که رابطه بین کاربر و حساب مجازی از کدام نوع است؟

۵-۱-۱- حق انتفاع

ماده ۴۰ قانون مدنی حق انتفاع را این‌گونه تعریف کرده است: حقی که به‌موجب آن شخص می‌تواند از مالی که عین آن متعلق به دیگری است یا مالک خاصی ندارد استفاده کند؛ بنابراین توضیح حساب کاربری نمی‌تواند در این دسته قرار گیرد؛ زیرا حساب کاربری متعلق به کاربر می‌باشد. یک مالک باید بر یک چیز کنترل داشته باشد و باید قصد مالکیت یک چیز را داشته باشد. دارندگان پست الکترونیک و شبکه‌های اجتماعی دارای حساب‌های خود هستند؛ زیرا آنها بر روی حساب خود کنترل دارند و قصد دارند مالک حساب‌های خود باشند (Banta, 2014, p. 799). اگرچه داشتن حساب مجازی یک دارایی فیزیکی و ملموس نیست، همان‌طور که در مورد یک آلبوم عکس یا نامه دست‌نوشته می‌بینیم، هنگامی که یک نفر به حساب خود وارد می‌شود، او آن حساب را در اختیار دارد. حتی زمانی که یکی از آنها به حساب خود وارد نشده است، او هنوز هم دارای مالکیت سازنده حساب است؛ زیرا او رمز عبور را می‌داند. رمزهای عبور حساب مجازی بسیار شبیه کلیدهایی هستند که به کاربر امکان مالکیت یک ماشین را می‌دهند حتی اگر در آن لحظه صاحب خودرو از لحاظ جسمی آن را نداشته باشد. از آنجاکه رمز عبور یا کلید به دارنده کنترل می‌دهد و دارنده قصد دارد حساب یا ماشین را داشته باشد (Banta, 2014, p. 799).

طبق قانون مدنی هر کس مالک چیزی می‌شود صاحب متعلقات آن و هر چیزی است که برای استفاده از آن لازم است. همان‌طور که ما مالک محتوای حساب هستیم، تمام اجزایی که نیاز است تا ما به این محتوا برسیم، متعلقات مالکیت و جزو ملک ماست؛ ازجمله نام کاربری و رمز عبور و حتی حساب. ماده ۱۰۴ قانون مدنی بیان می‌دارد: حق ارتفاق مستلزم وسایل انتفاع از آن حق نیز خواهد بود؛ بنابراین قصد و نیت کاربر مالکیت بر حساب کاربری است؛ یعنی کنترل کامل بر حساب درست مانند اموال عینی و ملموس.

۵-۱-۲- حق ارتفاق

ماده ۹۳ قانون مدنی حق ارتفاق را این‌گونه تعریف کرده است: ارتفاق حقی است برای شخص در ملک دیگری. از این تعریف این‌گونه برمی‌آید که حق ارتفاق مختص اموال غیرمنقول است و همان‌طور که گفته شد حساب مجازی جزو اموال غیرمادی است و اموال غیرمادی و غیرملموس نمی‌توانند جزو دسته اموال غیرمنقول قرار گیرند.

۵-۱-۳- مالکیت

باتوجه به توضیحات فوق می‌توان رابطه کاربر با حساب مجازی را در قالب مالکیت تحلیل نمود. طرفداران این نظریه معتقدند که کاربر نسبت به حساب کاربری مالکیت دارد و به‌همین دلیل حساب مجازی باید تحت رژیم حقوق اموال و مالکیت تفسیر گردد. نظریه مالکیت ارزیابی می‌کند که آیا دارایی‌های دیجیتال کاربر مشابه «مالکیت واقعی» کاربر می‌باشد یا نه؟ اگر کالای دیجیتال درواقع دارایی باشد، از نظر نظری، کاربر مالک آن است و می‌تواند آن را در زمان حیات یا در هنگام مرگ منتقل کند؛ زیرا «مالکیت و قابلیت انتقال دارایی‌ها با هم مرتبط هستند (Varnado, 2013, p. 719). ازجمله دلایلی که مخالفان این نظریه بیان می‌دارند می‌توان به این موارد اشاره کرد: آنان معتقدند که دارایی‌های دیجیتال فاقد ارزش مالی هستند، به‌همین دلیل آنها را نمی‌توان مال نامید. این دلیل موجه نمی‌باشد به این دلیل که یک آلبوم عکس فاقد ارزش مالی است؛ ولی مثلاً جزو اموال یک فرد متوفی محسوب می‌شود به وراثت تعلق می‌گیرد. چه‌بسا همان‌طور که در مطالب قبل بیان کردیم برخی از حساب‌های مجازی ازجمله حساب‌های مالی دارای ارزش اقتصادی و مالی می‌باشد. آمریکایی‌ها ارزش دارایی‌های دیجیتال خود را ۵۵۰۰۰ هزار دلار تخمین زده‌اند (Pinch, 2014, p. 545). دلیل دیگر در مخالفت با مالکیت حساب مجازی این است که دارایی‌های دیجیتال جزو اموال حساب نمی‌شوند؛ چون آنها متعلق به کاربر نیستند به این دلیل که کاربران بعد از بارگذاری برنامه‌های خود در حساب خود مالکیت آن را به شرکت‌های ارائه‌دهنده یا اواسپی‌ها انتقال می‌دهند؛ بنابراین کاربران اساساً مالکیت چیزی را ندارند که بخواهند آن را انتقال دهند (Conner, 2010, p. 301). ولی همان‌طور که اشاره شد دارایی دیجیتال در دسته اشیا غیرمادی قرار گرفت و به‌درستی جز مالکیت معنوی جانمایی شد.

نوشته، شعر، عکس همه به وسیله عمل کاربر ایجاد می‌شود و بنابراین متعلق به او و همچنین تحت حمایت قانون کپی‌رایت می‌باشد و از همه مهم‌تر قصد کاربر است که مسلماً کاربر چنین قصدی را ندارد که مالکیت را به شرکت انتقال دهد و این شرط نه تنها جایی نوشته نشده بلکه با آن نیز موافقت نگردیده است.

۶- بررسی دلایل مالکیت حساب مجازی

در مورد مالکیت نسبت به اموال معنوی تردیدهایی وجود دارد و برخی به دلیل اینکه این اموال غیرمادی هستند و از طریق عقل و فکر مالک آن ایجاد می‌شوند، دارای اوصاف مالکیت نمی‌باشند. به همین دلیل مالکیت نسبت به این اموال را مردود دانسته و معتقدند که صرفاً باید قوانینی تحت عنوان حمایت از حقوق افرینه‌های فکری ایجاد شود و اگر در جایی هم ذکر عنوان حق مالکیت شده است، به منظور حمایت از حقوق مذکور بوده است. در این مبحث این موضوع بررسی خواهد شد که اموال معنوی نیز مانند اموال مادی استحقاق مالکیت را دارند و می‌توانند به مالکیت درآیند. مالکیت دارای ۳ ویژگی مطلق بودن و انحصاری بودن و دایمی بودن است.

الف: انحصاری و اختصاصی بودن مالکیت: به این معناست که شخص، نسبت به یک مال، اعم از مال منقول و یا غیرمنقول، حق مالکیت دارد و تمامی افراد باید آن را محترم شمارند؛ یعنی به حق او تجاوز ننمایند (مامی، ۱۳۸۳، ج ۱، ص. ۴۹). همچنین مالک می‌تواند مانع از تصرف و انتفاع دیگران نیز بشود (کاتوزیان، ۱۳۹۰، ص. ۱۰۷). در همین راستا اصل ۴۴ و ۴۷ ق.ا. در برابر تجاوز دیگران به این حق مقرر شده و از حق افراد در این زمینه حمایت می‌کند. ماده ۳۱ قانون مدنی بیان می‌دارد: هیچ مالی را از تصرف صاحب آن نمی‌توان بیرون کرد مگر به حکم قانون. حساب مجازی به وسیله یک قرارداد ایجاد می‌شود؛ بنابراین یکی از اسباب مالکیت که در بالا ذکر کردیم وجود قرارداد است؛ بنابراین کاربر مالک حساب کاربری خود می‌گردد. کاربر تنها کسی است که حق استفاده از حساب را دارد. تأیید این حرف این است که تنها او به نام کاربری و گذرواژه دسترسی دارد و اگر کسی بدون اجازه کاربر به حساب کاربری او وارد شود، قانون برای آن شخص مجازات مقرر کرده است. قانون جرایم رایانه‌ای

به این مورد اشاره دارد. ماده ۷۲۹ ق.م.ا نیز بیان می‌دارد هرکس به‌طور غیرمجاز به داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی که به‌وسیله تدابیر امنیتی حفاظت شده است دسترسی یابد به حبس از نود و یک روز تا یک سال و جزای نقدی از پنج میلیون ریال تا بیست میلیون ریال هر دو مجازات محکوم می‌شود. در ارتباط با آثار اختصاصی بودن مالکیت، باید گفت که به مفهوم گذشته خود باقی نمانده و از جهات گوناگون محدود شده است (کاتوزیان، ۱۳۹۰، ص. ۱۰۸). بر اساس ماده ۳۰ قانون مدنی، هر شخصی که مالک اختصاصی یا انحصاری چیزی باشد، می‌تواند نسبت به مایملک و دارایی خود، هر گونه تصرف و انتفاعی که خواهد را داشته باشد؛ مگر اینکه برخی از موارد این تصرفات، توسط قانون، منع و استثنا شده باشد. مثلاً، اعمال تصرفاتی در ملک که منجر به ایجاد مزاحمت برای دیگران می‌شود، ممنوع بوده و می‌تواند منجر به طرح دعوای مزاحمت، علیه مالک گردد. یکی دیگر از موارد محدودکننده ویژگی اختصاصی بودن آن است که هیچ مالی را نمی‌توان از تصرف صاحب آن، خارج کرد؛ مگر در مواردی که قانون، این اجازه را داده باشد؛ مثلاً در صورتی که شخص مالک، جرمی مانند جرم قاچاق مرتکب شده باشد که در قانون، برای آن، مجازات مصادره پیش‌بینی شده است، می‌توان حقوق مالکانه وی را سلب نمود؛ بنابراین، همان‌طور که ملاحظه شد وصف اختصاصی بودن نیز با محدودیت‌هایی مواجه است و این محدودیت‌ها مانع از سلب ویژگی اختصاصی بودن که یکی از خصیصه‌های مالکیت است نمی‌شود. در حساب مجازی نیز باید به همین نحو تفسیر گردد. حساب مجازی دارای وصف اختصاصی بودن است؛ زیرا جز کاربر فرد دیگری اجازه ورود به حساب کاربری را نخواهد داشت و وی اختیار کامل بر اداره حساب خود را دارد؛ ازجمله گذاشتن نام و مدیریت رخ‌نما و محتوا و در این زمینه چنانچه طبق مقررات عمل ننماید؛ مثلاً مطالبی را نشر دهد که با نظم عمومی مخالف است با وی برخورد می‌شود و این امر با توجه به توضیحات ذکر شده منافاتی با ویژگی اختصاصی بودن ندارد. از دیگر آثار اختصاصی بودن مالکیت، آن است که تمامی ثمرات و متعلقات اموال که به‌طور طبیعی و یا در نتیجه انجام عملی، به‌وجود می‌آید، به مالک آن مال، اختصاص خواهد داشت؛ مثلاً در صورتی که فردی، زمینی داشته باشد که در آن، میوه و گیاهانی رشد کند، مالک زمین موردنظر، مالک منافع حاصل از آن نیز، خواهد بود. در حساب

کاربری نیز به همین نحو است، چنانچه فرد از نوشته‌ها و عکس‌ها یا صحبت‌های خود یا هر عمل دیگری کسب درآمد کند یا به شهرت رسد و یا کسب هر منفعت دیگر کند تنها متعلق به خود اوست و دیگران از جمله ارائه‌دهندگان خدمات ادعایی نسبت به آن ندارند.

ب: دایمی بودن: مالکیت یک حق دایمی است به این معنا که تا زمانی که مال باقی است مالکیت وجود دارد. طبیعت مالکیت با موقتی بودن آن منافات دارد (کاتوزیان، ۱۳۹۰، ص. ۱۰۸). چنانچه با مرگ مالک از بین نمی‌رود و فقط به سبب یکی از اسباب انتقال به دیگری منتقل می‌گردد. یعنی شخص تنها با اراده خود و با یکی از اسباب انتقال می‌تواند آن را انتقال دهد و یا از حق خود اعراض نماید. حساب مجازی نیز دارای همین خصوصیت است کاربر تا زمانی که تصمیم به ادامه استفاده از حساب را دارد حساب باز است و تنها کاربر می‌تواند به حساب کاربری خود خاتمه دهد. اینکه کاربر هر زمان بخواهد می‌تواند حساب کاربری خود را خاتمه دهد منافاتی با دایمی بودن حساب ندارد و درست مانند اعراض از حق مالکیت است؛ بنابراین کاربر نیز می‌تواند حساب را انتقال دهد. این انتقال می‌تواند هم قهری باشد؛ مانند ارث و هم ارادی و هم می‌تواند به صورت یکجانبه حساب خود را خاتمه دهد؛ بنابراین حساب کاربری دارای وصف دایمی بودن نیز است.

ج: مطلق بودن: از این نظر که مالک می‌تواند هر گونه انتفاعی از ملک خود ببرد آن را مطلق گویند (امامی، ۱۳۸۸، ج ۲، ص. ۴۹). ماده ۳۰ قانون مدنی در این مورد می‌گوید: مالک می‌تواند در ملک خود هر گونه تصرف و انتفاع داشته باشد مگر در مواردی که قانون مجاز ندانسته باشد. در همین راستا ماده ۴۰ ق.ا. بیان می‌کند: هیچ‌کس نمی‌تواند با عمل خویش موجب اضرار به دیگران یا ضرر به منافع عمومی جامعه گردد. ارائه‌دهندگان حساب کاربری نیز در قراردادهای خود به صراحت اعلام می‌کنند که نسبت به محتوا هیچ ادعایی ندارند مگر آنجا که مخالف نظم عمومی جامعه یا انتشار مطالبی بر خلاف اخلاق حسنه باشد؛ بنابراین کاربر مجاز به انتشار هر مطلب و محتوایی در حساب خود می‌باشد تا زمانی که خلاف مقررات باشد که در این صورت بسته به شرایط با آن رفتار می‌شود؛ بنابراین، باتوجه به توضیحات داده شده دیدیم که حساب مجازی دارای اوصاف مالکیت است و می‌توان آن را تحت رژیم حقوق اموال و مالکیت تفسیر کرد. توجه به این نکته ضروری است که ما با

یک پدیده نوظهور مواجهیم و طبیعتاً نباید انتظار داشت که کاملاً منطبق با قوانین موجود باشد. ما در این پژوهش سعی داریم تا زمانی که قانون جدید در این زمینه به تصویب نرسیده است، باتوجه به قوانین موجود آن را تفسیر کنیم و نزدیک‌ترین و شبیه‌ترین قانون را برای تحلیل حساب کاربری بیابیم و در وضع موجود بتوانیم از آن برای حل مسائل استفاده کنیم. در حال حاضر در کشورهای غربی و حقوق کامن‌لا با تأکید بر نظریه ایدئال حقوقی که معتقد است در برخورد با مفاهیم فضای مجازی باید واقع‌گرایانه و عمل‌گرایانه برخورد کرد. فضای مجازی را به عنوان مکان واقعی و کلیه محتواهای آن را به عنوان اموال مادی در نظر گرفته است و رژیم مبتنی بر مال با رویکرد مال محوری را مورد پذیرش قرار داده است (یوسفی مراغه و دیگران، ۱۴۰۲، ص. ۱۳). دلایل در نظر گرفتن یک حساب به عنوان یک مال و مالکیت نسبت به آن را می‌توان در عمل دادگاه حقوق بشر اروپا مشاهده کرد. دادگاه در حکم خود تأکید کرد که مفهوم «مالکیت» محدود به کالاهای فیزیکی نیست. مفهوم مالکیت در ماده ۱ دستورالعمل شماره ۱ کنوانسیون حمایت از حقوق بشر و آزادی‌های اساسی معنای مستقلی دارد که قطعاً به مالکیت کالاهای فیزیکی محدود نمی‌شود: برخی از حقوق و منافع دیگر که دارایی‌ها را تشکیل می‌دهند نیز می‌توانند به عنوان «حقوق مالکیت» و در نتیجه به عنوان «مالکیت» برای اهداف این مقررات در نظر گرفته شوند، در صورتی که آنها سه اصطلاح را برآورده کنند: ارزش اقتصادی قابل توجه، امکان شناسایی در یک شیء ملموس یا نامشهود، وابستگی قانونی بی‌قید و شرط با شخص مورد نظر (Nekit, 2020). بنابراین حساب مجازی می‌تواند در دسته اموال و حقوق مالکیت قرار گیرد؛ زیرا آنها تمام ویژگی‌های «مالکیت» را از نظر دستورالعمل شماره ۱ کنوانسیون حمایت از حقوق بشر و آزادی‌های اساسی برآورده می‌کنند؛ زیرا می‌توانند ارزش اقتصادی قابل توجهی داشته باشند، امکان شناسایی در شیء ملموس یا نامشهود، وابستگی قانونی بی‌قید و شرط با شخص مربوطه. با وجود اینکه دارایی‌های دیجیتال ممکن است ارزش پولی عینی نداشته باشند؛ اما می‌توانند ارزش عاطفی زیادی داشته باشند. از دیگر دلایلی که حساب کاربری را متعلق به کاربر نمی‌دانند این است که دارایی‌های دیجیتال فاقد ارزش مالی هستند، به همین دلیل آنها را نمی‌توان مال نامید. این دلیل موجه نمی‌باشد به این دلیل که یک آلبوم

عکس فاقد ارزش مالی است؛ ولی مثلاً جزو اموال یک فرد متوفی محسوب می‌شود و به وراثت تعلق می‌گیرد. چه بسا همان‌طور که در مطالب قبل بیان کردیم برخی از حساب‌های مجازی از جمله حساب‌های مالی دارای ارزش اقتصادی و مالی می‌باشد. آمریکایی‌ها ارزش دارایی‌های دیجیتال خود را ۵۵۰۰۰ هزار دلار تخمین زده‌اند (Pinch, 2014, p. 545). دلیل دیگر در رد مالکیت بر حساب مجازی این است که دارایی‌های دیجیتال جزو اموال کاربر نمی‌شوند؛ چون آنها متعلق به کاربر نیستند به این دلیل که کاربران بعد از بارگذاری برنامه‌های خود در حساب خود مالکیت آن را به شرکت‌های ارائه‌دهنده یا واسطه‌ها انتقال می‌دهند؛ بنابراین کاربران اساساً مالکیت چیزی را ندارند که بخواهند آن را انتقال دهند (Conner, 2010, p. 301). ولی همان‌طور که اشاره شد دارایی دیجیتال در دسته اشیای غیرمادی قرار گرفت و به‌درستی جز مالکیت معنوی جانمایی شد. نوشته، شعر، عکس همه به‌وسیله عمل کاربر ایجاد می‌شود و بنابراین متعلق به او و همچنین تحت حمایت قانون کپی‌رایت می‌باشد و از همه مهم‌تر قصد کاربر است که مسلماً کاربر چنین قصدی را ندارد که مالکیت را به شرکت انتقال دهد و این شرط نه تنها جایی نوشته نشده بلکه با آن نیز موافقت نگردیده است.

حال با توجه به اینکه مالکیت صاحب حساب نسبت به حساب کاربری پذیرفته شد، این بدین معناست که کاربر حق همه‌گونه دخل و تصرف در حساب را دارد؟ اهمیت این موضوع زمانی نمایان می‌شود که بحث انتقال این حساب‌ها پیش می‌آید. زمانی که یک حساب شکل می‌گیرد اولین بحثی که مطرح می‌شود و از طرف شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات نیز مورد توجه بسیار قرار گرفته است، بحث حفظ حریم خصوصی می‌باشد. وقتی بحث از حریم خصوصی به میان می‌آید منظور تنها حریم خصوصی کاربر نیست بلکه افرادی که با کاربر در ارتباط بوده‌اند نیز نیاز به حفاظت از اطلاعاتشان ضروری است؛ زیرا در این صورت است که افراد می‌توانند با طیب خاطر به فعالیت در این اپلیکیشن‌ها بپردازند. آنچه مسلم است این است که اموال دیجیتال می‌توانند اطلاعات شخصی بیشتری نسبت به اموال واقعی داشته باشند. در همین رابطه استادان دارو^{۱۰} و فررا^{۱۱} استدلال می‌کنند که دسترسی

10. Darrow

11. Ferrera

وارثان به پیام‌های پست الکترونیک که ارزش اقتصادی قابل توجهی را نشان نمی‌دهند باعث ایجاد عدم اطمینان برای کسانی می‌شود که پست الکترونیک را به آن حساب ارسال می‌کنند و این عمل می‌تواند به ضرر مخاطبان متوفی گردد (Cumming, 2014, p.930). بنابراین باید این موضوع روشن شود که کاربر و بازماندگان در مواجهه با داده‌های خصوصی چه وظیفه‌ای دارند؟ و آیا بازماندگان نسبت به این اطلاعات نیز می‌توانند ادعای مالکیت کنند یا خیر؟

یکی از عمده دلایل شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات برای عدم انتقال حساب‌ها به دیگران حفاظت از داده‌های شخصی است و حفاظت از حریم خصوصی کاربر و افراد مرتبط با کاربر است؛ البته امروزه رویه قضایی شروط مربوط به عدم انتقال حساب‌ها از سوی شرکت‌ها را نمی‌پذیرند؛ زیرا این قراردادها به صورت پیش‌نویس تهیه و تنظیم می‌گردند و کاربر فقط اختیار موافقت یا عدم موافقت را دارد و گزینه دیگری تحت عنوان چانه‌زنی در مورد شرایط قرارداد را نخواهد داشت؛ به عنوان مثال، در پرونده *Ajemian v Yahoo! Inc* یک مجری به دنبال دسترسی به حساب پست الکترونیک متوفی بود. در نهایت دادگاه این گونه استدلال کرد که دلیلی وجود ندارد که شرایط قرارداد به طور منطقی پذیرفته شده باشد و در نهایت اجازه دسترسی به حساب را صادر کرد (Banta, 2014, p. 821). این شروط غالباً بر منافع ارائه‌دهنده خدمات اینترنت تمرکز می‌کند و بنابراین بعید است که از حق حریم خصوصی کاربر محافظت کند (Chu, 2011, p. 255)؛ بنابراین این طور به نظر می‌رسد که حریم خصوصی می‌تواند به عنوان یک مانع برای انتقال حساب‌های مجازی به حساب آید؛ اما از جمع مباحث مطرح شده این نتیجه حاصل می‌گردد که ما حساب مجازی را به چهار دسته تقسیم‌بندی کردیم و یک دسته به نام حساب‌های شخصی نام‌گذاری گردید این حساب‌ها حاوی اطلاعات شخصی هستند و همین‌طور حساب‌های تجاری که حاوی اطلاعات کاربر و مخاطب می‌باشد. از طرف دیگر ماهیت حساب مجازی را دوگانه تلقی کردیم مالی و غیرمالی که حقوق مربوط به شخصیت را شامل می‌شود؛ بنابراین حساب‌هایی که مربوط به حقوق شخصیت هستند و همچنین حساب‌هایی که حاوی اطلاعات شخصی و خصوصی هستند، غیرقابل انتقال چه از طریق توارث و چه از طرق دیگر هستند. در موارد مربوط به ارقام اموال بسیار شخصی مانند خاطرات، نوشته‌های شخصی، یادداشت‌ها و موارد دیگر،

عدم انتقال و از بین بردن این اطلاعات باید مجاز تلقی شود؛ زیرا این موارد به طور جدایی ناپذیری با شخصیت مالک / خالق خود مرتبط هستند و به همین ترتیب هیچ ارزش قابل تشخیصی برای شخص دیگری ندارند (Cumming, 2014, p. 938)؛ بنابراین به جاست که در انتقال دارایی‌های دیجیتال دقت بیشتری شود و با تعیین یک مدیر فقط دارایی‌هایی که فاقد خصیصه شخصی بودن هستند انتقال یابند، چه بسا در مورد اموال فیزیکی نیز به همین شکل رفتار می‌شود.

۷- نتیجه‌گیری

حساب مجازی ابزاری است که ما به وسیله آن امکان استفاده از فضای مجازی را پیدا می‌کنیم. به دلیل گستردگی خدمات ارائه شده در فضای مجازی امروزه بیشتر فعالیت‌های فیزیکی ما به مجازی تبدیل شده است؛ مثلاً امروز می‌توانیم به جای اقدام به خرید کتاب فیزیکی نسخه‌های دیجیتال آنها را خریداری و در حسابمان ذخیره کنیم. نکته مهم این است که ما اغلب این فعالیت‌ها را بدون توجه به چگونگی ساختار این حساب‌ها انجام می‌دهیم و صرفاً با یک ثبت نام به فعالیت می‌پردازیم. با توجه به خلأ قانون‌گذاری و کمبود متون حقوقی و همچنین مغفول ماندن این موضوع از سوی شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات ایرانی این مسئله در آینده‌ای نه‌چندان دور با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو خواهد شد؛ از جمله این مشکلات می‌توان به عدم مشخص بودن تکلیف این حساب‌ها بعد از مرگ کاربر اشاره کرد؛ بنابراین به جاست قانون‌گذار در این زمینه اقدام به وضع قوانین کند و همچنین شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات در شروط خود در این زمینه تمهیداتی ببندیشوند. این کار امکان‌پذیر نمی‌باشد مگر با شناخت ماهیت و ارکان حساب مجازی. در بحث ماهیت این نتیجه حاصل شد که حساب مجازی دارای ماهیتی دوگانه اعم از مالی و غیرمالی است. این امر از این جهت اهمیت دارد که در بحث انتقال حساب مجازی می‌دانیم آن دسته از حساب‌ها که ماهیتی مالی دارند قابل انتقال و آن دسته که دارای ماهیتی غیرمالی هستند، قابلیت انتقال ندارند؛ زیرا این حقوق متعلق به شخصیت فرد است. در بحث ماهیت مالی حساب مجازی باید حساب مجازی را در دسته حقوق معنوی تفسیر نمود؛ زیرا محتوای این حساب‌ها دودسته‌اند یا فکری یا غیر فکری‌اند.

باتوجه به اینکه محتوا توسط کاربر ایجاد می‌شود؛ بنابراین کاربر مالک آن است بر سر این موضوع همه اتفاق نظر دارند حتی شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات؛ اما در مورد مالکیت حساب اختلاف نظر وجود دارد رویکرد حقوق اموال استدلالاتی را بیان می‌کند که اثبات می‌کند کاربر مالک حساب مجازی است. ازجمله این دلایل این است که حساب مجازی با اغماض خصوصیات یک ملک را دارا است؛ ازجمله مطلق بودن و دایمی بودن و انحصاری بودن؛ بنابراین، به نظر می‌رسد کاربر، مالک حساب مجازی است؛ زیرا دلیل ندارد که بین اموال مادی و غیرمادی تفاوت گذاشت یک عکس گرفته شده توسط یک فرد متعلق به آن فرد است؛ فلذا فرقی ندارد برای آنکه گیرنده عکس مالک آن باشد آن عکس را به صورت فیزیکی داشته باشد و در آلبوم عکس خود قرار دهد یا آن را به صورت دیجیتالی حفظ کند؛ بنابراین نسبت به اموال دیجیتال لازم است همان‌طور رفتار گردد که با اموال فیزیکی رفتار می‌شود و تفاوتی در آنها نیست. اگر کاربر فقط نسبت به محتوا مالکیت داشته باشد و مالک حساب را شرکت‌ها بدانیم، عملاً اختیار کاربر را نقض کرده‌ایم و کاربر را با محدودیت روبه‌رو می‌کنیم؛ زیرا در این صورت کاربر نمی‌تواند باتوجه به مقررات شرکت‌ها که انتقال را ممنوع یا محدود می‌کنند در اموال خود دخل و تصرف کند و آنها را انتقال دهد؛ بنابراین منطقی به نظر نمی‌رسد که کاربر صرفاً مالک محتوا باشد. از طرف دیگر مالکیت شامل لوازم و ملحقات و مقدمات آن نیز است؛ بنابراین حساب به عنوان دروازه برای رسیدن به محتوا و در نتیجه جز لوازم و مقدمات و متعلق به کاربر است. در آخر باید به قصد کاربر نیز توجه داشت به نظر می‌رسد کاربران هنگام افتتاح حساب آن را صرفاً را متعلق به خود می‌دانند و مالک را فرد دیگری تصور نمی‌کنند.

کتابنامه

- آقاسی، محسن (۱۳۹۵). *وقف اموال غیرمادی در حقوق ایران و فقه امامیه با مطالعه تطبیقی بر فقه اهل سنت و حقوق انگلیس*. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- امامی، اسدالله (۱۳۹۹). *حقوق مالکیت معنوی*. تهران: بنیاد حقوقی میزان.
- امامی، سیدحسین (۱۳۸۳). *حقوق مدنی*. تهران: انتشارات اسلامی.
- امامی، سیدحسین (۱۳۸۸). *حقوق مدنی*. تهران: انتشارات اسلامی.

- جعفری خسروآبادی، نصرالله (۱۳۹۶). جایگاه ستون فقرات نظام حقوقی رومی ژرمنی در حقوق اسلام و ایران: تحلیل فقهی حقوقی تقسیم‌بندی حقوق عینی و دینی. نشریه پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب، سال چهارم، شماره هفتم. صص ۱-۲۴.
- حیاتی، عباسعلی (۱۳۸۹). *اموال و مالکیت*. تهران: انتشارات میزان.
- خمینی، سیدروح‌الله (۱۴۱۵ق). مبیع. قم: نشر اسلام.
- رضایی دوانی، مجید؛ قبولی درافشان، سیدمحمدادی؛ قبولی درافشان، سیدمحمدصادق (۱۳۹۵). بازپژوهی بیع اموال غیرمادی در فقه اسلامی و حقوق ایران. دوفصلنامه فقه مقارن، سال چهارم، شماره هفتم. صص ۶۹-۷۱.
- شهلائی، مریم (۱۳۹۹). *بیع اموال غیرمادی در حقوق ایران با مطالعه تطبیقی در فقه امامیه و حقوق مصر*، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه آزاد واحد شهر قدس.
- صفایی، سیدحسین (۱۴۰۱). دوره مقدماتی حقوق مدنی. تهران: مدرسه عالی حسابداری.
- طاهری سرتشنیزی، مریم (۱۴۰۲). گذری بر مالکیت اموال غیرمادی غیرفکری در حقوق ایران. فصلنامه تمدن حقوقی. سال ششم، شماره چهاردهم. صص ۱۵۹-۱۸۴.
- عبدی‌پور فرد، ابراهیم؛ ثقفی، علی و رضایی، مجید (۱۴۰۱). ملکیت چون روش؛ تحلیلی بر مالکیت اموال غیرمادی. پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب، سال نهم، شماره دوم. صص ۱۷۹-۲۱۲.
- عطازاده، سعید و پارسا، الهه (۱۳۹۲). بررسی ماهیت حقوقی مالکیت زمانی در حقوق آمریکا. دوفصلنامه علمی دانش حقوق مدنی، سال اول، شماره دوم. صص ۱۳-۲۵.
- فلاح تفتی، فاطمه و بابایی، سمانه (۲۰۲۴). امکان‌سنجی فقهی حقوقی حق گمنامی در فضای مجازی. مطالعات حقوقی فضای مجازی، سال سوم، شماره نهم. صص ۱۸-۳۳.
- فتحی، بدیع، دادمرزی، سیدمهدی، ناصری دولت آبادی، مهدی (۱۳۹۶). مطالعه تطبیقی وصیت اموال دیجیتالی در حقوق ایالات متحده آمریکا، کانادا و ایران، دوره بیست و یکم، شماره ۲، صص ۱۲۹-۱۵۶.
- کاتوزیان، ناصر (۱۳۹۰). *اموال و مالکیت*. تهران: نشر میزان.
- کاظمی، حسنی (۱۳۹۶). *رسانه‌شناسی*. تهران: بی‌نا.

- محمودی، پژمان و اسدی، روح‌اله (۱۳۹۱). ماهیت انتقال مالکیت اموال غیرمادی غیرفکری. *دانش و پژوهش حقوقی*، سال اول، شماره اول. صص ۹۴-۱۱۶.
- محمودی، اصغر (۱۳۹۱). ماهیت حقوق مالکیت فکری و جایگاه آنها در حقوق اموال. *دوفصلنامه علمی دانش حقوق مدنی*، سال اول، شماره دوم. صص ۹۴-۱۰۷.
- موسوی بجنوردی و حسینی نیک، سیدعباس (۱۳۹۴). ماهیت ملک و مالکیت در اموال فکری با رویکردی به نظر امام خمینی. *پژوهش‌نامه متین*، سال هفدهم، شماره شصت و هفتم. میرشکاری، عباس (۱۳۹۷). ارث حساب‌های مجازی. *دوفصلنامه علمی دانش حقوق مدنی*، سال هفتم، شماره دوم. صص ۷۱-۹۰.
- یوسفی مراغه، مهدی؛ ترابی، امیر؛ خورشیدی، محمد موسی؛ پرتوی همراه، امین و ده جانی، سجاد. (۱۴۰۲). حقوق مترتب بر اموال و مالکیت بر اشیای مجازی در فضای سایبری با نگاهی به حقوق کامن‌لا. *اولین همایش بین‌المللی علوم سیاسی، حقوق و حوزه‌های دینی و مذهبی با رویکرد نگاهی به آینده بوشهر*.
- Banta, N. M. (2014). Inherit the cloud: the role of private contracts in distributing or deleting digital assets at death. *Fordham L. Rev.* vol 83, n799.
- Banta, N. M. (2016). Property interests in digital assets: The rise of digital feudalism. *Cardozo L. Rev.* vol.38, n59
- Chu, N. (2015). Protecting privacy after death. *Nw. J. Tech. & Intell. Prop.*, 13, 255.
- Conner, J. (2010). Digital life after death: The issue of planning for a person's digital assets after death. *Est. Plan. & Cmty. Prop. LJ.* vol 3, n301.
- Cummings, R. G. (2014). The Case against Access to Decedents' E-mail: Password Protection as an Exercise of the Right to Destroy. *Minn. JL Sci. & Tech.* vol15, n 897.
- Darrow, J. J., & Ferrera, G. R. (2006). Who Owns a Decedents E-Mails: Inheritable Probate Assets or Property of the Network? *NYUJ Legis. & Pub. Pol'y.* vol10, n 281
- Gaied, Melissa. (2016). data after death: an examination into heirs' access to a decedent's private online account. *suffolk university law review*, vol Xlix, n37.
- Harbinja, E. (2015). Legal nature of emails: a comparative perspective. *Duke L. & Tech. Rev.* vol14, n227.
- Hollon, J. R. (2013). Tweets from the grave: Social media life after death. *Ky. LJ*, vol 102, n1031.
- Nekit, K. (2020). Legal aspects of the use of social media accounts: current state and perspectives. *The Lawyer Quarterly*, vol10, n3.
- Perrone, M. " (2012). What Happens When We Die: Estate Planning of Digital Assets. *CommLaw Conspectus*, 21, 185
- Pinch, R. (2014). Protecting digital assets after death: Issues to consider in planning for your digital estate. *Wayne L. Rev.* vol60, n545.
- Roy, M. D. (2010). Beyond the digital asset Dilemma: Will online services revolutionize

- estate planning. *Quinnipiac Prob. LJ*, 24, 376.
- Varnado, S. S. (2013). Your digital footprint left behind at death: An illustration of technology leaving the law behind. *La. L. Rev.*vol74, n719.
- Watkins, A. F. (2014). Digital properties and death: What will your heirs have access to after you die. *Buff. L. Rev.*vol62,n 193.
- Wilkens, M. (2010). Privacy and security during life, access after death: Are they mutually exclusive. *Hastings LJ*.vol62, n1037.

حکمرانی حریم خصوصی و حریم داده در پلتفرم‌های جهانی (گوگل و متا) و دلالت‌های آن برای زیست‌بوم پلتفرمی ایران

نوع مقاله: پژوهشی

حسین حسینی^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۰۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۱۵

چکیده

این مقاله با هدف تحلیل سازوکارهای حکمرانی حریم خصوصی در سکوهای گوگل و متا نگاشته شده است. اخیراً موارد متعددی از نقض حریم داده‌های سکوهای مختلف در ایران مشاهده شده است. فقدان یک قانون جامع درباره حریم خصوصی و عدم توجه به توسعه سازوکارهای حکمرانی حریم خصوصی در سکوهای ایرانی از جمله دلایل این چالش می‌تواند باشد. پاسخگویی به بخشی از مسائل مرتبط با حریم خصوصی و داده‌های در انواع سکوها از جمله رسانه‌های اجتماعی از طریق الگوگیری از سکوهای جهانی امکان‌پذیر است. در راستای دستیابی به این هدف، از روش‌شناسی تحلیل مضمون برای استخراج و تحلیل مضامین اصلی و فرعی مرتبط با سیاست‌ها و راهبردهای این دو سکو استفاده شده است. این مطالعه در نیمه اول سال ۱۴۰۳ انجام شده است و برای گردآوری داده‌ها از اسناد گوناگون از جمله اسنادی که این سکوها منتشر کرده‌اند، استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد برای تقویت اعتماد عمومی و رقابت‌پذیری سکوهای داخلی، تدوین قوانین شفاف در حوزه حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها ضروری است. این سکوها با رعایت اصول بنیادین مانند «محدودیت هدف پردازش داده» (جمع‌آوری داده‌ها تنها برای اهداف مشخص شده)، «تقلیل داده» (کاهش حجم اطلاعات ذخیره شده به حداقل ضروری) و «حریم خصوصی از طریق طراحی» (ادغام الزامات امنیتی در مراحل توسعه محصول)، به دنبال ایجاد تعادل میان پیشرفت فناوری و حفظ حریم کاربران هستند. درکل، حفاظت از حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها در زیست‌بوم ایرانی می‌تواند با ملاحظه اصول کلی، دستورالعمل‌ها و نیز راهکارهای عملی حفاظت از داده‌ها در سکوهای جهانی از جمله توانمندسازی کاربران بهبود پیدا کند.

واژه‌های کلیدی

حکمرانی، سکوها (پلتفرم‌ها)، حریم خصوصی، حریم داده، گوگل، متا.

۱. استادیار گروه مطالعات فضای مجازی، پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات، تهران، ایران

۱. مقدمه

حفاظت از حریم خصوصی^۲ و محرمانگی داده‌های شخصی^۳ پس از گذار از عصر رسانه‌های آنالوگ و دیجیتال و سپس ظهور اینترنت و هم‌اکنون پلتفرمی‌شدن اینترنت^۴ (Flew, 2021) که طی آن تعاملات، کنش‌ها و ارتباطات بیش‌ازپیش در شمار نسبتاً محدودی از سکوها بزرگ دیجیتال روی می‌دهد، بیش از گذشته دشوار و هر روز پیچیده‌تر می‌شود. درواقع، درهم‌تنیدگی فزاینده سکوها دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی با زندگی روزمره سبب می‌شود افراد به شکل خواسته یا ناخواسته داده‌های شخصی بیشتری را در فضای مجازی با طرف‌های دیگر (شرکت‌ها، دولت‌ها، سازمان‌ها و افراد) به اشتراک بگذارند. همچنین، سکوها دیجیتال نیز بیش‌ازپیش داده‌های شخصی ما را به مثابه مدل اصلی کسب‌وکار به کار می‌بندند. پیامد همه این موارد، تسهیل و تعمیق مخاطره‌ها برای حریم شخصی افراد و دشوارتر شدن کناره‌گیری از این روندهای اجباری - ازجمله حق فراموش شدن^۵ - است.

حریم خصوصی و داده‌های شخصی بیش‌ازپیش به واسطه مدل کسب‌وکار شرکت‌های پلتفرمی جهانی مورد خدشه قرار می‌گیرد؛ زیرا یکی از منابع عمده درآمدزایی این سکوها تحلیل داده‌های کلان کاربران است و نیز رویه‌های شخصی‌سازی و سفارشی‌سازی نیز به تحلیل و استخراج الگوهای رفتاری کاربران بر مبنای داده‌هایی که آنها به اشتراک می‌گذارند، بستگی دارد. این موارد صرفاً برخی از نمونه‌های درهم‌تنیدگی حریم شخصی کاربران با عملکرد سکوها است. همان‌طور که فن‌دایک^۶ (۱۳۱۶، ص. ۴۳) می‌گوید، مأموریت فیس‌بوک یعنی گشوده‌تر کردن و متصل‌تر کردن جهان در قالب اشتراک‌گذاری محقق می‌شود؛ معنای اجتماعی این اصطلاح در تقابل با اصطلاح حقوقی حریم خصوصی قرار می‌گیرد که مبتنی بر حق انزوا و کناره‌گیری از اجتماع است.

2. privacy

3. data privacy

4. platformization of the internet

5. right to be forgotten

6. van Dijck

از سوی دیگر باید توجه داشت که امروزه بخش مهمی از حکمرانی حریم خصوصی توسط سکوهای رسانه‌های اجتماعی انجام می‌شود. این امر دلایل گوناگونی دارد که مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از: عدم تمایل دولت‌ها برای خدشه در آزادی بیان، به‌ویژه در مدل بازارمحور حکمرانی سکوها که در آمریکا رواج دارد، عقب‌افتادگی نهادهای قانون‌گذار برای وضع قوانین مرتبط برای حفاظت از حریم خصوصی در سکوها که ناشی از تحولات شتابان این حوزه فناوری اطلاعاتی و ارتباطی است و نیز حجم غول‌آسای محتواهای کاربرساخته^۷ که توسط کاربرانی از زمینه‌های فرهنگی-اجتماعی و زبانی متنوع در سطح جهان به‌اشتراک گذاشته می‌شود. سیطره سکوهای جهانی بر زیست‌بوم پلتفرمی ایران و انتقال بخش عمده زیست ایرانیان به عرصه سکوهای جهانی، در غیاب سکوهای بدیل بومی جایگزین، به‌ویژه از منظر رسانه‌های اجتماعی، سبب شده است تا بخش عمده‌ای داده‌های خصوصی در سکوهای غیرایرانی ذخیره شود و مورد استفاده قرار گیرد.

حق داشتن حریم خصوصی^۸ یکی از حقوق بنیادین همه انسان‌ها و به‌ویژه حقوق مخاطبان رسانه‌ها و محصولات فرهنگی و رسانه‌ای است و در کنار حق بر آگاهی که اسماعیلی (۱۴۰۱) آن را به‌مثابه یکی از حقوق اساسی مخاطبان مورد بحث قرار داده است، ازجمله وجوه اساسی حقوق مخاطبان است؛ بنابراین توانایی و امکان حفاظت از حریم خصوصی اشخاص در فضای مجازی و سکوهای رسانه‌های اجتماعی به این معنا است که یک بعد محوری از حقوق مخاطبان مورد توجه و تأکید قرار دارد.

در مجموعه‌ای از اسنادی که توسط شورای عالی فضای مجازی و مرکز ملی فضای مجازی مصوب شده است، به شکل‌های گوناگون بر اهمیت حفظ حریم خصوصی کاربران تأکید شده است. در سند راهبردی جمهوری اسلامی ایران در فضای مجازی (مرکز ملی فضای مجازی، ۱۴۰۱) که شامل ارزش‌ها، چشم‌انداز، اهداف و اقدامات کلان است و با هدف تحکیم و تقویت حکمرانی و اعمال حق حاکمیت بر فضای مجازی و سکوهای دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی تصویب شده است، صیانت از حریم خصوصی و حقوق عامه به‌مثابه یک ارزش مورد تأکید قرار دارد. در این سند، قاعده‌مندسازی دسترسی به داده‌های

7. UGC

8. right to privacy

خصوصی، عمومی و کلان داده‌ها به عنوان یک هدف کلان بیان شده است. در همین راستا طراحی نظام حکمرانی داده‌ها از جمله در مورد حریم خصوصی یکی از اقدامات کلانی است که باید پیگیری شود.

سند سیاست‌ها و اقدامات سازماندهی پیام‌رسان‌های اجتماعی که مصوبه شورای عالی فضای مجازی در سال ۱۳۹۶ است، به طور خاص بر حکمرانی بر پیام‌رسان‌های اجتماعی تأکید دارد. در این سند «اعتمادسازی و صیانت از حقوق شهروندی، حریم خصوصی، امنیت ملی و عمومی» به عنوان یک سیاست کلان ذکر شده است. هدف این سند فراگیرکردن پیام‌رسان‌های ایرانی و سازماندهی پیام‌رسان‌های اجتماعی خارجی است (شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۶). بر این اساس می‌توان مدعی شد حفاظت از حریم خصوصی و داده‌های شخصی کاربران و رفع نگرانی آنها نسبت به دسترسی طرف‌های سوم به این داده‌ها، تا چه اندازه برای اعتماد کاربران به یک پیام‌رسان اهمیت دارد.

سایر اسناد مصوب شورای عالی فضای مجازی نیز به شکل‌های مختلف بر اهمیت حفظ حریم خصوصی تأکید کرده‌اند. در سند تبیین الزامات شبکه ملی اطلاعات (شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۵) صیانت از حریم خصوصی، حقوق عمومی و آزادی مسئولانه به مثابه یکی از الزامات سالم‌سازی و امنیت شبکه ملی اطلاعات ذکر شده است. همچنین حمایت ویژه از حریم خصوصی و حقوق عمومی یکی از نیازمندی‌های ارائه خدمات ایمن در قالب شبکه ملی اطلاعات ذکر شده است. در سند نظام هویت معتبر در فضای مجازی نیز صیانت از حریم خصوصی یکی از الزامات زیست بوم هویت معتبر ذکر شده است (شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۶). در سند الزامات حاکم بر اینترنت اشیاء در شبکه ملی اطلاعات (۱۳۹۷)، حریم خصوصی یکی از الزامات ارائه خدمات در این قلمرو ذکر شده است.

با وجود تأکید اسناد بالادستی گوناگون به اهمیت حریم خصوصی و ضرورت ایجاد سازوکارهای حفاظت از داده‌های شخصی افراد، در شبکه ملی اطلاعات تا پیام‌رسان‌های ایرانی و سکوها رسانه اجتماعی خارجی، اقدام عملی در راستای تدوین اسناد جامع مرتبط با حفاظت از داده و حریم خصوصی در ایران و به طور خاص حفاظت از داده‌ها و حریم خصوصی توسط سکوها در ایران صورت نگرفته است.

بر اساس آنچه گفته شد، مسئله اصلی این پژوهش این است که با ملاحظه اهمیت حکمرانی در سکوها، سکوهای بزرگ جهانی تاکنون چه اسناد و مقرراتی را برای حفاظت از حریم خصوصی و داده‌های شخصی ارائه کرده‌اند و چه سازوکارهایی را برای صیانت از حقوق حریم خصوصی کاربران در سکوهای خود انجام تعبیه کرده‌اند؟ پاسخ به این موضوع می‌تواند به مثابه راهنمایی برای ارتقاء حفاظت از حریم خصوصی و داده‌های کاربرانی در اکوسیستم پلتفرمی ایران عمل کند. در این مقاله ضمن ملاحظه مفهوم حریم خصوصی و مفهوم حکمرانی سکوها، به مطالعه نحوه حکمرانی حریم خصوصی و حریم داده در دو سکوی بزرگ جهانی خواهیم پرداخت.

۲. پیشینه پژوهش

مطالعه پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه حریم خصوصی و حریم داده‌ها در ایران نشان می‌دهد که تاکنون مطالعات بسیاری درباره حریم خصوصی و حریم داده در ایران انجام شده است. این حوزه یک حوزه پژوهشی با سابقه است که در جاهای مختلف این مقاله به برخی از آنها استناد شده است. به‌طور در حوزه رسانه و ارتباطات نیز مطالعاتی درباره حریم خصوصی انجام شده‌اند. از جمله آنها می‌توان به مسئولیت مدنی رسانه‌ها در قبال نقض حریم خصوصی در حقوق ایران و انگلستان (اصلانی و دیگران، ۱۴۰۲)، حریم خصوصی در رسانه‌های همگانی (انصاری، ۱۳۸۳) و راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی اشاره کرد (فرامرزیانی و دیگران، ۱۴۰۰).

برخی مطالعات به‌طور خاص در مورد حفاظت از داده‌ها و حریم خصوصی در سکوها و رسانه‌های اجتماعی در ایران انجام شده‌اند. از جمله احمدوند و جهان‌شاهی (۱۴۰۲)، الزامات حاکم بر تأمین امنیت داده‌های کاربران توسط سکوهای خدماتی را مطالعه کرده‌اند. آنها بر مسئولیت سکوها در برابر داده‌های کاربران تأکید کرده‌اند. حسام و همکارانش (۱۴۰۲)، در مطالعه تطبیقی خود در مورد مسئولیت مدنی سکوهای برخط در برابر نقض حریم اطلاعاتی از سوی کاربران، ضمن ملاحظه اصل شخصی بودن مسئولیت، بیان کرده‌اند که مفاد طرح پیشنهادی صیانت از حقوق کاربران در فضای مجازی با هدف

مسئولیت‌پذیر کردن سکوها پیشنهاد شده است. پیش‌نماز و رکنی (۱۴۰۲) نیز نظام حاکم بر داده‌های شخصی را از منظر حقوق اموال تحلیل کرده‌اند.

وجه تمایز مقاله حاضر تمرکز بر سازوکارهای خودتنظیم‌گری حریم خصوصی به‌عنوان یکی از اشکال سه‌گانه حکمرانی سکوها (حکمرانی بر سکو، حکمرانی در سکو - همان خودتنظیم‌گری یا تعدیل محتوا - و حکمرانی توسط سکوها) است. این موضوع تاکنون در ایران مطالعه نشده است.

۳. چهارچوب مفهومی

در این بخش در ابتدا حریم خصوصی و تعاریف آن مرور می‌کنیم و سپس بحث‌های مرتبط با حکمرانی حریم خصوصی را مورد ملاحظه قرار می‌دهیم.

۳-۱. تعاریف حریم خصوصی

ترپته (Trepte, 2021, p. 13) حریم خصوصی در رسانه‌های اجتماعی را بر پایه ارزیابی‌های فردی از دو مؤلفه اصلی تعریف می‌کند: نخست، میزان دسترسی دیگران (اعم از افراد، شرکت‌ها و مؤسسات) به فرد در جریان تعاملات یا روابط؛ و دوم، وجود سازوکارهای کنترلی، ارتباطات بین‌فردی، اعتماد و هنجارهای اجتماعی که تعیین‌کننده سطح این دسترسی هستند. به باور او، این سازوکارها از دو جنبه تکمیل می‌شوند: (الف) خودافشاگری به‌عنوان یک سازوکار تقریباً شهودی و رفتاری برای تنظیم حریم خصوصی، و (ب) کنترل فعال، ارتباطات بین‌فردی و بررسی دقیق به‌عنوان ابزارهایی مفصل‌تر و آگاهانه‌تر برای تضمین این تنظیمات. وی همچنین تأکید می‌کند که کارآمدی سازوکارهای حریم خصوصی در رسانه‌های اجتماعی، شدیداً متأثر از دو عامل است: نوع محتوایی که کاربران منتشر می‌کنند و توانمندی‌های فنی سکوها در تعیین چگونگی استفاده بعدی از آن محتوا.

نادو^۹ (۲۰۰۰)، رویکردی جامع به حریم خصوصی دارد که انواع مختلف حریف خصوصی را دربردارد. به گفته وی، حریم خصوصی به‌عنوان مفهومی سیال شامل آزادی

وجدان و اندیشه، کنترل بر جسم، داشتن خلوت و تنهایی در زمان و مکان خصوصی، کنترل بر اطلاعات شخصی، رهایی از نظارت‌های سمعی و بصری دیگران، حمایت از حیثیت و اعتبار خود و حمایت در برابر تفتیش، تجسس و رهگیری را شامل می‌شود (نقل شده در انصاری، ۱۴۰۰، ص. ۱۱).

سروش (۱۳۹۸) نیز می‌گوید تعاریفی که از حریم خصوصی ارائه شده است بر یکی از این وجوه است: حق تنها ماندن؛ توانایی ایجاد مانع در دسترسی دیگران به انسان؛ پنهان ماندن از دیگران و محرمانه نگه‌داشتن برخی امور؛ کنترل بر اطلاعات شخصی؛ حمایت از کرامت و شخصیت؛ و نزدیکی و صمیمیت (سروش، ۱۳۹۸، ص. ۱۲).

احمدلو (۱۴۰۰) تعریفی از حریم خصوصی ارائه می‌دهد که با رویکرد این مقاله که تمرکز بر بعد اطلاعاتی حریم خصوصی همخوانی دارد. به گفته او «حریم خصوصی عبارت است از مجموعه اطلاعات و مسائل حوزه‌های خصوصی-فردی که شخص نمی‌خواهد کسی بدون تمایل و اطلاع وی نسبت به آن دسترسی حاصل و به آنها تعرض شود» (احمدلو، ۱۴۰۰، ص. ۳۴).

یک دسته دیگر تعاریف حریم خصوصی کنترل-مبنا هستند (Gavison, 1980, p. 428). این تعاریف حریم خصوصی را به‌منزله دسترسی محدود تعریف می‌کنند. از این‌منظر، به‌جای تمرکز بر محدودسازی اطلاعات باید بر «حریم خصوصی به‌منزله محدودیت دسترسی دیگران به یک فرد» تمرکز شود (نقل شده در: Véliz, 2024, p. 81).

به گفته ولیز (۲۰۲۴) طرفداران نظریه‌های دسترسی استدلال می‌کنند که حریم خصوصی شامل محدود کردن یا جلوگیری از دسترسی به اطلاعات شخصی است. از این دیدگاه، هنگامی که چنین اطلاعاتی در اختیار دیگران قرار می‌گیرد، حریم خصوصی از بین می‌رود. نظریه‌های کنترل بر اهمیت حفظ کنترل بر اطلاعات شخصی تأکید می‌کنند و این مفهوم را بیان می‌دارند که به‌خطر انداختن این کنترل توسط دیگران، حتی زمانی که به اطلاعات دسترسی ندارند، اشتباه است. نتیجه اینکه، یک نظریه کافی درباره حریم خصوصی باید هم دسترسی و هم کنترل را در نظر بگیرد تا حفاظت جامع را تضمین کند (Véliz, 2024, p. 98).

۳-۲. حریم خصوصی داده‌های شخصی کاربران

یکی از بحث‌های مهم در مورد حریم خصوصی اطلاعات یا داده‌ها، حریم اطلاعات کاربران است. حریم خصوصی داده‌های کاربران در عصر رسانه‌های اجتماعی و سکوهاى برخط، جایی که کاربران حجم عظیمی از اطلاعات شخصی را به اشتراک می‌گذارند، به یک دغدغه جدی تبدیل شده است. با گذراندن زمان بیشتر به صورت برخط، افراد ردپای دیجیتالی از خود به جا می‌گذارند که می‌تواند توسط شرکت‌ها و اشخاص ثالث جمع‌آوری، تحلیل و کسب درآمد شود. این امر پرسش‌هایی را در مورد استفاده اخلاقی از داده‌های شخصی و میزان کنترل افراد بر حضور برخط‌شان ایجاد می‌کند.

سکوهایی مانند فیس‌بوک، اینستاگرام و گوگل به دلیل نحوه مدیریت داده‌های کاربران مورد انتقاد و نظارت قرار گرفته‌اند. این شرکت‌ها اغلب از الگوریتم‌های پیچیده و روش‌های استخراج داده برای استخراج اطلاعات ارزشمند از اطلاعات کاربر استفاده می‌کنند که می‌تواند برای هدف قرار دادن تبلیغات و شکل‌دهی تجربیات برخط به کار رود. علاوه بر این، نقض داده‌ها و دسترسی غیرمجاز به اطلاعات حساس، نگرانی‌ها را در مورد امنیت و حفاظت از داده‌های کاربران افزایش داده است. برای کاربران و تنظیم‌کننده‌ها ضروری است که در حفاظت از حریم خصوصی داده‌ها و اطمینان از شفافیت در نحوه جمع‌آوری و استفاده از اطلاعات شخصی در فضای دیجیتال هوشیار باشند.

مرور بحث‌های فوق نشان می‌دهد که حقوق کاربران در فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی و انواع سکوها در ایران تاکنون مورد توجه قرار نگرفته است. مفهوم حقوق مخاطب که به عصر رسانه‌های جمعی اختصاص دارد، کم‌وبیش بحث‌هایی را ایجاد کرده است؛ اما حقوق کاربران که به عصر سکوها تعلق دارد. در بحث‌های مرتبط با حقوق رسانه‌ها و ارتباطات ناچیز است و انصاری و عطار (۱۴۰۲)، عمده‌ترین تلاش در ایران برای توسعه این بحث است. با این همه، بخش عمده بحث‌های مرتبط با حریم خصوصی داده‌ها در سطح بین‌الملل بدین سو، جهت‌گیری کرده است؛ زیرا اکنون بخش ارتباطات ارتباطات اینترنتی، ارتباطات پلتفرم-مبنا است. سکوهایی که صرفاً شامل رسانه‌های اجتماعی نیستند و انواع سکوها را شامل می‌شوند.

همان‌طور که کارا^{۱۰} (۲۰۲۱) بحث می‌کند، یکی از مهمترین ویژگی‌های سکوها، رسانه‌های اجتماعی گردآوری داده است. سکوها شبکه‌های اجتماعی برای هدایت الگوریتم‌های توصیه و هدفمندسازی محتوا، به جمع‌آوری داده‌های کاربران وابسته‌اند. کاربران فعال با تعاملات اجتماعی، محتوا و داده‌هایی که تولید می‌کنند در این امر سهیم هستند و سکوها از این داده‌ها برای جلب توجه و ایجاد درآمد استفاده می‌کنند. این سکوها با جمع‌آوری اطلاعات متنوعی مانند موقعیت مکانی، علایق و ارتباطات اجتماعی، محتوا را به‌صورت لحظه‌ای برای کاربران شخصی‌سازی می‌کنند. درواقع، این ویژگی خود به امری چالش‌برانگیز در حوزه حریم خصوصی تبدیل شده و مسائل نوظهوری متعددی را باعث شده است.

۳-۳. تعدیل محتوا در سکوها و حریم خصوصی

یک موضوع بااهمیت در حکمرانی به‌وسیله سکوها، تعدیل محتوا و ارتباط آن با خط‌مشی داده و حریم خصوصی است. تعدیل محتوا به جنبه‌ای ضروری برای حفظ یک محیط برخط سالم تبدیل شده است. بااین‌حال، شیوه‌های مدیریت محتوا باید همراه با سیاست‌های قوی داده و حریم خصوصی باشد تا از حقوق و منافع کاربران محافظت شود.

از سوی دیگر، سیاست داده، نحوه جمع‌آوری، استفاده و به‌اشتراک گذاشتن داده‌های کاربر توسط سکوها را مشخص می‌کند. برای کاربران مهم است که بدانند چه داده‌هایی در مورد آنها جمع‌آوری می‌شود و برای چه اهدافی (Boyd & Crawford, 2012). سیاست‌های شفاف داده به کاربران کمک می‌کند تا درباره فعالیت‌های برخط خود تصمیمات آگاهانه بگیرند و سکوها را برای شیوه‌های مسئولانه داده پاسخگو کنند. این امر با توجه به حجم عظیمی از اطلاعات شخصی به‌اشتراک گذاشته شده در رسانه‌های اجتماعی و سایر سکوها برخط، به‌ویژه اهمیت دارد.

سیاست حفظ حریم خصوصی که ارتباط نزدیکی با سیاست داده دارد، نحوه محافظت سکوها از حریم خصوصی کاربران و رسیدگی به اطلاعات حساس را بیان می‌کند.

سیاست‌های حفظ حریم خصوصی باید اقدامات انجام شده برای محافظت از داده‌های کاربران در برابر دسترسی غیرمجاز، سوءاستفاده یا نقض را به‌طور واضح بیان کنند (Solove, 2013). علاوه‌براین، آنها باید به کاربران کنترل بر تنظیمات حریم خصوصی خود ارائه دهند و آنها را قادر سازد تا انتخاب کنند که چه اطلاعاتی و با چه کسی به‌اشتراک گذاشته شود.

ترپته (۲۰۲۱) در رویکرد خود به حریم خصوصی بر کنترل و قابلیت تمرکز دارد. کنترل به‌عنوان یک جزء حیاتی در نظریه‌های تاریخی و معاصر حریم خصوصی به‌طور گسترده مورد توجه قرار گرفته است. بسیاری از پژوهشگران حریم خصوصی، کنترل را به‌عنوان ابزار اصلی برای افراد جهت تنظیم و دستیابی به حریم خصوصی در نظر می‌گیرند، با این‌فرض که افزایش کنترل بر دسترسی به داده‌های شخصی، منجر به بهبود تجربه‌های مرتبط با حریم خصوصی می‌شود. ترپته (Trepte, 2021, p. 13) سپس تعریف خود را از حریم خصوصی در رسانه‌های اجتماعی به این شکل اعلام می‌کند:

من حریم خصوصی را بر اساس ارزیابی‌های فردی از: (الف) میزان دسترسی به این فرد در تعامل یا رابطه با دیگران (افراد، شرکت‌ها، مؤسسات)؛ (ب) در دسترس بودن سازوکارهای کنترل، ارتباط بین‌فردی، اعتماد و هنجارها برای شکل‌دهی به این سطح دسترسی از طریق؛ (ج) خودافشاگری به‌عنوان تنظیم‌گری رفتاری حریم خصوصی (تقریباً شهودی) و (د) کنترل، ارتباط بین‌فردی و بررسی به‌عنوان ابزاری برای اطمینان از تنظیم (تا حدودی مفصل‌تر) حریم خصوصی تعریف می‌کنم. سپس، در رسانه‌های اجتماعی، در دسترس بودن سازوکارهایی که برای اطمینان از حریم خصوصی قابل اعمال هستند، به‌طور اساسی تحت تأثیر محتوایی است که به‌اشتراک گذاشته می‌شود و توانمندی‌های رسانه‌های اجتماعی که نحوه استفاده بیشتر از این محتوا را تعیین می‌کنند، قرار می‌گیرد. حریم خصوصی در سکوها رسانه‌های اجتماعی به تنظیم رابطه بین کاربران، داده‌ها، و قابلیت‌های سکو وابسته است. این سکوها با ارائه قابلیت‌هایی نظیر ناشناسی، ویرایش‌پذیری، و ماندگاری، امکان تعامل و اشتراک‌گذاری داده‌ها را فراهم می‌کنند؛ اما این امر مخاطراتی برای حریم خصوصی ایجاد می‌کند. سیاست‌های داده و حریم خصوصی

باید شفاف و قوی باشند تا از حقوق کاربران محافظت کرده و آن‌ها را قادر سازند تا کنترل بیشتری بر اطلاعات خود داشته باشند. همچنین، سازوکارهایی نظیر کنترل، اعتماد، و هنجارهای اجتماعی به کاربران کمک می‌کنند تا سطح دسترسی به اطلاعاتشان را مدیریت کنند و تجربه بهتری از حفظ حریم خصوصی در این فضاها داشته باشند.

۴. روش‌شناسی

این پژوهش از نوع تحلیلی و کیفی است. در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها از روش اسنادی استفاده شده است. این مطالعه در نیمه اول سال ۱۴۰۳ انجام شده است. منابع مورد استفاده برای تحلیل شامل کتاب‌ها، مقالات علمی، گزارش‌ها، روزنامه‌ها، مجلات، مصاحبه‌ها، تصاویر، فیلم‌ها و هر نوع مدرک کتبی یا تصویری دیگری بوده که به موضوع پژوهش ارتباط داشته است؛ البته، بخش عمده اسناد تحلیل شده شامل اسنادی است که توسط خود سکوهای مورد تحلیل منتشر شده بودند و یا در دسترس قرار داشتند.

در این پژوهش برای تحلیل یافته‌ها از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. برای انجام تحلیل مضمون از روشی که براون و کلارک در سال ۲۰۰۶ معرفی کرده‌اند استفاده شده است. آن دو در مقاله خود، روشی جامع و انعطاف‌پذیر برای تحلیل داده‌های کیفی به نام تحلیل مضمون یا تماتیک ارائه می‌دهد. تحلیل تماتیک به شناسایی، تحلیل، و گزارش الگوها (یا تم‌ها) در داده‌ها می‌پردازد و می‌تواند به شیوه‌ای ساختارمند انجام شود. مراحل اصلی تحلیل تماتیک در رویکرد براون و کلارک (۲۰۰۶) شامل این موارد است: (۱) آشنایی با داده‌ها: در این مرحله، محقق باید خود را با داده‌ها آشنا کند. این شامل خواندن چندباره داده‌ها، یادداشت‌برداری و شناسایی ایده‌های اولیه است. هدف از این مرحله درک عمیق و جامع از داده‌ها می‌باشد؛ (۲) کدگذاری اولیه: در این مرحله، محقق بخش‌هایی از داده‌ها که به نظرش مهم هستند را کدگذاری می‌کند. این کدها می‌توانند عباراتی کوتاه باشند که مفهوم کلی قطعه‌ای از داده را توضیح می‌دهند. هدف این مرحله تفکیک داده‌ها به اجزای کوچک‌تر و قابل مدیریت است؛ (۳) جستجوی تم‌ها: در این مرحله، محقق کدهای ایجاد شده را بررسی کرده و آن‌ها را در دسته‌هایی که تم‌های بالقوه هستند، سازماندهی می‌کند. تم‌ها باید

نمایانگر الگوها و معانی درون داده‌ها باشند؛ ۴. بازبینی تم‌ها: در این مرحله، محقق تم‌های شناسایی‌شده را بازبینی و پالایش می‌کند. برخی از تم‌ها ممکن است کنار گذاشته شوند یا با تم‌های دیگر ادغام شوند. در این مرحله، پژوهشگر مطمئن می‌شود که تم‌ها با داده‌های اصلی هماهنگی دارند و به بهترین شکل نمایانگر معنای داده‌ها هستند؛ ۵. تعریف و نام‌گذاری تم‌ها: پس از پالایش تم‌ها، محقق هر تم را تعریف و توضیح می‌دهد. همچنین به هر تم یک نام مشخص و معنادار داده می‌شود که نمایانگر مضمون کلی آن باشد؛ و ۶. نوشتن گزارش نهایی: در مرحله آخر، محقق یافته‌های خود را در قالب یک گزارش نهایی ارائه می‌دهد. این گزارش باید به‌وضوح چگونگی و چرایی شناسایی تم‌ها را توضیح دهد و نشان دهد که تم‌ها چگونه به پرسش پژوهش پاسخ می‌دهند. بران و کلارک تأکید می‌کنند که تحلیل تماتیک روشی انعطاف‌پذیر و قابل تطبیق است و می‌تواند به محققان در استخراج معانی و الگوها از داده‌های کیفی کمک کند.

۵. تحلیل یافته‌ها

هدف این بخش مطالعه اصول بنیادین حاکم و اقداماتی است که سکوهای بزرگ جهانی شامل گوگل و متا نسبت به داده‌های کاربران اتخاذ کرده‌اند. مطالعه این سیاست‌ها برای تدوین اصول مشابه برای سکوهای ایرانی کمک شایانی خواهد کرد. سیاست‌های مرتبط با حریم خصوصی و نحوه حفاظت از داده‌ها یکی از بخش‌های اصلی حکمرانی پلتفرمی یا تعدیل محتوا (Gorwa, 2019) است. ما در هر مورد ابتدا سازوکار حکمرانی حریم خصوصی در هر دو سکوی گوگل و متا را تحلیل می‌کنیم و در پایان هر بخش جدولی از مضامین کلی و فرعی را نشانگر اصول و مسائل حاکم بر حکمرانی حریم خصوصی است ارائه می‌کنیم.

۵-۱. سکوی گوگل

سیاست‌های حریم خصوصی گوگل

نخستین سکویی که سیاست‌های حریم خصوصی و داده آن را مورد بررسی قرار می‌دهیم، گوگل است. گوگل یک شرکت چندملیتی فناوری است که در سال ۱۹۹۸ توسط لری پیج^{۱۱} و سرگی برین^{۱۲} تأسیس شد. مأموریت گوگل سازماندهی اطلاعات جهان و در دسترس و مفید ساختن آن برای همه است.

این تحلیل در اصل با تکیه بر اسناد خود گوگل و سایر مطالعات نهادها و پژوهشگران مختلف درباره سیاست حریم خصوصی گوگل انجام می‌شود. این تحلیل به شکل تحلیل مضمونی انجام می‌شود. به این معنا که اسناد مرتبط با تکیه بر اسناد خود سکوها تحلیل می‌شوند تا مقوله‌ها یا مضمون‌های اصلی که شکل‌دهنده اصول حاکم بر این سکو هستند، استخراج شوند. این تحلیل ابتدا به شکل توصیفی و تحلیلی انجام می‌شود. در مورد سایر سکوها نیز به همین روش اقدام خواهد شد.

در یک مرور کلی بخش سیاست حریم خصوصی و شرایط خدمت گوگل شامل این دو بخش پیش‌گفته و نیز مرکز ایمنی گوگل^{۱۳}، حساب کاربری گوگل^{۱۴}، اصول حریم خصوصی و ایمنی ما^{۱۵} و راهنمای حریم خصوصی محصولات گوگل^{۱۶} است. همان‌طور که مشخص است، بحث حریم خصوصی در سطوح گوناگون ارائه خدمت در گوگل اهمیت فراوانی دارد. از جمله در حساب کاربری گوگل، توجه به داده‌های شخصی اهمیت فراوانی دارد. با توجه به اینکه اکنون برای اتصال به بسیاری از خدمات برخط و حتی خدمات سکوها هوش مصنوعی، امکان ثبت‌نام از طریق گوگل به جای ثبت‌نام‌های متعدد فراهم شده است و حساب کاربری گوگل به یک حساب کاربری فراگیر و جهانی تبدیل می‌شود، حفاظت از داده‌های شخصی کاربران گوگل بیش‌ازپیش اهمیت پیدا می‌کند.

11. Larry Page

12. Sergey Brin

13. Google Safety Center

14. Google Account

15. Our Privacy and security Principles

16. Google Product Privacy Guide

به‌مثابه بخشی از رویکرد کلی حکمرانی در سکو، گوگل اسناد بالادستی مختلفی را برای اعلام شروط و پیش‌شرط فعالیت کاربران در این سکو اعلام کرده است. گوگل شرایط سیاست حریم خصوصی و شرایط ارائه خدمت خود^{۱۷} را در یک بخش معرفی کرده است^{۱۸}. سیاست حریم خصوصی (و یا در ترجمه فارسی گوگل از آن خط‌مشی رازداری) از شرایط (ارائه) خدمت متمایز هستند. شرایط ارائه خدمت گوگل در ۲۲ مه ۲۰۲۴ گوگل به‌روزرسانی شده است و در آن به‌صراحت اعلام می‌شود که سیاست حریم خصوصی بخشی از شرایط ارائه خدمت نیست؛ اما مطالعه آن به درک بهتر اینکه گوگل چگونه اطلاعات کاربران را به‌روزرسانی، مدیریت، صادر و حذف می‌کند، کمک‌کننده است (Google privacy policy, 2024). شرایط ارائه خدمت نوعی توافق‌نامه میان کاربران و این شرکت به هنگام استفاده از خدمات گوگل و به تعبیر گوگل بیانگر انتظارات کاربران از خدمات گوگل و انتظارات کاربران از شرکت گوگل است.

اصول حریم خصوصی گوگل

- اصل حفظ حریم خصوصی بر اساس طراحی و به‌صورت پیش‌فرض

به‌نظر می‌رسد تعبیه‌شدگی گسترده اصول و سازوکارهای حفاظت از داده‌های شخصی کاربران و حریم خصوصی تابع اصل حفظ حریم خصوصی بر اساس طراحی^{۱۹} یا حفظ حریم خصوصی به‌صورت پیش‌فرض^{۲۰} است. حریم خصوصی بر اساس طراحی و حریم خصوصی به‌صورت پیش‌فرض دو اصل مکمل هستند که برای محافظت از حریم خصوصی کاربران با هم کار می‌کنند. مفهوم حریم خصوصی بر اساس طراحی بر ادغام فعالانه ملاحظات مربوط به حریم خصوصی در توسعه محصولات و خدمات از همان ابتدا تأکید دارد. در عمل، چنانچه یک سکوی رسانه اجتماعی با در نظر گرفتن حریم خصوصی طراحی شده باشد، مهندسان در طول فرایند توسعه، ویژگی‌هایی مانند رمزگذاری قوی،

17. Google Privacy and Terms

18 . <https://policies.google.com/privacy?hl=en>

19 .privacy by design

20 .privacy by default

کنترل‌های دقیق حریم خصوصی و راه‌هایی برای به حداقل رساندن جمع‌آوری داده‌ها را در نظر می‌گیرند.

مفهوم حریم خصوصی به‌صورت پیش‌فرض بر اطمینان از این موضوع تمرکز دارد که تنظیمات پیش‌فرض یک محصول یا خدمت، حداکثر سطح محافظت از حریم خصوصی را بدون نیاز به تغییر هیچ تنظیماتی به کاربران ارائه دهد. چنانچه مثال سکوی رسانه‌های اجتماعی را در نظر بگیریم، حریم خصوصی به‌صورت پیش‌فرض تضمین می‌کند که رخنه‌های کاربری به‌صورت پیش‌فرض خصوصی باشند، اشتراک‌گذاری موقعیت مکانی خاموش باشد و جمع‌آوری داده‌ها برای تبلیغات هدفمند به‌صورت پیش‌فرض غیرفعال باشد. کاربران در صورت تمایل می‌توانند برای به‌اشتراک گذاشتن اطلاعات بیشتر، رضایت خود را اعلام کنند. این دو اصل با هم حریم خصوصی را به‌جای یک فکر پسینی، به هسته اصلی یک سیستم تبدیل می‌کنند. این دو اصل با اولویت قرار دادن به حریم خصوصی، کاربران را توانمند می‌کنند.

ادعای گوگل این است که اصل کلی حریم خصوصی بر اساس طراحی جزو اصول لاینفک این شرکت فناوری است. گوگل در بخش اصول حریم خصوصی خود ادعا می‌کند «ما محصولاتی می‌سازیم که برای همه به شکل خصوصی بر اساس طراحی هستند» و منظور از آن این است که این شرکت برای داده‌هایی که استفاده می‌کند، نحوه استفاده از آنها و نحوه حفاظت از آنها به شکل ملاحظه‌کارانه عمل می‌کند (Google privacy policy, 2024). بنابراین مفهوم محوری یا مضمون کلیدی اصول حریم خصوصی گوگل، حریم خصوصی بر اساس طراحی است که راهنمای عمل گوگل در طراحی و تولید محصولات، فرایندها و نیز کارکنان آن برای حفظ و ایمن نگه‌داشتن داده و فراهم کردن امکان کنترل کاربران بر اطلاعات‌شان است.

– مرکز ایمنی گوگل و حریم خصوصی

ایمنی (امنیت) و حریم خصوصی ارتباط نزدیکی با یکدیگر دارند. به همین دلیل است که در بحث‌های مرتبط با ایمنی به حریم خصوصی نیز توجه می‌شود. همان‌طور که کوریا و

رودریگز^{۲۱} (۲۰۲۳) گفته‌اند، امنیت و حریم خصوصی رشته‌های به‌هم‌وابسته‌ای هستند. حریم خصوصی تا حد زیادی در مورد امنیت، به‌ویژه محرمانگی اطلاعات شخصی و شناساگرهای شخصی است.

- ایمنی و حریم خصوصی

حریم خصوصی و امنیت مفاهیمی به‌هم مرتبط هستند که اغلب در زمینه فناوری‌های دیجیتال و تعاملات برخط با هم در ارتباط هستند. درحالی‌که آنها معانی متمایزی دارند، هر دو برای اطمینان از محافظت از افراد و اطلاعات شخصی آنها ضروری هستند. هدف مشترک محافظت حریم خصوصی و امنیت یک هدف مشترک برای محافظت از کاربران و اطلاعات آنها دارند. حریم خصوصی بر روی محافظت از اطلاعات شخصی در برابر دسترسی غیرمجاز و اطمینان از کنترل افراد بر نحوه استفاده و به‌اشتراک گذاشتن داده‌هایشان تمرکز دارد. امنیت از سوی دیگر، شامل محافظت از داده‌ها، دستگاه‌ها و شبکه‌ها در برابر تهدیداتی مانند هک‌کردن، سرقت و دسترسی غیرمجاز است.

مرکز ایمنی^{۲۲} یکی از بخش‌های دیگر گوگل است که در آن بحث‌هایی درباره نحوه تنظیم‌گری حریم خصوصی در این سکو مورد تأکید قرار دارد. یکی از شعارهای گوگل در این بخش این است که «ما ابزارهای حریم خصوصی‌ای را می‌سازیم که شما در جایگاه کنترل‌کننده قرار دهید» (Google Safety Center, 2024). این گفته به‌طور آشکار رابطه بین حفظ ایمنی در گوگل و حریم خصوصی را نشان می‌دهد و بر اهمیت آنها تأکید می‌شود. در این بخش نقل‌قولی از سوندار پیچای^{۲۳} مدیرعامل گوگل نقل شده است:

ما اطلاعات برخط شخصی شما را خصوصی، امن و مطمئن نگه می‌داریم. تمامی محصولات ما تحت هدایت سه اصل مهم قرار دارند. با داشتن یکی از پیشرفته‌ترین زیرساخت‌های امنیتی جهان، محصولات ما به‌طور پیش‌فرض امن هستند. ما به‌شدت از شیوه‌های مسئولانه داده‌های برخط پیروی می‌کنیم؛ بنابراین هر محصولی که می‌سازیم

21. Correia & Rodrigues

22. Safety Center

23. Sundar Pichai

به‌صورت خصوصی طراحی شده است و ما تنظیمات حریم خصوصی و امنیت داده‌ای را ایجاد می‌کنیم که استفاده از آن‌ها آسان است تا شما کنترل داشته باشید (Pichai, 2021). همان‌طور که مضمون این نقل‌قول نشان می‌دهد، چند اصل مورد تأکید قرار دارد. حریم خصوصی به شکل پیش‌فرض و بر اساس طراحی؛ مسئولیت نسبت به حفظ ایمنی داده‌های کاربران و لزوم توانمندسازی کاربران برای کنترل داده‌هایشان. این اصول مبنای ادعایی رویکرد گوگل نسبت به حفظ حریم خصوصی کاربران است.

– رمزگذاری به‌عنوان ابزار حفظ ایمنی

همچنین گوگل بر حریم داده تأکید کرده است که ابزار اصلی تحقق آن استفاده از فناوری‌های پیشرفته‌ای است که از پیش تعبیه‌اند^{۲۴}. درواقع کاربرد فناوری‌های امنیتی با هدف حفظ ایمنی داده‌ها رخ می‌دهد. ساختار امنیتی پیشرفته گوگل، به‌طور خودکار تهدیدات برخط را شناسایی و از آنها جلوگیری می‌کند؛ بنابراین افراد می‌توانند اطمینان داشته باشند که اطلاعات خصوصی آنها در وضعیت ایمنی قرار دارد. یکی از موارد کاربرد فناوری پیشرفته برای حفظ محرمانگی داده‌ها رمزگذاری^{۲۵} است.

رمزگذاری نقشی حیاتی در ایمن‌سازی انواع مختلف دارایی‌های فناوری اطلاعات و اطلاعات قابل شناسایی شخصی ایفا می‌کند. هدف اصلی رمزگذاری محافظت از محرمانه بودن داده‌های دیجیتالی است که در سیستم‌های رایانه‌ای ذخیره شده یا از طریق اینترنت یا سایر شبکه‌های رایانه‌ای منتقل می‌شوند. برای محافظت از طیف گسترده‌ای از داده‌ها، از اطلاعات شناسایی شخصی گرفته تا دارایی‌های حساس شرکت تا اسرار دولتی و نظامی استفاده می‌شود. سازمان‌ها با رمزگذاری داده‌های خود، خطر افشای اطلاعات حساس را کاهش می‌دهند (Sheldon, Loshin & Cobb, 2024).

همان‌طور که گوگل اعلام کرده است رمزگذاری باعث محرمانگی و امنیت داده‌ها در هنگام انتقال می‌شود. رمزگذاری باعث افزایش امنیت و حریم خصوصی خدمات ما می‌شود. هنگامی که پست الکترونیکی ارسال می‌کنید، ویدیویی به‌اشتراک می‌گذارید، از

24. built-in

25. Encryption

تارنمایی بازدید می‌کنید یا عکس‌های خود را ذخیره می‌کنید، داده‌هایی که ایجاد می‌کنید، بین دستگاه شما، خدمات گوگل و مراکز داده ما جابه‌جا می‌شود. ما از این داده‌ها با چندین لایه امنیتی از جمله فناوری رمزگذاری پیشرو مانند اچ.تی.تی.پی.اس^{۲۶} و لایه امنیتی انتقال^{۲۷} محافظت می‌کنیم (Google Safety Center, 2024).

نکته مهم دیگری که باید بر اساس بحث‌های مطرح شده در مرکز ایمنی گوگل به آن اشاره کنیم، اهمیت دادن به امکان کنترل کاربران بر حریم خصوصی و داده‌های خودشان است (Google Safety Center, 2024). ما می‌توانیم به دلایل مختلف بحث کنیم که چرا این قابلیت از منظر ایمنی و حریم خصوصی دارای اهمیت است.

– فراهم کردن امکان کنترل کاربران

اعتماد و رضایت کاربر هنگامی که کاربران احساس کنند حریم خصوصی آن‌ها مورد احترام قرار می‌گیرد و بر داده‌های خود کنترل دارند، به احتمال زیاد به سکو اعتماد می‌کنند، با آن تعامل برقرار می‌کنند و اطلاعات را به اشتراک می‌گذارند. این امر رضایت کاربر را بهبود می‌بخشد و می‌تواند منجر به نرخ ماندگاری بالاتر کاربران در یک سکو و توصیه به دیگران باری کاربرد یک سکو خاص شود.

یکی از مهم‌ترین اسنادی که از طریق آن می‌توانیم به رویکرد سکوی گوگل درباره گردآوری داده‌ها تا حفاظت از داده‌های کاربران پی ببریم، خط‌مشی یا سیاست حریم خصوصی گوگل است که نسخه آخر آن از ۲۸ مارس ۲۰۲۴ به اجرا گذاشته شده است. حریم خصوصی گوگل سندی جامع است که روش‌های جمع‌آوری، استفاده و محافظت از اطلاعات کاربران توسط گوگل در سراسر محصولات و خدمات مختلف آن را شرح می‌دهد. طی سال‌های مختلف این سند به‌روزرسانی شده است. اولین نسخه سیاست حریم خصوصی گوگل که در دسترس قرار دارد، به ماه ژوئن ۱۹۹۹ برمی‌گردد. در این سند رویکرد کلی گوگل به این شکل شرح داده شده است:

26. HTTPS

27. Transport Layer Security

سیاست گوگل در قبال تارنماهای تحت مالکیت و کنترل کامل ما، احترام و محافظت از حریم خصوصی کاربرانمان است. گوگل عمداً هیچ‌گونه اطلاعاتی که به‌طور شخصی قابل شناسایی باشد راجع به مشتریان خود، بدون دریافت اجازه قبلی از آن مشتری، به هیچ شخص ثالثی افشا نخواهد کرد. این بیانیه خط‌مشی به شما می‌گوید که چگونه اطلاعات را از شما جمع‌آوری می‌کنیم و چگونه از آن استفاده می‌کنیم (Google Privacy & Policy, 1999).

– اصل تقلیل داده‌های کاربران

موضوع دیگری که از همان ابتدا مورد تأکید گوگل در رابطه کاربردهای تجاری داده‌های کاربران قرار داشته است، اصل تقلیل داده‌های کاربران است:

گوگل ممکن است اطلاعات مربوط به کاربران را با تبلیغ‌کنندگان، شرکای تجاری، اسپانسرها و سایر طرف‌های ثالث به‌اشتراک بگذارد. با این حال، ما فقط در مورد کاربران خود به‌صورت کل، نه به‌صورت جداگانه صحبت می‌کنیم؛ برای مثال، ممکن است فاش کنیم که یک کاربر معمولی گوگل چند بار به گوگل مراجعه می‌کند، یا اینکه کدام کلمات پرسش دیگری اغلب با کلمه پرسش «مایکروسافت» استفاده می‌شود (Google Privacy & Policy, 1999). ملاحظه این نکته اساسی در هنگام تنظیم‌گری سکوها در ایران اهمیت اساسی دارد. تنظیم مقررات حریم خصوصی باید سکوها را ملزم کند تا از انتشار داده‌های کاربران که کاربر را شناسایی‌پذیر می‌کند، اجتناب نماید و در صورت کاربرد داده‌ها کاربران بر تقلیل داده‌ها یا ارائه آنها به شکل مجموع‌شده تأکید شود. تقلیل داده شکل‌های مختلفی دارند که مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از ناشناس‌سازی داده^{۲۸} یعنی تغییر یا حذف اطلاعات شخصی قابل شناسایی از مجموعه داده‌ها برای محافظت از حریم خصوصی افراد و کاهش خطر دسترسی غیرمجاز یا سوءاستفاده و نیز تجمیع داده^{۲۹} که به معنای ترکیب یا خلاصه کردن داده‌ها در سطح بالاتر برای کاهش جزئیات و حجم اطلاعات ذخیره شده است.

28. Data anonymization

29. Data aggregation

- خط‌مشی یا سیاست اشتراک‌گذاری داده‌های کاربران

درک سیاست سکوی بزرگ برای نحوه اشتراک‌گذاری داده‌های کاربران اهمیت زیادی دارد و روشن‌تر است. درحالی‌که همه محتواها و داده‌های به‌اشتراک گذاشته شده یا جستجو شده در همه خدمات زیرمجموعه گوگل به شکل آشکار همراه با نام برای گوگل مشخص است، وقتی گوگل تصمیم می‌گیرد اطلاعات کاربران را به‌اشتراک بگذارد، این اشتراک‌گذاری با شرکت‌ها، سازمان‌ها یا افراد خارج از گوگل مبتنی بر برخی رویه‌ها است. مهم‌ترین رویه یا اقدام کسب رضایت کاربران است.

- کسب رضایت کاربران

همان‌طور که در سیاست حریم خصوصی گوگل می‌خوانیم: چنانچه شما رضایت داشته باشید، اطلاعات شخصی را خارج از گوگل به‌اشتراک خواهیم گذاشت... همچنین کنترل‌هایی را برای بررسی و مدیریت برنامه‌ها و سایت‌های شخص ثالثی که به داده‌های موجود در حساب گوگل خود اجازه دسترسی به آنها داده‌اید، در اختیار شما قرار می‌دهیم. ما برای به‌اشتراک گذاشتن هرگونه اطلاعات شخصی حساس، به‌طور صریح رضایت شما را خواهیم گرفت (Google privacy policy, 2024).

اگرچه، دلایل قانونی یا حقوقی سبب می‌شوند تا گوگل بدون نیاز به کسب رضایت کاربران اقدام به افشای اطلاعات شخصی کاربران نماید. این دلایل به این شکل بیان شده‌اند:

اطلاعات شخصی را در خارج از گوگل به‌اشتراک خواهیم گذاشت، اگر به حسن‌نیت اعتقاد داشته باشیم که افشای اطلاعات برای موارد زیر معقولانه ضروری است:

- پاسخ به هر قانون، مقررات، روند قانونی یا درخواست قابل اجرای دولتی؛
- اجرای شرایط خدمات قابل اجرا، از جمله تحقیق در مورد نقض احتمالی قانون؛
- کشف، پیشگیری یا رسیدگی به تقلب، امنیت یا مشکلات فنی کشف، پیشگیری یا رسیدگی به تقلب، امنیت یا مشکلات فنی کشف؛
- محافظت در برابر آسیب به حقوق، اموال یا امنیت گوگل، کاربران ما یا عموم.

درمجموع با ملاحظه موارد فوق در جدول شماره ۱ مضامین اصلی و فرعی حاصل از مطالعه اسناد مرتبط با حکمرانی حریم خصوصی در گوگل ذکر شده است.

جدول ۱) مضامین و اصلی فرعی حکمرانی حریم خصوصی در گوگل

مضمون اصلی	مضامین فرعی	مصادیق و توضیحات
سیاست‌های حریم خصوصی	شرایط خدمت و خط‌مشی رازداری	شرایط ارائه خدمت و خط‌مشی رازداری به‌صورت اسنادی جداگانه اما مکمل ارائه شده‌اند تا نحوه گردآوری، استفاده و مدیریت داده‌ها توسط گوگل را توضیح دهند.
اصول حریم خصوصی گوگل	حریم خصوصی بر اساس طراحی	ادغام ملاحظات حریم خصوصی در طراحی و توسعه محصولات از ابتدا.
	حریم خصوصی به‌صورت پیش‌فرض	تنظیمات پیش‌فرض محصولات برای حفاظت حداکثری از حریم خصوصی کاربران.
اقدامات مرتبط با داده‌ها	تقلیل داده‌های کاربران	کاهش یا حذف اطلاعات قابل‌شناسایی شخصی و تجمیع داده‌ها برای حفاظت بهتر از کاربران.
	شفافیت در گردآوری و استفاده از داده‌ها	ارائه اطلاعات شفاف درباره انواع داده‌های جمع‌آوری‌شده، نحوه استفاده و اهداف گردآوری آن‌ها.
	عدم فروش اطلاعات شخصی	گوگل اطلاعات شخصی کاربران را برای اهداف تبلیغاتی به فروش نمی‌رساند.
	تسهیل کنترل کاربران بر داده‌های خود	کاربران می‌توانند داده‌های خود را بررسی، مدیریت و حذف کنند.
	رمزگذاری داده‌ها	استفاده از فناوری‌های پیشرفته مانند اچ.تی.تی.پی.اس و
حفاظت و امنیت داده‌ها		

مضمون اصلی	مضامین فرعی	مصادیق و توضیحات
		رمزگذاری برای حفاظت از اطلاعات در حالت سکون و انتقال.
	توسعه فناوری‌های پیشرفته حفظ حریم خصوصی	نوآوری و اشتراک‌گذاری فناوری‌ها برای افزایش امنیت در سطح اینترنت.
	ساخت محصولات ایمن به صورت پیش‌فرض	طراحی محصولات با امنیت پیش‌فرض برای حفاظت در برابر تهدیدات برخط.
خط‌مشی اشتراک‌گذاری داده‌ها	کسب رضایت کاربران	اشتراک‌گذاری اطلاعات شخصی تنها با رضایت کاربران، به جز در موارد قانونی یا امنیتی.
	افشای اطلاعات برای اهداف قانونی یا امنیتی	پاسخ به قوانین و مقررات، جلوگیری از تقلب، و حفاظت از حقوق و امنیت کاربران و گوگل.
توانمندسازی کاربران	کنترل کاربران بر تنظیمات حریم خصوصی	فراهم‌کردن ابزارهایی برای مدیریت اطلاعات شخصی، تنظیمات حریم خصوصی، و کنترل اشتراک‌گذاری داده‌ها.
	اعتماد و رضایت کاربران	ایجاد رضایت و اعتماد از طریق احترام به حریم خصوصی و ارائه تنظیمات کاربرپسند.

مضمون اصلی	مضامین فرعی	مصادیق و توضیحات
ارتباط حریم خصوصی و امنیت	همپوشانی امنیت و حریم خصوصی	رمزگذاری، احراز هویت قوی و کنترل دسترسی به‌عنوان راه‌حل‌های مشترک برای امنیت و حریم خصوصی.
	تعادل بین امنیت و حریم خصوصی	توازن میان نظارت برای امنیت و احترام به حریم خصوصی کاربران.

۲-۵. سکوی متا (فیس‌بوک)

شرکت متا پلتفرمز که در ابتدا با نام فیس‌بوک، در فوریه ۲۰۰۴ تأسیس شد، از یک سکوی ساده شبکه‌های اجتماعی به یک غول چندملیتی فناوری با حضور قوی در سطح جهانی تبدیل شده است. تأسیس این شرکت انقلابی در نحوه تعامل و برقراری ارتباط افراد به‌صورت برخاط ایجاد کرد و راه را برای عصر رسانه‌های اجتماعی هموار ساخت.

حریم خصوصی در متا

به‌طور کلی حریم خصوصی یکی از زیرمجموعه‌های بخش شرایط ارائه خدمت در سکوهایی متا است. دو بخش مرکز حریم خصوصی و سیاست حریم خصوصی عمده‌ترین محل‌هایی هستند که می‌توانیم سیاست کلی حریم خصوصی متا را درک کنیم. مارک زاکربرگ^{۳۰} فیس‌بوک را بر اساس این ایده تأسیس کرد که برقراری ارتباط با افراد اساساً چیز خوبی است - و راهی برای کسب سود خوب. اما از همان ابتدا، فیس‌بوک هم به‌خاطر نحوه مدیریت حریم خصوصی کاربران و هم به‌خاطر نحوه مدیریت محتوای تولید شده توسط کاربر مورد انتقاد قرار گرفت. این دو موضوع پس از انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده در سال ۲۰۱۶، پس از نقش فیس‌بوک در انتشار اطلاعات نادرست سیاسی و نشت اطلاعات کاربران فیس‌بوک به شرکت‌های مشاوره سیاسی، با هم ادغام شدند (Yoffie & Fisher, 2020). شرکت متا

30. Mark Zuckerberg

در موارد متعدد به اتهام نقض حرمانگی داده‌ها جریمه شده است. از جمله در این شرکت در سال ۲۰۲۳ به دلیل نقض قوانین حفاظت از داده اتحادیه اروپا، مبلغ ۱.۲ میلیارد یورو (۱.۳ میلیارد دلار) جریمه شد و ملزم به توقف انتقال داده‌های جمع‌آوری شده از کاربران فیسبوک در اروپا به ایالات متحده شد (صاحبی، ۱۴۰۲). همچنین مهم‌ترین مورد نقض حریم خصوصی کاربران توسط فیسبوک، رسوایی کمبریج آنالیتیکا^{۳۱} است که طی آن اطلاعات شخصی کاربران این سکو برای کارزارهای انتخاباتی مورد استفاده قرار گرفت.

اصول بنیادین حریم خصوصی متا

میشل پراتی^{۳۲} (۲۰۲۲)، مدیر ارشد حریم خصوصی متا، مطلبی را در تارنمای متا نوشته و در آن در مورد بروزرسانی حریم خصوصی و شرایط ارائه خدمت این سکو توضیحاتی را بیان کرده است:

از امروز، متا اعلان‌هایی را منتشر می‌کند تا به کاربران اطلاع دهد که ما «سیاست حریم خصوصی» خود را که قبلاً به عنوان «سیاست داده» شناخته می‌شد، به‌روزرسانی کرده‌ایم. ما با الهام از بازخورد کاربران فناوری‌های ما و کارشناسان حریم خصوصی، سیاست حریم خصوصی خود را بازنویسی کرده‌ایم تا درک آن آسان‌تر شود و محصولات جدیدی را که ارائه می‌دهیم منعکس کند. درحالی‌که متن در بسیاری از نقاط متفاوت به نظر می‌رسد، متا بر اساس این به‌روزرسانی سیاست، داده‌های شما را به روش‌های جدید جمع‌آوری، استفاده یا به‌اشتراک نمی‌گذارد و ما همچنان اطلاعات شما را نمی‌فروشیم (Protti, 2022).

چند نکته از این نوشته قابل فهم است. نخست اینکه متا سیاست حریم خصوصی خود را از داده به حریم خصوصی تغییر داده است که البته علت آن بیان نشده است. دوم اینکه، ساده‌سازی ادبیات حریم خصوصی برای قابل فهم‌تر شدن آن برای عموم کاربران این پلتفرم است و تأکید بر اینکه متا داده‌های کاربران را با دیگران به‌اشتراک نمی‌گذارد و نمی‌فروشد. به ظاهر، این موضوع در راستای انتقادهای نسبت به انتشار و فروش داده‌های کاربران بیان شده است.

31. Cambridge Analytica

32. Protti

گرچه به‌طور خاص بخشی به بیان اصول بنیادین متا درباره حریم خصوصی اختصاص نیافته است؛ اما در بخش به‌روزرسانی بهبود حریم خصوصی^{۳۳} بیان شده است که برای توسعه محصولات، خدمات و کردارهای جدید برخی ملاحظات راهنما درباره حریم خصوصی وجود دارد. این اصول را می‌توان به‌منزله اصول راهنمای متا نسبت به حریم خصوصی در نظر گرفت. حکمرانی متا درباره حریم خصوصی مبتنی بر این اصول است. از منظر دیگر، رویکرد متا به حریم خصوصی توسط چندین اصل اساسی هدایت می‌شود که محصولات، خدمات و تجربه کاربری آن را شکل می‌دهد. این اصول عبارت‌اند از:

کنترل و شفافیت کاربر: متا تلاش می‌کند تا ابزارهای آسان برای استفاده و اطلاعات شفاف در مورد تنظیمات حریم خصوصی را در اختیار کاربران قرار دهد تا آنها را قادر سازد تا انتخاب‌های آگاهانه در مورد داده‌های خود داشته باشند. امنیت متا با سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پیشرفته و بهترین شیوه‌ها برای محافظت در برابر دسترسی غیرمجاز و سوءاستفاده بالقوه، امنیت داده‌های کاربر را در اولویت قرار می‌دهد.

تقلیل داده: متا به دنبال جمع‌آوری و نگهداری تنها اطلاعاتی است که برای ارائه خدمات و ارائه تجربیات شخصی‌سازی شده ضروری است. این رویکرد به حداقل رساندن افشای بالقوه داده‌های حساس کمک می‌کند.

پاسخگویی و انطباق: متا خود را مسئول رعایت مقررات، قوانین و استانداردهای صنعتی حریم خصوصی می‌داند و همچنین با تنظیم‌کننده‌ها و ذینفعان برای اطمینان از حفظ حریم خصوصی کاربران همکاری می‌کند.

حفظ حریم خصوصی از طریق طراحی و به‌صورت پیش‌فرض: متا ملاحظات مربوط به حریم خصوصی را در فرآیند توسعه محصولات و خدمات جدید ادغام می‌کند تا حریم خصوصی را از همان ابتدا به‌عنوان یک جنبه اساسی از محصولات خود قرار دهد.

منافع کاربر: متا در عین احترام و محافظت از حریم خصوصی کاربران، تلاش می‌کند تا تجربیات کاربری ارزشمند و خدمات شخصی‌سازی شده ایجاد کند. این شرکت به دنبال ایجاد تعادل بین نوآوری و حفظ حریم خصوصی است.

بهبود مستمر: متا اذعان دارد که حریم خصوصی یک تعهد مستمر است و دائماً رویه ها، سیاست ها و فناوری های خود را برای رسیدگی به چالش های نوظهور حریم خصوصی ارزیابی و تکامل می بخشد.

با پایبندی به این اصول اساسی حریم خصوصی، متا هدف خود را بر ایجاد یک محیط برخط خصوصی تر و امن تر برای کاربران خود، تقویت اعتماد و ارتقای کلی تجربه کاربری در سراسر سکوهاى خود قرار داده است (Meta, 2023).

برخی از اصول بنیادین که در اینجا به آن اشاره شده است، از قبیل تقلیل داده ها، کنترل کاربران، حفظ حریم خصوصی از طریق و به شکل پیش فرض از جمله اصولی هستند که در سکوی متا مورد تأکید قرار دارد و در گوگل نیز بر آنها تأکید شده بود.

حریم خصوصی و امنیت در متا

بخشی از رویکرد کلی متا به حریم خصوصی در این بخش قابل مشاهده است. همان طور که در صفحه این بخش مشاهده می کنیم، متا ادعا می کند:

ما متعهد هستیم که به شما کنترل حریم شخصی و محافظت از اطلاعاتتان را بدهیم تا بتوانید از تجربیات باارزش خود در محصولات ما لذت ببرید. به همین دلیل است که ما ابزارهایی را برای کمک به شما در ایمن سازی اطلاعاتتان و انتخاب های درست در زمینه حفظ حریم شخصی، با رعایت استانداردهای سختگیرانه صنعت برای حفظ حریم شخصی و محافظت از داده های شما، ساخته ایم (Meta privacy and data policy, 2024).

دو نکته محوری در این مطلب کوتاه قابل توجه است: نخست تأکید بر اینکه کاربران توانایی اعمال کنترل بر حریم خصوصی خود را دارند. موضوعی که مورد تأکید سکوی گوگل نیز هست. نکته دوم، توسعه فناوری های حفظ حریم خصوصی است. حفظ حریم خصوصی و محرمانگی داده ها در سکوها، مستلزم توسعه فناوری های متناسب است. سکوها باید متعهد شوند تا از تمام ابزارها برای حفاظت از حریم خصوصی کاربران شان استفاده کنند و این یک روند مستمر و الزام تعهدآور است.

موضوعات حریم خصوصی

موضوعات مرتبط با حریم خصوصی شامل ایمنی، امنیت حساب کاربری، مخاطب، موقعیت جغرافیایی، تبلیغات، گردآوری اطلاعات و نحوه کاربرد اطلاعات است.

- اهمیت ایمنی در حریم خصوصی

نخستین بخش از موضوعات حریم خصوصی متا ایمنی است. ایمنی امکانات کاربرد اعمال کنترل بر اشتراک‌گذاری اطلاعات شخصی را در اختیار کاربرد قرار می‌دهد. در این بخش کاربران می‌توانند محدودیت‌هایی را برای اینکه چه کسانی می‌توانند اطلاعات به اشتراک گذاشته شده توسط آنها را مشاهده کنند، اعمال نمایند. همچنین افراد می‌توانند از پیام‌ها و اطلاعات شخصی خود محافظت کنند. همچنین اگر کاربران مورد آزار و قلدری قرار می‌گیرند می‌توانند مورد حمایت شرکت متا قرار بگیرند؛ بنابراین مضمون محوری در این بخش مدیریت اشتراک‌گذاری اطلاعات توسط کاربر است.

دو بخش حائز اهمیت دیگر نحوه گردآوری داده و نحوه استفاده از داده‌های شخصی است. در این بخش نخست، کاربر می‌تواند اطلاعاتی را که متا درباره او گردآوری می‌کند، مشاهده و مدیریت کند. در بخش استفاده توضیح داده شده است که کاربر در این بخش یاد می‌گیرند متا با اطلاعاتی که درباره کاربر گردآوری می‌کند و یا اطلاعاتی را درباره او دریافت می‌کند، چه می‌کند. آگاهی بیشتر درباره این کردارهای حریم خصوصی به سیاست حریم خصوصی گوگل ارجاع داده شده است.

- سیاست حریم خصوصی متا

سیاست و خط‌مشی حریم خصوصی در ۲۶ ژوئن ۲۰۲۴ به‌روزرسانی شده است. در ابتدای این گزارش آمده است: «ما در متا از شما می‌خواهیم که بدانید چه اطلاعاتی را جمع‌آوری می‌کنیم و چگونه از آن استفاده می‌کنیم و به اشتراک می‌گذاریم» (Meta privacy and data policy, 2024). براین اساس می‌توان گفت که هدف از این سند بیان کردارهای متا درباره نحوه گردآوری داده‌های کاربران، چگونگی استفاده از آن و نیز نحوه اشتراک‌گذاری این محتواها است. همچنین هدف این حریم خصوصی آگاه کردن کاربران

از حقوق‌شان نسبت به حریم داده‌هایشان است. علاوه‌براین، همان‌طور که متا می‌گوید: «برای ما مهم است که بدانید چگونه حریم خصوصی خود را کنترل کنید؛ بنابراین به شما نشان می‌دهیم کجا می‌توانید اطلاعات خود را در تنظیمات محصولات متا که استفاده می‌کنید مدیریت کنید» (Meta privacy and data policy, 2024)؛ بنابراین، نکته‌ای که در اینجا بر آن تأکید می‌شود، امکان کنترل کاربر بر حریم خصوصی خود است. ما در اینجا برای فهم سیاست حریم خصوصی متا در موارد کلیدی فوق آنها را در مقوله‌های جداگانه مورد بررسی قرار می‌دهیم.

نحوه استفاده از اطلاعات گردآوری‌شده توسط متا

متا برای ارائه یک تجربه شخصی‌شده برای کاربران از جمله برای شخصی‌سازی آگهی‌ها و نیز به دلایل گوناگون از اطلاعات گردآوری‌شده از کاربران استفاده می‌کند. به این منظور متا هم از اطلاعاتی که کاربران در محصولات مختلف این کشور ارائه کرده‌اند و نیز اطلاعاتی که از طریق وسایل ارتباطی کاربران قابل دسترسی است، استفاده می‌کند. باوجوداین متا مدعی است که این شرکت برای اینکه از اطلاعاتی که مربوط به یکایک کاربران است کمتر استفاده کند، از این اطلاعات هویت‌زدایی می‌کند و یا آنها را انبوهه‌سازی^{۳۴} می‌کند تا قابل شناسایی نباشند؛ بنابراین یک رویکرد برای حفاظت از داده‌های شخصی کاربران ناشناس‌سازی و یا تقلیل داده‌ها است.

مبنای قانونی پردازش اطلاعات کاربران

بر اساس قوانین موضوعه برای حفاظت از داده‌ها، شرکت‌ها برای پردازش اطلاعات شخصی باید بر مبنای مفاد قانونی عمل کنند. منظور از پردازش داده‌های شخصی، روش‌های گردآوری، استفاده و اشتراک‌گذاری داده‌های کاربران است که در سیاست حریم خصوصی متا بیان شده است.

همان‌گونه در سیاست حریم خصوصی متا مشاهده می‌شود، متا برای پردازش اطلاعات کاربران به قانون تکیه می‌کند تا اعمال خود را قانونی جلوه دهد:

34. aggregate

ما برای پردازش اطلاعات شما برای اهداف شرح داده شده در این خط‌مشی رازداری به پایه‌های قانونی مختلفی متکی هستیم. بسته به شرایط، ما هنگام پردازش اطلاعات مشابه شما برای اهداف مختلف، به پایه‌های قانونی متفاوتی تکیه می‌کنیم. برای هر پایه قانونی در زیر، توضیح می‌دهیم که چرا اطلاعات شما را پردازش می‌کنیم. همچنین بسته به اینکه از کدام پایه قانونی استفاده می‌کنیم، حقوق خاصی برای شما در نظر گرفته شده است که ما در اینجا آنها را توضیح داده‌ایم. صرف‌نظر از اینکه چه پایه قانونی اعمال شود، شما همیشه حق دسترسی، اصلاح و حذف اطلاعات خود را دارید (Meta privacy and data policy, 2024).

- رضایت کاربران

مبانی قانونی پردازش اطلاعات کاربران فیسبوک بر چند محور استوار است. نخست قراردادی است که کاربران به هنگام عضویت در هرکدام از خدمات متا امضاء می‌کنند. ازجمله آنها می‌توان به شرایط ارائه خدمت، شرایط ارائه خدمت اینستاگرام، شرایط ارائه خدمت در فناوری‌های تکمیلی سکوها متا، شرایط ارائه خدمت پورتال تکمیلی و شرایط ارائه خدمت نگرش تکمیلی فیسبوک^{۳۵} اشاره کرد که درمجموع شرایط ارائه خدمت نامیده می‌شوند. یکی مبانی قانونی دیگر رضایت کاربران است:

ما اطلاعات شما را در صورت رضایت شما پردازش می‌کنیم؛ برای مثال، شما می‌توانید به ما اجازه دهید تا تبلیغات شخصی‌سازی شده را بر اساس اطلاعاتی که تبلیغ‌کنندگان و دیگران به ما ارائه می‌دهند، به شما نشان دهیم. این شامل اطلاعات مربوط به فعالیت شما در تارنماها و برنامه‌های آنها و همچنین برخی تعاملات غیربرخط مانند خرید است. شما می‌توانید رضایت خود را در هر زمان پس بگیرید (Meta privacy and data policy, 2024).

اعمال مقررات مرتبط با سیاست‌ها در متا

شرکت متا مجموعه‌ای از رویه‌ها را برای اعمال مقررات مرتبط با سیاست‌ها ازجمله حریم خصوصی تعبیه کرده است که درکل ذیل تعدیل محتوا قابل فهم است. متا برای شناسایی، بررسی و اقدام نسبت به میلیون‌ها محتوا در فیسبوک و اینستاگرام هر روز از فناوری و

35. Supplemental Facebook View Terms of Service

گروه‌های بررسی‌کننده استفاده می‌کند. فناوری و گروه‌های بررسی به متا کمک می‌کنند تا محتوا و حساب‌های کاربری که بالقوه ناقض قوانین هستند را شناسایی و بررسی کنند. متا از یک رویکرد سه بخشی برای اعمال مقررات در مورد محتوا استفاده می‌کند: حذف، کاهش و اطلاع‌رسانی. روشن است که این موضوع در مورد محتواهای ناقض حریم خصوصی نیز مصداق دارد.

بخش اول شامل حذف است. همان‌طور که در مرکز شفافیت متا آمده است: اگر محتوای شما مغایر با استانداردهای انجمن فیسبوک یا دستورالعمل‌های انجمن اینستاگرام باشد، متا آن را حذف خواهد کرد. ما همچنین به شما اطلاع خواهیم داد تا بتوانید دلیل حذف محتوا و نحوه جلوگیری از ارسال محتوای نقض‌کننده در آینده را درک کنید. ما از یک سیستم امتیازدهی برای شمارش تخلفات و مسئول نگه داشتن شما در قبال محتوایی که ارسال می‌کنید استفاده می‌کنیم. بسته به اینکه محتوای شما با کدام خط‌مشی مغایرت دارد، سوابق قبلی تخلفات شما و تعداد امتیازهایی که دارید، حساب کاربری شما نیز ممکن است محدود یا غیرفعال شود (Meta Transparency Center, 2023).

بخش دوم کاستن از میزان انتشار محتوای مسئله‌دار است: اگرچه محتوایی در فیسبوک، معیارهای انجمن فیسبوک را نقض نکند، اما همچنان ممکن است مشکل‌ساز یا به نوعی کم‌کیفیت باشد، متا می‌تواند توزیع آن را مطابق با کنترل‌های کاربر کاهش دهد. این، یکی از اجزای راهبرد کلی «حذف، کاهش، اطلاع‌رسانی» ماست که از سال ۲۰۱۶ به کار می‌بریم (Meta Transparency Center, 2023).

بخش سوم، اطلاع‌رسانی یا آگاهانیدن کاربران نسبت به یک محتوای خاص است: یکی از روش‌هایی که متا جامعه امن و واقعی را ترویج می‌کند، اطلاع‌رسانی به افراد در مورد اینکه محتوا ممکن است حساس یا گمراه‌کننده باشد، حتی اگر به صراحت با استانداردهای انجمن فیسبوک یا دستورالعمل‌های انجمن اینستاگرام مغایرت نداشته باشد، است. در چنین مواقعی، ما زمینه بیشتری در مورد محتوا اضافه می‌کنیم تا به مردم در تصمیم‌گیری برای خواندن، اعتماد یا به‌اشتراک گذاشتن آن کمک کنیم (Meta Transparency Center, 2023).

درمجموع می‌توان گفت که یکی از پیشروترین و پیچیده‌ترین سازوکارهای مرتبط با حریم خصوصی و داده در متا مشاهده می‌شود. هرچند با وجود تمام این اسناد و اقدامات، متا همواره در معرض اتهام نقض حریم خصوصی کاربران قرار داشته است. در جدول شماره ۲ مضامین اصلی و فرعی مرتبط با سازوکار حکمرانی حریم خصوصی در متا ذکر شده است.

جدول شماره ۲: مضامین اصلی و فرعی مرتبط با سازوکار حکمرانی حریم خصوصی در متا

مضمون اصلی	مضمون فرعی	مصادیق
اصول بنیادین حریم خصوصی	محدودیت هدف از پردازش داده	داده‌ها تنها برای اهداف مشخص و ارزشمند پردازش می‌شوند.
	تقلیل داده	جمع‌آوری حداقل داده‌ها برای پشتیبانی از اهداف مشخص
	شفافیت و کنترل	اطلاع‌رسانی شفاف و امکان کنترل کاربران بر داده‌هایشان
	حریم خصوصی از طریق طراحی	لحاظ الزامات حریم خصوصی از ابتدا در طراحی محصولات
	حفظ امنیت	سرمایه‌گذاری در فناوری‌های امنیتی برای جلوگیری از دسترسی غیرمجاز
موضوعات حریم خصوصی	بهبود مستمر	بازنگری و به‌روزرسانی مداوم سیاست‌ها و فناوری‌های حریم خصوصی
	ایمنی	مکان کنترل اشتراک‌گذاری اطلاعات شخصی توسط کاربران و حمایت از آنها در برابر قلدری و آزار
	جمع‌آوری داده	استفاده برای شخصی‌سازی، امنیت، تحلیل داده‌ها، و تحقیقات اجتماعی

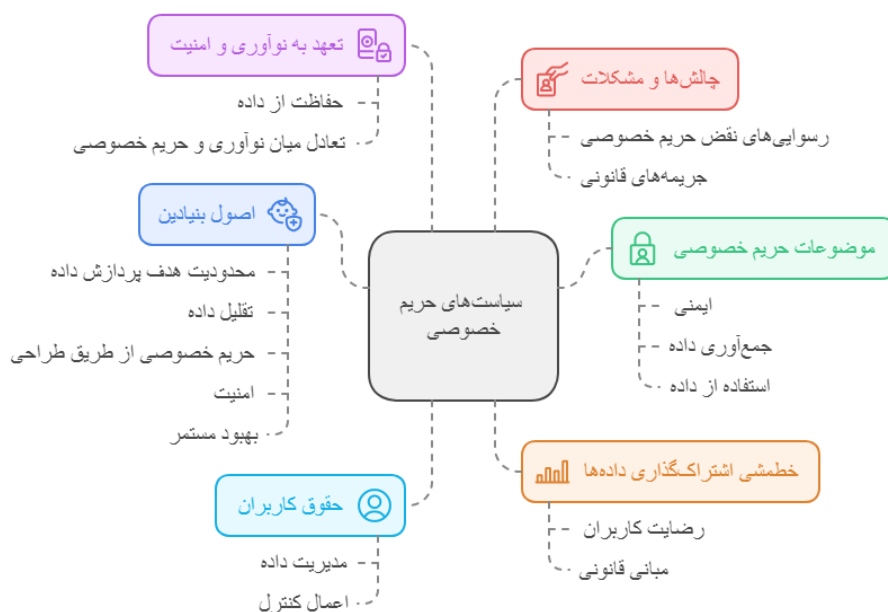
مضمون اصلی	مضمون فرعی	مصادیق
	استفاده از داده‌ها	استفاده برای شخصی‌سازی، امنیت، تحلیل داده‌ها و پژوهش‌های اجتماعی
حقوق کاربران در متا	مدیریت داده‌ها	امکان مشاهده، مدیریت، بارگیری و حذف اطلاعات کاربران
	اعمال مبانی قانونی	تکیه بر قوانین حفاظت از داده‌ها برای پردازش اطلاعات کاربران
رویکرد متا به حریم خصوصی	شفافیت	اطلاع‌رسانی واضح و صادقانه درباره استفاده از داده‌ها
	حفاظت از داده‌ها	استفاده از رمزگذاری پایان به پایان و سایر ابزارهای امنیتی برای حفظ داده‌ها
	حفظ تعادل بین نوآوری و حریم خصوصی	ارائه خدمات شخصی‌سازی شده در عین احترام به حقوق کاربران
مسائل و چالش‌ها	رسوایی کمبریج آنالیتیکا	استفاده از اطلاعات کاربران برای کارزارهای انتخاباتی
	جریمه‌های قانونی	جریمه ۱.۳ میلیارد دلاری به دلیل نقض قوانین حفاظت از داده اتحادیه اروپا

این سکو با وجود برخی اختلاف‌ها، اشتراکات زیادی در نحوه حکمرانی حریم خصوصی و داده دارند که می‌تواند به‌عنوان راهنمای تدوین و اعمال سیاست‌های حریم خصوصی در سکوه‌ای ایرانی (سکوه‌ای خدماتی، رسانه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها) عمل کند؛ هرچند نبود یک قانون جامع حریم خصوصی و حفاظت از داده یک معضل اساسی است که در نتیجه شاهد نفوذ و انتشار گسترده اطلاعات شخصی کاربران سکوه‌ای مختلف هستیم.

۶. نتیجه‌گیری

تحلیل سیاست‌ها و حکمرانی حریم خصوصی در دو سکوی بزرگ گوگل و متا نشان می‌دهد که این شرکت‌ها با اتخاذ رویکردهای جامع و نوآورانه، توانسته‌اند چهارچوب‌های پیشرفته‌ای برای مدیریت داده‌ها و حفاظت از حریم خصوصی کاربران ایجاد کنند. رؤس کلی این چهارچوب در شکل شماره ۱ ذکر شده است.

شکل شماره ۱: سازوکار حکمرانی حریم خصوصی در دو سکوی جهانی گوگل و متا؛ منبع: ترسیم شده توسط مؤلف



این نمودار یافته‌های این مقاله درباره سازوکارها، اصول و اقدامات حکمرانی حریم خصوصی در سکوها را توضیح می‌دهد. چالش‌ها و مشکلاتی مانند نقض حریم خصوصی داده‌ها و جرایم قانونی مرتبط در کنار موضوعاتی همچون امنیت، جمع‌آوری داده‌ها و نحوه استفاده از آن‌ها، از عناصر کلیدی هستند. همچنین، به تعهد به حفاظت از داده‌ها و ایجاد تعادل میان نوآوری و حریم خصوصی از طریق استفاده از فناوری‌های پیشرفته و

بهبود مستمر تأکید شده است. همان‌طور که این شکل نشان می‌دهد گوگل و متا با اتکا به سازوکارهای حکمرانی حریم خصوصی، تعهد خود را به نوآوری همراه با امنیت و حفاظت از داده‌ها نشان می‌دهند. این سکوها با رعایت اصول بنیادین مانند «محدودیت هدف پردازش داده» (جمع‌آوری داده‌ها تنها برای اهداف مشخص شده)، «تقلیل داده» (کاهش حجم اطلاعات ذخیره شده به حداقل ضروری) و «حریم خصوصی از طریق طراحی» (ادغام الزامات امنیتی در مراحل توسعه محصول)، به دنبال ایجاد تعادل میان پیشرفت فناوری و حفظ حریم کاربران هستند. آنها با تأکید بر حقوق کاربران، امکان مدیریت داده‌ها و اعمال کنترل بر تنظیمات حریم خصوصی را فراهم می‌کنند. با این حال، مواجهه با چالش‌هایی مانند نقض حریم خصوصی (ناشی از حملات سایبری یا خطاهای انسانی) و جرمه‌های قانونی (به‌ویژه تحت قوانینی مانند جی.دی.پی.آر) بخشی از واقعیت فعالیت این شرکت‌هاست. در حوزه اشتراک‌گذاری داده‌ها، گوگل و متا بر کسب رضایت آگاهانه کاربران و رعایت چهارچوب‌های حقوقی میانجی (مانند توافقنامه‌های بین‌المللی) تکیه دارند تا استفاده از داده‌ها در مسیرهای تعیین‌شده (مانند بهبود خدمات یا شخصی‌سازی تبلیغات) را تضمین کنند. این سازوکارها نشان‌دهنده تلاش پیوسته برای همسویی نوآوری دیجیتال با انتظارات حقوقی و اخلاقی در عصر حاضر است.

در مقام مقایسه باید گفت که گوگل و متا به‌عنوان دو غول فناوری جهانی، رویکردهای متفاوتی را در مدیریت حریم خصوصی و داده‌ها اتخاذ کرده‌اند. گوگل با تمرکز بر حریم خصوصی از طریق طراحی و تنظیمات پیش‌فرض امن، امنیت را در هسته محصولات خود مانند جیمیل و گوگل درایو ادغام کرده است و از دستورالعمل‌های پیشرفته‌ای مانند رمزگذاری تی.ال.اس برای انتقال داده‌ها استفاده می‌نماید. این شرکت همچنین با سیاست تقلیل داده، جمع‌آوری اطلاعات را به حداقل ضروری محدود کرده و ابزارهای شفافیت برای مدیریت داده‌ها در اختیار کاربران قرار می‌دهد. از سوی دیگر، متا با اولویت‌دهی به کنترل کاربر و شفافیت، ابزارهایی برای تنظیم حریم خصوصی در سکوها اجتماعی مانند فیسبوک و اینستاگرام ارائه می‌دهد؛ اما به دلیل مدل کسب‌وکار مبتنی بر تبلیغات شخصی‌سازی‌شده، همواره با انتقاداتی درباره جمع‌آوری گسترده داده‌ها روبه‌روست.

اگرچه هر دو سکو از رمزگذاری پیشرفته استفاده می‌کنند و به کاربران اجازه مدیریت تنظیمات را می‌دهند، گوگل بیشتر بر امنیت زیرساختی تمرکز دارد، درحالی‌که متا چالش‌های ویژه‌ای در محتوای تولیدشده کاربران و رسوایی‌هایی مانند کمبریج آنالیتیکا تجربه کرده است.

سکوهای داخلی در ایران با چالش‌هایی همچون ضعف زیرساخت‌های قانونی، کمبود شفافیت در مدیریت داده‌ها، و عدم رعایت اصول امنیت و حریم خصوصی مواجه هستند. درحالی‌که کاربران ایرانی تمایل فزاینده‌ای به استفاده از خدمات برخط دارند، حفظ اعتماد کاربران به این سکوها از اهمیت بالایی برخوردار است. سیاست‌های موفق گوگل و متا می‌توانند به عنوان الگویی برای توسعه چهارچوب‌های بومی استفاده شوند.

پیشنهادهای

با ملاحظه رویکرد کلی حفاظت از حریم خصوصی و حریم داده در مورد از سکوهایی جهانی، پیشنهادهای زیر برای سکوهایی ایرانی ارائه می‌شود:

۱. تدوین چهارچوب‌های قانونی شفاف: قوانین مرتبط با حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها باید با رعایت استانداردهای بین‌المللی (مانند مقررات عمومی حفاظت از داده‌ها) تدوین شوند.

۲. سرمایه‌گذاری در امنیت داده‌ها: استفاده از فناوری‌های پیشرفته رمزگذاری و امنیت سایبری برای حفظ اطلاعات کاربران ضروری است.

۳. ایجاد ابزارهای مدیریت داده: سکوها باید ابزارهایی برای مشاهده، حذف و کنترل داده‌های کاربران ارائه دهند.

۴. افزایش شفافیت: سیاست‌های جمع‌آوری و استفاده از داده‌ها باید به زبان ساده و شفاف به کاربران توضیح داده شود.

۵. آموزش کاربران: افزایش آگاهی کاربران در خصوص اهمیت حریم خصوصی و نحوه استفاده از تنظیمات امنیتی می‌تواند اعتماد آن‌ها را تقویت کند.

۶. ایجاد مراکز پاسخگویی: مانند مراکز کمک گوگل، مراکزی برای پاسخگویی به شکایات و پرسش‌های کاربران درباره حریم خصوصی ایجاد شود. پیاده‌سازی این رویکردها می‌تواند به ارتقاء سطح اعتماد عمومی به سکوها داخلی و رقابت‌پذیری آن‌ها در بازار جهانی کمک کند.

قدردانی

این مقاله حاصل طرح پژوهشی نویسنده در دوره فرصت مطالعاتی در مرکز ملی فضای مجازی (پژوهشگاه فضای مجازی) است. نویسنده از حمایت این مرکز قدردانی می‌نماید.

کتابنامه

احمدلو، مونا (۱۴۰۰). حریم خصوصی در فقه و قانون ایران. تهران: مجمع علمی و فرهنگی مجد. احمدوند، بهناز، جهانشاهی، آرتین (۱۴۰۲). بررسی الزامات حاکم بر تأمین امنیت داده‌های کاربران توسط پلتفرم‌های ارائه‌دهنده خدمات. فصلنامه سیاست علم و فناوری. ۱۶(۴): ۸۳-۹۸.

اسماعیلی، محسن (۱۴۰۱). حقوق آزادی اطلاعات در ایران (جلد اول). شرح و تفسیر کاربردی قانون دسترسی و انتشار آزاد اطلاعات. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

اصلانی، زینت، جعفری، علی و سلمان‌زاده، جعفر (۱۴۰۲). مسئولیت مدنی رسانه‌ها در قبال نقض حریم خصوصی در حقوق ایران و انگلستان. فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه. ۴۶(۲): ۱۳۱-۱۵۵.

انصاری، باقر و شیما، عطار (۱۴۰۲). حقوق کاربران فضای مجازی. تهران: سهامی انتشار. انصاری، باقر (۱۳۸۳). حریم خصوصی در رسانه‌های همگانی. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. ۱۱(۳۹): ۱۹۳.

انصاری، باقر (۱۴۰۰). حقوق حریم خصوصی. تهران: سازمان سمت.

پیش‌نماز، سیدامین و رکنی، امیرعباس (۱۴۰۲). تعطیلی پلتفرم‌های مجازی؛ ضرورت تحلیل نظام حاکم بر داده‌های شخصی از منظر حقوق اموال. *مجله پژوهش‌های حقوقی*. ۵۳(۱): ۵۰۶-۴۶۹.

حسام، ابوالفضل و دیگران (۱۴۰۰). مسئولیت مدنی پلتفرم‌های آنلاین ناشی از نقض حریم خصوصی اطلاعاتی از سوی کاربران؛ مطالعه تطبیقی در ایران، آمریکا و اتحادیه اروپا. *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*. ۱۰۷ (۳): ۶۹-۹۱.

سروش، محمد (۱۳۹۸). مبانی حریم خصوصی (براساس منابع اسلامی). تهران. سمت. صاحبی، ایمان (۱۴۰۲). اتحادیه اروپا متا را نقره‌داغ کرد؛ جریمه تاریخی ۱.۳ میلیارد دلاری به خاطر نقض حریم خصوصی. وبگاه دیجیتاتو. قابل دسترسی در:

<https://digiato.com/article/2023/05/22/eu-fine-meta-1300-mln-dollars-over-gdpr-violations>

فرامرزیانی، پروانه و دیگران (۱۴۰۰). طراحی الگوی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی. *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*. ۱۰۶: ۳۰-۹.

فندایک، یوزه (۱۴۰۲). *فرهنگ اتصال: تاریخ انتقادی رسانه‌های اجتماعی*؛ ترجمه حسین حسینی. تهران: سوره مهر.

شورای عالی فضای مجازی. (۱۳۹۵). مصوبه شورای عالی فضای مجازی با عنوان: «سند تبیین الزامات شبکه ملی اطلاعات». قابل دسترسی در:

<https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1033103>

شورای عالی فضای مجازی. (۱۳۹۶). مصوبه شورای عالی فضای مجازی با موضوع سیاست‌ها و اقدامات ساماندهی پیام‌رسان‌های اجتماعی. قابل دسترسی در:

<https://rc.majlis.ir/en/law/show/1029998>

شورای عالی فضای مجازی. (۱۳۹۷). الزامات حاکم بر اینترنت اشیاء در شبکه ملی اطلاعات. قابل دسترسی در:

<https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1086381>

شورای عالی فضای مجازی. (۱۴۰۱). *سند راهبردی جمهوری اسلامی ایران در فضای مجازی*. قابل دسترسی در: <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1751605>

Boyd, D., & Crawford, K. (2012). Critical questions for big data. *Information, Communication & Society*, 15(5), 662-679.

- Braun, V. and Clarke, V. (2006) Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77-101.
- <http://dx.doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>
- Carah, N. (2021). *Media and society: Power, platforms, and participation*. London: Sage.
- Correia, M., & Rodrigues, L. (2023). Security and privacy. In *Multidisciplinary Perspectives on Artificial Intelligence and the Law* (pp. 81-101). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-41264-6_5
- Flew, T. (2021). *Regulating platforms*. Cambridge & Medford. Polity Press.
- Gorwa, R. (2019). What is platform governance? *Information, Communication & Society*, 22(6), 854–871. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1573914>
- Google. (1999). Google Privacy & Policy (June 1999 version). Retrieved from <https://policies.google.com/privacy/archive/19990609?hl=en>
- Google. (2024). Google privacy policy. *Google*. <https://policies.google.com/privacy?hl=en-US>
- Google. (2024). Our principles. *Google Safety Center*. https://safety.google/principles/?hl=en_US
- Google. (2024). Privacy progress update. *Meta*. <https://about.meta.com/uk/privacy-progress/>
- Meta. (2023). Meta Privacy Policy. *Meta*. Retrieved from <https://www.facebook.com/privacy/policy/>
- Meta. (2024). Meta privacy and data policy. *Meta*. Retrieved from <https://www.facebook.com/privacy/policy/>
- Meta. (2023). Meta Transparency Center. *Meta*. <https://transparency.meta.com/>
- Pichai, S. (2021). We keep your personal online data private, safe, and secure. *Google Safety Center*. <https://safety.google/security-privacy/>
- Protti, M. (2022, May 26). Here's what you need to know about our updated privacy policy and terms of service. *Meta*. <https://about.fb.com/news/2022/05/metas-updated-privacy-policy/>
- Sheldon, R., Loshin, P., & Cobb, M. (2024). Encryption. Retrieved from <https://www.techtarget.com/searchsecurity/definition/encryption>
- Solove, D. J. (2013). Privacy self-management and the consent dilemma. *Harvard Law Review*, 126(7), 1880-1903.
- Trepte, S. (2021). The Social Media Privacy Model: Privacy and Communication in the Light of Social Media Affordances. *Communication Theory*, 31(4), 549-570.
- Véliz, C. (202۴). *Privacy is power: Why and how you should take back control of your data*. London: Bantam press.
- Yoffie, D. B., & Fisher, D. (2019). Fixing Facebook: Fake news, privacy, and platform governance. *Harvard Business School Case* 720-400, October 2019. (Revised January 2020).

سلب‌ریتی‌ها و تبلیغات خلاف واقع: مسئولیت مدنی در ترازوی فقه و حقوق

نوع مقاله: پژوهشی

روح‌الله زارچی‌پور*

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۱۸

فاطمه فلاح تفتی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۰۴

چکیده

مسئولیت مدنی سلب‌ریتی‌ها در قبال تبلیغات خلاف واقع در رسانه‌ها و فضای مجازی، با توجه به نفوذ فزاینده ایشان بر مصرف‌کنندگان، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار و مسئله محوری پژوهش حاضر است. این مقاله، با هدف واکاوی ابعاد فقهی و حقوقی این مسئولیت، در جستجوی پاسخ به این پرسش بنیادین است که سلب‌ریتی‌ها با وجود چه شرایطی در قبال محتوای تبلیغاتی خود، به‌ویژه در مواردی که این تبلیغات نادرست، زیان‌بار یا غیرمجاز هستند، مسئولیت خواهند داشت. در راستای پاسخگویی، مبانی فقهی مسئولیت مدنی با تأکید بر قواعدی چون غرور، اتلاف و تسبیب، و نیز چهارچوب حقوقی ناظر بر تبلیغات در قوانین موضوعه ایران تحلیل می‌شود. فرضیه اصلی پژوهش، مبتنی بر اثبات مسئولیت مدنی سلب‌ریتی‌ها در قبال انواع تبلیغات، خاصه تبلیغات خلاف واقع، به دلیل عواملی چون اعتماد مصرف‌کننده، تأثیرگذاری چشمگیر سلب‌ریتی‌ها، وجود آماره آگاهی نسبت به محتوا و آسیب‌های تبلیغ، و الزامات قانونی مربوط به تبلیغات است. روش‌شناسی پژوهش، توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای است. یافته‌ها نشان می‌دهد از منظر فقهی و حقوقی، مسئولیت سلب‌ریتی‌ها در قبال تبلیغات غیرمجاز قابل اثبات است. استدلال پژوهش بر این مبنا استوار است که بر اساس قواعد فقهی و اصول حقوقی، هرگاه شخص، سبب فریب یا ورود ضرر گردد، ملزم به جبران خسارت خواهد بود. میزان آگاهی سلب‌ریتی از غیرمجاز بودن تبلیغ، در نحوه مسئولیت وی مؤثر، و اثبات رابطه سببیت میان تبلیغ و ضرر، جهت مطالبه خسارت، ضروری است.

واژگان کلیدی

تبلیغات، تبلیغات خلاف واقع، مسئولیت مدنی، سلب‌ریتی‌ها، مصرف‌کنندگان.

۱. استادیار گروه حقوق خصوصی دانشگاه شهید مطهری، تهران، ایران

nashr56@gmail.com

۲. استادیار گروه فقه و حقوق اسلامی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

f.fallah@atu.ac.ir

۱. مقدمه

در عصر حاضر، رقابت فزاینده میان عرضه‌کنندگان کالا و خدمات، تبلیغات را به ابزاری اجتناب‌ناپذیر برای جذب مشتری تبدیل کرده، و این رقابت تنگاتنگ، بستری را برای گسترش تبلیغات خلاف واقع به‌ویژه در فضای مجازی فراهم آورده است. این نوع تبلیغات، صرفاً به ارائه اطلاعات نادرست درباره محصول محدود نمی‌شود بلکه ابعاد گسترده‌تری را دربرمی‌گیرد؛ از جمله تبلیغ کالاهای غیراستاندارد، ادعای مجوزهای غیرواقعی، پنهان‌سازی عیوب اساسی، وعده‌های دروغین خدمات پس از فروش، استفاده از علائم تجاری تقلبی و اغراق‌های فریبنده در توصیف کالا. هدف غایی این اقدامات، چیزی جز فریب و اغفال مصرف‌کننده نیست.

در این میان، استفاده از سلبریتی‌ها، به دلیل شهرت، نفوذ و محبوبیت قابل‌توجهی که بر افکار عمومی دارند، به روشی متداول و کارآمد برای جلب اعتماد مشتریان تبدیل شده است. سلبریتی‌ها با استفاده از مهارت‌ها و ظرفیت‌های ارتباطی خود، به آسانی می‌توانند بر نگرش مصرف‌کنندگان تأثیر گذاشته، تمایلات و نیازهای غیرواقعی را به آنان القاء کنند^۱ و او را به خرید ترغیب نمایند.

بازار تبلیغات سلبریتی‌محور گردش مالی چشمگیری دارد؛ به عنوان مثال وزیر اقتصاد در سال ۱۴۰۳ درآمد تبلیغاتی ۱۲۳ سلبریتی را ۲۳۰۰ میلیارد تومان معرفی کرد (خاندوزی، ۱۴۰۲). با توجه به حجم بالای گردش مالی و تأثیر قابل ملاحظه این تبلیغات بر تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان (زاهدی و دیگران، ۱۳۹۹: ۳۶۱)، ضرورت توجه بیشتر به این حوزه و تدوین قوانین شفاف‌تری که دارای ضمانت اجرای قوی باشند در این زمینه احساس می‌شود؛ چرا که کارآمدی هر نظام حقوقی، تا حد زیادی به ضمانت اجرای قوانین آن بستگی دارد (اسماعیلی، ۱۳۸۵، ص. ۱۶۵). سلبریتی‌ها به عنوان الگوهای رفتاری جامعه، در قبال پیامدهای فعالیت‌های خود مسئولیت دارند و انتظار پاسخگویی از آنان، با توجه به اعتمادی که مردم به آن‌ها دارند، امری کاملاً منطقی است.

اگرچه سلبریتی‌ها از حق کسب درآمد از طریق تبلیغات برخوردارند؛ اما باید

1. Needs Induced by External Factors.

سازوکارهای قانونی دقیقی وجود داشته باشد تا از سوءاستفاده از این جایگاه جلوگیری شود. مشکل اصلی، تنها به تبلیغات فریبنده محدود نمی‌شود بلکه رویکرد سهل‌انگارانه سلبریتی‌ها به صحت و سقم محتوای تبلیغات نیز برمی‌گردد. آنها در قبال مخاطبان موظفند از اعتبار و سلامت محتوای تبلیغات اطمینان یابند، نه اینکه در صورت بروز خسارت برای مصرف‌کنندگان، با استناد به عدم آگاهی خود، از پذیرش مسئولیت فرار کنند.

برای درک بهتر این معضل، می‌توان به پرونده‌های قضایی متعددی اشاره کرد که در ارتباط با تبلیغات خلاف واقع سلبریتی‌ها مطرح شده‌اند. پرونده «کروش کمپانی» در ایران، نمونه‌ای برجسته‌ای است که با وعده فروش گوشی‌های آیفون با قیمتی به‌مراتب پایین‌تر از بازار و با بهره‌گیری از تبلیغات گسترده سلبریتی‌ها، توانست اعتماد مردم را جلب کند؛ اما درنهایت با فرار مدیران شرکت، بنا بر گزارش رئیس پلیس امنیت اقتصادی ۵ هزار شاکی بر جای گذاشت و خسارات مالی سنگینی بر شهروندان وارد شد (رحیمی، ۱۴۰۳). شکایت از کریستیانو رونالدو به دلیل تبلیغ برای صرافی ارز دیجیتال بایننس نیز نمونه‌ای جهانی از این مسئله است (اعتماد، ۱۴۰۲) که نشان می‌دهد این مشکل ابعادی بین‌المللی یافته است.

معضل اساسی‌تر، فقدان رابطه قراردادی میان مصرف‌کننده و سلبریتی است که مصرف‌کننده را ملزم می‌کند به قوانین مسئولیت غیرقراردادی متوسل شود و راه دشواری برای استناد خسارت به تبلیغات سلبریتی بپیماید. از آنجاکه نسبت به مسئولیت غیرقراردادی افراد تأثیرگذاری چون سلبریتی‌ها با خلأ قانونی مواجه هستیم، باید مشخص شود مبنای مسئولیت آنها نظریه خطر، تقصیر یا موردی دیگر است. در این موارد تحلیل ادله فقهی مسئولیت قهری و رجوع به قواعد عام مانند قانون مسئولیت مدنی، قانون تجارت الکترونیک یا قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده ضروری است.

یکی از چالش‌های مهم در این زمینه، میزان آگاهی سلبریتی‌ها نسبت به صحت محتوای تبلیغات و ماهیت واقعی عرضه‌کنندگان است. پرسش کلیدی این است که آیا می‌توان سلبریتی ناآگاه را نیز مسئول جبران خسارت ناشی از تبلیغات خلاف واقع دانست؟

این پژوهش با هدف بررسی ابعاد فقهی و حقوقی مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها در قبال تبلیغات خلاف واقع، و با رویکردی حمایتی از حقوق مصرف‌کننده، به دنبال ارائه

راهکارهایی کارآمد برای مقابله با این نوع تبلیغات و جبران خسارات ناشی از آنها است. در خصوص پیشینه پژوهش، مطالعات متعددی به این موضوع پرداخته‌اند، از جمله «مبانی مسئولیت ناشی از تبلیغات بازرگانی» اثر خورسندیان و چیت‌ساز، منتشرشده در فصلنامه مطالعات حقوق خصوصی و «مسئولیت مدنی اشخاص مشهور در تأیید کالاها و خدمات» اثر میرشکاری و ملکی، منتشرشده در پژوهش‌نامه حقوق اسلامی؛ اما هیچ‌کدام به‌طورخاص به تحلیل فقهی حقوقی مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها در این نوع تبلیغات نپرداخته‌اند. این پژوهش با تمرکز ویژه بر مسئولیت مدنی تبلیغ‌کننده و تحلیل نقش‌های متنوع و مسئولیت‌های مختلف سلبریتی‌ها، از پژوهش‌های قبلی که غالباً بر مسئولیت قراردادی تأکید داشته‌اند، متمایز می‌شود. چهارچوب نظری این پژوهش بر قواعد فقهی مانند اتلاف، تسبیب و غرور استوار است و به تحلیل مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها در تبلیغات خلاف واقع-از جنبه ثبوتی و اثباتی- با ملاحظه قوانین مسئولیت مدنی ایران می‌پردازد. در این پژوهش از روش توصیفی-تحلیلی مبتنی بر منابع کتابخانه‌ای استفاده شده است. در این پژوهش ابتدا مبانی نظری تبیین شده و سپس نقش‌ها و مسئولیت‌های عملی سلبریتی‌ها در تبلیغات تجاری و شیوه‌های همکاری آنان با سفارش‌دهنده بررسی گردیده است. در ادامه، مسئولیت مدنی آنان در تبلیغات خلاف واقع با تکیه بر ادله مسئولیت مدنی در فقه امامیه و قانون موضوعه تحلیل شده است.

۲. مبانی نظری مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها در تبلیغات

در این بخش، به بررسی مبانی نظری مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها در تبلیغات خلاف واقع می‌پردازیم. این مبانی، چهارچوب‌های مفهومی و استدلالی لازم برای تحلیل مسئولیت سلبریتی‌ها از منظر فقه و حقوق را فراهم می‌سازند.

۲-۱- مفهوم سلبریتی، حقوق سلبریتی و تبلیغات خلاف واقع

۲-۱-۱- مفهوم سلبریتی

با توجه به فراوانی کالاها و خدمات و رقابت شدید میان فعالان بازار، یکی از روش‌های خلاقانه برای جلب اعتماد مشتریان، استفاده از چهره‌های مشهور یا همان سلبریتی‌هاست.

سلبریتی به فردی اطلاق می‌شود که به دلیل ویژگی‌های خاص، شهرت گسترده‌ای در جامعه کسب کرده و نقش الگویی در رفتار، سبک زندگی و باورهای اجتماعی ایفا می‌کند. این افراد، خصوصاً در رسانه‌های اجتماعی، با تولید محتوای جذاب، تأثیر قابل‌توجهی بر تصمیم‌گیری و نگرش مخاطبان دارند (سلیمانی و دیگران، ۱۴۰۱، ص. ۳۴۹؛ Zafar & Shahzad, 2020, p. 1735).

۲-۱-۲- حقوق سلبریتی

به‌طور کلی، سلبریتی، همانند سایر افراد، حق دارد از طریق تبلیغ کالاها یا خدمات کسب درآمد کند، مشروط بر اینکه فعالیت او مغایرتی با موازین شرعی و قوانین موضوعه نداشته باشد. سلبریتی‌ها به دلیل شهرت و تأثیرگذاری اجتماعی خود از حقوقی برخوردارند که مهم‌ترین آن‌ها عبارت است از: حق پیگیری قضایی و حمایت قانونی، حق حفظ حریم خصوصی و حق بر شهرت و تصویر^۱ که برخی پژوهشگران از آن با عنوان حق جلوت یاد کرده‌اند (میرشکاری و ملکی، ۱۴۰۱، ص. ۲۰۴). حق جلوت مهم‌ترین حق مرتبط با فعالیت‌های حرفه‌ای سلبریتی‌هاست که به آن‌ها اجازه می‌دهد از نشانه‌های هویتی خود، از جمله صدا، نام، تصویر، آثار تألیفی و سایر ویژگی‌های شخصیتی، به صورت تجاری بهره‌برداری کنند. بر اساس این حق، افراد مشهور می‌توانند ضمن استفاده قانونی از این عناصر در فعالیت‌های اقتصادی و تبلیغاتی، از بهره‌برداری غیرمجاز دیگران از هویتشان جلوگیری نمایند (میرشکاری، ۱۳۹۸، ص. ۵۲۵). شماری از پژوهشگران کوشیده‌اند با اثبات مالیت برای حق جلوت، مبنایی فقهی و حقوقی برای آن فراهم آورند. در همین راستا، برای تبیین جایگاه فقهی این حق، به قواعدی همچون احترام، لاضرر و تسلیط استناد کرده‌اند (بنسبردی و دیگران، ۱۳۹۸، صص. ۱۳۵-۱۳۹) که به‌منظور رعایت اختصار، از شرح تفصیلی آن‌ها خودداری می‌کنیم.

۲-۱-۳- مفهوم تبلیغات خلاف واقع

آیین‌نامه اجرایی ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، تبلیغات خلاف واقع را این‌گونه تعریف کرده است: «تبلیغ حاوی اطلاعات نادرست که موجب فریب یا اشتباه

1. Publicity

مصرف‌کننده کالا و خدمات شود». با توجه به به روشن بودن معنای اصطلاحات مذکور در نزد عرف، به نظر می‌رسد نیازی به ارائه توضیح بیشتر وجود ندارد.

۲-۲- مفهوم مسئولیت مدنی و ارکان آن در فقه و حقوق

۲-۲-۱- مفهوم مسئولیت مدنی و ضمان قهری

نظریه مسئولیت مدنی در پی پاسخ به این پرسش است که تحت چه شرایطی فرد زیان‌دیده حق دارد جبران خسارت ناشی از آسیب به بدن، سلامتی، احساسات، حیثیت، اعتبار شخصی و خانوادگی، اموال و حقوق مالی خود را از عامل زیان مطالبه نماید. به بیان دیگر، مسئولیت مدنی در اصطلاح حقوقی، تعهد به جبران خسارت است (حکمت‌نیا، ۱۴۰۱، ص. ۲۷). در فقه امامیه، معادل اصطلاح «مسئولیت مدنی»، مفهوم «ضمان» به کار رفته است. «ضمان» در لغت به معنای عهده‌دار گشتن (جوهری، ۱۴۱۰ق، ج ۶، ص. ۲۱۵۵)، شامل شدن و ملتزم شدن (طریحی، ۱۳۷۵، ج ۶، ص. ۲۷۵) آمده و در اصطلاح فقهی، به معنای تعهد و اثبات چیزی در ذمه است (مشکینی، ۱۴۳۴ق، ص. ۳۵۰). اصطلاح «ضمان قهری» در فقه امامیه به‌طور گسترده برای اشاره به معنای مسئولیت مدنی مورد استفاده قرار می‌گیرد (خمینی، ۱۴۲۱ق، ج ۱، ص. ۴۷۳).

مطرح‌ترین مبانی مسئولیت مدنی از دیدگاه حقوق‌دانان، تقصیر و خطر است. نظریه تقصیر، مسئولیت را منوط به اثبات تقصیر واردکننده زیان می‌داند (کاتوزیان، ۱۳۹۹، ج ۱، ص. ۱۸۵) که با انتقاداتی از جمله دشواری اثبات تقصیر برای مصرف‌کنندگان مواجه است. نظریه خطر، صرف ایجاد خطر و انتساب آن به فعل مسئول را موجب مسئولیت می‌داند (کاتوزیان، ۱۳۹۹، ج ۱، ص. ۱۸۵). تعارض با اصل آزادی فعالیت‌های مشروع، از اشکالات وارد بر این نظریه است.

برخی پژوهشگران، با بررسی مبانی فقه امامیه، تقصیر و خطر را مبانی مناسبی برای مسئولیت مدنی ندانسته و اسناد میان فعل و زیان را مقتضی مسئولیت می‌دانند (حکمت‌نیا، ۱۴۰۱، صص. ۱۲۶-۱۲۷). چالش این نظریه پیچیدگی اثبات استناد ضرر به فعل زیان‌بار - خصوصاً برای مصرف‌کنندگان - است. در تبلیغات خلاف واقع سلب‌ریتی‌ها، فعل و ضرر معمولاً محرز است و نکته اصلی، احراز رابطه استنادی بین تبلیغات و ضرر است.

۲-۲-۲- مبانی فقهی مسئولیت مدنی: قواعد غرور، اتلاف و تسبیب

در فقه اسلامی، مبانی متعددی برای مسئولیت مدنی وجود دارد که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به قواعد فقهی غرور، اتلاف و تسبیب اشاره نمود. این قواعد، چهارچوب‌های نظری برای تبیین مسئولیت اشخاص در قبال خسارات وارده به دیگران، ازجمله مسئولیت سلبریتی‌ها در تبلیغات خلاف واقع، ارائه می‌دهند. قاعده غرور، مسئولیت را در موارد فریبکاری تبیین می‌کند. بر اساس این قاعده، اگر شخصی با فریب، موجب ورود زیان به دیگری شود، ملزم به جبران خسارت خواهد بود و فرد مغرور حق دارد به غار رجوع کند (بجنوردی، ۱۴۱۹ق، ج ۱، ص. ۲۶۹). مسئولیت غار با توجه به علم یا جهل غار و مغرور به فریب متفاوت می‌شود. در بحث تبلیغات سلبریتی‌ها، قاعده غرور می‌تواند مبنای مسئولیت سلبریتی در قبال تبلیغات خلاف واقعی باشد که با فریب مخاطبان، موجب ورود خسارت به آنان می‌گردد. قاعده اتلاف، از قواعد بنیادین فقهی در حوزه مسئولیت مدنی است که بر لزوم جبران خسارت ناشی از تلف مال غیر تاکید دارد. بر اساس این قاعده، هر شخصی که مال دیگری را بدون رضایت وی تلف نماید، ضامن جبران خسارت از طریق پرداخت مثل یا قیمت آن مال خواهد بود (بجنوردی، ۱۴۱۹ق، ج ۲، ص. ۳۱). اتلاف، اعم از آنکه به‌صورت مستقیم (مباشرت) یا غیرمستقیم (تسبیب) انجام شود، موجب مسئولیت است. تبلیغات خلاف واقع سلبریتی‌ها، می‌تواند منجر به «تلف مال» مصرف‌کنندگان از طریق ایجاد قصد خرید کالاهای بی‌کیفیت یا تقلبی شود، و قاعده اتلاف، مبنای فقهی مسئولیت سلبریتی در این موارد را فراهم می‌سازد. قاعده تسبیب، به‌طور خاص بر ضمان شخصی دلالت دارد که به‌صورت غیرمستقیم سبب تلف مال دیگری می‌گردد (ایروانی، ۱۴۲۶ق، ج ۲، ص. ۱۶۰). برای تحقق مسئولیت مدنی بر اساس اتلاف و تسبیب، فعل زیان‌بار، ضرر و رابطه سببی بین آن دو لازم است.

تبلیغات سلبریتی‌ها، به‌عنوان یک عامل غیرمستقیم، می‌تواند سبب وقوع مصرف‌کنندگان در خسارت اقتصادی شود و در نتیجه، قاعده تسبیب نیز می‌تواند به‌عنوان مبنای مسئولیت سلبریتی‌ها در تبلیغات خلاف واقع مورد استناد قرار گیرد. در مبحث تحلیل فقهی، قواعد غرور، اتلاف و تسبیب، همراه با شرایط تحقق آن‌ها، به‌صورت تفصیلی بررسی خواهد شد.

۲-۳- چهارچوب قانونی تبلیغات و مسئولیت‌های مرتبط در حقوق ایران

قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ایران، به‌عنوان مهم‌ترین قانون در زمینه حمایت از این گروه، به‌طورخاص به موضوع تبلیغات خلاف واقع پرداخته است. در ماده ۷ این قانون، آمده است: «تبلیغات خلاف واقع و ارائه اطلاعات نادرست که موجب فریب یا اشتباه مصرف‌کننده از جمله از طریق وسائل ارتباط جمعی و... شود ممنوع می‌باشد». آیین‌نامه اجرایی این ماده نیز ۱۷ مصداق تبلیغات خلاف واقع-از قبیل استفاده از مطالب گمراه‌کننده یا غیرمجاز، عدم ارائه اطلاعات دقیق، فعل یا ترک فعل موجب فریب مخاطب- را برشمرده است. این ماده، مبنای قانونی ممنوعیت تبلیغات خلاف واقع و مسئولیت تبلیغ‌کنندگان، ازجمله سلبریتی‌ها، در حقوق ایران را تشکیل می‌دهد. قانون مسئولیت مدنی ایران، به‌طورکلی به مبحث مسئولیت مدنی و جبران خسارت ناشی از فعل زیان‌بار می‌پردازد. اگرچه این قانون به‌طورخاص به مسئولیت تبلیغ‌کنندگان نپرداخته است؛ اما اصول کلی آن - خصوصاً ماده ۱- می‌تواند برای تبیین مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها استفاده شود. در خصوص تبلیغات «مواد دارویی، خوراکی، آشامیدنی، آرایشی، بهداشتی، تجهیزات پزشکی و امور پزشکی»، بر اساس بند ب ماده ۳ قانون نظام پزشکی، سازمان نظام پزشکی دستورالعملی در ۵۰ ماده تدوین نموده است. در ماده ۴ انجام هرگونه تبلیغات در خصوص موضوعات نامبرده منوط اخذ مجوز از سازمان نظام پزشکی شده است. هرچند دستورالعمل مذکور غالباً به شرح وظائف افراد و دستگاه‌های مسئول پرداخته، ولی ضمانت اجرای مدنی و کیفری- تخلف از مواد این دستورالعمل مشخص نیست.

علاوه‌براین، قوانین دیگری نیز به‌طورغیرمستقیم به موضوع تبلیغات تجاری و مسئولیت‌های مرتبط با آن در حوزه‌های تخصصی اشاره دارند، ازجمله مواد ۵۰ الی ۵۷ قانون تجارت الکترونیکی، ماده ۱ قانون تشدید مجازات مرتکبان ارتشا و اختلاس و کلاهبرداری، قانون جرایم رایانه‌ای و قانون نظام صنفی. کاوش در سامانه ملی آرای قضایی، آراء وحدت رویه و نظریات مشورتی قوه قضائیه نشان می‌دهد مستندات قضایی مدون و قابل اتکایی در خصوص مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها و افراد مشهور در دسترس نیست.

۲-۴- جایگاه اخلاقی و اجتماعی اعتماد عمومی به سلبریتی‌ها و ارتباط آن با مسئولیت

اعتماد عمومی به سلبریتی‌ها، سرمایه‌ای اجتماعی ارزشمند است که سلبریتی‌ها از طریق فعالیت‌های هنری، ورزشی یا اجتماعی خود کسب می‌کنند. بر اساس پژوهش‌ها، این اعتماد، مبنای اصلی تأثیرگذاری سلبریتی‌ها بر افکار عمومی و رفتار مصرف‌کنندگان است (عباسی، ۱۴۰۰، صص. ۱۲-۱۳). با توجه به این جایگاه ویژه و قدرت تأثیرگذاری، سلبریتی‌ها مسئولیت سنگینی در قبال جامعه و مخاطبان خود بر عهده دارند. آنها به دلیل نفوذ و محبوبیتی که دارند، الگوی رفتاری برای بخش قابل‌توجهی از جامعه، به‌ویژه جوانان محسوب می‌شوند. سلبریتی‌ها صرفاً مشوق یا تأییدکننده محصولات نیستند بلکه می‌توانند به تجسمی از مخاطب و هویت او تبدیل شوند. مطالعات نشان می‌دهد گرایش به سلبریتی‌ها ناشی از روابط فرااجتماعی^۱، هم‌ذات‌پنداری و پرستش است و دنبال کردن صفحات آنها با سن، تحصیلات و طبقه اجتماعی مرتبط است (آبیدین، ۱۳۹۸، ص. ۲۷؛ سلیمانی و دیگران، ۱۴۰۱، ص. ۳۴۱). از منظر اخلاقی، سلبریتی‌ها وظیفه دارند از این جایگاه برای ترویج ارزش‌های مثبت در جامعه استفاده کنند و از هرگونه اقدامی که منجر به آسیب به مخاطبان شود، اجتناب نمایند. تبلیغات خلاف واقع، مصداق بارز رفتارهای غیرمسئولانه و مغایر با وظایف اخلاقی سلبریتی‌ها در قبال مخاطبان است و می‌تواند پیامدهای زیان‌باری برای اقتصاد و فرهنگ جامعه به دنبال داشته باشد و اعتماد عمومی را مخدوش سازد. پژوهش‌های متعدد و داده‌های آماری گویای این است که هر چه میزان اعتماد عمومی به سلبریتی بیشتر باشد، احتمال تأثیرگذاری تبلیغات وی بر قصد خرید مصرف‌کنندگان افزایش می‌یابد (مردانه و دیگران، ۱۴۰۲، ص. ۱۰۲؛ زاهدی و دیگران، ۱۳۹۹، ص. ۳۶۲؛ عباسی، ۱۴۰۰، صص. ۷۳-۷۷). عوامل مؤثر در اعتماد به سلبریتی‌ها شامل استفاده از ابزارهای قوی ارتباطی، کسب محبوبیت از طریق آثار هنری، میل به الگوگیری، بهره‌مندی از رسانه‌ها و ضعف سواد رسانه‌ای است (سلیمانی و دیگران، ۱۴۰۱، صص. ۲۶۳-۳۶۷).

۱. تعامل مداوم و همانندسازی دنبال‌کنندگان با سلبریتی رسانه اجتماعی، رابطه فرااجتماعی گفته می‌شود (مردانه و دیگران، ۱۴۰۲، ص. ۹۰).

این ارتباط مستقیم بین اعتماد عمومی و تأثیرگذاری تبلیغات، مبنای استدلال برای مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها در قبال تبلیغات خلاف واقع را تقویت می‌کند؛ بنابراین سلبریتی‌ها به دلیل جایگاه اجتماعی موثر و بهره‌مندی از اعتماد عمومی، مسئولیت مضاعفی در قبال صحت و اعتبار تبلیغات خود بر عهده دارند.

این امر ضرورت بازنگری در انواع تأثیرگذاری سلبریتی‌ها و توجه به احتمال گمراهی مصرف‌کننده را در فرایند تدوین مقررات مسئولیت مدنی تبلیغ‌کنندگان برجسته می‌سازد.

۳- نقش و مسئولیت عملی سلبریتی‌ها در تبلیغات تجاری و انواع همکاری‌های آنان

شناخت دقیق نقش و جایگاه سلبریتی‌ها در فرایند تبلیغات، پیش‌زمینه ضروری برای تحلیل مسئولیت حقوقی و اخلاقی آنان در قبال تبلیغات خلاف واقع است. سلبریتی‌ها امروزه به عنوان یکی از ارکان اصلی صنعت تبلیغات شناخته می‌شوند و نقش‌های متنوعی را در این عرصه ایفا می‌کنند. تبلیغات سلبریتی‌ها به دو صورت مستقیم (تبلیغ آشکار) و غیرمستقیم (حضور مستتر در ارتباط با برند) انجام می‌شود (آبیدین، ۱۳۹۸، ص. ۲۷؛ سلیمان و دیگران، ۱۴۰۱، ص. ۳۴۱). این نقش‌ها را می‌توان به طور کلی در موارد زیر دسته‌بندی نمود:

۳-۱- نقش‌های سلبریتی‌ها در تبلیغات تجاری

سلبریتی‌ها در تبلیغات نقش‌های متعددی ایفا می‌کنند که با توجه به سطح تأثیرگذاری هر یک، نوع خاصی از مسئولیت را به همراه دارد. هرچه نقش سلبریتی در تبلیغات تجاری بیشتر باشد، شرایط برای استناد عرفی خسارت و در نتیجه احراز ارکان مسئولیت مدنی آسان‌تر می‌گردد. مهم‌ترین نقش‌های سلبریتی‌ها در تبلیغات تجاری - صرف‌نظر از بستری که تبلیغات در آن صورت می‌گیرد - عبارت‌اند از:

- سفیر برند^۱: سلبریتی به عنوان نماینده رسمی یک برند یا شرکت انتخاب می‌شود و به طور بلندمدت و مستمر در تبلیغات و فعالیت‌های بازاریابی آن برند حضور پیدا می‌کند و به معرفی

1. Brand Ambassador

و ترویج برند می‌پردازد. مسئولیت سفیر برند در قبال تبلیغات خلاف واقع به دلیل تعهد بلند مدت و ارتباط تنگاتنگ وی با برند بسیار سنگین‌تر از انواع دیگر همکاری است.

- **چهره تبلیغاتی^۱:** سلبریتی به عنوان چهره تبلیغاتی، به صورت موردی یا پروژه‌ای برای تبلیغ انتخاب می‌شود و لزوماً ارتباط عمیقی با ارزش‌های برند نداشته و ممکن است هم‌زمان برای چند برند فعالیت کند. در این حالت، همکاری سلبریتی با برند معمولاً کوتاه‌مدت و محدود به یک کارزار تبلیغاتی مشخص است. تعهدات حقوقی وی اگرچه کمتر از سفیر برند است؛ اما مطابق با حد تأثیرگذاری‌اش بر مصرف‌کننده مسئولیت وی شایان بررسی است.

- **تأییدکننده محصول^۲:** سلبریتی با هدف جلب اطمینان و افزایش رغبت مخاطب به تهیه محصول، به عنوان یک مصرف‌کننده فرضی یا واقعی، محصول یا خدمتی را تأیید و توصیه می‌کند. تأیید سلبریتی می‌تواند به صورت آشکار (تبلیغات مستقیم) یا پنهان (تبلیغات غیرمستقیم در شبکه‌های اجتماعی) باشد.

- **حضور افتخاری^۳:** سلبریتی به عنوان یک مهمان افتخاری در تبلیغ یا کارزار تبلیغاتی حضور پیدا می‌کند و نقش فعالی در معرفی یا ترویج ایفا نمی‌کند. اگرچه مسئولیت سلبریتی در این نوع تبلیغات محدودتر از نقش‌های دیگر است؛ اما در صورت آگاهی او از تخلفات، زمینه برای مسئولیت وی فراهم می‌گردد (Grigaliūnaitė & Pilelienė, 2015, pp. 810-815).

۳-۲- انواع همکاری‌های سلبریتی‌ها با برندها

تشخیص نوع همکاری سلبریتی با برند نقش تعیین‌کننده‌ای در دامنه مسئولیت مدنی او دارد. قراردادی یا غیرقراردادی بودن مسئولیت سلبریتی، و در فرض غیرقراردادی بودن، میزان مسئولیت و امکان استناد خسارت به وی، همگی به نحوه تعامل او با برند وابسته است. انواع همکاری سلبریتی‌ها با برندها را می‌توان به چهار دسته تقسیم کرد:

- **تبلیغات مستقیم:** سلبریتی به موجب یک قرارداد رسمی با برند یا شرکت تبلیغاتی، متعهد

1. Spokesperson
2. Product Endorser
3. Cameo Appearance

به انجام فعالیت‌های تبلیغاتی مشخصی در ازای دریافت دستمزد می‌شود. این قرارداد معمولاً شامل بندهایی درباره نوع محتوا، مدت همکاری، تعهدات طرفین و ضمانت اجرای تخلف از قرارداد است. چهارچوب حقوقی چنین قراردادهایی مسئولیت سلبریتی را در قبال تبلیغات خلاف واقع و الزامات قانونی حمایت از مصرف‌کننده تعیین می‌کند. در این حالت، سلبریتی به عنوان تبلیغ‌کننده مسئول صحت ادعاهای تبلیغاتی است؛ به عنوان مثال، اگر تبلیغ شامل اطلاعات خلاف واقع باشد، ممکن است مسئولیت مدنی مستقیم داشته باشد.

• **تبلیغات غیررسمی و پنهان:** در تبلیغات غیررسمی (مانند تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی بدون افشای رابطه مالی بین سلبریتی و صاحب برند)، مسئولیت ممکن است پیچیده‌تر باشد. دلیل این پیچیدگی آن است که مخاطبان تصور می‌کنند که سلبریتی صرفاً از محصول به عنوان یک مصرف‌کننده رضایت دارد، نه اینکه در ازای تبلیغ، وجهی دریافت کرده است. این عدم شفافیت چه‌بسا موجب فریب مصرف‌کنندگان شود. پیشنهاد می‌شود این نوع از فریب مصرف‌کنندگان نیز به عنوان شکلی از تبلیغات گمراه‌کننده شناخته شود و برای آن جرایم مالی یا مسئولیت حقوقی در نظر گرفته شود.

• **درصدی از فروش:** سلبریتی به جای دریافت دستمزد ثابت، درصدی از فروش محصولات یا خدمات تبلیغ‌شده را به عنوان دستمزد دریافت می‌کند. این امر ممکن است مسئولیت او را تشدید کند؛ زیرا او نه تنها تبلیغ‌کننده بلکه ذی‌نفع مالی در فروش محصول بوده و چه‌بسا به عنوان شریک اقتصادی در موفقیت محصول به شمار آید.

• **سرمایه‌گذاری مشترک:** سلبریتی علاوه بر تبلیغ برند، به عنوان یک سرمایه‌گذار نیز در شرکت یا برند مورد نظر مشارکت می‌کند. سرمایه‌گذاری مشترک، سطح مسئولیت سلبریتی را به طور قابل توجهی افزایش می‌دهد؛ زیرا وی به عنوان شریک تجاری برند و صاحب کسب و کار تلقی می‌شود و در قبال کیفیت محصول، تعهدات شرکت و خسارت‌های احتمالی به مصرف‌کنندگان مسئولیت دارد. همچنین، در صورت تخلف تبلیغاتی، علاوه بر مسئولیت مدنی، امکان مسئولیت قراردادی نیز مطرح می‌شود.

با توجه به تأثیر نوع قرارداد همکاری سلبریتی، بر میزان مسئولیت وی، شفاف‌سازی قرارداد امری ضروری محسوب می‌شود. همچنین، الزام به افشای رابطه مالی در تبلیغات

شبکه‌های اجتماعی باید به‌عنوان بخشی از مقررات تبلیغاتی تعیین گردد تا از بروز رفتارهای فریبنده ممانعت به عمل آید. متأسفانه عدم وجود نهاد نظارتی مستقل با ترکیب تخصصی شامل حقوق‌دانان، کارشناسان تبلیغات و نمایندگان مصرف‌کنندگان که به‌طورمستمر تبلیغات سلبریتی‌ها را رصد کرده و از انتشار موارد غیرمجاز جلوگیری کند موجب تضییق حقوق مصرف‌کنندگان شده است. سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و ساترا می‌توانند در این زمینه ایفای نقش کنند.

۳-۳- عوامل موثر بر مسئولیت عملی سلبریتی‌ها در تبلیغات

مهم‌ترین عوامل موثر بر مسئولیت عملی سلبریتی‌ها در تبلیغات عبارت‌اند از:

- میزان آگاهی سلبریتی از محتوای تبلیغ: بین میزان آگاهی سلبریتی از محتوای تبلیغ و سطح مسئولیت وی ارتباط تنگاتنگی وجود دارد. اگر سلبریتی با علم به خلاف واقع بودن تبلیغ، در آن مشارکت کند، مسئولیت حقوقی سنگین‌تری خواهد داشت.
- نقش و جایگاه سلبریتی در تبلیغ: نقش و جایگاه سلبریتی در تبلیغ، از جمله سفیر برند، چهره تبلیغاتی، تأییدکننده محصول یا حضور افتخاری، بر میزان مسئولیت وی تأثیرگذار است. سفیران برند و چهره‌های تبلیغاتی، به‌دلیل تعهد بلندمدت خود، مسئولیت بیشتری در قبال تبلیغات خلاف واقع بر عهده دارند.
- نوع و ماهیت محصول یا خدمت تبلیغ شده: نوع محصول یا خدمت تبلیغ‌شده، به‌ویژه محصولاتی که با سلامت و ایمنی مصرف‌کنندگان مرتبط هستند، بر میزان مسئولیت سلبریتی تأثیرگذار است. تبلیغ خلاف واقع در مورد محصولات دارویی، غذایی، بهداشتی و سایر محصولات حساس، مسئولیت سنگین‌تری را برای سلبریتی به همراه دارد.
- نوع مخاطبان و میزان تأثیرگذاری تبلیغ بر آنها: هر چه تبلیغ، گمراه‌کننده‌تر و تأثیرگذارتر باشد و احتمال ورود خسارت به مصرف‌کنندگان را افزایش دهد، مسئولیت سلبریتی نیز بیشتر خواهد بود. اگر مخاطبان اقشار ضعیفی مانند کودکان، سالمندان یا بیماران خاص باشند نوع مسئولیت متفاوت است.
- قوانین و مقررات تبلیغاتی: قوانین و مقررات تبلیغاتی حاکم بر هر کشور، چهارچوب قانونی مسئولیت تبلیغات سلبریتی‌ها را تعیین می‌کنند. رعایت قوانین و مقررات تبلیغاتی،

ازجمله قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در ایران، ازجمله وظایف سلبریتی‌ها در تبلیغات تجاری است.

۴- تحلیل فقهی مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها در تبلیغات خلاف واقع

تبلیغات خلاف واقع سلبریتی‌ها ممکن است منجر به زیان مصرف‌کنندگان شود. تحلیل فقهی این موضوع با توجه به اصول و قواعد حقوق اسلامی، می‌تواند به تعیین نظام قانونی مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها کمک کند.

۴-۱- ادله فقهی مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها

برای اثبات مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها در تبلیغات خلاف واقع، می‌توان به ادله فقهی زیر استناد کرد:

۴-۱-۱- قاعده غرور

قاعده غرور یکی از ادله مورد استناد برای مسئولیت مدنی سلبریتی‌هاست. بر اساس این قاعده که مورد اتفاق فقهاست (انصاری، ۱۴۱۵ق، ج ۳، ص. ۴۹۹)، هرگاه شخصی با فریب دادن دیگری، موجب ورود زیان به او شود، ضامن جبران خسارت وارده خواهد بود و شخص فریب‌خورده (مغرور) حق رجوع به فریب‌دهنده (غار) را دارد (بجنوردی، ۱۴۱۹ق، ج ۱، ص. ۲۶۹). چنانچه سلبریتی‌ها آگاهانه به تبلیغ محصولات بی‌پروا کنند که از نظر قانونی یا شرعی غیرمجاز باشند و مصرف‌کننده با اعتماد به این تبلیغات، فریب خورده و متحمل خسارت شود، مطالبه خسارت از سلبریتی بر اساس قاعده غرور موجه خواهد بود؛ برای مثال، اگر سلبریتی عامدانه کالای تقلبی را به‌عنوان کالای اصلی تبلیغ کند، مسئول خواهد بود. مزیت این قاعده آن است که حتی اگر مصرف‌کننده پیش از تحقق کامل خسارت متوجه فریب شود، همچنان حق رجوع به غار را دارد. در ذیل به ابعاد مختلف استناد به قاعده غرور در ارتباط با مسئولیت سلبریتی‌ها می‌پردازیم.

تنها به عنوان علت مُعد و زمینه ساز ورود به معامله عمل می کند.

بر اساس ادله فقهی این قاعده (فاضل لنکرانی، ۱۴۱۶ق، ص. ۲۱۷) می توان نتیجه گرفت که اگر تبلیغات سلبریتی به گونه ای باشد که نوع مردم با مشاهده آن فریب بخورند و به طور معمول تحریک به تهیه کالا شوند (مانند حالت الف)، به طوری که اسناد عرفی برقرار شود، رجوع به سلبریتی بر اساس قاعده غرور بجاست.

۴-۱-۱-۳- جهل غار به موضوع غرور

اختلاف نظر وجود دارد در مورد اینکه آیا قاعده غرور در صورتی که شخص جاهلانه موجب فریب دیگری شود (مثلاً سلبریتی با جهل به غیرمجاز بودن محصول، آن را تبلیغ کند)، جاری می شود یا خیر؟ برخی فقها معتقدند اطلاق عنوان «غار» بر فرد جاهل صحیح است و قاعده غرور هم شامل غار عالم و هم غار جاهل می شود (بجنوردی، ۱۴۱۹ق، ج ۱، ص. ۲۷۸؛ حسینی مراغی، ۱۴۱۷ق، ج ۲، ص. ۴۴۱). سید در حاشیه بر مکاسب بر ضمان غار، چه عالم و چه جاهل، تصریح می کند (یزدی، ۱۴۱۰، ج ۱، ص. ۱۷۹). استدلال قائلان به شمول قاعده بر غار جاهل این است که نه تنها در کتب لغت قید «علم» در مفهوم غرور اخذ نشده بلکه در متون لغوی و نصوص شرعی نیز مواردی وجود دارد که غرور درباره جاهل استعمال شده است (فیومی، بی تا، ج ۲، ص. ۴۴۵). استناد غار بودن به دنیا در قرآن نیز (سوره اعراف: آیه ۵۱) مؤید این مطلب است. برخی حقوق دانان با خلط بین «قصد» و «علم» در صدد اثبات این دیدگاه برآمده اند (محقق داماد، ۱۴۰۶ق، ص. ۱۷۱).

در پاسخ به این استدلال، گفته می شود که استعمال، اعم از حقیقت است و نمی توان آن را علامت وضع لفظ بر معنا دانست (آخوند خراسانی، ۱۴۰۹ق، ج ۱، ص. ۳۱). در مثال مذکور، استعمال غرور درباره دنیا، مجازی است. مفسرین قرآن کریم نیز این مطلب را تأیید می کنند و معتقدند دنیا وسیله فریب است، نه فاعل آن (جوادی آملی، ۱۳۷۷).

با رجوع به عرف و لغت، مشخص می شود که «غرور» با «تدلیس» و «خدعه» مفهوم واحدی دارد و از آنجاکه در دو واژه اخیر قید علم اخذ شده (ابن فارس، ۱۴۰۴ق، ج ۲، ص. ۷۱)، در غرور نیز قید علم مأخوذ است؛ بنابراین، همان طور که برخی فقها فرموده اند، جریان قاعده غرور نسبت به غار جاهل، مشروط به اثبات اعم بودن غرور از علم و جهل، و همچنین تفاوت

مفهوم غرور با تدلیس و خدعه است که اثبات این دو دشوار است (خمينی، ۱۴۲۱ق، ج ۲). سیره عقلا نیز رجوع به غار جاهل را تأیید نمی‌کند. وجود قوانین مسئولیت محض یا خطر در برخی کشورها نیز لزوماً نشانگر سیره عقلای عالم در رجوع مغرور به غار جاهل نیست. علاوه بر این، روایاتی که قاعده از آنها برداشت شده،^۱ صرفاً دال بر رجوع به غار در فرض عالم بودن اوست. عبارت «المغرور يرجع الى من غره» روایت نیست (خویی، ۱۳۷۷، ج ۴، ص. ۳۵۳)، تا در موارد مشکوک به اطلاق آن تمسک شود. چنانچه مدرک قاعده را سیره عقلا بدانیم (فاضل لنکرانی، ۱۴۱۶ق، ص. ۲۲۲)، باید به قدر متیقن (صورت علم غار) اکتفا کرد؛ بنابراین در موارد جهل سلبریتی به خلاف واقع بودن تبلیغات، نمی‌توان از باب قاعده غرور وی را مسئول خسارات دانست، مگر اینکه مانند برخی فقها (حلی، ۱۴۰۷ق، ص. ۲۹۳) و حقوق دانان (محقق داماد، ۱۴۰۶ق، ص. ۱۷۱) قاعده غرور را مستند به ادله ضمان سبب بدانیم؛ البته انتقای رجوع بر اساس غرور، مانع از رجوع بر اساس ادله دیگر نمی‌شود. از آنجاکه به قاعده غرور در قوانین ایران تصریح نشده، بررسی مسئولیت سلبریتی جاهل بر اساس قواعد اتلاف و تسبیب موجه‌تر است.

۴-۱-۲. قاعده غنم

تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان، تبلیغات تجاری را نه به‌عنوان هزینه بلکه به مثابه سرمایه‌گذاری تلقی می‌کنند. در این میان، سلبریتی‌ها و چهره‌های مشهور رسانه‌ای نیز از تبلیغات، منافع قابل‌توجهی کسب می‌کنند و چه‌بسا آن را به شغل دوم یا حتی شغل اصلی خود تبدیل کرده‌اند. برخی محققان با استناد به قاعده فقهی «مَنْ لَهُ الْغَنَمُ فَعَلَيْهِ الْغَرَمُ»، که از آن به قاعده ملازمه نفع-مخاطره نیز تعبیر شده است (کریبی و دیگران، ۱۳۹۷، ص. ۲۳۸)، معتقدند چون این افراد از تبلیغات منتفع می‌شوند، باید در برابر خسارات ناشی از آن نیز مسئول باشند (میرشکاری و ملکی، ۱۴۰۱، ص. ۲۲۲).

قاعده «مَنْ لَهُ الْغَنَمُ فَعَلَيْهِ الْغَرَمُ» معانی متعددی دارد (مکارم شیرازی، ۱۴۱۱ق، ج ۲، ص. ۳۰۳).

۱. مانند روایت ذیل: «عَنْ أَبِي جَعْفَرٍ قَالَ: فِي رَجُلٍ تَزَوَّجَ امْرَأَةً مِنْ وَلِيِّهَا فَوَجَدَ بِهَا عَيْبًا بَعْدَ مَا دَخَلَ بِهَا قَالَ فَقَالَ إِذَا دَلَّسْتَ الْعَفْلَاءَ وَ... فَإِنَّهَا تُرَدُّ عَلَى أَهْلِهَا مِنْ غَيْرِ طَلَاقٍ وَ يَأْخُذُ الزَّوْجُ الْمَهْرَ مِنْ وَلِيِّهَا الَّذِي كَانَ دَلَّسَهَا فَإِنْ لَمْ يَكُنْ وَلِيُّهَا عَلِمَ بِشَيْءٍ مِنْ ذَلِكَ فَلَا شَيْءَ عَلَيْهِ» (کلینی، ۱۴۲۹ق، ج ۵، ص. ۴۰۸).

یکی از معانی رایج این قاعده، تلازم بین نفع و ضرر است؛ به این معنا که هرگاه شرعاً منافع حاصل از مال یا عملی برای شخصی باشد، تحمل خسارت، مشقت یا تکالیف احتمالی و به‌طور کلی مخاطرات حاصل از آن مال یا عمل نیز بر همان شخص خواهد بود (مصطفوی، ۱۴۲۱ق، ص. ۲۸۴؛ کریمی و دیگران، ۱۳۹۷، ص. ۲۳۹). استنادکنندگان به قاعده غنم در خصوص مسئولیت افراد مشهور، بر این باورند که چون سلبریتی از تبلیغات منتفع می‌شود، خسارات ناشی از تبلیغات غیرمجاز نیز متوجه اوست و باید غرامت آن را جبران کند. به‌نظر می‌رسد استناد به این قاعده برای توجیه مسئولیت سلبریتی‌ها با اشکالات متعددی مواجه است:

الف. عدم استناد روایی و عدم شهرت فقهی: معنای مورد نظر از قاعده غنم، نه تنها در روایات ذکر نشده بلکه مشهور فقهای امامیه اشاره‌ای به آن نکرده‌اند (انصاری، ۱۴۱۵ق، ج ۱، ص. ۲۰۳؛ مصطفوی، ۱۴۲۱ق، ص. ۲۸۴). درواقع، مستندات این قاعده بیشتر در روابط قراردادی و در مقام بیان رابطه مالکیت و مسئولیت است، نه مسئولیت مدنی ناشی از افعال زیان‌بار. به‌عبارت‌دیگر، ادله این قاعده-روایات و استقراء- ناظر به کسی است که مالک مالی است و منافع و مضار آن به او برمی‌گردد، نه کسی که به‌واسطه فعلی (مانند تبلیغ) منفعتی کسب می‌کند. تعدی از موضوع ادله قاعده به مواردی مانند عمل انسان، غصب و به‌طور کلی ضمان غیرقراردادی، نیازمند احراز مناط اطمینانی از ادله بوده که دشوار به نظر می‌رسد. ب. عدم قوت قاعده در تخصیص ارکان مسئولیت مدنی: ادله قاعده غنم به‌اندازه‌ای قوت و توسعه ندارد که بتواند ارکان سه‌گانه مسئولیت مدنی (وجود فعل زیان‌بار، ورود ضرر، و رابطه سببیت بین فعل و ضرر) را تخصیص زند. اگرچه بر مبنای نظریه خطر، اثبات وقوع ضرر و ارتباط آن با فعل شخص برای مطالبه خسارت کافی است (جوان، ۱۳۳۶، ج ۱، ص. ۲۹۲) ولی در حقوق اسلامی استناد عرفی خسارت با ضرر باید اثبات شود و هر نوع رابطه‌ای- مانند رابطه انتفاعی- بین ضرر و فعل کفایت نمی‌کند؛ برای مثال، اگر سلبریتی محصولی را تبلیغ کند و بعداً مشخص شود که محصول دارای نقص پنهانی بوده که او از آن بی‌اطلاع بوده و ربطی به تبلیغات او ندارد، صرف انتفاع او از تبلیغات نمی‌تواند موجب مسئولیتش شود. ج. ضعف مدرک قاعده و محدودیت به روابط قراردادی: قاعده غنم از نظر مستندات فقهی،

چندان قوی نیست (مکارم شیرازی، ۱۴۱۱، ج ۲، ص. ۳۰۹) و حتی در صورت پذیرش ادله آن، حداکثر می‌توان جریان این قاعده را در روابط قراردادی (مانند عقود مضاربه و مزارعه) اثبات کرد، نه در حوزه مسئولیت قهری.

بنابراین، استناد به قاعده غنم برای اثبات مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها در تبلیغات خلاف واقع، موجه به نظر نمی‌رسد؛ البته اگر نوع همکاری سلبریتی با برند، شراکت تجاری و سرمایه‌گذاری مشترک باشد، به دلیل وجود رابطه قراردادی، استناد به این قاعده دشوار نیست.

۴-۱-۳- قاعده اتلاف و تسبیب

بر اساس قاعده اتلاف که از پشتوانه سیره عقلاء برخوردار می‌باشد (خمینی، ۱۴۲۱ق، ج ۳، ص. ۱۲۹)، هر شخصی که مال دیگران را بدون رضایت‌شان اتلاف نماید ضامن مثل یا قیمت آن است. اتلاف به دو صورت محقق می‌شود: بالمباشره و بالتسبیب. قاعده تسبیب بر ضامن شخصی که غیرمستقیم سبب اتلاف مال دیگری می‌شود دلالت دارد (ایروانی، ۱۴۲۶ق، ج ۲، ص. ۱۶۰). به اعتقاد برخی قاعده تسبیب توسعه در موضوع قاعده اتلاف است نه قاعده‌ای مستقل (هاشمی شاهرودی، ۱۴۱۷ق، ص. ۱۴۱). برخی دیگر قاعده تسبیب را مستقل از اتلاف دانسته و معتقدند تسبیب در جایی است که بین عمل و خسارت، اراده فاعلی مختار واسطه شده باشد یا سبب اقوی از مباشر باشد (خمینی، ۱۴۱۸ق، ج ۲، ص. ۴۲۰؛ صدر، ۱۴۰۸ق، ج ۴، ص. ۳۲۷). به باور نگارندگان چون کلماتی مانند «مباشر» و «سبب» در روایات و دیگر ادله ضمان قهری موضوع حکم قرار نگرفته‌اند این اختلاف ثمره مهمی ندارد. مفهوم «متلف» هم شامل شخصی که به مباشرت و هم شخصی که به صورت غیرمستقیم سبب اتلاف شده می‌شود؛ بنابراین تفکیک بین مباشر و سبب در ماده ۳۳۲ قانون مدنی نابجاست و حتی در انتهای این ماده نیز معیار استناد عرفی پذیرفته شده است.

سلبریتی‌ها اگرچه غالباً به مباشرت موجب ضرر مصرف‌کننده نمی‌شوند؛ اما چنانچه تبلیغ‌شان اسباب اتلاف مال مصرف‌کننده را فراهم کند به نحوی که عرفاً عنوان «متلف» بر آنان صدق کند، مشمول قاعده هستند. چون مرجع در تطبیق مفاهیم بر مصادیق عرف است (حائری، ۱۴۱۸ق، ص. ۵۸۰)؛ بنابراین، مهم استناد عرفی زیان و وجود ارکان دیگر مسئولیت مدنی است. این مطلب را در بندهای بعدی بیشتر دنبال می‌کنیم.

۴-۲- ارکان مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها در تبلیغات خلاف واقع

در بررسی مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها، مشابه سایر مصادیق ضمان قهری، باید تحقق ارکان سه‌گانه مسئولیت مدنی یعنی وجود ضرر، فعل زیان‌بار و رابطه سببیت بین ضرر و فعل زیان‌بار (کاتوزیان، ۱۳۹۹، ج ۱، ص. ۲۳۹) - که ما از آن به استناد عرفی ضرر به فاعل تعبیر می‌کنیم - بررسی شود.

با فرض ورود ضرر به مصرف‌کننده از تبلیغات سلبریتی، رکن اول (وجود ضرر) مفروض است. در خصوص رکن دوم (فعل زیان‌بار)، اعم از اینکه فعل شخص به صورت مستقیم یا غیرمستقیم موجب زیان شود، این رکن محقق خواهد بود (صفایی و رحیمی، ۱۳۹۴، ص. ۱۴۸). بالاین‌حال، درباره «فعل زیان‌بار»، پرسش این است که آیا فعل ناشی از جهل نیز می‌تواند «فعل زیان‌بار» تلقی شود یا عنوان مذکور صرفاً شامل فعل آگاهانه می‌شود؟ به نظر می‌رسد علم، شرط اطلاق این عنوان نیست و عرف و عقل، فعل ناشی از ناآگاهی که منجر به زیان شده را نیز «فعل زیان‌بار» می‌دانند. بنابراین، حتی اگر سلبریتی ناآگاهانه به تبلیغات غیرمجاز اقدام کرده و زانی از آن ناشی شود، رکن دوم نیز محقق است.

محور اصلی بحث، رکن سوم یعنی استناد عرفی ضرر به فاعل است. باید تبیین شود که در چه مواردی بین تبلیغات سلبریتی و زیان، رابطه استناد عرفی وجود دارد. آیا پیش‌بینی خسارت‌بار بودن تبلیغات یا غیرمجاز بودن تبلیغات، رابطه استناد عرفی را برقرار می‌کند؟ برای پاسخ باید عناصر محتوایی و محیطی را در ساختار کلی مسئولیت مدنی ملاحظه نمود.

۴-۲-۱- بررسی رکن استناد عرفی خسارت در تبلیغات سلبریتی‌ها

اگرچه «استناد عرفی خسارت» صراحتاً در ادله نیامده، فقها در مسائلی مانند روشن کردن آتش در ملک شخصی و سرایت آن به ملک دیگران (مشابه تبلیغات سلبریتی‌ها) به آن پرداخته‌اند. منشأ اختلاف در ضمان، اختلاف در استناد عرفی خسارت به فعل مسئول است. فقها در ضمان روشن‌کننده آتش به سه عنصر توجه داشته‌اند (صاحب‌جواهر، ۱۴۰۴ق، ج ۳، صص. ۱۱۸-۱۲۱): محتوای فعل (تناسب مقدار آتش با نیاز)، شرایط محیطی (احتمال سرایت آتش) و آگاهی شخص به ورود ضرر. در تبلیغات سلبریتی‌ها نیز می‌توان این سه عنصر را بررسی کرد: محتوای تبلیغات (غیرمجاز بودن تبلیغات؛ اعم از خلاف واقع یا فقدان

مجوز)، شرایط محیطی (زیان‌بار بودن نوعی تبلیغات و قابلیت پیش‌بینی ضرر) و آگاهی شخص (ظن غالب یا اطمینان عرفی به احتمال ورود خسارت).

با توجه به ایجاب یا سلب این سه عامل، هشت حالت قابل تصور است:

الف. تبلیغات غیرمجاز است (اعم از اینکه خلاف واقع بوده یا مجوز نداشته باشد)، عرفاً بر این تبلیغات ضرر مترتب می‌شود، و شخص آگاهی (ظن غالب) دارد به خسارت بار بودن تبلیغات.

ب. تبلیغ غیرمجاز نیست، عدم ترتب عرفی ضرر، عدم گمان شخص به خسارت.

ج. تبلیغ غیرمجاز، ترتب عرفی ضرر، عدم گمان شخص به خسارت.

د. تبلیغ غیرمجاز، عدم ترتب عرفی ضرر، عدم گمان شخص به خسارت.

ه. تبلیغ غیرمجاز، عدم ترتب عرفی ضرر، آگاهی به خسارت.

ز. تبلیغ غیرمجاز نیست، عدم ترتب عرفی ضرر، آگاهی به خسارت.

ح. تبلیغ غیرمجاز نیست، ترتب عرفی ضرر، عدم گمان شخص به خسارت.

ط. تبلیغ غیرمجاز نیست، ترتب عرفی ضرر، آگاهی به خسارت.

حالت اول (تبلیغ غیرمجاز، ترتب عرفی ضرر، آگاهی شخص) به دلیل استناد عرفی خسارت به فاعل، بدون تردید موجب ضمان و در حالت دوم (تبلیغ مجاز، عدم ترتب عرفی ضرر، عدم گمان شخص به خسارت) دلیلی برای مسئولیت ندارد. در شش حالت باقی‌مانده، می‌توان متغیرهای «پیش‌بینی ترتب عرفی ضرر» و «گمان شخص به خسارت بار بودن فعل» را در هم ادغام کرد و معیار را «ظن نوعی به ترتب خسارت» محسوب نمود، چون اگر تبلیغات عرفاً موجب ضرر باشد، نوعاً گمان به خسارت حاصل می‌گردد اگرچه خود فرد تبلیغ‌کننده به دلیل غفلت اعتقاد نداشته باشد.

بنابراین، حالات به دو متغیر کاهش می‌یابند: ۱. غیرمجاز بودن تبلیغات (عامل محتوایی)؛

۲. ظن نوعی به خسارت بار بودن تبلیغات (عامل محیطی).

در خصوص کفایت عامل محتوایی و یا عامل محیطی برای تحقق مسئولیت مدنی، چهار

احتمال وجود دارد:

الف. کفایت عامل محتوایی؛ ب. کفایت عامل محیطی؛ ج. وجود هر دو عنصر با یکدیگر؛ د.

وجود هریک از این دو عنصر.

بررسی عبارت فقهای امامیه در مسئله سرایت آتش - مثابه نمونه‌ای از خسارت ناشی از فعل غیر- نشان می‌دهد که آنها ظن نوعی به ترتب خسارت (عامل محیطی) برای ضمان کافی دانسته‌اند و ضمان را منوط به عنصر محتوایی یا علم شخص نمی‌دانند (شهید ثانی، ۱۴۱۳ق، ج ۱۲، ص. ۱۶۷؛ صاحب جواهر، ۱۴۰۴ق، ج ۳۷، ص. ۶۱). بدین معنا که هرگاه ظن نوعی به ترتب خسارت بر عمل شخص وجود داشته باشد، عرفاً خسارت مستند به وی بوده و رابطه سببیت بین ضرر و فعل شخص محقق است. شهید ثانی در مسالك، ظن به تعدی آتش را شرط ضمان می‌داند (شهید ثانی، ۱۴۱۳ق، ج ۱۲، ص. ۱۵۵). دیدگاه ایشان مبنی بر عدم کفایت عنصر محتوایی به تنهایی برای ضمان، به دلیل مأذون بودن فعل شخص (روشن کردن آتش) است. امام خمینی نیز عامل محیطی را معیار قرار داده و بر ضمان در صورت وجود ظن به تعدی تصریح می‌کنند (خمینی، ۱۳۷۹، ج ۲، صص. ۱۸۲ و ۵۳۸). مواد ۳۵۳ و ۳۵۴ قانون مجازات اسلامی ۱۳۷۰ و ماده ۵۲۱ ق.م.ا ۱۳۹۲ نیز بر استناد عرفی خسارت تأکید دارند؛ بنابراین، ظاهر عبارات فقها و برخی مواد قانونی، کفایت عنصر محیطی (ظن نوعی به خسارت‌بار بودن تبلیغ) را برای ضمان نشان می‌دهد. چرا که با وجود این عنصر استناد عرفی محقق می‌شود؛ چه تبلیغات خلاف واقع باشد یا خیر، و چه سلبریتی ظن به ترتب خسارت بر تبلیغاتش داشته باشد یا خیر.

ظن نوعی به خسارت‌بار بودن تبلیغات ممکن است از عوامل متعددی مانند ناایمن یا ناسالم بودن کالا، سوءسابقه تولیدکننده و غیره ناشی شود. با این حال، معیار «پیش‌بینی عرفی ضرر» که برخی حقوق‌دانان پذیرفته‌اند (کاتوزیان، ۱۳۹۹، ج ۱، ص. ۲۹۸) صرفاً راهی برای کشف استناد ضرر به فاعل و رابطه سببیت است. در مواردی که عنصر محیطی وجود ندارد؛ اما سلبریتی به غیرمجاز بودن تبلیغ (تحقق عامل محیطی) یا ترتب خسارت بر عملش آگاه باشد، ضامن است؛ نه به این جهت که در حقوق اسلامی نظریه خطر را پذیرفته شده بلکه چون علم وی، اماره استناد خسارت به اوست.

نتیجه آنکه معیار اصلی در فقه امامیه و به تبع آن قوانین ایران، احراز رکن «استناد عرفی خسارت» است که منحصر به پیش‌بینی پذیر بودن ضرر نیست بلکه ممکن است از طریق ظن نوعی، علم شخص یا طرق دیگر احراز شود. ممکن است از مواد ۳۳۳ و ۳۳۴ ق.م.

برداشت شود که مبنای مسئولیت مدنی در تسبیب تقصیر است (امامی، بی‌تا، ج ۱، ص. ۳۹۴) ولی به نظر نگارندگان نقش تقصیر صرفاً تسهیل احراز رابطه استنادی و کشف از تحقق رابطه سببیت است.

۴-۲-۲- بررسی مسئولیت مدنی سلبریتی از جنبه اثباتی

مسئولیت سلبریتی‌ها در قبال تبلیغات از دو منظر ثبوتی و اثباتی قابل بررسی است. در بند پیشین شرایط تحقق مسئولیت مدنی سلبریتی بر اساس ادله فقهی و حقوقی بررسی شد (جنبه ثبوتی)؛ اما جنبه اثبات، به بررسی چگونگی اثبات این مسئولیت در مقام دادرسی می‌پردازد. پرسش اصلی این است که آیا زیان‌دیده (مصرف‌کننده) باید ارکان مسئولیت مدنی، به‌ویژه استناد عرفی خسارت به سلبریتی را اثبات کند یا این امر مفروض بوده و سلبریتی موظف به اثبات خلاف آن است؟ توزیع مسئولیت اثبات در دعاوی قضایی بر تعداد شکایات تأثیرگذار است. اگر سلبریتی‌ها موظف به ارائه مستندات باشند، در تبلیغات خود دقت بیشتری خواهند کرد که منجر کاهش دعاوی حقوقی می‌شود.

مطابق قواعد عمومی، اثبات استناد عرفی خسارت به سلبریتی بر عهده مصرف‌کننده است (کاتوزیان، ۱۳۹۹، ج ۱، ص. ۴۴۲). با این حال، پذیرش این امر به دلایل ضعف موقعیت مصرف‌کننده و نابرابری قدرت، آگاهی و منابع او و همچنین پیچیدگی اثبات رابطه سببیت و تعیین میزان تأثیر تبلیغات سلبریتی بر تصمیم خرید و خسارت وارده، دشوار است. تشخیص مصادیق استناد عرفی نیز آسان نیست و نیازمند بررسی دقیق شرایط هر پرونده بوده و امری تخصصی است. با این حال تکیه بر اماره عالم بودن سلبریتی تا حد زیادی راهگشاست.

۴-۲-۲-۱- تبیین اماره عالم بودن سلبریتی

برخی معتقدند مصرف‌کننده نباید صرفاً با اعتماد به تبلیغات سلبریتی معامله کند و چون خسارت وی ناشی از «اقدام» و عدم بررسی خود می‌باشد (شریعتمدار، ۱۳۹۶، ص. ۶۴؛ کاتوزیان، ۱۳۹۰، ج ۵، ص. ۲۹۶) و طبق قاعده اقدام (بجنوردی، ۱۴۱۹ق، ج ۲، ص. ۱۰۴) مسئولیت بر عهده خود اوست؛ اما با توجه به پیچیدگی روش‌های تبلیغات و تأثیر قابل توجه سلبریتی بر مخاطب (سلیمانی و دیگران، ۱۴۰۱، ص. ۳۴۱)، نمی‌توان اعتماد به تبلیغات را صرفاً ناشی از سهل‌انگاری

مصرف‌کننده دانست. بر اساس مطالعات متعدد و داده‌های آماری که در بند ۲.۴ به آن‌ها اشاره شد مخاطبان، سلبریتی‌ها را به عنوان الگو قرار داده و از آن‌ها تقلید می‌کنند؛ این امر موجب اعتماد به سلبریتی‌ها و ایجاد قصد خرید کالاها و خدمات در مصرف‌کننده می‌شود؛ بنابراین، کسی که مورد اعتماد عمومی است، وظیفه دارد در مورد کالا یا خدماتی که تبلیغ می‌کند، تحقیق و بررسی لازم را انجام دهد و از صحت آن‌ها اطمینان حاصل کند. اگر وی بعداً ادعا کند که نسبت به غیرمجاز بودن تبلیغات خود آگاهی نداشته، ادعای او پذیرفته نیست؛ زیرا او مکلف به بررسی قانونی بودن محصول قبل از تبلیغ بوده است؛ بنابراین، فرض بر این است که سلبریتی نسبت به ویژگی‌ها، عیوب، اخذ مجوز، خسارت‌بار بودن محصول و سایر موارد مربوط به کالا یا خدمت، علم دارد.

این برداشت از برخی روایات نیز حاصل می‌شود که افرادی که عرفاً به سخن آن‌ها اعتماد می‌شود، فرض بر علم آن‌ها به موضوع مورد ارائه است؛ به عنوان مثال، در روایاتی در «بابُ الْمُدَالَسَةِ فِي النِّكَاحِ» کتاب کافی، امام (علیه السلام) به طور مطلق، مهر را بر عهده مردی که دختر معیوبش را به دیگری تزویج کرده می‌گذارند، بدون آنکه امام (علیه السلام) از علم او به عیوب دختر سؤال کنند (کلینی، ۱۴۲۹ق، ج ۵، صص. ۴۰۵-۴۱۰). در روایتی دیگر، حتی در مورد عیوب مخفی نیز چنین حکمی بیان شده و ابتدا علم ولی مفروض گرفته شده و سپس در صورت عدم علم او، مسئولیت را از او منتفی دانسته‌اند (کلینی، ۱۴۲۹ق، ج ۵، ص. ۴۰۸). پیش‌تر گفته شد که اگر کسی با علم به غیرمجاز بودن، اقدام به تبلیغ کند، عرفاً خسارت به او مستند است؛ زیرا در صورت علم به غیرمجاز بودن تبلیغ، عرفاً خسارت قابل پیش‌بینی است. منشأ شک در استناد خسارت به سلبریتی، شک در علم او به خلاف واقع بودن تبلیغات است و «اماره مفروضیت علم»، این شک را برطرف می‌کند.

۴-۲-۲. محدوده اعمال اماره در مورد سلبریتی‌ها

در بند ۳ بیان شد که سلبریتی‌ها در نقش‌ها و انواع همکاری در تبلیغات تجاری یکسان نیستند. اعمال اماره علم بسته به این دو مولفه می‌تواند متفاوت باشد. در مورد سفیر برندی که با قرارداد رسمی برای محصولی تبلیغ می‌کند، فرض علم وی به خلاف واقع بودن تبلیغات روشن‌تر از موارد دیگر است. همچنین در قرارداد سرمایه‌گذاری مشترک چون وی شریک

تجاری برند است، استناد خسارت به دلیل آگاهی او مقبول است؛ اما چنانچه قرارداد پنهان و غیررسمی بوده یا سلبریتی صرفاً حضور افتخاری یا تأییدکننده داشته باشد، حکم به مفروضیت علم او دشوار است، مگر آنکه تبلیغات پیشه سلبریتی باشد و همانند برخی حقوق‌دانان (حکمت‌نیا، ۱۴۰۱، ص. ۹۹) فرض را بر مسئولیت صاحبان پیشه قرار دهیم.

به‌هرحال، قاضی با توجه به مؤلفه‌هایی مانند نقش سلبریتی، نوع همکاری وی با برند، گونه محصول، گروه هدف و اوضاع و احوال پرونده باید تشخیص دهد که تبلیغات سلبریتی برای نوع مصرف‌کنندگان فریبنده است (یعنی نوع مردم تحت تأثیر چنین تبلیغاتی اقدام به تهیه آن محصول می‌کنند)، یا خیر. در صورت مثبت بودن پاسخ، خسارت ناشی از محصول عرفاً به سلبریتی مستند است و رابطه سببیت محرز است، چه او به فریبنده بودن تبلیغ علم داشته باشد و چه نداشته باشد.

افزون‌براین، در راستای حمایت از مصرف‌کننده قانونگذار می‌تواند در خصوص تبلیغات خلاف واقع سلبریتی‌ها که از یکسو اثبات استناد خسارت به زیان‌زننده متعذر است و از سوی دیگر این امر محل سوءاستفاده و موجب عدم احقاق حق شاکیان شده، فرض استناد خسارت را لحاظ کند.

۴-۲-۴- اثبات رابطه بین تبلیغات و تهیه محصول

علی‌رغم مباحث پیشین، مصرف‌کننده برای مطالبه خسارت از سلبریتی، ملزم به اثبات رابطه سببیت بین تبلیغات سلبریتی و تهیه محصول است؛ یعنی اثبات اینکه کالا یا خدمت منجر به خسارت را صرفاً بر اساس تبلیغات سلبریتی تهیه کرده است. اثبات این امر در مواردی که معرفی محصول منحصراً از طریق تبلیغات سلبریتی انجام شده یا زیان مصرف‌کننده تنها ناشی از تبلیغات سلبریتی است - مانند اینکه محصول از طرق گوناگون به بازار معرفی شده، ولی تنها سلبریتی در تبلیغات خود، برخلاف واقعیت، وجود گارانتی را مطرح کرده است - چندان دشوار نیست. همچنین در صورتی که سلبریتی یگانه سفیر برند بوده یا قرارداد سرمایه‌گذاری مشترک با برند دارد، اثبات رابطه مستقیم آسان‌تر از انواع دیگر است؛ اما در حالات دیگر مانند تبلیغات پنهان و انواع دیگر قرارداد همکاری، اثبات رابطه سببیت با پیچیدگی مواجه است؛ چرا که ممکن است محصول از طرق

رسانه‌های مختلف، شبکه‌های مجازی گوناگون یا افراد متفاوت به مصرف‌کننده معرفی شده باشد.

باین‌حال، برای تسهیل اثبات این رابطه می‌توان به شواهد و قرائن زیر استناد کرد: محبوبیت و مقبولیت بالای سلبریتی، جذابیت و فریبندگی تبلیغات، تمرکز تبلیغات بر سلبریتی، عدم وجود عوامل مؤثر دیگر در تصمیم خرید، شهادت شهود. در مواردی که شواهد و قرائن حاکی از تأثیر غالب تبلیغات سلبریتی بر تصمیم خرید باشد، می‌توان رابطه سببیت را احراز کرد و بار اثبات عدم تقصیر یا عدم علم به عوارض محصول، بر عهده سلبریتی خواهد بود.

۳-۴- موارد رفع مسئولیت مدنی سلبریتی

مسئولیت مدنی سلبریتی در قبال تبلیغات، مطلق نیست و در مواردی مرتفع می‌شود:

۱. هشدار نسبت به خطرات و آسیب‌های کالا

بر اساس روایت منقول از امیرالمؤمنین علی(ع) که فرمودند: «قَدْ أُعْذِرَ مَنْ أُنْذِرَ» (حرعاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۲۹، ص. ۶۹)، اگر کسی نسبت به خطرات عمل خود، دیگران را آگاه کند و آنان را بر حذر دارد، مسئولیت از او ساقط می‌شود (طباطبایی، ۱۴۰۹ق، ج ۳، ص. ۴۳۱)؛ البته جریان این قاعده منوط به شرایطی است؛ ازجمله اینکه مخاطب، هشدار را شنیده باشد (علامه حلی، ۱۴۲۰ق، ج ۵، ص. ۵۳۵)؛ بنابراین اگر سلبریتی نسبت به عوارض محصول هشدار دهد، بر اساس قاعده اقدام (بجنوردی، ۱۴۱۹ق، ج ۲، ص. ۱۰۴) مسئولیت متوجه مصرف‌کننده زیان‌دیده خواهد بود.

۲. اذن شرعی یا قانونی

اگر سلبریتی برای شرکتی تبلیغ کند که مجوزهای قانونی لازم را از مراجع ذیصلاح اخذ کرده باشد، در مواردی حکم به عدم ضمان او موجه است. باین‌حال، باید توجه داشت که هر فعل غیرشرعی لزوماً موجب ضمان نیست و هر فعل جایزی که شرعاً مأذون است نیز لزوماً ضمان را منتفی نمی‌کند بلکه موارد استثناء بسیار است (حسینی مراغی، ۱۴۱۷ق، ج ۱، ص. ۳۳۷). به‌طورکلی، در خصوص اذن قانونی، چهار حالت قابل تصور است (حکمت‌نیا، ۱۴۰۱، ص. ۱۸۲): الف. قانون صریحاً اذن در ورود خسارت داده باشد. در اینجا، اذن قانونی موجب سلب

مسئولیت مدنی است.

ب. قانون اذن در انجام عملی داده باشد که ذاتاً ملازم با خسارت است، مانند اینکه سلبریتی مجوز تبلیغ محصولات آتش‌بازی خطرناک را اخذ کرده باشد. در این صورت، اذن شرعی یا قانونی، موجب رفع مسئولیت است. این امر در راستای قاعده «اذن در شیء اذن در لوازم آن نیز هست» (بجنوردی، ۱۴۱۹ق، ج ۶، ص. ۲۶) قابل توجیه است.

ج. قانون اذن در انجام عملی داده باشد که ذاتاً ملازم با خسارت نیست. بسیاری از مجوزهای قانونی برای تبلیغات از همین قسم می‌باشد. در این قسم، اذن شرعی یا قانونی به تبلیغات، نافی مسئولیت مدنی نخواهد بود.

د. قانون اذن در انجام عملی مشروط به حفظ سلامت و عدم ورود خسارت داده باشد. بدیهی است که در این حالت، شخص مسئول خسارت وارده خواهد بود.

در این خصوص، ماده ۵۱ ق.ت.ا تبلیغات را منوط به عدم ایجاد خطر برای سلامتی افراد نموده است. همچنین دستورالعمل موضوع بند ب ماده ۳ قانون نظام پزشکی نیز برای تبلیغات موادی پزشکی، دارویی، خوراکی و غیره که با سلامت مصرف‌کننده در ارتباط هستند، قوانین سخت‌گیرانه‌ای وضع کرده و صدور مجوز برای محصولات آسیب‌رسان به سلامت را ممنوع اعلام کرده است.

شایان ذکر است که رفع مسئولیت، منحصر به همان محدوده اذن است و اذن شرعی یا قانونی، نافی مسئولیت ناشی از تقصیر یا تخلف از حدود اذن نخواهد بود.

نتیجه‌گیری

مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها در قبال تبلیغات، به‌ویژه تبلیغات خلاف واقع، ناشی از تأثیرگذاری عمیق آنان بر رفتار مصرف‌کنندگان و اعتماد عمومی به آنهاست. این مسئولیت، صرفاً محدود به قواعد عام مسئولیت مدنی نبوده بلکه ریشه در اصول و قواعد فقهی - مانند اتلاف، تسبیب و غرور - و منطق لزوم جبران خسارت نیز دارد. ارکان تحقق این مسئولیت شامل ضرر، فعل زیان‌بار (تبلیغ) و رابطه سببیت عرفی بین آن دو است. علم یا جهل سلبریتی به ماهیت تبلیغ در میزان و نحوه مسئولیت او مؤثر است؛ علم به خلاف واقع

بودن آن، مسئولیت را تشدید می‌کند و جهل نیز، بسته به شرایط، رافع مسئولیت نیست. نظریه اماره علم، دشواری استناد خسارت به تبلیغات سلبریتی را تسهیل می‌کند. با لحاظ نقش‌ها و انواع همکاری‌های سلبریتی‌ها، آگاهی آن‌ها از محتوای تبلیغات مفروض تلقی شده و اثبات خلاف آن بر عهده خود آنان قرار دارد. درعین‌حال، مواردی مانند هشدار نسبت به خطرهای کالا یا اذن قانونی، می‌تواند رافع مسئولیت باشد. اثبات رابطه سببیت بین تبلیغ و ضرر، برای مطالبه خسارت ضروری است. بااین‌وجود، با توجه به پیچیدگی اثبات تقصیر در برخی موارد، پیشنهاد می‌شود قانونگذار با وضع قوانینی خاص، فرض استناد خسارت به سلبریتی را در موارد خاص در نظر بگیرد. این امر با روح حمایت از اقشار ضعیفی چون مصرف‌کننده در شریعت اسلام که بر لزوم جبران خسارت و مقابله با فریب و ضرر تأکید دارد، همسو است.

پیشنهادهای کاربردی

۱. تقنین مسئولیت شفاف: با هدف رفع ابهامات قانونی و تعیین دقیق حدود مسئولیت سلبریتی‌ها، تدوین قانونی جامع در زمینه تبلیغات، به‌ویژه در فضای مجازی، ضروری است. این قانون باید شامل تعریف دقیق تبلیغ گمراه‌کننده، تعیین مصادیق آن، حدود مسئولیت سلبریتی‌ها در قبال محتوای تبلیغاتی، نحوه اثبات رابطه سببیت و سازوکارهای جبران خسارت باشد.
۲. نظام نظارتی پیشگیرانه: ایجاد نهاد نظارتی مستقل و متخصص، متشکل از حقوق‌دانان، متخصصان تبلیغات و نمایندگان مصرف‌کنندگان، برای رصد و پایش مستمر تبلیغات سلبریتی‌ها و پیشگیری از انتشار تبلیغات غیرمجاز پیشنهاد می‌شود. این نهاد می‌تواند با استفاده از ظرفیت‌های هوش مصنوعی و تحلیل داده، به‌صورت فعال در شناسایی و حذف تبلیغات مشکل‌دار اقدام کند.
۳. الزام به شفافیت و افشای اطلاعات: سلبریتی‌ها باید ملزم به افشای اطلاعات کامل و دقیق در مورد کالا یا خدمت تبلیغ‌شده، ازجمله نوع همکاری با برند، افشای اطلاعات مالی، مجوزها، عوارض احتمالی و مشخصات تولیدکننده محصول باشند. همچنین، سلبریتی‌ها

باید در قراردادهای تبلیغاتی خود، حدود مسئولیت و تعهدات خود را به‌طور دقیق مشخص کنند.

۴. فرض استناد خسارت صاحبان پیشه: در راستای حمایت از مصرف‌کننده و با توجه به اماره علم، پیشنهاد می‌شود استناد خسارت به صاحبان پیشه -مانند سلبریتی‌ها- که مورد اعتماد بوده و مردم با تکیه به گفتار آنها تصمیم به خرید می‌گیرند، مفروض تلقی شود و بار اثبات بر دوش صاحبان پیشه قرار گیرد.

۵. بیمه مسئولیت حرفه‌ای: با توجه به ریسک بالای فعالیت‌های تبلیغاتی سلبریتی‌ها و احتمال ورود خسارت به مصرف‌کنندگان، پیشنهاد می‌شود سلبریتی‌ها ملزم به اخذ بیمه مسئولیت حرفه‌ای در قبال تبلیغات خود شوند. بیمه مسئولیت حرفه‌ای باعث می‌شود که مسئولیت مدنی سلبریتی‌ها در برابر مصرف‌کنندگان از حالت نظری به سازوکاری مؤثر و ضمانت اجرایی ملموس تبدیل شود؛ زیرا شرکت بیمه هزینه‌های جبران خسارت را پوشش خواهند داد و چه‌بسا لزومی به طرح دعاوی مستقیم مصرف‌کننده مستقیماً علیه سلبریتی نباشد. همچنین سبب افزایش دقت در انتخاب تبلیغات، کاهش بار دعاوی حقوقی و بهبود اعتماد مصرف‌کنندگان خواهد شد.

کتابنامه

قرآن کریم

- آبیدین، کریستال (۱۳۹۸). *سلبریتی‌های اینترنتی*؛ ترجمه احسان شاه‌قاسمی. تهران: سوره مهر.
- آخوند خراسانی، محمدکاظم (۱۴۰۹ق). *کفایه الاصول*. قم: مؤسسة آل البيت (ع) لإحياء التراث.
- ابن فارس، احمد بن فارس (۱۴۰۴ق). *معجم مقاییس اللغة (ج ۲)*. قم: مکتب الإعلام الإسلامی.
- انصاری، مرتضی (۱۴۱۵ق). *کتاب المکاسب*. قم: کنگره بزرگداشت شیخ اعظم انصاری.
- اسماعیلی، محسن (۱۳۸۵). *حقوق تبلیغاتی بازرگانی در ایران و جهان*. تهران: نشر شهر.
- اعتماد، خبرگزاری اینترنتی (۱۴۰۲). *جزئیات شکایت میلیاردری از رونالدو*. بازیابی ۱۳/۱/۱۴۰۴ از: <https://www.etemadonline.com/tiny/news-643393>
- ایروانی، باقر (۱۴۲۶ق). *دروس تمهیدیة فی القواعد الفقهیة*. قم: مؤسسة الفقه للطباعة و النشر.

- امامی، سیدحسین (بی‌تا). حقوق مدنی. تهران: انتشارات الاسلامیه.
- بجنوردی، حسن (۱۴۱۹ق). *القواعد الفقهیه*؛ ترجمه محمدحسین درایتی و مهدی مهریزی. قم: نشر الهادی.
- بنسبردی، معصومه؛ قبولی درافشان، محمد مهدی و محسنی، سعید (۱۳۹۸). مطالعه تطبیقی مبانی نظری حق شهرت در ایران و ایالات متحده آمریکا. فصلنامه تعالی حقوق. ۵(۱). ۱۱۹-۱۴۵.
- جوان، موسی (۱۳۳۶). *مبانی حقوق (ج ۱)*. تهران: چاپ رنگین.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۷۷). *درس تفسیر*. بازپایی ۱۴۰۳/۱۱/۲۰ از: <https://eshia.ir/feqh/archive/text/javadi/tafsir/۷۷۰۳۱۳/۷۶/>
- جوهری، اسماعیل بن حماد (۱۴۱۰ق). *الصحاح (ج ۶)*. بیروت: دار العلم للملایین.
- حائری، عبدالکریم (۱۴۱۸ق). *درر الفوائد*. قم: مؤسسه النشر الإسلامی.
- حراعلی، محمد بن حسن (۱۴۰۹ق). *تفصیل وسائل الشیعه إلى تحصیل مسائل الشریعه (ج ۲۹)*. قم: مؤسسه آل البيت (علیهم السلام).
- حسینی مراغی، عبدالفتاح بن علی (۱۴۱۷ق). *العناوین الفقهیه*. قم: مؤسسه النشر الإسلامی.
- حلّی، احمد بن محمد (۱۴۰۷ق). *المهذب البارع فی شرح المختصر النافع (ج ۵)*. قم: دفتر انتشارات اسلامی.
- حکمت‌نیا، محمود (۱۴۰۱). *مسئولیت مدنی در فقه امامیه: مبانی و ساختار*. قم: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- خاندوزی، احسان (۱۴۰۲). *نشست خبری وزیر اقتصاد*. بازپایی ۱۴۰۴/۱/۱۰ از: <https://snn.ir/fa/news/۱۰۸۷۴۱۶>
- خمینی، سیدروح‌الله (۱۳۷۹ش). *تحریر الوسیله*. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار الإمام خمینی (ره).
- خمینی، سیدروح‌الله (۱۴۲۱ق). *کتاب البیع*. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار الإمام خمینی.
- خمینی، سیدمصطفی (۱۴۱۸ق). *کتاب البیع*. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).
- خوئی، ابوالقاسم (۱۳۷۷). *مصباح الفقاهه*. قم: مکتبه الداوری.

- رحیمی، حسین (۱۴۰۳). پرونده کلاهبرداری کمپانی کوروش. بازیابی از: <https://www.mashreghnews.ir/amp/1592857/>
- زاهدی، فاطمه؛ اسماعیل‌پور، مجید و بحرینی‌زاد، منیژه (۱۳۹۹). تأثیر تأییدکننده مشهور بر قصد خرید مصرف‌کننده با نگرش به تبلیغ و برند. کاوش‌های مدیریت بازرگانی، ۱۲(۲۴)، ۳۶۷-۳۴۷.
- سلیمانی، مجید؛ شهبازی، مهدی؛ و قربانی، سینا (۱۴۰۱). فرهنگ شهرت و کنشگری سلبریتی‌ها در اینستاگرام از نظر کاربران ایرانی، مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۱۹(۲۳)، ۳۷۴-۳۴۱.
- شریعتمدار، محسن (۱۳۹۶). آثار حقوقی و اخلاقی تبلیغات بازرگانی خلاف واقع. پژوهش‌های اخلاقی، ۲۷(۷)، ۶۸-۴۷.
- شهید ثانی، زین‌الدین بن علی (۱۴۱۳ق). مسالك الأفهام إلى تنقيح شرائع الإسلام (ج. ۱۲). مؤسسة المعارف الإسلامية.
- صاحب جواهر، محمدحسن (۱۴۰۴ق). جواهر الکلام. بیروت: دار إحياء التراث العربی.
- صدر، سیدمحمدباقر (۱۴۰۸ق). بحوث فی شرح العروة الوثقی. ترجمه سیدمحمود هاشمی شاهرودی. قم: مجمع الشهد آية الله الصدر العلمی.
- صفایی، سیدحسین و رحیمی، حبیب‌الله (۱۳۹۴). مسئولیت مدنی. تهران: سازمان سمت.
- طباطبایی، علی بن محمد علی (۱۴۰۹ق). الشرح الصغیر فی شرح المختصر النافع. قم: مکتبه آية الله العظمی المرعشی النجفی (ره).
- طریحی، فخرالدین بن محمد (۱۳۷۵). مجمع البحرین. تهران: مکتبه المرتضویه.
- علامه حلی، حسن بن یوسف (۱۴۲۰ق). تحریر الأحکام الشرعیة علی مذهب الإمامیة. قم: مؤسسة الإمام الصادق علیه السلام.
- عباسی، روژین (۱۴۰۰). بررسی تأثیر اعتماد به افراد سلبریتی در تبلیغات رسانه‌های اجتماعی بر نگرش بر برند. رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری. ۵ (۵۹). ۸۵-۷۱.

فاضل لنکرانی، محمد (۱۴۱۶ق). *القواعد الفقهية*. قم: مرکز فقه الأئمة الأطهار (عليهم السلام).
فیومی، احمد بن محمد (بی تا). *المصباح المنیر فی غریب الشرح الكبير للرافعی*، منشورات دار الرضی.

کاتوزیان، ناصر (۱۳۹۹). *مسئولیت مدنی: قواعد عمومی*. تهران: گنج دانش.
کاتوزیان، ناصر (۱۳۹۰). *قواعد عمومی قراردادها*. تهران: شرکت سهامی انتشار.
کریمی، عباس؛ صادقی راد، الهام و تقی زاده، ابراهیم. (۱۳۹۷). تلاشی در راستای تبیین قاعده ملازمه نفع- مخاطره و جایگاه آن در ضمان قهری شرعی. ۱۰(۱). ۲۳۸-۲۷۲.
کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۲۹ق). *کافی*. قم: دارالحديث.

مردانه، شکراله؛ میرمهدی، سیدمهدی و یاراحمدی، فتانه (۱۴۰۲). بررسی تأثیر سلبریتی های رسانه اجتماعی و روابط فرا اجتماعی با آن ها بر قصد خرید دنبال کنندگان. بررسی های مدیریت رسانه. ۲(۱)، ۸۶-۱۰۶.

مشکینی، علی (۱۴۳۴ق). *مصطلحات الفقه*. قم: مؤسسه علمی فرهنگی دار الحديث.
محقق داماد، سیدمصطفی (۱۴۰۶ق). *قواعد فقه*. تهران: مرکز نشر علوم اسلامی.
مصطفوی، سیدمحمدکاظم (۱۴۲۱ق). *القواعد الفقهية*. قم: مؤسسه النشر الإسلامی.
مکارم شیرازی، ناصر (۱۴۱۱ق). *القواعد الفقهية*. قم: مدرسه الإمام علی بن أبی طالب (ع).
میرشکاری، عباس و ملکی، نفیسه (۱۴۰۱). مسئولیت مدنی اشخاص مشهور در تأیید کالاها و خدمات. پژوهش نامه حقوق اسلامی. ۲۳(۵۶). ۱۹۹-۲۳۰.

میرشکاری، عباس (۱۳۹۸). حق جلوت. فصلنامه مطالعات حقوق خصوصی. ۴۲(۳). ۵۲۳-۵۴۲.
هاشمی شاهرودی، سید محمود (۱۴۱۷ق). *مقالات فقهية*. قم: مرکز الغدير للدراسات الإسلامية.
یزدی، محمدکاظم (۱۴۱۰ق). *حاشية المكاسب*. قم: اسماعیلیان.

Grigaliūnaitė, V., Pilelienė, L. (2015). Determination of the Impact of Spokesperson on Advertising Effectiveness. *International Journal of Management, Accounting and Economics*. 2(8).810-820

Zafar, A. U., QIU, J. Shahzad, M. (2020). Do digital celebrities' relationships and social climate matter? Impulse buying in f-commerce. *Internet Research*, 30(6), 1731- 1762.

حجیت اسناد مکتوب در رسانه

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۴/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۲۴

مرتضی صفری تبار^{۱*}

سیدمصطفی ملیحی^۲

چکیده

این مقاله به بررسی حجیت اسناد مکتوب در رسانه‌ها می‌پردازد و ابعاد مختلف این موضوع را از منظر حقوقی، اجتماعی و اخلاقی کاوش می‌نماید. در عصر دیجیتال و با گسترش رسانه‌های نوین، صحت و اعتبار اطلاعات منتشر شده، به خصوص اسناد مکتوب، از اهمیت بالایی برخوردار است. در این مقاله چالش‌های حقوقی و رسانه‌ای که رسانه‌ها در مواجهه با اسناد مکتوب با آن‌ها روبه‌رو هستند، اشاره می‌کند. از جمله این چالش‌ها می‌توان به دسترسی به اسناد، راستی‌آزمایی اطلاعات، مسئولیت حقوقی ناشی از انتشار اسناد، و تأثیر افکار عمومی بر پذیرش حجیت اسناد اشاره کرد. در پایان، راهکارها و پیشنهادهایی برای افزایش حجیت اسناد مکتوب در رسانه‌ها ارائه می‌شود. این راهکارها شامل تقویت سواد رسانه‌ای مخاطبان، تدوین دستورالعمل‌های حرفه‌ای برای رسانه‌ها، و همکاری میان نهادهای حقوقی و رسانه‌ای است. در مجموع، این مقاله با نگاهی جامع به موضوع حجیت اسناد مکتوب در رسانه، سعی در ارتقاء سطح آگاهی و ایجاد رویکردی مسئولانه در قبال انتشار اطلاعات در جامعه دارد. روش استفاده شده در این مقاله روش کتابخانه‌ای است.

واژگان کلیدی

اسناد مکتوب، حجیت اسناد، رسانه، فقه، حقوق، مسئولیت حقوقی.

۱. استادیار گروه حقوق خصوصی، دانشکده معارف اسلامی، دانشگاه جامعه المصطفی، قم، ایران

safaritabarmorteza@gmail.com

۲. استادیار دانشگاه علوم قرآن و حدیث، تهران، ایران

s.mostafa.malihi@gmail.com

۱. مقدمه

هنگامی که دعوایی در محکمه اقامه می‌شود و یکی از طرفین ادعایی علیه دیگری مطرح می‌کند، دادرس باید بتواند با وجهه‌ای قانونی، خویش را قانع نماید تا بر طبق موازین قضا رأی دهد. صرف‌نظر از طریق اقناع وجدان قاضی برای این منظور لازم است مدعی ادعای خود را به طریقی ثابت نماید والا دادرس نمی‌تواند بر اساس صرف دادخواست و دعوی او حکمی را انشا نماید، هرچند مدعی دارای حق باشد؛ زیرا علاوه بر مرتبه ثبوت حق و وجود حقیقی آن باید این امر در محکمه به مرحله اثبات هم برسد و به یکی از طرق مقبول، صورت آشکار بیابد و از سوی دادرس، غیرقابل‌انکار تلقی گردد.

وجود اسناد مکتوب و اعتباربخشی به آن‌ها در رسانه، از جنبه‌های مختلف حیاتی و ضروری است. این امر به‌ویژه در دنیای امروز که اطلاعات با سرعت سرسام‌آوری منتشر می‌شود و تشخیص صحت و سقم آن‌ها دشوارتر از همیشه است، اهمیت دوچندان پیدا می‌کند. در ادامه به برخی از این ضرورت‌ها اشاره می‌شود:

حفظ اعتبار و اعتماد عمومی: رسانه‌ها به‌عنوان منبع اصلی اطلاعات برای عموم مردم، باید از اعتبار بالایی برخوردار باشند. استفاده از اسناد مکتوب معتبر، پایه و اساس این اعتبار را تشکیل می‌دهد. زمانی که رسانه‌ها به اسنادی استناد می‌کنند که قابلیت راستی‌آزمایی دارند و اعتبار آن‌ها مورد تأیید است، اعتماد مخاطبان به آن‌ها افزایش می‌یابد. درمقابل، استناد به اسناد فاقد اعتبار یا مخدوش، به سرعت اعتبار رسانه را زیر سؤال برده و موجب بی‌اعتمادی عمومی می‌شود.

تضمین صحت و دقت اطلاعات: اسناد مکتوب، به‌خصوص اسناد رسمی، پژوهشی، یا مدارک تاریخی، اغلب حاوی اطلاعاتی دقیق و مستند هستند. اتکا به این اسناد در فرایند تولید خبر و گزارش، به رسانه‌ها کمک می‌کند تا از انتشار اطلاعات نادرست، شایعات، یا تحریف وقایع جلوگیری کنند. این امر در گزارش‌دهی در مورد موضوعات حساس مانند مسائل سیاسی، اقتصادی، حقوقی و علمی اهمیت بالایی دارد.

ایجاد شفافیت و پاسخگویی: اسناد مکتوب، ابزاری قدرتمند برای شفاف‌سازی و پاسخگو کردن افراد، سازمان‌ها، یا حتی نهادهای دولتی هستند. وقتی رسانه‌ها با استناد به اسناد،

تخلفات، ناکارآمدی‌ها، یا اقدامات خلاف قانون را افشا می‌کنند، این اسناد به‌عنوان مدرک و شاهد عمل کرده و زمینه را برای پاسخگویی فراهم می‌آورند. این امر به‌ویژه در حوزه روزنامه‌نگاری تحقیقی بسیار کلیدی است.

رعایت *استانداردها و الزامات قانونی و اخلاقی*: در بسیاری از کشورها، قوانین و مقرراتی وجود دارد که رسانه‌ها را ملزم به صحت‌سنجی اطلاعات و ارجاع به منابع معتبر می‌کند. همچنین، اصول اخلاقی حرفه روزنامه‌نگاری، بر دقت، انصاف، و پرهیز از انتشار اطلاعات غلط تأکید دارند. استفاده از اسناد مکتوب معتبر، راهی برای پایبندی به این استانداردها و جلوگیری از تبعات حقوقی و اخلاقی ناشی از انتشار اطلاعات نادرست است.

کمک به *تصمیم‌گیری آگاهانه مخاطبان*: مخاطبان رسانه‌ها برای تصمیم‌گیری در مورد مسائل مختلف، از انتخاب‌های سیاسی گرفته تا مسائل شخصی و اقتصادی، به اطلاعات صحیح و قابل اتکا نیاز دارند. اسناد مکتوب که توسط رسانه‌ها به شکلی شفاف و قابل فهم ارائه می‌شوند، به مخاطبان کمک می‌کنند تا با دیدی بازتر و آگاهانه‌تر تصمیم‌گیری کنند. ثبت و ضبط تاریخی: گزارش‌های رسانه‌ای که مبتنی بر اسناد مکتوب هستند، به‌عنوان بخشی از تاریخ معاصر ثبت می‌شوند. اعتبار این اسناد، تضمین می‌کند که نسل‌های آینده به اطلاعات و وقایع گذشته به شکلی دقیق و مستند دسترسی خواهند داشت.

مقابله با اطلاعات نادرست و دستکاری شده: در عصر اطلاعات، یکی از چالش‌های بزرگ، مقابله با اخبار جعلی و اطلاعاتی است که به‌صورت عمدی دستکاری یا تحریف می‌شوند. اسناد مکتوب معتبر، به‌عنوان ابزاری برای راستی‌آزمایی و مقابله با این جریان‌ها عمل می‌کنند و به رسانه‌ها قدرت می‌دهند تا صحت اطلاعات را اثبات کرده و ادعاهای نادرست را رد کنند.

به‌طور خلاصه، حجیت اسناد مکتوب در رسانه، ستون فقرات اعتبار، دقت، شفافیت، و پاسخگویی حرفه رسانه است و برای حفظ اعتماد عمومی و ایفای نقش صحیح رسانه در جامعه، امری حیاتی محسوب می‌شود.

موضوع حجیت اسناد مکتوب در رسانه، ریشه‌های عمیقی در تاریخ روزنامه‌نگاری و تحولات اجتماعی دارد. از همان آغاز شکل‌گیری رسانه‌های جمعی، تلاش بر این بوده است

که اطلاعات منتشر شده، مبتنی بر شواهد و مدارک قابل اتکا باشند. این تلاش را می‌توان در مراحل مختلف تاریخی مشاهده کرد:

قرون وسطی و دوران چاپ: پیش از اختراع ماشین چاپ، اطلاعات عمدتاً به صورت شفاهی یا از طریق نسخ خطی منتقل می‌شد که احتمال خطا و تحریف در آن‌ها بالا بود. با اختراع چاپ، امکان تکثیر انبوه متون فراهم شد؛ اما هنوز هم اعتبار اسناد چاپی به منبع و ناشر آن بستگی داشت. باین حال، انتشار اعلامیه‌ها، فرمان‌ها، و گزارش‌های چاپی، گامی مهم در جهت مکتوب کردن و رسمی کردن اطلاعات بود.

ظهور روزنامه‌نگاری نوین (قرن ۱۷ و ۱۸): با گسترش روزنامه‌ها، نیاز به صحت‌سنجی و استناد به منابع مکتوب افزایش یافت. روزنامه‌نگاران شروع به جمع‌آوری اطلاعات از نامه‌ها، گزارش‌های رسمی، و اسناد دولتی کردند. در این دوره، روزنامه‌نگاری تحقیقی که مبتنی بر کشف و انتشار اسناد بود، شکل گرفت. باین حال، هنوز هم بسیاری از نشریات به دلیل عدم وجود سازوکارهای قوی برای راستی‌آزمایی، اخبار نادرست یا جانبدارانه منتشر می‌کردند.

قرن ۱۹ و ۲۰: استانداردهای حرفه‌ای و روزنامه‌نگاری تحقیقی: در این دوره، به‌ویژه با ظهور روزنامه‌های بزرگ و تأثیرگذار، مفهوم «حقیقت» و «دقت» در روزنامه‌نگاری اهمیت بیشتری یافت.

عصر دیجیتال و چالش‌های جدید: با ظهور اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، حجم اطلاعات به‌طور چشمگیری افزایش یافت و سرعت انتشار اخبار به‌شدت بالا رفت.

به‌طور کلی، پیشینه حجیت اسناد مکتوب در رسانه، نشان‌دهنده یک روند تاریخی رو به افزایش در اهمیت دادن به شواهد و مدارک برای تضمین دقت و اعتبار اطلاعات است. هرچند عصر دیجیتال چالش‌های جدیدی را به همراه آورده است؛ اما اصل ضرورت اتکا به اسناد مکتوب معتبر، همچنان به‌عنوان یک ستون اصلی در روزنامه‌نگاری حرفه‌ای باقی مانده است.

برای محقق شدن این مرحله بایستی دلیل کافی ارائه شود. «دلیل» علاوه بر عرف عمومی در علم حقوق یکی از اصطلاحات متداول می‌باشد. گرچه واژه دلیل در فرهنگ‌نامه‌های لغت

به معنای راهنما تعریف شده و به کار رفته است؛ اما امروزه چه در عرف عام و چه در عرف خاص و مباحثات حقوقی و فقهی به معنای چیزی است که عهده دار اثبات امری می باشد، حتی هنگامی که به امری برای دفاع از دعوی استفاده می شود (م. ۱۹۴ ق. آ. د. م. مصوب ۱۳۷۹) باز هم در مقام اثبات چیزی قرار دارد.

مطابق با ماده ۳۵۵ قانون آیین دادرسی مدنی، دلایل اثبات وقایع خارجی تابع قانون جاری در زمان طرح دعواست؛ اما دلایل اثبات اعمال حقوقی تابع قوانین جاری در هنگام وقوع آنها می باشد. از سوی دیگر وقایع مادی را با هر وسیله ای می توان در دادگاه اثبات نمود؛ زیرا آنها عموماً از اموری نیستند که ذی حق بتواند برای آنها از قبل تهیه دلیل مخصوصی بنماید. شق ۵ از ماده ۱۳۱۲ ق. م. اجازه استفاده شهادت را در این گونه موارد داده است. بالعکس، اعمال حقوقی را فقط به وسیله ادله مخصوصی می توان اثبات نمود که قانون جاری در موقع پیدایش آن عمل حقوقی، معتبر دانسته است (صدرزاده/ فشار، ۱۳۸۵، ص. ۱۵۲).

حال باید بررسی نمود که آیا سند مکتوب نیز مانند موارد مذکور در قانون از دیدگاه شرع و جاهت و اعتبار دارد یا همان گونه که بسیاری از فقها بدان اشاره کرده اند، نمی توان به آن به عنوان یکی از ادله یا ثبات استناد نمود.

۲. دلایل اعتبار سند مکتوب

آیات و روایاتی که اثبات حجیت بینه را می نمودند؛ این ادله با توضیح آنکه اگر بینه، به معنای هر گونه دلیل عقلایی که بتوان با آن اثبات مدعا نمود پذیرفته شود، تمام ادله اعتبار بینه که در آن ویژگی خاصی برای مصداق بینه در مورد خاص بیان نشده باشد، می تواند اعتبار سند را نیز امضا کند چرا که سند خود یکی از مصادیق بینه می باشد (محقق داماد، ۱۴۰۶ ق، ج ۳، ص. ۸۵).

قرآن

یکی از آیاتی که می توان بر اساس آن کتابت دین را معتبر دانست و آن را سندی مکتوب به شمار آورد آیه زیر است:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايْتُمْ بَدِئْ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا

يَا بَ كَاتِبُ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَخْسُ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يَمْلَهُهُ فَلْيَمْلِلْ وَلِيهِ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَى وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَى أَجَلِهِ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَى أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ (سوره بقره: آیه ۲۸۲)؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید! هنگامی که بدهی مدّ داری (به‌خاطر وام یا دادوستد) به یکدیگر پیدا کنید، آن را بنویسید! و باید نویسنده‌ای از روی عدالت، (سند را) در میان شما بنویسد! و کسی که قدرت بر نویسندگی دارد، نباید از نوشتن - همان‌طور که خدا به او تعلیم داده - خودداری کند! پس باید بنویسد، و آن‌کس که حق بر عهده اوست، باید املا کند، و از خدا که پروردگار اوست بپرهیزد، و چیزی را فروگذار ننماید! و اگر کسی که حق بر ذمه اوست، سفيه (یا از نظر عقل) ضعیف (و مجنون) است، یا (به‌خاطر لال بودن)، توانایی بر املا کردن ندارد، باید ولیّ او (به جای او)، با رعایت عدالت، املا کند! و دو نفر از مردان (عادل) خود را (بر این حقّ) شاهد بگیرید! و اگر دو مرد نبودند، یک مرد و دو زن، از کسانی که مورد رضایت و اطمینان شما هستند، انتخاب کنید! (و این دو زن، باید با هم شاهد قرار گیرند)، تا اگر یکی انحرافی یافت، دیگری به او یادآوری کند، و شهود نباید به هنگامی که آنها را (برای شهادت) دعوت می‌کنند، خودداری نمایند! و از نوشتن (بدهی خود)، چه کوچک باشد یا بزرگ، ملول نشوید (هر چه باشد بنویسید)! این، در نزد خدا به عدالت نزدیک‌تر، و برای شهادت مستقیم‌تر، و برای جلوگیری از تردید و شک (و نزاع و گفتگو) بهتر می‌باشد؛ مگر اینکه دادوستد نقدی باشد که بین خود، دست به دست می‌کنید. در این صورت، گناهی بر شما نیست که آن را ننویسید. ولی هنگامی که خرید و فروش (نقدی) می‌کنید، شاهد بگیرید! و نباید به نویسنده و شاهد، (به‌خاطر حق‌گویی)،

زیانی برسد (و تحت فشار قرار گیرند)! و اگر چنین کنید، از فرمان پروردگار خارج شده‌اید. از خدا بپرهیزید! و خداوند به شما تعلیم می‌دهد؛ خداوند به همه چیز داناست.

این آیه که طولانی‌ترین آیه قرآن است، مشتمل بر احکام فقهی متعددی در خصوص معامله و تنظیم سند و شهادت و غیر آن می‌باشد. بعضی از مفسران تعداد احکام را پانزده حکم (قمی، ۱۳۶۳، ج ۱، ص. ۹۴)، بعضی بیست و یک حکم (قطب راوندی، ۱۳۶۴، ج ۱، ص. ۳۷۹؛ فاضل مقداد، ۱۳۷۳، ج ۲، ص. ۴۶) و بعضی دیگر سی حکم (زحیلی، ۱۴۱۸ق، ج ۳، ص. ۱۱۶) دانسته‌اند. برخی مفسران و دانشمندان معتقدند که این آیه یکی از دلایل اعتبار کتابت و سند کتبی است (فاضل، ۱۳۶۵، ج ۳، ص. ۶۵؛ اردبیلی، بی‌تا، ص. ۴۴۵).

نویسنده مجمع البیان در این باره می‌نویسد: معنای «فاکتبوه» در آیه شریفه این است که دین را در سندی بنویسید تا فراموشی یا انکار در آن راه نیابد و موجب تضمین حق گردد و باعث تأمل و توجه دارنده حق و متعهد آن (من علیه الحق) و گواهان باشد. وجه تأمل و توجه دارنده حق (من له الحق) آن است که حق او بر اساس سند و شاهدان تضمین و تأیید می‌شود. وجه تأمل و توجه متعهد حق (من علیه الحق) آن است که با وجود سند از انکار حق دورتر خواهد بود و سزاوار عذاب و عقاب الهی نخواهد شد و وجه تأمل و توجه شاهدان آن است که هرگاه متعهد با خط خود سند را بنویسد برای شهادت شاهدان محکم‌تر و از لغزش خطا دورتر است و به تذکر و یادآوری نزدیک‌تر (طبرسی، ۱۴۰۸ق، ج ۲، ص. ۶۸۱). فوایدی همچون تضمین حق یا جلوگیری از خطا و لغزش و فراموشی و انکار که نویسنده مجمع البیان برای کتابت دین و تنظیم سند مکتوب ذکر کرد، تنها در صورتی محقق می‌گردد که سند کتبی را معتبر بدانیم؛ بنابراین، می‌توان گفت که عبارت بالا بر اعتبار سند کتبی از نظر ایشان دلالت دارد (مسجد سرایی و نبی‌نیا، ۱۳۹۲ش، ص. ۱۸۰).

با تأمل در آیه می‌توان به صحت برداشت‌های فوق و دلالت آیه بر اعتبار سند مکتوب اطمینان یافت. توضیح اینکه خداوند متعال در این آیه شریفه به دلیل اهتمام به حفظ حقوق مال مردم و جلوگیری از ورود ضرر به آنان دستورهای صادر می‌فرماید همچون تنظیم سند مکتوب، شاهد گرفتن دو مرد مسلمان و موثق، رعایت دقت، عدالت در تنظیم سند و امثال آن (ارسطا و بیگی، ۱۳۸۸ش، ص. ۷۴) و بر این امر این‌گونه تأکید می‌کند (وَلَا تَسْأَمُوا أَنْ

تَكْتُبُهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَى أَجَلِهِ) که از کتابت بدهی خود چه کم چه زیاد ملول نشوید. آنچه به ذهن می‌رسد این است که بدون شک کتابت دین تنها زمانی باعث تحقق حکمت‌های مذکور در آیه می‌شد که سند از حجیت و اعتبار برخوردار باشد.

در بررسی دلالت امر بر کتابت در آیه شریفه باید گفته که ظاهر این است که این دستورها، اوامر ارشادی هستند؛ چراکه حکمت آنها در آیه شریفه بیان شده در آنجا که فرموده: «ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا» (سوره بقره: آیه ۲۸۳) (ارسطا و بیگی، ۱۳۸۸ش، صص. ۷۴ و ۷۵).

بنابراین نمی‌توان از اوامر موجود در آیه وجوب کتابت دین و تنظیم سند یا استحباب این امر را همان‌طوری که برخی گمان کرده‌اند استفاده نمود (بجنوردی، ۱۴۱۹ق، ج ۷، ص. ۲۷۰؛ مغنیه، ۱۳۷۹، ج ۴، ص ۷؛ مسجد سراسی و نبی‌نیا، ۱۳۹۲ش، ص. ۱۸۰). برای اثبات استحباب به دو دلیل استناد شده است: اول اجماع فقهای عصر حاضر، دوم آیه فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي اؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ (سوره بقره: آیه ۲۸۳).

علاوه‌براین، اجماع فقهای امامیه و عمل متشرعه نیز بر عدم وجوب کتابت دین استقرار دارد (سبزواری، ۱۴۱۴ق، ج ۴، ص. ۴۰۵؛ مغنیه، ۱۴۲۴ق، ج ۱، ص. ۴۴۸؛ انصاری، ۱۴۱۶ق، ج ۲، ص. ۴۴). نظریه جمهور فقهای اهل سنت نیز عدم وجوب کتابت دین است (انصاری، ۱۴۱۶ق، ج ۲، ص. ۴۴).

اشکال

بر استدلال به آیه شریفه اشکالاتی وارد شده است:

اشکال اول:

آیه تنها دلالت بر اعتبار سند در دیون می‌کند چرا تنها امر به کتابت بر دیون نموده است؛ بنابراین نمی‌توان در دیگر موضوعات اعتباری برای سند قایل شد. دو جواب به این اشکال می‌توان داد.

جواب اول:

برهان اولویت چرا که وقتی کتابت دین برای تحفظ در دیون مطلوب شارع است، به طریق اولی در قضا این تحفظ با کتابت مطلوبیت دارد (تبریزی، ۱۴۲۷ق، ص. ۱۰۹).

جواب دوم:

اگرچه آیه شریفه در مورد کتابت دین وارد شده است ولی باید الغای خصوصیت نمود

چراکه بدون شک، سند مربوط به دین هیچ خصوصیتی ندارد؛ بنابراین از راه الغای خصوصیت عرفی قطعی می‌توان اعتبار سند را نسبت به موضوعات دیگر احراز نمود (ارسطا و بیگی، ۱۳۸۳ ش، ص. ۷۶؛ مسجد سرایی و نبی‌نیا، ۱۳۹۲ ش، ص. ۱۹۸).

اشکال دوم:

ممکن است علت توجه و توصیه به کتابت دین این باشد که باعث تذکار و یادآوری شاهد یا صاحب حق شود (فاضل، ۱۳۶۵ ش، ج ۳، ص. ۶۵)، نه اینکه خود سند موضوعیتی داشته باشد تا اعتبار آن برداشت شود بلکه آنچه معتبر است همان شهادت شاهد است، حتی اگر این مورد به عنوان احتمال مطرح شود و اثبات نگردد باز هم همین احتمال موجب خدشه به استدلال به آیه می‌شود.

برای اثبات این مطلب برخی از نویسندگان به روایاتی تمسک نموده‌اند (هاشمی شاهرودی و دیگران، ۱۴۰۲ ق، ج ۱۵، ص. ۱۵۴):

روایت اول:

روایت ابی خدیجه از امام کاظم است که می‌گوید: مردی به امام کاظم (ع) نوشت، دو نفر از شخصی چیزی خریده‌اند و قباله آن را نزد شخص ثالثی گذارده و به او گفته‌اند این قباله را به هیچ‌یک از ما دو نفر به تنهایی تحویل نده. سپس یکی از آن دو غایب شده یا در خانه‌اش مخفی گشته است آن‌گاه بایع آمده و قباله را انکار کرده پس از آن، نفر دیگر به نزد شخص ثالث رفته و به او گفته است قباله را بیرون آور تا آن را بر بینّه عرضه نماییم؛ زیرا بایع اصل معامله‌ای را که من با دوستم انجام داده انکار کرده و اکنون دوست من غایب است و شاید او در خانه‌اش نشسته و قصد ضرر زدن مرا داشته باشد. آیا در این صورت بر شخص ثالث واجب است که قباله را بر بینّه عرضه کند تا آنان به نفع خریداری که به شخص مزبور مراجعه نموده شهادت دهند یا اینکه چنین کاری برای او جایز نیست تا آن که هر دو خریدار نزد او بروند؟

امام در جواب مرقوم فرمودند: اگر در این کار مصلحت آن گروه است ان شاء الله اشکالی ندارد (حرعاملی، ۱۴۲۴ ق، ج ۲۷، باب ۲۶، ص. ۲۹۵، ح ۳).

در این روایت قباله به تنهایی برای اثبات موضوع کافی شمرده نشده و یکی از دو خریدار به شخص ثالثی که قباله نزد او بوده مراجعه کرده تا قباله را بر بینّه عرضه نماید درحالی‌که

اگر قبالة به تنهایی اعتبار داشت نیازی به عرضه نمودن آن بر یبئه نبود؛ اما از آنجاکه قبالة به خودی خود اعتبار ندارد پس بینه نیز به استناد آن نمی‌توانند نظر بدهند مگر اینکه با دیدن آن اصل موضوع برای آنان یادآوری شود و در نتیجه بر طبق علم یا اطمینان خود گواهی دهند (ارسطا و بیگی، ۱۳۸۸ش، ص. ۸۵).

روایت دوم:

صحیحه عمر بن یزید که می‌گوید به امام صادق (ع) عرض کردم: مردی مرا در خصوص سندی به شهادت می‌طلبد. من دستخط و مهر خود را در آن سند می‌شناسم ولی از باقی آن چیزی به‌خاطر نمی‌آورم نه کم نه زیاد، حضرت در پاسخ فرمودند: اگر دوست تو که تورا به شهادت می‌طلبد، مورد اطمینان است و همراه او نیز مرد مورد اطمینانی هست پس به نفع او شهادت بده (حرعاملی، ۱۴۲۴ق، ج ۲۷، باب ۸، ص. ۳۲۱-۳۲۲، ح ۱).

امام صادق (ع) به راوی می‌فرماید: در صورتی برای تو جایز است که مطابق مضمون سند ارائه شده‌ای که چیزی از مندرجات آن به‌خاطر نمی‌آوری و فقط دستخط و مهر خود را می‌شناسی شهادت دهی که اولاً آن‌کس که به این سند استناد نموده و از تو شهادت می‌خواهد، فرد مورد اطمینانی باشد و ثانیاً همراه با او نیز شخص مورد اطمینان دیگری باشد که به صحت ادعای او شهادت دهد (ارسطا و بیگی، ۱۳۸۸ش، ص. ۸۸).

روایت سوم:

حسین بن سعید می‌گوید: جعفر بن عیسی در نامه‌ای به امام نوشت: فدایت گردم، بعضی از همسایگان ما نوشته‌ای آورده‌اند که معتقدند مرا بر مفاد آن نوشته گواه گرفته‌اند. در آن نوشته اسم من به خط خودم موجود است که آن را شناختم ولی از شهادت و مفاد آن چیزی به‌خاطر نمی‌آورم درحالی‌که آنان مرا به شهادت دادن مطابق مندرجات آن نوشته فراخوانده‌اند. آیا با وجود اینکه اسم خود را در آن سند شناخته‌ام ولی گواه گرفتن خود را بر مفاد آن را به یاد نمی‌آورم، به نفع آنان شهادت دهم یا اینکه چنین شهادتی تا زمانی که واقعه را به یاد آورم بر من واجب نیست، چه اسم من در آن سند باشد چه نباشد؟ امام در پاسخ مرقوم فرمود: شهادت نده (حرعاملی، ۱۴۲۴ق، ج ۲۷، باب ۸، ص. ۳۲۲، ح ۲).

با توجه به این روایت اگرچه شخص دستخط خود را شناخته است؛ اما چون اصل قضیه

را به‌خاطر نمی‌آورد شهادت دادن مفاد سند بر او جایز نیست.

روایت چهارم:

سکونی از امام صادق(ع) نقل می‌کند که پیامبر اکرم فرمود: به شهادتی که آن را به‌خاطر نمی‌آوری شهادت نده؛ زیرا هر کس بخواهد سندی می‌نویسد و نقش مهری می‌زند (حرعاملی، ۱۴۲۴ق، ج ۲۷، کتاب الشهادات، باب ۱، ص ۳۳۲، ح ۴).

روایت پنجم:

روایتی از امام صادق(ع) است که فرمود: «القلب يتكل على الكتابة»: قلب آدمی بر کتابت تکیه می‌کند.

این روایت ظهور در این دارد که روش معمول میان مردم آن بوده است که از سند کتبی به‌عنوان وسیله‌ای برای یادآوری شاهد و حصول قطع استفاده می‌کردند نه به‌عنوان مستند حکم (ارسطا و بیگی، ۱۳۸۳ش، ص ۸۴).

این اشکال با توجه به فقرات دیگر همین آیه تقویت می‌شود چرا که در این آیه به صرف نوشتن سند بسنده نشده است بلکه دستور به استفاده از بیّنه و شاهد داده شده است (وَ اسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ) و در ادامه خواسته که اگر دو شاهد عادل یافت نشد باید به سراغ بدل آن رفت که یک شاهد مرد عادل و دو زن عادل باشند (فَإِنْ لَمْ يَكُنَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ)؛ بنابراین رعایت نصاب بیّنه و بدل آن لازم دانسته شده است. نتیجه آنکه سند وسیله مستقلى برای اثبات نمی‌باشد؛ زیرا اگر چنین بود دیگر نیازی به استفاده از بیّنه نبود (مسجد سرائی و نبی‌نیا، ۱۳۹۲ش، ص ۱۸۱) بلکه به تعبیر بعضی از نویسندگان از این‌جا می‌توان فهمید که نوشتن سند لغو بوده و با وجود بیّنه نیازی به تمسک به سند برای اثبات موضوع نیست (هاشمی شاهرودی و دیگران، ۱۴۰۲ق، ص ۱۵۰).

جواب:

این اشکال مشتمل بر دو مطلب بود:

الف) عدم موضوعیت سند و توجه به آن به‌خاطر یادآوری شاهد یا صاحب حق

ب) لغویت اعتبار سند

در پاسخ به عدم موضوعیت سند سه جواب می‌توان مطرح کرد:

جواب اول:

چنین برداشتی از آیه شریفه با ظاهر آن مخالف است: چرا که خداوند متعال در آیه دین، پنج بار بر مسئله نوشتن سند با تعبیرات مختلف تأکید نموده و حتی به ذکر جزئیات مربوط به کتابت نیز پرداخته و مسائلی مانند شرایط کتابت، کیفیت کتابت و املای سند توسط مدیون یا ولی را در موارد خاص بیان نموده است. تمام این تأکیدات و ذکر تفصیل بیانگر توجه خداوند متعال به مسئله کتابت سند است و قطعاً منحصر دانستن فایده کتابت در یادآوری با این میزان اهتمام سازگار نیست چرا که در آن صورت نه تنها نیازی به این تأکیدات نبود بلکه سازگارتر با روش قرآن این بود که عبارت کوتاه‌تر آورده شود (ارسطا و بیگی، ۱۳۸۸ش، ص. ۷۸). شاید بتوان به این جواب چنین اشکال وارد نمود که خداوند متعال می‌تواند برای کیفیت شهادت احکامی مشخص کند؛ مثلاً بگوید شهادت شاهد زمانی اعتبار دارد که از روی حدس نباشد بلکه حسی باشد. همچنین می‌تواند بگوید شاهد می‌تواند با استناد به سندی که چنین ویژگی‌هایی دارد شهادت دهد و این با تأکیدات و بیان کیفیت سند در قرآن هم ناسازگاری ندارد؛ بنابراین سند از این جهت که می‌تواند مستمسک شاهد در شهادت باشد اعتبار دارد. محقق اردبیلی نیز چنین می‌گوید: ظاهر ازین این تأکیدات در امر به کتابت این است که کتابت حجت معتبر شرعی است (اردبیلی، بی‌تا، ص. ۴۴۵).

جواب دوم:

چنین برداشتی خلاف ظاهر حال قانون‌گذار عرفی است درحالی‌که شارع در تقنین روشی غیرروش عرف عقلاً نیاورده است. توضیح اینکه اگر قانون‌گذار عرفی خطاب به مردم بگوید: ای مردم در هر معامله‌ای که موجب تحقق دین در میان شما می‌شود، سند بنویسید و باید نویسنده عادل اینکار را انجام دهد و هرکس که قدرت بر سندنویسی دارد نباید از انجام آن خودداری کند. پس باید چنین کسی سند را بنویسد و شما نیز از نوشتن سند در مورد دیون خود چه کم باشد و چه زیاد خسته و ملول نشوید و به این میزان نیز اکتفا نکند بلکه به بیان جزئیات و تفصیلات احکام مربوط به کتابت سند بپردازد. بدون شک برداشت عرف از این کلام چنین است که سند از

نظر قانون‌گذار معتبر است (ارسطا و بیگی، ۱۳۸۱ش، ص. ۷۹).

جواب سوم:

برای درک وجدانی مفاد آیه شریفه یکی از نکاتی که اهمیت دارد لزوم شاهد گرفتن به هنگام تنظیم سند و دلیل امر است. درواقع استفاده از شاهد برای آن است که سند تنظیمی معتبر و برای طرفین استنادپذیر باشد، وگرنه یک نوشته بدون امضا و شاهد را نمی‌توان به دو نفر نسبت داد. به تعبیر دیگر شهادت در آیه شریفه جایگزین امضای طرفین قرارداد و مهر دفترخانه ثبت اسناد رسمی در زمان ماست که موجب معتبر شدن سند می‌گردد.

توضیح آنکه یکی از شرایط اعتبار سند در عرف عقلاً انتساب آن به طرفین سند (داین و مدیون یا متعهد و متعهدله) است. برای اثبات این انتساب معمولاً مهر، امضا و اثر انگشت طرفین استفاده می‌شود و برای اطمینان به صحت انتساب مزبور و به‌منظور نفی احتمال جعل مهر و امضا شاهد گرفته می‌شود.

دلیل این مسئله روشن است چرا که در غیر این‌صورت هر کس می‌تواند کاغذی بنویسد و در آن دینی را به نفع خود و بر ذمه دیگری ادعا نماید. اصل بر آن است که ملاک سندیت یک نوشته و همچنین چیزی که یک نوشته را بیانگر اراده جدی و قطعی نویسنده قرار می‌دهد، امضای آن است (صدرزاده افشار، ۱۳۸۵ش، ص. ۹۳).

شاهد بر اینکه مهر کردن سند در صحت انتساب و اطمینان عقلاً کفایت می‌کند دو روایت است:

روایت اول:

این روایت در بررسی تاریخی سند بدان اشاره شد:

امام صادق(ع) در مورد اولین سند که در تاریخ زندگی بشر نوشته شده است، فرمود: پس از آنکه حضرت آدم شصت سال از عمر خود را به حضرت داوود بخشید، خداوند به جبرئیل، میکائیل و ملک‌الموت امر کرد که در این خصوص سندی بنویسند. آنان نیز چنین کردند و سپس آن را به وسیله بال‌هایشان از خاک علین مهر کردند (کلینی، ۱۳۶۳ش، ج ۷، ص. ۳۷۸).

روایت دوم:

علامه مجلسی در بحارالانوار از پیامبر اکرم(ص) این‌گونه نقل کردند که ایشان در سال ششم هجرت قصد نوشتن نامه به شاهان و حاکمان را داشتند، به حضرتش گفتند: شاهان

به نامه بی مهر اهمیت نمی‌دهند؛ بنابراین حضرت برای خود مهری تهیه کردند و در ذی الحجه همان سال شش نفر از صحابه، نامه‌های حضرت را برای پادشاهان کشورهای بزرگ آن روزگار بردند (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۲۰، ص ۳۸۲؛ بخاری، بی تا، ج ۱، ح ۶۵).

محتوای این روایت باعث شده تا برخی از علمای اهل سنت این طور بگویند که اصولاً شرط عمل به نامه، مختوم بودن آن است تا نسبت به عدم تغییر آن اطمینان حاصل شود (ابن حجر عسقلانی، ۱۴۰۲ق، ج ۱، ص ۱۴۳).

اما پاسخ به لغویت سند باید گفت :

کلام خداوند را باید به گونه‌ای تفسیر و تبیین نمود که مطابق با حکمت بالغه، فصاحت و بلاغت الهی باشد. حکمت الهی مقتضی آن است که کلام او به صورتی معنا نشود که منجر به لغویت گردد، و فصاحت و بلاغت الهی اقتضا دارد که کلام حضرتش را بر معانی بعید و دور از ذهن حمل نکنیم. اینک با توجه به این دو گفتار بار دیگر در آیه شریفه تأمل می‌کنیم:

در آیه مذکور خداوند ابتدا دستور به کتابت دین داده و فرموده است: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ». سپس بعد از آن مطالبی درباره چگونگی کتابت سند و شرایط کاتب و کیفیت املا و شرایط آن به مسئله شاهد گرفتن پرداخته و فرموده است: «وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ». معلوم است که اگر با وجود شهادت دو مرد عادل با یک مرد و دو زن عادل، فایده‌ای بر کتابت سند مترتب نمی‌شد دستور به انجام آن لغو و بیهوده بود درحالی که شخص حکیم هیچ‌گاه دستور لغو و بی فایده صادر نمی‌کند تا چه رسد به خداوند متعال که حکیم و دانای مطلق است و هر حکمتی از ذات بی‌همتای او نشئت می‌گیرد؛ بنابراین بی فایده دانستن کتابت در این آیه شریفه خلاف مقتضای حکمت است (ارسطا و بیگی، ۱۳۸۸ش، ص ۷۷).

به هر حال همان طور که مهر یا امضا کردن سندی موجب اطمینان به صحت انتساب آن می‌شود، شاهد گرفتن بر تنظیم سند نیز چنین فایده‌ای دارد.

توجه به این نکته حائز اهمیت است که مقصود از شاهد گرفتن بر تنظیم سند آن نیست که تنها راه اثبات صحت سند مزبور مراجعه به شاهدان مورد نظر می‌باشد تا گفته شود که بدین ترتیب نوشتن سند لغو و بی فایده است و یا فایده آن منحصر در یادآوری می‌باشد بلکه منظور از شاهد گرفتن بر سند آن است که هرگاه سند مزبور با ذکر نام دو شاهد آن

در جایی ارائه گردد، به‌طور معمول برای عقلا موجب اطمینان به صحت انتساب آن می‌شود، همان‌طور که در زمان ما هنگامی که نامه‌ای با مهر مخصوص یک سازمان یا اداره و امضای مسئول آن به دست شخصی می‌رسد، به آن اطمینان می‌کند. آیه ۲۸۲ سوره بقره نیز با ارشاد به همین نکته عقلایی و تأیید آن فرموده است: «ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا». به عبارت دیگر این قسمت از آیه درواقع تعلیلی است برای لزوم تنظیم سند و از آنجاکه تعلیل باید عقلایی باشد تا برای مخاطبان قابل فهم بوده و بتواند علت حکم را برای آنان تبیین نماید (ارسطا و بیگی، ۱۳۸۸ش، صص ۸۲-۸۳).

اشکال سوم:

آیه شریفه دلالتی بر اعتبار کتابت به‌عنوان یکی از وسایل اثبات باب قضاوت ندارد چراکه آیه مبارکه یا کتابت را به‌عنوان وسیله‌ای برای تعیین تعداد شهود از یا برای دفع شبهه از اطراف معامله در نظر گرفته است و شاهد این مطلب هم این فقره از آیه شریفه است: «ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا»؛ اما زمانی که شبهه مرتفع شد آیه دلالتی ندارد براینکه قاضی می‌تواند تنها با کتابت اقدام به حکم دادن کند (حائری، ۱۳۸۱ش، ص ۱۸۳).

دلیل سوم: طریق اولویت

محقق اردبیلی در بحث رساندن حکم یک قاضی به قاضی دیگر، یکی از راه‌های آن را کتابت می‌داند. بدین‌صورت که قاضی به نفع شخص الف و به ضرر شخص ب که غایب می‌باشد حکم کرده و برای قاضی دیگر بنویسد که الف در دادگاه حاضر شد و علیه ب که غایب بود طرح دعوا نمود و مدعای خود را نزد من به اثبات رسانید. من نیز به نفع او و به ضرر ب حکم کردم.

لکن نظریه مشهور در میان فقهای امامیه آن است که کتابت اعتبار ندارد. بدین‌معنا که حکم به صحت آن نمی‌شود؛ زیرا احتمال تزویر، ساختگی بودن و شبیه‌سازی (محقق حلّی، ۱۴۰۸ق، ج ۴، ص ۳۴۱) در آن وجود دارد و بر فرض ایمنی چنین احتمالی ممکن است از روی قصد جدی نوشته نشده باشد؛ مانند اینکه نویسنده خبر دادن از واقعه معینی را نداشت بلکه فقط قصد مشق کلمات را داشته است.

درحالی‌که گاهی از کتابت گمان نزدیک به یقین (ظن متاخم للعلم) حاصل می‌شود

به‌گونه‌ای که از ظن حاصل از شهادت بینه قوی‌تر است بلکه گاهی علم به ایمنی از تزویر حاصل می‌گردد و نیز علم حاصل می‌شود که نویسنده از روی قصد و مراد جدی نوشته است نه از غیر قصد (اردبیلی، بی‌تا، ج ۱۲، ص ۲۰۹).

بدین ترتیب محقق اردبیلی با استدلال به فحوی یا طریق اولویت نسبت به بینه اعتماد کتابت را در خصوص رساندن حکم به یک قاضی به قاضی دیگر پذیرفته است.

واضح است که مسئله رساندن حکم قاضی خصوصیتی ندارد و می‌توان این استدلال را در تمامی موارد اعتماد بر کتابت به‌عنوان دلیلی بر اثبات موضوع پذیرفت (ارسطا و بیگی، ۱۳۸۸ ش، ص ۱۰۳). همان‌طوری که ایشان چنین تصریح کرده: در انتقال روایت و أخذ مسئله فقهی و علم و حدیث عمل کردن بر طبق روایت جایز است به شرطی که کتابت مورد استفاده صحیح بوده و نزد استاد مورد اعتمادی باشد، همان‌طور که فقها عمل بر طبق کتابت را در نقل حدیث نیز جایز دانسته‌اند (اردبیلی، بی‌تا، ج ۱۲، ص ۲۱۰).

بنابراین در هر موردی که احتمال تزویر منتفی باشد و احراز شود که نویسنده از روی قصد جدی نوشته است می‌توان بر کتابت اعتماد نمود؛ البته احراز قصد نویسنده کار مشکلی نیست چرا که اصل و قاعده اولیه در این خصوص آن است که نویسنده قاصد بوده و صرفاً برای تمرین خط دست به قلم نبرده است، همان‌طور که به کمک همین قاعده عقلایی قصد گوینده در سخن گفتن احراز می‌گردد.

اشکال:

تا دلیل قاطعی بر جواز عمل به ظن و گمان وجود نداشته باشد نمی‌توان به ظن حاصل از کتابت اعتماد نمود. هرچند که این ظن نزدیک به علم بوده و قوی‌تر از ظن حاصل از شهادت بینه باشد؛ زیرا دلیلی بر اعتبار ظن در خصوص موضوعات احکام (که محل بحث است) وجود ندارد؛ اما اعتبار بینه از باب افاده ظن و گمان نیست بلکه به جهت وجود ادله قطعی و مورد اتفاقی است که بینه را معتبر شمرده درحالی که چنین ادله در خصوص ظن حاصل از کتابت وجود ندارد (طباطبایی، ۱۴۱۸ ق، ج ۱۵، صص ۱۳۵-۱۳۶).

پاسخ اشکال:

منظور محقق اردبیلی از ظن متاخم به علم مطلق ظن و گمان قوی نیست بلکه مقصود وی

علم عادی است که گاهی از آن به اطمینان نیز تعبیر می‌شود، همان‌طوری که ایشان در مقام نتیجه‌گیری این‌طور نوشته است. در صورتی که به صحت نامه قاضی که در آن از حکم خود خبر داده است علم حاصل شود، سزاوار نیست که در اعتبار چنین نوشته‌ای اختلاف نمود؛ اما در صورتی که صحت نامه مزبور مضمون باشد، جای بحث وجود دارد و ممکن است که در این صورت نیز قائل به اعتبار نامه مورد نظر شود، به شرطی که ظن حاصل از آن قوی‌تر از ظن حاصل از دو شاهد مورد اطمینان در بینه بوده و احتمال نقیض آن صرفاً یک احتمال عقلی باشد (اردبیلی، بی‌تا، ج ۱۲، ص ۲۱۰)، و از آنجا که تنها اطمینان یا علم عادی است که احتمال مخالف آنقدر ضعیف است که مورد توجه عقلاً قرار نمی‌گیرد، اگرچه از نظر عقل تجربیدی محال تلقی نمی‌شود (نراقی، ۱۴۱۵ ق، ج ۱۷، ص ۱۰۴)؛ بنابراین مراد محقق اردبیلی از ظن همان اطمینان یا علم عادی است. بدین ترتیب ظن متاخم به علم یا علم عادی حصولاً مشمول ادله نهی از عمل به ظن قرار نمی‌گیرد چرا که صاحب چنین ظنی خود را عالم می‌داند و احتمال مخالف با علم خود را باطل می‌شمارد. گرچه با نظر دقیق دلیل عقلی احتمال مذکور باطل نیست ولی اهل عرف به چنین احتمالی توجه نمی‌کنند و اصولاً منظور آنان از علم چنین علمی است که احتمال مخالفش مورد اعتنای عقلاً قرار نگیرد؛ بنابراین کلمه علم در احکام شرعیه نیز بر همین معنای متعارف در میان مردم هم می‌شود (نراقی، ۱۳۷۵، ص ۴۳۶)؛ زیرا خطابات شرع متوجه اهل عرف است و بر اساس فهم آنان باید تفسیر شود (ارسطا و بیگی، ۱۳۸۸ ش، ص ۱۰۶).

اصولاً علم به معنای یقین قطعی در میان مردم بسیار اندک است و نمی‌توان منظور از علم در کلمات شارع را همین موارد اندک و نادر دانست؛ زیرا در این صورت بسیاری از احکام شرع به دلیل عدم حصول یقین قطعی در مورد آنها تعطیل خواهد شد (سبزواری، ۱۴۱۳ ق، ج ۲۷، ص ۱۸۸).

نتیجه آنکه اگر نوشته‌ای ایمن از تزویر باشد برای نوع عقلاً موجب حصول علم عادی می‌شود؛ بنابراین مشمول ادله حجت علم قرار می‌گیرد (ارسطا و بیگی، ۱۳۸۸ ش، ص ۱۰۶). علاوه بر آن، ادله دال بر حجیت شهادت در باب قضا اعتبار آن را تنها از باب تعبد تأیید نکرده‌اند بلکه علت اعتبار شهادت کاشفیت نوعی آن است و از این جهت فرقی بین شهادت و سند مکتوب وجود ندارد بلکه می‌توان ادعا نمود کاشفیت سند نسبت واقع مخصوصاً با

سازوکارهای امروزی قوی‌تر از شهادت می‌باشد (مؤلف).

سیره متشرعه

سیره متشرعان و پایبندان به شریعت اسلام بر عمل به نوشته در صورتی که مورد وثوق و اطمینان باشد استقرار یافته است و به همین دلیل بر کتابت قرآن کریم و احادیث مکتوب پیامبر اکرم (ص) و نامه‌های که آن حضرت در زمان حیات خود برای پادشاهان بعضی از کشورها فرستاد و همچنین بر کتاب‌های راویان احادیث، فقها و غیر آن اعتماد می‌شود و بر همین اساس است که قضات به نوشته سابق خود در صورتی که ایمن از تزویر باشد اعتماد می‌کنند و راویان را نیز به خط راوی پیش از خود و یا دست خط امام در صورتی که مورد وثوق باشد اعتماد می‌نمایند (حائری، ۱۳۸۱ ش، ج ۱، ص ۲۱۶-۲۱۷).

اشکال:

اشکال این بیان بر تعریف سیره متشرعه و روشن شدن فرق میان سیره متشرعه و سیره عقلا متوقف است. مراد از سیره متشرعه بماهم متشرعه عملکردی است که پایبندان به شریعت نسبت به عملی دارند که خواستگاه آن عمل فرضی جز شرع ندارد و عقلا بما هم عقلا چنین عملکردی ندارند مانند سیره متشرعان بر اعمال عبادی که هیچ‌گونه ارتباطی به عقلا ندارد و با توجه به این مطلب است که گفته می‌شود صرف احراز معاصرت سیره در زمان معصوم در اثبات اعتبار آن کافی است، بخلاف سیره عقلا که برای اثبات اعتبار به عنصر عدم ردع و امضای شارع محتاج می‌باشد (هاشمی شاهرودی، ۱۴۱۷ ق، ج ۴، ص ۲۴۷)، چراکه همان‌طوری که از تعریف روشن شد سیره متشرعه در پیدایشش فرض شده است که از شریعت است.

با توجه به این مطلب روشن می‌شود که نمی‌توان در اعتبار سند به سیره متشرعه بماهم متشرعه تمسک نمود چرا که منشأ پیدایش اعتبار و اعتنای کتابت خود عقلا بودند؛ البته نوع دیگری از سیره متشرعه نیز در کلمات علما آمده است که آن را سیره متشرعه بماهم عقلا می‌نامند که این نوع سیره نیز از اعتبار شرعی برخوردار است به همان ملاکی که سیره عقلا اعتبار دارد؛ بنابراین اگر مراد از سیره متشرعه چنین سیره‌ای باشد می‌تواند اثبات مدعای مطرح شده را بکند (مراجعة شود: ارسطا و بیگی، ۱۳۸۸ ش، ص ۱۱۲).

سیره عقلا

اعتبار دلالت الفاظ متکی به قانون یا قرارداد نیست بلکه سیره و رویه مردم جهان است که دلالت الفاظ را معتبر بدانند و دلالت الفاظ را وسیله کشف منظور گوینده بدانند و به همین جهت اقرار را در تمام جهان دلیل قاطع دعوا دانسته‌اند. همین وضع نسبت به نوشته‌ها نزد همه اقوام و ملل برقرار است، یعنی دلالت کلمات و جمله‌های نوشته بر معانی آنها متکی به قانون یا قرارداد نیست بلکه سیره مردم جهان بر اتکا و استناد به معانی کلمات و جملات نوشته شده است. این یک رویه دیرین است همان‌گونه که در تاریخچه سند بدان اشاره شده است.

فقط یک فرق بین گفتار و نوشته‌ها است و آن این است که در گفتار شنونده در انتساب لفظ به گوینده تردید ندارد ولی در نوشته‌ها خواننده در انتساب نوشته بر فرد خاصی دچار تردید می‌شود (قانون ثبت مواد ۴۶ تا ۴۸).

این بیان به همین مقدار برای اثبات اعتبار سند کافی نیست چراکه سیره عقلا به‌تنهایی مادامی که به تأیید شارع مقدس نرسد از اعتبار شرعی برخوردار نمی‌باشد و در اعتبار یک سیره عقلایی دو شرط لازم است: اول اینکه معاصر زمان معصوم باشد. دوم اینکه مورد ردع شارع واقع نشده باشد و اثبات این دو شرط هم ممکن به‌نظر می‌رسد. چراکه با توجه به مطالب ذکر شده در سیره تاریخی سند مبنی بر ثبوت این رویه در زمان معصوم و گفتار برخی از فقها که این‌گونه اشاره کرده‌اند: نوشتار سیره مستمره در زمان‌ها و مکان‌های گوناگون بوده است بلکه بالاتر ادعای ضرورت نموده‌اند (صاحب جواهر، ۱۴۰۴ق، ج ۴، ص ۳۰۴)، معاصرت اثبات می‌شود. شرط دوم نیز با عدم ردع شارع همان‌طوری که برخی از فقها بدان استناد کرده‌اند (تبریزی، ۱۴۲۷ق، ج ۲، ص ۱۳)، ثابت می‌شود. اشکال:

سیره عقلا و سیره متشرعه بماه عقلا در صورتی اعتبار دارد که ردعی از جانب شارع نسبت به آن صادر نشده باشد درحالی‌که روایاتی داریم که از این کار نهی کرده‌اند: امیرالمؤمنین نامه‌ای را که یک قاضی به قاضی دیگر می‌نوشت معتبر نمی‌دانست و از این کار نهی می‌کرد تا زمانی که بنی‌امیه به قدرت رسیدند و این کار را با وجود بینه جایز

دانستند (حرعاملی، ۱۴۲۴ق، ج ۲۷، باب ۲۸، ص ۲۹۷، ح ۱).

توضیح اینکه نبودن یک دستگاه منسجم و منظم قضایی در گذشته دشواری‌های بزرگی را برای مردم پیش می‌آورد. کسی که در یک دادگاه محکوم می‌شد به شهر دیگری می‌رفت و به نام خواهان در دادگاه طرح دعوا می‌کرد و چه بسا همان موضوعی که قبلاً رسیدگی شده بود این بار به گونه‌ای دیگر و در دادگاهی دیگر مطرح می‌گردید و محکوم علیه دادگاه پیشین محکوم له این دادگاه می‌شد. برای جلوگیری از سوءاستفاده قضایی نامه قاضی به قاضی دیگر متداول شد (ساکت، ۱۳۶۵ش، ص ۲۲۳).

پاسخ اشکال:

با نگاهی به تاریخ اسلام می‌بینیم که احکام نصب کارگزاران و قضات و دیگر صاحب‌منصبان حکومتی در نامه‌های نوشته شده برای آنان فرستاده می‌شد بدون اینکه با آن نامه‌ها دو شاهد نیز همراه گردند (حائری، ۱۳۸۱ش، ج ۸۵، ص ۹۰؛ جعفری لنگرودی، ۱۳۹۴، ج ۲، ص ۱۰۱۲).

خصوصیت این نامه‌ها این بود که ایمن از تزویر بودند. بدون شک احکامی که در نامه‌ها نوشته می‌شد اهمیتش بسیار بیشتر از حکم به چند درهم برای یک شخص بود که یک قاضی در نامه خود برای قاضی دیگر می‌نوشت؛ بنابراین علی‌القاعده نامه قاضی به قاضی دیگر نیز در صورت ایمنی از تزویر باید معتبر شمرده شود، چراکه هیچ خصوصیتی که موجب تمایز آن از احکام نصب کارگزاران حکومتی شود، به نظر نمی‌رسد؛ بنابراین روایت را باید ناظر به صورتی دانست که نامه قاضی موجب حصول اطمینان نمی‌شد و به عبارتی ایمن از تزویر نبود (ارسطا و بیگی، ۱۳۸۱ش، ص ۱۱۷)، چنان‌که برخی از فقها روایت را بر همین معنا حمل کردند (حائری، ۱۳۸۱ش، ج ۲، صص ۱۲-۱۳).

این جواب خود پذیرش اشکال است چرا که مکتوبات را تنها در صورت حصول اطمینان معتبر می‌داند. (البته باب قضا به خاطر خصوصیتی که دارد احتمال فرق آن با موضوعات دیگر داده می‌شود حتی اگر از جوانب دیگر موضوعات اهمیت بیشتری داشته باشند. دلیل نمی‌شود در باب قضا نیز حجت باشند و دلیل لفظی هم که به عمومش دال بر حجیت لفظ با توجه به این دلیل اگه نباشد سیره دلیل لبی است و باید به قدر متیقن در فرض شک از آن اکتفا شود).

استقراء

این واژه در اصطلاح به معنای استنتاج یک قانون یا قاعده کلی بر اساس تتبع احوال افراد و مصادیق آن کلی می باشد (انصاری، ۱۴۱۶ق، ج ۳، ص ۴۶۸).

این تعریف با عبارات مختلفی که همگی گویای معنای واحدی است در کلام فقها آمده است: شهید ثانی می نویسد: استدلال کردن بر کلی از طریق استدلال به جزئیات آن کلی (شهید ثانی، ۱۴۰۹ش، ص ۱۸۱).

شهید صدر در تعریف استقراء می گوید: استنتاج یک قانون عام از طریق تتبع حالات جزئی فراوان (صدر، ۱۳۷۹ش، ص ۱۶۱).

فقهائ امامیه در مواردی به استقراء تمسک کردند چنان که محقق حلی در اثبات این حکم که هیچ نماز واجبی بر مرکب خوانده نمی شود به استقراء استناد نموده اند (محقق حلی، ۱۴۲۳ق، ص ۲۲۰)، و شیخ انصاری دلیل کافی بودن اشاره شخص گنگ بر تمامی عقود و ایقاعات و عبادات کلامی وی را استقراء می داند (تبریزی، ۱۴۲۷ق، ص ۱۷۸).

استقراء بر دو قسم است: استقراء تام و استقراء ناقص. شکی نیست که استقراء تام حجیت دارد؛ یعنی هرگاه پس از بررسی تمام جزئیات یک کلی معین، ملاحظه شود که همه آنها در امر واحدی اشتراک دارند، می توان امور مزبور را به عنوان حکم بر آن کلی نیز جاری کرد؛ چرا که چنین استقرایی موجب قطع است و حجیت قطع نیز ذاتی می باشد (ارسطا و بیگی، ۱۳۸۸ش، ص ۱۲۱).

یکی از مصادیق چنین استقرایی را مورد شک در بقای حکم سابق به دلیل شک در وجود رافع می داند و تصریح می کند که در تمامی فقه هر موردی از این قبیل را که یافتیم شارع در آن مورد حکم به بقای حالت سابقه کرده بود و اضافه می کند که انصاف آن است که این استقراء مفید قطع می باشد (انصاری، ۱۴۱۶ق، ج ۳، ص ۵۵).

ولی مهم استقرای ناقص است که بسیاری از افراد یک کلی مورد بررسی قرار گیرند و حکم مشترک در میان آن افراد بر کلی مزبور نیز مترتب گردد، چرا که بیشتر استقراهایی که در فقه ادعا شده از این قبیل است و استقرای تام موارد بسیار اندکی دارد (شهید ثانی، ۱۴۰۹ق، ص ۱۸۱) به گونه ای که حتی بعضی از فقها تصریح کرده اند که استقرای تام در فقه مصادیقی ندارد (قمی، ۱۴۳۰ق، ص ۲۹۰).

از آنجاکه استقرای ناقص در بسیاری از موارد موجب حصول ظن به حکم شرعی می‌باشد؛ بنابراین نظریه معروف در میان فقهای امامیه عدم حجیت آن است چراکه اصل و قاعده اولیه عدم اعتبار ظن می‌باشد (سوره نجم: آیه ۲۸).

مگر آنکه دلیل خاصی بر حجیت آن اقامه گردد و آن را از تحت اصل عدم حجیت خارج نماید که در این صورت به عنوان ظن خاص از اعتبار برخوردار می‌شود؛ مانند ظن حاصل از خبر شخص واحد راستگو، لکن هیچ دلیل خاصی بر حجیت استقرای ناقص اقامه نشده و همچنان مشمول اصل عدم حجیت ظن است (ارسطا و بیگی، ۱۳۸۸ش، ص ۱۲۲).

نتیجه‌گیری

مقاله «حجیت اسناد مکتوب در رسانه» به این نتیجه می‌رسد که در عصر حاضر، با توجه به نقش پررنگ رسانه‌ها در انتشار اطلاعات، حجیت اسناد مکتوب یک بحث حیاتی و چندوجهی است که نیازمند توجه جدی حقوقی، اجتماعی و اخلاقی است.

نکات کلیدی و نتایج اصلی مقاله عبارت‌اند از:

اهمیت روزافزون حجیت: با افزایش حجم اطلاعات و سهولت انتشار آن، تشخیص اسناد معتبر از اسناد جعلی یا تحریف‌شده، برای حفظ اعتماد عمومی و جلوگیری از انتشار اخبار کذب، امری ضروری است.

مسئولیت دوگانه رسانه: رسانه‌ها نه تنها باید در انتشار اسناد مکتوب دقت کنند بلکه نقش فعالی در راستی‌آزمایی و اعتبارسنجی این اسناد قبل از انتشار عمومی دارند. انتشار بدون تحقیق و بررسی، می‌تواند منجر به خدشه‌دار شدن اعتبار خود رسانه و گمراهی مخاطبان شود.

پیچیدگی‌های حقوقی: قوانین موجود ممکن است در برخی موارد برای پوشش کامل چالش‌های ناشی از انتشار اسناد در بستر رسانه‌های نوین، کافی نباشند. نیاز به بازنگری و به‌روزرسانی قوانین در زمینه مسئولیت رسانه‌ای و حقوق مربوط به اسناد وجود دارد. نقش سواد رسانه‌ای: ارتقاء سواد رسانه‌ای مخاطبان، از طریق آموزش نحوه تشخیص اطلاعات معتبر و منابع قابل اتکا، می‌تواند به کاهش تأثیر اخبار جعلی و افزایش درک

عمومی از مفهوم حجیت اسناد کمک کند. لزوم شفافیت و پاسخگویی: رسانه‌ها باید در قبال اسنادی که منتشر می‌کنند، شفاف عمل کرده و در صورت بروز خطا، پاسخگو باشند. این امر به حفظ اعتبار رسانه‌ها و ایجاد اعتماد بلندمدت با مخاطبان کمک می‌کند. راهکارهای عملی: برای تضمین حجیت اسناد در رسانه، نیاز به تدوین دستورالعمل‌های حرفه‌ای، استفاده از فناوری‌های نوین برای راستی‌آزمایی، و همکاری بین رسانه‌ها، کارشناسان حقوقی و نهادهای نظارتی است. درنهایت، مقاله تأکید می‌کند که حفظ حجیت اسناد مکتوب در رسانه، مسئولیتی جمعی است که نیازمند تلاش مستمر از سوی رسانه‌ها، قانون‌گذاران، و مخاطبان برای دستیابی به یک فضای اطلاعاتی سالم و قابل اعتماد است.

کتابنامه

قرآن کریم

ابن حجر عسقلانی، احمد بن علی (۱۴۰۲ ق)، تهذیب التهذیب، حیدرآباد دکن: بی‌نا.
اردبیلی، احمد بن محمد (بی‌تا). زبدة البیان فی أحكام القرآن، تهران: مکتبه المرتضویه.
ارسطا، محمدجواد و بیگی، محمداسماعیل (۱۳۸۸). اعتبار سند و تعارض آن با ادله دیگر در حقوق ایران و فقه امامیه، تهران: قضا (وابسته به مرکز تحقیقات فقهی قوه قضاییه).
انصاری، مرتضی (۱۴۱۶ ق). فرائد الأصول، قم: بی‌جا.
انصاری، محمدعلی (۱۴۱۶ ق). الموسوعة الفقهية الميسرة ویلیها الملحق الاصولی، قم: مجمع الفكر الاسلامی.

بجنوردی، سیدحسن (۱۴۱۹ ق). القواعد الفقهية، قم: نشر الهادی،
بخاری، محمد بن اسماعیل (بی‌تا). الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله (ص) و سننه و آیامه، بی‌جا: بی‌تا.

تبریزی، جواد بن علی (۱۴۲۷ ق). أسس القضاء و الشهادة، قم: مؤلف.
جعفری لنگرودی، محمدجعفر (۱۳۹۴). دایرة المعارف علوم اسلامی قضایی، تهران: گنج دانش.

- حائری، سیدکاظم (۱۳۸۱). *القضاء فی الفقه الإسلامی*، قم: مجمع الفکر الإسلامی.
- حراملی، محمد بن حسن (۱۴۲۴ق). *تفصیل وسائل الشیعه الی تحصیل مسائل الشریعه*؛ قم: جماعة المدرسین فی الحوزة العلمیة بقم، مؤسسه النشر الإسلامی.
- زحیلی، وهبه (۱۴۱۸ق). *التفسیر المنیر فی العقیده و الشریعة و المنهج*، بیروت: دار الفکر المعاصر.
- ساکت، محمدحسین (۱۳۶۵). *نهاد دادرسی در اسلام: پژوهشی در روند و روش دادرسی سازمان های وابسته آن*، قم: آستان قدس رضوی.
- سبزواری، عبدالاعلی (۱۴۱۳ق). *مذهب الأحکام فی بیان الحلال و الحرام*، قم: السید عبدالاعلی السبزواری.
- سبزواری، عبدالاعلی (۱۴۱۴ق). *مواهب الرحمن فی تفسیر القرآن*، قم: مکتب سماحة آية الله العظمی السید السبزواری.
- شهید ثانی، زین الدین بن علی (۱۴۰۹ق). *حقائق الإیمان مع رسالتی الإقتصاد و العدالة*، قم: مکتبة آية الله العظمی المرعشی النجفی (ره).
- صاحب جواهر، محمدحسن (۱۴۰۴ق). *جواهر الکلام فی شرح شرائع الاسلام*، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
- صدر، محمدباقر (۱۳۷۹). *المعالم الجديدة للأصول*، قم: مرکز الأبحاث و الدراسات التخصصیة للشهید الصدر.
- صدرزاده افشار، سیدمحسن (۱۳۸۵). *ادله اثبات دعوی در حقوق ایران*، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- طباطبایی، علی بن محمد (۱۴۱۸ق). *ریاض المسائل فی تحقیق الأحکام بالدلائل*، قم: مؤسسه آل البيت (ع) لإحياء التراث.
- طبرسی، فضل بن حسن (۱۴۰۸ق). *مجمع البیان فی تفسیر القرآن*، بیروت: دار المعرفة.
- فاضل جواد، جواد بن سعید (۱۳۶۵). *مسالك الأفهام إلى آیات الأحکام*، تهران: مرتضوی.
- فاضل مقداد، مقداد بن عبدالله (۱۳۷۳). *کنز العرفان فی فقه القرآن*، تهران: مرتضوی.
- قانون ثبت اسناد مواد ۴۶ تا ۴۸.
- قطب راوندی، سعید بن هبه الله (۱۳۶۴). *فقه القرآن*، قم: کتابخانه عمومی حضرت آیت الله العظمی مرعشی نجفی (ره).

قمی، ابوالقاسم بن محمدحسن (۱۴۳۰ق). *القوانين المحکمه فی الاصول المتقنه*، قم: احیاء الکتب الاسلامیه.

قمی، علی بن ابراهیم (۱۳۶۳). *تفسیر القمی*، قم: دار الکتاب.
کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۶۳). *الکافی*، تهران: دار الکتب الاسلامیه.
مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ق). *بحار الأنوار: الجامعة لدرر أخبار الأئمة الأطهار*، بیروت: دار إحياء التراث العربی.

محقق حلّی، جعفر بن حسن (۱۴۰۸ق). *شرائع الاسلام فی مسائل الحلال و الحرام*، قم: مؤسسه اسماعیلیان.

محقق حلّی، جعفر بن حسن (۱۴۲۳ق). *معارض الأصول*، لندن: مؤسسة الامام علی(ع).
محقق داماد، سیدمصطفی (۱۴۰۶ق). *قواعد فقه*، تهران: مرکز نشر علوم اسلامی.
مسجد سرائی، حمید و نبی‌نیا، خالد (۱۳۹۲). مقاله نقد و بررسی فقهی ادله اعتبار کتابت دین، *آموزه‌های فقه مدنی*.

مغنیه، محمدجواد (۱۳۷۹). *فقه الإمام جعفر الصادق*، قم: انصاریان.
مغنیه، محمدجواد (۱۴۲۴ق). *التفسیر الکاشف*، قم: دار الکتب الاسلامی.
نراقی، احمد بن محمد مهدی (۱۳۷۵). *عوائد الأيام*، قم: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم.
نراقی، احمد بن محمد مهدی (۱۴۱۵ق). *مستند الشیعه فی أحكام الشریعة*، قم: مؤسسه آل البيت (ع) لإحياء التراث.

هاشمی شاهرودی، سیدمحمود (۱۴۱۷ق). *بحوث فی علم الأصول*، قم: مرکز الغدير للدراسات الإسلامية.

هاشمی شاهرودی، سیدمحمود و دیگران (۱۴۰۲ق). *فقه اهل بیت*، قم: مؤسسه دایرةالمعارف فقه اسلامی.

الگوی تسهیم عادلانه حق پخش مسابقات ورزشی میان سازمان صداوسیما و نهادهای ورزشی از منظر فقه و حقوق عمومی

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۲۵

محمدصادق فراهانی^۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۱۹

حمید فعلی^۲*

چکیده

شیوه تسهیم درآمد حاصل از حق پخش مسابقات ورزشی در سازمان صداوسیما همواره محل چالش میان این نهاد و نهادهای ورزشی بوده است. از سویی سازمان صداوسیما مبتنی بر ادله‌ای چون سابقه قانون‌گذاری، نظرهای شورای نگهبان و مصوبه مجمع تشخیص مصلحت نظام، مطابق اصول ۷۵ و ۱۷۵ قانون اساسی و اصول اداره رسانه، مدعی اختصاص بخش عمده این منبع مالی به سازمان صداوسیما است و از سوی دیگر باشگاه‌ها و فدراسیون‌های ورزشی وضعیت موجود غلبه کفه ترازو به نفع سازمان صداوسیما را بر اساس حقوق مالکیت معنوی، مبانی حقوقی، ضوابط بین‌المللی و کشورهای مشابه ناعادلانه ارزیابی می‌کنند. پرسش اصلی این پژوهش اینجاست که چگونه می‌توان الگوی عادلانه‌ای برای تعیین سهم هر کدام از طرفین این دعوا تعیین کرد؟ یافته‌های پژوهش از خلال کاربست روش پژوهش توصیفی - تحلیلی نشان می‌دهد با تشکیل کمیته‌ای مستقل به عنوان نهاد تنظیمی بخشی، تعیین سهم‌های مشخص با دو معیار عدالت توزیعی و تناسب با درآمدزایی، شفافیت مالی و نظارت مستمر می‌توان به سمت الگویی عادلانه‌تر رفت. در نظر داشتن مبانی حقوقی نظام حقوقی جمهوری اسلامی ایران با اصلاح برداشت از اصل ۱۷۵ قانون اساسی می‌توان برخلاف نگاه مجمع تشخیص مصلحت نظام و شورای نگهبان، با جایگزینی اصل حاکمیت قانون به جای حاکمیت اراده در قراردادهای بین سازمان صداوسیما و فدراسیون‌های ورزشی به‌ویژه فوتبال، از طریق تنظیم یک قانون دائم دربردارنده ضوابط تسهیم حق پخش، به همراه پیش‌بینی قوانین بودجه سالانه برای لحاظ کردن متغیرهای ورزشی و متغیرهای رسانه‌های دولتی و پیش‌بینی طرق جبران کاهش درآمد از بسترهای درآمدی نوین چون سکوپلتفرم‌های مجازی می‌تواند راهگشا باشد.

واژگان کلیدی

حق پخش مسابقات ورزشی، حقوق رقابت، عدالت، سازمان صداوسیما، فدراسیون‌های ورزشی، فدراسیون فوتبال، قانون بودجه، مالکیت معنوی، فقه، حقوق عمومی.

۱. پساکتری حقوق فناوری دانشگاه تربیت مدرس و معاون حقوقی مرکز ملی فضای مجازی، تهران، ایران
FARAHANI@MAJAZLI.R

۲. دانشجوی دکتری حقوق عمومی دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، ایران
HAMIDFELI110@GMAIL.COM

مقدمه

پیش‌بینی و طراحی طرق تأمین منافع مالی به‌نحوی عادلانه در عرصه‌هایی که نهادهای مختلفی را با خود درگیر می‌سازد، به‌دلایلی چون وجود تعارض منافع، فقدان استقلال در تصمیم‌گیری، محدودیت‌های حاصل از کمبود منابع مالی، به‌روز نبودن شیوه‌های تأمین منابع مالی و غیره، چالش‌های زیادی را در عرصه حکمرانی به‌بار می‌آورد. ازجمله عرصه‌های مهم محل تلاقی منافع در ایران ورزش است که نهادهای متولی امور رسانه، در رأس آنها سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و از سوی دیگر نهادهای متولی امر ورزش همچون فدراسیون‌های ورزشی، سازمان‌های لیگ و باشگاه‌های ورزشی را به کشاکش تسهیم منابع مالی قابل استحصال از پوشش رسانه‌ای رویدادهای ورزشی مبتلا ساخته است. تلاش مقنن برای حل این مسئله با مسائلی نظیر کمبود منابع مالی سازمان صداوسیما و اشکال نقض اصل ۷۵ قانون اساسی به جهت دولتی بودن بخش قابل توجهی از بودجه این سازمان و چالش اختیارات گسترده سازمان صداوسیما ناشی از اصل ۱۷۵ قانون اساسی و اساسنامه این سازمان مواجه شده است. مشکلاتی چون ابهامات وضعیت حقوقی نهادهای ورزشی و آشفتگی نظام باشگاه‌داری ورزشی در ایران بر این چالش افزوده است تا درنهایت وضعیتی ناعادلانه از توزیع و تسهیم درآمد حاصل از پخش مسابقات و رویدادهای ورزشی رقم بخورد.

پژوهش حاضر پیرامون پاسخ به این پرسش اصلی شکل گرفته است که الگوی تسهیم عادلانه حق پخش مسابقات ورزشی میان سازمان صداوسیما و نهادهای ورزشی چیست؟ برای نیل به این پاسخ ابتدا پرسش از چیستی مبانی حقوقی وضعیت عادلانه تسهیم حق پخش مسابقات ورزشی از لحاظ حقوقی مطرح می‌شود. سپس سابقه تقنینی این مسئله نیز محل پرسش است. همچنین پرسش دیگر در مورد نحوه مواجهه سایر کشورها به‌ویژه کشورهای که الگوی رادیو و تلویزیون دولتی و توزیع موفق درآمد مزبور بین نهادهای متولی رسانه و ورزش در آنها وجود داشته دارد، مطرح می‌شود. فرضیه این پژوهش این است که با کاهش درصدی از حق پخش سازمان صداوسیما در رویدادهای ورزشی و جبران آن از طرق نوین تأمین منابع مالی در رسانه‌ها در کنار پیش‌بینی سازوکار مستقل

تصمیم‌گیری و اعمال نظارت مؤثر با در نظر داشتن متغیرهای ورزشی و رسانه‌ای می‌توان انحصارگری در این زمینه را کاست و به منابع مالی نهادهای ورزشی افزود. پیشینه پژوهش نشان می‌دهد مقالاتی چون «تحلیلی تطبیقی بر مبانی و مفاهیم حق پخش رویدادهای ورزشی» اثر محمد شمس و سیدحسام‌الدین رفیعی طباطبایی و مقاله «مطالعه تطبیقی قرارداد واگذاری حق پخش ورزشی» اثر مصطفی‌السان اگرچه به جهات حقوقی تطبیقی موضوع توجهی داشته‌اند؛ اما متناسب با شرایط روز قوانین و مقررات مربوط این حوزه نگاشته نشده و به مبانی الگوی عادلانه این مسئله به‌ویژه از نظر حقوق عمومی کمتر توجه داشته‌اند و درنهایت الگویی عادلانه در این زمینه ارائه نکرده‌اند. همچنین مقالاتی چون «امکان‌سنجی تلقی مسابقات ورزشی به‌عنوان اثر ادبی و هنری» اثر محمود حکمت‌نیا، رحیم پیلوار و مسعود زنگنه نیز به جهت خاص مالکیت معنوی رویداد ورزشی توجه داشته‌اند و از ابعادی مثل ظرفیت‌های قوانین بودجه و برنامه و مقررات مربوطه و همچنین کاربست نگاه حقوق عمومی به‌منظور تأمین منافع عمومی درجایی‌که قواعد حقوق خصوصی کارآمد نیست، غافل بوده‌اند؛ بنابراین در میان آثار تخصصی حقوقی این اثر واجد نوآوری به‌نظر می‌رسد.

۱- مبانی حقوقی توزیع عادلانه حق پخش مسابقات ورزشی در ایران

۱-۱. اصل عدالت اقتصادی

تحقق عدالت در همه عرصه‌های زندگی اجتماعی ازجمله عرصه‌های اقتصادی و ورزشی از اهداف اساسی نظام جمهوری اسلامی ایران است. درحالی‌که برخی از رشته‌های ورزشی حرفه‌ای مانند فوتبال، بسکتبال، تنیس، مشت‌زنی در سطح بین‌المللی و فوتبال حرفه‌ای در سطح ملی، منجر به تبعیض ناروا بین این رشته‌ها با رشته‌های دیگر شده است و بعضاً هویت ملی و سلامت ورزشکاران را نیز به جهت غلبه ابعاد تجاری و مالی خدشه‌دار و آسیب‌پذیر کرده است و با دگرگونی ماهیت ورزش، ارزش ذاتی آن را با جاذبه‌های نمایشی برای جذب تماشاگر و تأثیرات منفی متقابل بر ورزشکار و جامعه و رواج الگوهای فرهنگی منفی مثل دوپینگ و غیره مبدل کرده است (رحمتی، ۱۳۸۶، صص. ۱۶۹-۱۷۵). رها کردن

ورزش اعم از ورزش حرفه‌ای و قهرمانی یا ورزش پایه و همگانی در دامن این آسیب‌های اجتماعی با مبانی فقهی و حقوقی نظام جمهوری اسلامی ایران سازگار نیست. در ادامه نگاهی به این مبانی که اقتضای فراهم کردن شرایط عادلانه را در تأمین منابع مالی ورزش می‌نماید، به‌ویژه با توجه به وضعیت ناعادلانه‌ای که در تسهیم و توزیع درآمد حاصل از پخش مسابقات و رویدادهای ورزشی وجود دارد.

وضعیت ناعادلانه و تبعیض‌آمیز در ورزش چه از حیث درونی جامعه ورزشی در مقایسه میان رشته‌های مختلف ورزشی و حمایت‌های تبعیض‌آمیزی که از آنها می‌شود و چه از جهت بیرونی شرایط نابرابر باشگاه‌ها و نهادهای ورزشی با سایر نهادها به‌ویژه نهادهای مختلف دارای قدرت رسانه‌ای؛ مانند روزنامه‌ها و مجلات، رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی و در رأس آنها سازمان سازمان صداوسیما نگریسته شود، با تکالیف دولت در بندهای (۱) و (۳) اصل سوم قانون اساسی مبنی بر «۱- ایجاد محیط مساعد برای رشد فضایل اخلاقی بر اساس ایمان و تقوی و مبارزه با کلیه مظاهر فساد و تباهی» و «۳- آموزش و پرورش و تربیت بدنی رایگان برای همه در تمام سطوح ...» مغایرت دارد.

علاوه‌براین، از منظر اقتصادی، نظام اقتصادی حاکم بر ورزش باید تابع اصول مقرر شده در قانون اساسی مبنی بر ضرورت استقرار عدالت در جامعه باشد. چه آنکه پایداری نظام‌های اقتصادی علاوه بر حکومت مردم‌سالار مستلزم چهارچوب توزیع عادلانه است (دادگر و رحمانی، ۱۳۹۱، ص. ۳۹). مقنن اساسی خود را موظف دانسته که قانون اساسی را منطبق با موازین شرع و متناسب با هدف رشد همه‌جانبه اقتصاد و پیشرفت ملت تنظیم کند و قسط را به‌عنوان مبنای نظم در نظام‌های مختلف جامعه قرار داده است (صورت مشروح مذاکرات مجلس بررسی نهایی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۶۴، ج ۳، ص. ۱۴۵۶؛ ج ۲، ص. ۲۱۲). براین اساس بندهای (۹) و (۱۲) اصل سوم قانون اساسی تبعیض ناروا را منع نموده و دولت را مکلف به اجرا اقتصاد صحیح و عادلانه کرده است. همچنین اصول ۱۹ و ۲۰ قانون اساسی همه افراد ملت و مردم ایران را چه از حیث قومیتی و چه جنسیتی برخوردار از انواع حقوق ازجمله حقوق اقتصادی به نحو یکسان و برابر مقرر کرده است. همچنین اصل ۲۲ و ۴۷ مالکیت را محترم برشمرد و تعرض به اموال اشخاص را ممنوع کرده است، درحالی‌که وضعیت ناعادلانه در توزیع حق پخش مسابقات ورزشی

می‌تواند تعرض به اموال اصحاب ورزش اعم از باشگاه‌داران و یا دیگر نهادهای ورزشی را رقم بزند.

۲-۱. تسهیم حق پخش در پرتو حقوق رقابت منصفانه

ضرورت وجود وضعیت رقابت عادلانه منصفانه در همه عرصه‌های اقتصادی ازجمله اقتصاد ورزش نیز لازمه ممنوعیت انحصارگری مقرر شده بند (۶) اصل ۳ و بند (۵) اصل ۴۳ و ذیل اصل ۴۶ قانون اساسی است. دراین‌راستا پس از ابلاغ سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی توسط مقام معظم رهبری که منتج به تصویب قانون اجرای این سیاست‌ها شد، ضوابطی در عرصه رقابت مقرر کرده است که رعایت آن در مورد پخش مسابقات ورزشی نیز الزامی است. کما اینکه سازمان صداوسیما مطابق ماده (۴۳) قانون مزبور مشمول این قانون بوده و شرایطی نظیر محدود کردن یا تحت کنترل درآوردن مقدار تولید، خرید یا فروش کالا یا خدمت در بازار و همچنین تحمیل شرایط تبعیض‌آمیز در معاملات همسان به طرف‌های تجار در بندهای (۲) و (۳) ماده (۴۴) این قانون، اخلاف در رقابت محسوب می‌شود. طبق این قانون خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی نیز ضروری است که با توجه به ضرورت حرفه‌ای شدن ورزش، وابسته به دولت بودن غالب فعالیت‌های ورزشی، حرفه‌ای شدن ورزش را با چالش مواجه کرده است، درحالی‌که طبق مطالعات شیوه‌های درآمدزایی باشگاه‌های حرفه‌ای به‌ویژه در فوتبال شامل برند و فعالیت‌های تجاری، حامیان مالی، حق پخش تلویزیونی، تبلیغات و ... ازجمله مهمترین زیرساخت‌های واگذاری و خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی است (مرادی، بیات و محسنیان، ۱۴۰۲، صص. ۱ و ۲).

با وجود مبانی فوق که توزیع عادلانه حق مزبور بین طرفین رسانه و ورزش را ایجاب می‌کند، از منظر حقوق رقابت عادلانه در ورزش نمی‌توان کفه ترازو را یکجانبه به نفع ورزش با لحاظ نکردن منافع رسانه تعریف و تنظیم کرد. با توجه به اینکه مبتنی بر مبانی نظری قانون اساسی عدالت اقتصادی همگام با عناصر مقوم کارآمدی اقتصادی ازجمله کارایی است و این دو مؤلفه تضمین‌کننده پایداری نظام است (کدخدایی و عباسیان، ۱۳۹۹، ص. ۱۸)؛ البته قرائت‌هایی افراطی در مورد کارایی و کارآمدی نیز در حقوق رقابت وجود دارد. از منظر

مکتب شیکاگو در حوزه نظریه‌های حقوق رقابت کارایی اساسی‌ترین عنصر در تعیین قواعد حقوق رقابت است. بر اساس این رویکرد اگر تمرکز بالا در بازار ناشی از رقابت در فرایند طبیعی بازار از بستر کارآمد بودن یک بازیگر قدرتمند باشد و منجر به حذف رقبای ناکارآمدی بشود که منابع را تلف می‌کنند، مطلوب است. در نتیجه دخالت دولت ضدانحصار در ساختار بازار، به جای افزایش رفاه، آن را کاهش می‌دهد (Van Cayseele & Van den Bergh, 2000, p. 475). همین شیوه از الگوی حقوق رقابت با دخالت حداقلی دولت در ایالات متحده آمریکا منجر به تضعیف ایفای نقش دولت در تنظیم رقابت در اقتصاد ورزش نیز شده است که نتیجه آن کاهش نقش حقوق رقابت عادلانه در اقتصاد ورزش بوده است. در ایالات متحده آمریکا، دیوان عالی کشور حکم داد که قرارداد NFL^۳ در سال ۱۹۶۰ که تیم‌های انفرادی را از فروش بازی‌های خود به پخش‌کنندگان رقیب منع می‌کرد، نقض قانون شرمین است. این امر منتج به تصویب قانون پخش ورزشی (SBA)^۴ در سال ۱۹۶۱ در کنگره شد و فروش جمعی حقوق پخش توسط لیگ‌های ورزشی ملی مجاز شد. این معافیت از قانون ضد انحصار، تمام لیگ‌های حرفه‌ای بزرگ ایالات متحده را قادر ساخته است تا با شبکه‌های ملی قراردادهای جمعی پرسود منعقد کنند و همچنین قوانین «قطع موقت پخش»^۵ را اجرا کنند که هدف آن محافظت از تیم میزبان در برابر بازی‌های پخش محلی در روزهایی است که در خانه بازی می‌کند. بالاین‌حال، معافیت فروش جمعی حقوق پخش، فقط در مورد «پخش‌های تلویزیونی حمایت‌شده»^۶ یعنی پخش‌کنندگان رایگان اعمال می‌شود و نه خدمات کابلی تلویزیون پولی (Evens, Iosifidis & Smith, 2013, p. 89).

در حوزه اقتصاد ورزش نیز کارایی را مبتنی بر مبانی مذکور در نظام حقوقی ایران باید همگام با انصاف و عدالت اقتصادی لحاظ کرد؛ بنابراین باید در نظر داشت که رسانه‌ها به‌ویژه سازمان صداوسیما اثر ویژه‌ای در توسعه و پیشرفت ورزش دارند. همچنان‌که مقوله‌های تعلق اجتماعی، تعامل‌گرایی، نوگرایی و توسعه، نهادینه‌سازی و برجسته‌سازی ورزش، توسعه جامعه اطلاعاتی، اطلاع‌رسانی و آموزش رسانه‌ای و سرگرمی و تبلیغات

3. NATIONAL FOOTBALL LEAGUE

4. SPORTS BROADCASTING ACT

5. blackout rules

6. sponsored telecasts

در رسانه‌ها نقش به‌سزایی در توسعه ورزش دارند؛ بنابراین جهانی شدن صنعت ورزش را باید مرهون تولید برنامه رسانه‌ها دانست، چه آنکه بخش زیادی از تراکنش‌های مالی در صنعت ورزش در نتیجه تولید برنامه در رسانه‌ها است (احمدی و ذوالفقاری، ۱۴۰۱، صص. ۲۴۳-۲۴۴)؛ بنابراین در سوی مقابل نیز باید در نظر داشت که کاهش سهم رسانه‌ها از درآمدهایی چون حق پخش مسابقات ورزشی، به میزانی که رغبت رسانه‌هایی چون سازمان صداوسیما را از پوشش و پخش ورزش بگیرد، خود می‌تواند علیه توسعه ورزش تلقی بشود؛ بنابراین آنچه مطلوب است رسیدن به حد میانه‌ای است که طرفین ذی‌نفع نهاد رسانه‌ای و نهاد ورزشی از سود فعالیت خود بهره‌مند شده و بتواند بهره‌برداری حداکثری از حق پخش مسابقات ورزشی بنماید و درعین حال سهم طرفین متناسب با سهم خود از برنامه ورزشی تولیدشده و نه اینکه صرفاً متناسب با قدرت موجود در دست آن طرف باشد. برای تضمین چنین امری، نیاز به نهاد تنظیمی بخشی مستقل از طرفین قرارداد حق پخش وجود دارد تا بتواند تعادل را میان طرفین ایجاد نماید.

مطالعات تطبیقی نیز در راستای تأیید نتیجه فوق نشان می‌دهد که تقریباً در قریب به اتفاق کشورهای دارای بازار رقابتی در حق پخش مسابقات ورزشی، بازار برنامه‌های ورزشی تحت تأثیر قدرت بازار پخش‌کنندگان غالب تلویزیون پولی (مانند Foxtel، BSkyB، MultiChoice، Sky Italia و TV Globo) مشخص شده است. تا حدودی، قدرت بازار پخش‌کنندگان تلویزیون پولی از طریق فروش جداگانه بسته‌های حق پخش کاهش یافته است و یا اینکه می‌تواند کاهش یابد؛ اما این رویکرد به‌طور خودکار منافع مصرف‌کنندگان را افزایش نمی‌دهد؛ به‌عنوان مثال، رویکرد جداسازی، احتمال دستیابی یک‌طرف به مهم‌ترین بسته‌های حق پخش و تسلط بر بازار برنامه‌های ورزشی را رد نمی‌کند؛ بنابراین به‌منظور مقابله با انحصار و تضمین رقابت در بازار تلویزیون پولی، مداخله نظارتی به شکل تعهد عمده‌فروشی برای عرضه کانال‌های ورزشی به سکوه‌ای توزیع رقیب همان‌طور که حداقل تا حدی در بریتانیا اعمال می‌شود، مورد نیاز است (Smith, Evens & Iosifidis, 2015, p. 733).

۳-۱. تأمین منابع تضمین حق بر اشتغال عادلانه در ورزش حرفه‌ای

علاوه‌براین حرفه‌ای شدن ورزش به‌ویژه در باشگاه‌های ورزشی ایجاب می‌کند ضوابط قانون اساسی در زمینه اشتغال و تأمین مقدمات شرایط درآمد عادلانه در ورزش نیز رعایت بشود. ازجمله این ضوابط نیز در بند (۲) اصل ۴۳ قانون اساسی این است که دولت شرایط و امکانات کار را به نحوی فراهم کند که به تمرکز و تداول ثروت در دست افراد و گروه‌های خاص منتهی نشود و دولت را به‌صورت یک کارفرمای بزرگ مطلق نیز درنیورد؛ بنابراین در صورتی که حق پخش رویدادهای ورزشی به نحوی بین سازمان صداوسیما و باشگاه‌ها و نهادهای عهده‌دار ورزش حرفه‌ای توزیع بشود که سازمان صداوسیما را به یک کارفرمای بزرگ تبدیل نماید و اشتغال ورزشکاران حرفه‌ای را با چالش مواجه خواهد کرد که مغایر اصل ۴۳ قانون اساسی است.

۳-۲. پیشینه تقنینی تسهیم حق پخش مسابقات ورزشی

بخشی از منابع مالی و درآمدهای منعکس‌شده در قانون بودجه سالانه کل کشور، ناشی از فعالیت‌های ورزشی است. به‌نظر می‌رسد بین این دسته از منابع و منابعی که از سایر بخش‌های اقتصادی به خزانه‌داری کل کشور واریز می‌شود از حیث کم‌وکیف اختصاص آنها به نهادهای ورزشی به‌ویژه بخش‌هایی که به‌عنوان کمک به بخش‌های غیردولتی و خصوصی ورزشی اعطا می‌شود، باید تفکیک کرد. ازجمله مهمترین این منابع می‌توان حق پخش مسابقات ورزشی را مثال زد. همان‌طور که در بند (ط) تبصره (۹) قانون بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور آمده است، طبق بند (پ) ماده (۹۲) قانون برنامه ششم توسعه تمهیدات لازم برای تسهیم درآمد ناشی از پخش مسابقات ورزشی برای واریز به خزانه‌داری کل کشور پیش‌بینی شده است و با نسبت سی درصد (۳۰٪) به‌عنوان کمک به فدراسیون‌های ورزشی و هفتاد درصد (۷۰٪) سهم سازمان سازمان صداوسیما توزیع شده است. همچنین بند (ک) تبصره (۹) قانون بودجه ۱۳۹۹ کل کشور نیز به‌عنوان کمک به فدراسیون‌ها همین میزان از درآمد حاصل از پخش مسابقات ورزشی را به آنها اختصاص داده بود و این رویه کماکان در بند (ح) تبصره (۹) لایحه بودجه سال ۱۴۰۱ نیز ادامه داشت.

در تبصره‌های قانون بودجه سال ۱۴۰۲ نه تنها حکمی در مورد وجوه حاصل از پخش مسابقات ورزشی و سهم فدراسیون‌ها از آن نیامده بود بلکه در جزء (۲) بند (ف) تبصره (۶) این قانون پرداخت هرگونه وجهی از بودجه کل کشور به ورزش حرفه‌ای ممنوع و جرم‌انگاری شده بود؛ البته این ممنوعیت در قوانین بودجه سال‌های دیگر نیز بود؛ اما این درحالی بود که در بودجه سال ۱۴۰۲ حق پخش مسابقات ورزشی داخلی معادل ۲۴۳ میلیارد تومان برآورد شده بود که حتی نسبت به سال ماقبل آن یعنی ۱۴۰۱ که ۳۱۵ میلیارد تومان بود، کاهش یافته بود. در صورتی که مبلغ حق پخش مسابقات ورزشی سال ۱۳۹۹ معادل ۵۰ میلیارد تومان و سال ۱۴۰۰ معادل ۱۵۰ میلیارد تومان بوده است که به اختصاص درصد بیشتری به سازمان صداوسیما بخشی نیز به وزارت ورزش و جوانان داده می‌شد.^۷ با این حال در سال ۱۴۰۳ این رقم معادل ۵۰۰ میلیارد تومان در نظر گرفته شده است.^۸ این وضعیت در حالی است که طبق جزء (۲) و (۳) بند (ب) ماده (۴) «قانون اهداف، وظایف و اختیارات وزارت ورزش و جوانان»، این وزارتخانه باید تبلیغات رسانه‌ای و محیطی ناشی از پخش مسابقات ورزشی و فروش بلیط را به فدراسیون‌ها و باشگاه‌های ورزشی اختصاص دهد و سالانه در قالب بودجه‌های سنواتی طی ردیف اختصاصی جهت تحقق اهداف و وظایف محوله در این قانون، وجوه واریزی را تخصیص دهد.

این در حالی است که ماده (۱۳) قانون برنامه پنجم توسعه علی‌رغم تکلیف دولت به توسعه ورزش قهرمانی در قالب‌هایی مانند اعتبارات تملک دارایی‌های سرمایه‌ای و هزینه‌ای، در تبصره این ماده پرداخت هرگونه وجه از محل بودجه عمومی به هر شکل به ورزش حرفه‌ای را ممنوع کرده بود. این ممنوعیت در قانون برنامه ششم نیز در تبصره (۲) ماده (۹۴) قانون برنامه ششم توسعه تکرار شد. تکرار این حکم در قوانین بودجه سنواتی از جمله در جزء (۲-۵) بند (ذ) قانون بودجه سال ۱۴۰۳ کل کشور، هرچند در جهت استقلال بیشتر ورزش حرفه‌ای از دولت بوده است؛ اما این چالش را ایجاد می‌کند که آیا پرداخت مبالغی در قالب حق پخش مسابقات ورزشی که به خزانه واریز شده بود به

۷. قابل مشاهده در نشانی زیر: isna.ir/xdn7sz

۸. قابل مشاهده در نشانی زیر: hamshahrionline.ir/x9bwy

فدراسیون‌های ورزشی ممنوعیت ندارد؟

جهت حل این چالش باید توجه داشت که اولاً تعریف ورزش حرفه‌ای از ورزش قهرمانی در قانون اهداف، وظایف و اختیارات وزارت ورزش و جوانان مصوب ۱۳۹۹ متفاوت بوده و وجه تمایز آنها در هدف کسب انتفاع مالی در ورزش حرفه‌ای است. از آنجاکه در بند (۲) ماده (۶) اساسنامه فدراسیون‌های ورزشی آماتوری از جمله اهداف این فدراسیون‌ها ارتقای ورزش قهرمانی برشمرده شده است، پس در نتیجه حتی اختصاص بودجه مذکور در بودجه ۱۴۰۳ به این فدراسیون‌ها خالی از اشکال است؛ البته باید نظارت صورت پذیرد که این وجوه در محل خود صرف‌شده و به ورزش حرفه‌ای تخصیص داده نشود. مؤید دیگر این مدعا جزء (۷) بند (ب) ماده (۴) قانون تشکیل وزارت ورزش است که این‌گونه مقرر کرده است: «۷- کمک به تأمین هزینه‌های برگزاری مسابقات و مراسم و رویدادهای ورزشی و اعطای جوایز و کمک به قهرمانان، فدراسیون‌ها، انجمن‌ها، هیئت‌های ورزشی و باشگاه‌های فعال در زمینه‌های مختلف ورزشی به جز ورزش حرفه‌ای از محل اعتبارات سنواتی بودجه کل کشور، در چهارچوب مصوبات هیئت وزیران». ثانیاً بندهای (۱) و (۱۰) ماده (۳۳) اساسنامه فدراسیون‌های آماتوری بخشی از منابع مالی آنها را این‌گونه مقرر کرده است: «ماده ۳۳- منابع مالی فدراسیون در چهارچوب قوانین و مقررات مربوط به شرح زیر می‌باشد: ۱- کمک‌های مالی دولت و دستگاه‌های اجرایی و مجامع ملی و بین‌المللی. ... ۱۰- درآمد حاصل از حق پخش تلویزیونی و چندرسانه‌ای، تبلیغات، سامانه هواداری و سایر موارد مشابه». فدراسیون‌های ورزشی آماتوری نوعاً از آن قسم مؤسسات عمومی غیردولتی هستند که با توجه به وظایف و کارکردها و هزینه‌های بالاتر از درآمد آنها، وجه پرداختی به آنها جنبه کمک دارد؛ اما به‌نظر برخی نویسندگان به‌علت وابستگی مالی به دولت موجب خدشه به استقلال آنها شده و با توجه به شرط ماده (۳) قانون مدیریت مبنی بر لزوم غلبه سرمایه غیردولتی در این مؤسسات، عمومی و غیردولتی محسوب شدن آنها محل اشکال است (افشاری و رستمی، ۱۳۹۸، ص. ۱۰۷). در پاسخ باید گفت باید بین این نهادها قائل به تفصیل شد، برخی از آنها مانند فدراسیون‌های ورزشی از طریق ورزش حرفه‌ای درآمدهای مناسب‌تری از سایر مؤسسات عمومی غیردولتی دارند و اساساً

علت ممنوعیت مقرر در قوانین برنامه پنجم و ششم توسعه برای پرداخت وجه از بودجه عمومی به این قسمت از ورزش بر همین مبنا و برای جلوگیری از هزینه‌های غیرضرور دولت است.

۳- تأثیر جایگاه سازمان صداوسیما بر حق پخش مسابقات ورزشی

با توجه به اثرپذیری کیفیت تأمین منابع مالی از شخصیت حقوقی سازمان‌های اداری و اساسی، ماهیت حقوقی سازمان صداوسیما نیز بر نحوه اختصاص پیدا کردن حق پخش مؤثر است. با توجه به در حکم مؤسسه دولتی بودن سازمان صداوسیما طبق ذیل ماده (۲) قانون مدیریت خدمات کشوری^۹ و اصول ۱۷۵ و ۴۴ قانون اساسی، عدم درج درآمد سازمان صداوسیما در لایحه بودجه نیز منطقی نیست و به جهت جنبه درآمدی داشتن برای دولت باید در لایحه بودجه بیاید و بر مصرف صحیح آن نظارت شود، کما اینکه استقلال مؤسسات عمومی غیردولتی نیز مانع نظارت بر مصرف منابع مالی آنها نمی‌شود. بااین‌حال سازمان صداوسیما منابع درآمدی گوناگونی دارد که تمامی آنها در قانون بودجه سالانه کشور منعکس نمی‌شود و البته این مسئله نظارت‌پذیری مالی این سازمان را تضعیف کرده است. مطابق بند (۱) و (۶) ماده (۲۲) قانون اساسنامه سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران برخی منابع مالی این سازمان بدین‌قرار است: «ماده ۲۲ - درآمد و منابع اعتبارات سازمان عبارت است از:

۱- درآمدهای ناشی از واگذاری حق پخش و توزیع محصولات و ارائه خدمات سازمان به اشکال مختلف.

۶- درآمدهای ناشی از اجراء و پخش برنامه‌های تبلیغاتی و آگهی‌های بازرگانی.» در اینجا باید توجه داشت که روش‌های تأمین مالی رسانه‌های عمومی و دولتی با در نظر داشتن منابع فرعی بسیار متنوع بوده و بیش از ۲۰ نوع دانسته شده است (سلواتیان و محسنی، ۱۳۹۴، ص. ۵۴). بند (۱) ماده فوق، شامل حق پخش مسابقات ورزشی نیز می‌تواند

۹. ماده ۲- ... کلیه سازمان‌هایی که در قانون اساسی نام برده شده است در حکم مؤسسه دولتی شناخته می‌شود.

باشد؛ اما از آنجاکه حق پخش مسابقات ورزشی در بودجه سالانه کشور انعکاس پیدا می‌کند، اقتضائات خاص قانون بودجه را نیز از جهاتی نظیر رعایت اصل ۷۵ قانون اساسی پیدا می‌کند که در ادامه با اشاره به نظرهای شورای نگهبان و مصوبه خاص مجمع تشخیص مصلحت نظام، این مسئله را در کنار جایگاه سازمان صداوسیما در قانون اساسی از منظر رویکرد این دو نهاد توضیح می‌دهیم.

۳-۱. تحلیل سابقه رویکرد شورای نگهبان به کاهش سهم سازمان صداوسیما

در زمینه اختصاص دادن حق پخش مسابقات ورزشی به فدراسیون‌های ورزشی ملی، سابق بر این «طرح اختصاص درصدی از درآمد حاصل از پخش مسابقات ورزشی توسط سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران به فدراسیون‌های ورزشی» مصوب ۱۳۸۰/۷/۴ مجلس شورای اسلامی به شورای نگهبان ارسال شده بود که طی بند (۱) نظر شماره ۸۰/۲۱/۲۴۲۵ مورخ ۱۳۸۰/۷/۲۸ شورای نگهبان^{۱۰}، ماده واحده این طرح^{۱۱} مغایر اصل ۷۵ قانون اساسی دانسته شد. این ماده سهم حق پخش مسابقه ورزشی را به فدراسیون‌ها اختصاص داده بود تا از طریق فدراسیون‌ها مطابق مقررات مربوطه به باشگاه‌ها تزریق بشود. استدلال شورا این بود که واریز کردن ارزش پخش مسابقات ورزشی به حساب فدراسیون‌های مربوطه برای سازمان صداوسیما کاهش درآمد خواهد

۱۰. «۱- در این طرح سازمان صداوسیما در قبال پخش مسابقات ورزشی ملزم به پرداخت وجوهی از محل افزایش آگهی‌های بازرگانی شده است، با توجه به لزوم تولید و پخش برنامه‌هایی که از وظایف اصلی این سازمان است، افزایش تعداد آگهی‌های بازرگانی متناسب با مسابقات ورزشی مقدور نیست، و افزایش قیمت پخش آگهی‌های بازرگانی نیز باعث کاهش تقاضا و تقلیل درآمد می‌باشد؛ بنابراین تأمین درآمد از محل مذکور غیرممکن است؛ بنابراین این طرح از این جهت که موجب افزایش هزینه عمومی می‌گردد مغایر اصل ۷۵ قانون اساسی شناخته شد».

۱۱. «ماده واحده- از تاریخ تصویب این قانون سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران مکلف است بابت ارزش پخش مسابقات ورزشی معادل ارزش تولید زمان مربوط به مسابقات که در محدوده مرزهای جمهوری اسلامی ایران برگزار می‌شود، به حساب فدراسیون ورزشی مربوط واریز نماید. مبلغ مربوطه بر اساس ضوابط و مقررات فدراسیون‌ها، متناسباً بین باشگاه‌ها توزیع می‌گردد».

داشت و افزایش تعرفه آگهی‌های بازرگانی که در تبصره (۳) این طرح^{۱۲} آمده بود، نمی‌توانست این کاهش درآمد را جبران کند؛ زیرا تقاضای انتشار آگهی به تبع افزایش قیمت آن، احتمالاً کاسته می‌شود و نمی‌توان از این محل کاهش درآمد سازمان صداوسیما را جبران کرد. علی‌رغم این استدلال که در جای خود نسبت به بودجه سال ۱۳۸۰ درست مطرح شده است؛ اما ایراد مغایرت با اصل ۷۵ اساساً نسبت به مغایرت با قانون بودجه همان سال وارد می‌شود، درحالی‌که چنین طرحی برای بیش از یک سال و به صورت دائمی ارائه شده بود. به علاوه، در این طرح یا از طریقی دیگر قانون می‌تواند دولت را ملزم به پیش‌بینی درآمدی در لایحه بودجه سالانه کشور نماید، به نحوی که بودجه را از دستگاهی گرفته و در محل دیگری صرف نماید؛ البته مصوبه مذکور بخش اعظم حق پخش را از سازمان صداوسیما سلب می‌کرد و چنین حکمی مبتنی بر بند (۹) سیاست‌های کلی نظام قانون‌گذاری قابل اجرا نبوده و با اصول قانون‌گذاری همخوان نیست. در فرض کاسته شدن بخش کمتری از درآمد سازمان صداوسیما نیز استدلال شورای نگهبان در راستای ارزیابی تأثیر اجرای چنین حکمی، باز موضوعیت پیدا می‌کند و افزایش قیمت آگهی به هر حال جبران‌کننده میزان کمتری از بار مالی هم نیست؛ اما در این فرض هم قابلیت جابجایی محل بودجه و اختصاص دادن بخش بیشتری از آن به ورزش (غیر از ورزش حرفه‌ای) از طریق وزارت ورزش و جوانان وجود دارد.

از سوی دیگر اساساً اگر در مبنای درآمد حاصل‌شده از مسابقات ورزشی بازرنگری کنیم، با توجه به روشن‌تر شدن وضعیت و ماهیت حقوقی فدراسیون‌های ورزشی در سال‌های بعد به‌ویژه با غیردولتی اعلام شدن این نهاد ورزشی ملی، رابطه مالکیت دولت با تمام درآمدهای به دست‌آمده از طریق مسابقات ورزشی زیر سؤال است و با پذیرش مالکیت معنوی و فکری نهادهای ورزشی نسبت به مسابقاتی که برای برگزاری آنها هزینه‌ها و فعالیت‌های زیادی صورت پذیرفته است، همانند بحث فروش بلیط برای تماشای مسابقه، باید اصل را بر تعلق این درآمدها به نهاد ورزشی گذاشت و سهم کمتری برای

۱۲. «تبصره ۳- کاهش احتمالی درآمد سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران از محل افزایش تعرفه آگهی‌های بازرگانی جبران گردد».

کسب درآمد از طریق آن را برای نهادی که صرفاً وظیفه پخش این مسابقات را دارد قائل شد. چه آنکه برخلاف استدلال شورای نگهبان در بند (۴) نظر مزبور^{۱۳} مبنی بر نقض بند (۲) اصل سوم قانون اساسی در خصوص وظیفه سازمان صداوسیما برای بالا بردن آگاهی‌های عمومی از جمله در ورزش، درست بر همین مبنا باید پخش مسابقات را وظیفه ذاتی سازمان صداوسیما دانست بدون اینکه از طریق آن لزوماً درآمدی داشته باشد و نباید پخش مسابقات توسط سازمان صداوسیما را منوط بر داشتن درآمد کرد؛ البته در سوی مقابل نیز ادله طرف رسانه مبنی بر ارزش اقتصادی یافتن مسابقه ورزشی ناشی از فعالیت‌های رسانه‌ای وجود دارد که ماحصل آن وجود رابطه مالکیت معنوی مشترک نهادهای متولی رسانه و ورزش در پخش مسابقات است. در نتیجه برای ارزیابی تأثیر اجرای قانون به صورت پیشینی توسط شورای نگهبان تعیین نقطه تعادل میان مالکیت معنوی رسانه و ورزش ضرورت دارد.

۳-۲- تفسیر مطلوب از اصول ۷۵ و ۱۷۵ قانون اساسی در مورد حق پخش مسابقات ورزشی

با توجه به ابعاد فوق به نظر می‌رسد بایستی حق پخش مسابقات ورزشی را با یک بازنگری در سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌ها به سمت بیشتر شدن سهم فدراسیون‌ها و هیئت‌های ورزشی پیش برد. اگرچه در مرحله اصلاح ماده واحده «طرح اختصاص درصدی از درآمد حاصل از پخش مسابقات ورزشی توسط صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران به فدراسیون‌های ورزشی» مصوب ۱۳۸۰/۹/۶،^{۱۴} حتی توافق فدراسیون برگزارکننده با

۱۳. «۴- یکی از وظایف صداوسیما اطلاع‌رسانی و بالا بردن سطح آگاهی‌های عمومی در همه زمینه‌ها از جمله ورزش می‌باشد، مرتبط نمودن پخش مسابقات ورزشی به پرداخت وجه موجب اخلال در اطلاع رسانی و پخش این مسابقات می‌گردد؛ بنابراین طرح مذکور مغایر بند دوم اصل سوم قانون اساسی شناخته شد».

۱۴. «ماده واحده- از تاریخ تصویب این قانون سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران برگزار می‌گردد، توافق ضبط و پخش مسابقات ورزشی که در محدوده مرزهای جمهوری اسلامی ایران برگزار می‌گردد، توافق فدراسیون برگزارکننده مسابقات را جلب نماید. فدراسیون‌های ذی‌ربط مجازند برای ضبط و پخش مسابقات مبالغی که متناسب با نوع مسابقه با سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران به توافق می‌رسند دریافت

سازمان صداوسیما نیز رافع ایرادهای شورای نگهبان در مرحله قبل نشد و ایراد مغایرت با اصل ۷۵ نیز با درج پیش‌بینی در لوایح بودجه سالانه بر جای خود باقی ماند؛ اما تغییر نگاه شورا به اصل ۷۵ قانون اساسی و مالکیت منبع درآمدی مزبور از آن زمان به امروز شاید بتواند تغییر رویکردهایی را در این زمینه رقم بزند. چه آنکه در قالب سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی «تغییر نقش دولت از مالکیت و مدیریت مستقیم بنگاه به سیاستگذاری و هدایت و نظارت» را شاهد بوده‌ایم که پیرو آن بحث خصوصی‌سازی در زمینه‌های مختلفی در «قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی» مصوب ۱۳۸۶/۱۱/۸ مطرح شده است.

خصوصی‌سازی در عرصه‌های ورزشی مشمول گروه یک ماده (۲) این قانون است و مطابق ماده (۳) این قانون و تبصره‌های آن مالکیت، سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های اقتصادی و تجاری دولت در عرصه‌های ورزشی نیز باید تا پایان برنامه چهارم توسعه پایان می‌یافت که البته به‌درستی این حکم اجرا نشده است. سازمان صداوسیما نیز که مطابق ملاک قانون مدیریت خدمات کشوری جزء بخش دولتی محسوب می‌شود، بایستی در جهت این هدف‌گذاری حرکت نماید و بخش خصوصی و غیردولتی از جمله باشگاه‌ها و فدراسیون‌های ورزشی را با اختصاص درآمدهای مربوطه به آن بخش تقویت نماید. حتی ایرادهای ناظر به اصل ۱۷۵ قانون اساسی که در نظر شماره ۸۰/۲۱/۲۷۷۷ مورخ ۱۳۸۰/۹/۲ شورای نگهبان^{۱۵} نسبت به طرح فوق مجدداً تکرار شده بود و سیاست‌گذاری در مورد

نمایند. هزینه‌های مذکور از محل ردیفی که برای این امر در لوایح بودجه سنواتی سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران منظور می‌گردد تأمین خواهد شد».

۱۵. «۲- مطابق اصل ۱۷۵ قانون اساسی و نظریه تفسیری آن، صداوسیما مستقیماً زیر نظر مقام معظم رهبری مدظله‌العالی است و سیاست‌گذاری، هدایت و تدابیر لازم در همه ابعاد از اختیارات اختصاصی آن مقام می‌باشد که معظم‌له در خصوص پخش برنامه‌های ورزشی سیاست‌هایی را ابلاغ فرمودند. همچنین در مواردی مراجع قانونی بنابر مصالح عمومی دستور پخش برخی مسابقات را صادر می‌نمایند؛ لکن چون در این طرح، ضبط و پخش مسابقات ورزشی منوط به توافق فدراسیون‌های ذی‌ربط گردیده است؛ بنابراین طرح مذکور در مواردی مانع اجرای سیاست‌های مقام معظم رهبری مدظله‌العالی و مصوبات لازم‌الاجرای مراجع قانونی می‌گردد، از این جهت خلاف موازین شرعی شناخته شد.

سازمان صداوسیما را مختص مقام معظم رهبری دانسته بود، با چنین تغییراتی می‌تواند دستخوش بازنگری شود؛ البته سیاست‌های کلی نظام که حکمی مستقیم نسبت به مسئله حق پخش برنامه‌های ورزشی مقرر کرده باشد، آن‌گونه که در نظر شورا تصریح شده است نیز یافت نشد.

۳-۳- رویکرد مجمع تشخیص مصلحت نظام

با توجه به اینکه در زمان تصویب «طرح اختصاص درصدی از درآمد حاصل از پخش مسابقات ورزشی توسط سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران به فدراسیون‌های ورزشی»، نظر تفسیری شورای نگهبان مبنی بر عدم امکان اصرار مجلس بر مصوبات مغایر اصل ۷۵ قانون اساسی برای بررسی در مجمع تشخیص مصلحت نظام هنوز صادر نشده بود، پس از اصرار مجلس بر این مصوبه، مجمع نیز در قالب مصوبه‌ای به‌نحوی به اختلاف طرفین رسیدگی کرده است و همسو با نظر شورای نگهبان به‌نحو ضمنی توصیه‌هایی را به نهادهای ذی‌ربط به‌ویژه سازمان صداوسیما ارائه داده است. در مصوبه مورخ ۱۳۸۱/۵/۲۶ مجمع این‌گونه مقرر شده است: «مجمع تشخیص مصلحت نظام با بررسی مفاد مصوبه مجلس شورای اسلامی و استماع اظهارات نماینده دولت (رئیس سازمان تربیت بدنی) و دفاعیات رئیس کمیسیون برنامه و بودجه و محاسبات مجلس شورای اسلامی و یکی از نمایندگان ارائه‌دهنده طرح و پس از اظهارات موافقان و مخالفان به این نتیجه رسید که این مصوبه ضمن ایجاد اختلال در ضبط و پخش مسابقات ورزشی، به روابط جاری و تفاهم باشگاه‌ها و سازمان صداوسیما آسیب خواهد زد و سازمان صداوسیما را به سمت برنامه ورزشی خاص و محدود سوق خواهد داد که نتیجه نهایی آن تقلیل برنامه‌های ورزشی صداوسیما، تضعیف مسابقات ورزشی و در نهایت تنزل ورزش کشور خواهد بود ...».

۳- طبق اصل ۱۷۵ قانون اساسی در صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران آزادی بیان و نشر افکار با رعایت موازین اسلامی و مصالح کشور باید تأمین گردد. در این طرح چون ضبط و پخش مسابقات ورزشی می‌گردد و موجب اخلال در وظایف صداوسیما و در مواردی مانع انجام وظایف فوق‌الذکر می‌شود؛ بنابراین این طرح مغایر اصل ۱۷۵ قانون اساسی شناخته شد.»

بخش اول مصوبه مجمع نیز با رویکرد ارزیابی تأثیر اجرای قانون به صورت پیشینی، پرداخت عمده حق پخش مسابقات ورزشی به فدراسیون‌ها را به زیان هر دو نهاد متولی رسانه و ورزش دانسته است. دلیل اول مجمع پیش‌بینی اختلال در ضبط و پخش مسابقات است، درحالی‌که زمانی که الزام قانونی برای سازمان صداوسیما برای پوشش وجود داشته باشد، نمی‌توان انتظار داشت سازمان صداوسیما از تکلیف قانونی سرپیچی کند. تفاهم باشگاه‌ها و سازمان صداوسیما نیز مسئله‌ای است که ناشی از اصل حاکمیت قانون بر حاکمیت اراده و با نگاه حقوق عمومی به قضیه قابل حل است؛ زیرا در صورت تعیین الزامات قانونی باید الزامات قراردادی را تابع قواعد آمره دانست. اینکه نتیجه چنین الزام قانونی سوق دادن سازمان صداوسیما به سمت برنامه ورزشی خاص و محدود باشد، خود محل ابهام است. در صورت دولتی تلقی نکردن تمام درآمد حاصل از حق پخش و مشترک دانستن بخش دولتی و خصوصی در این درآمد، نه تنها دولت نباید مجاز به سوءاستفاده از قدرت باشد و حمایت عادلانه از ورزش‌های مختلف را کنار بگذارد بلکه بخش دولتی درآمد مزبور را باید صرف تأمین هزینه پخش ورزش‌های کم‌درآمدتر نموده و ورزش‌های حرفه‌ای و دارای درآمد در بخش خصوصی را هرچه بیشتر به سمت اداره مستقل شدن و اختصاص منابعی مالی خصوصی به بخش خصوصی سوق دهد. این مسئله با توجه به دولتی بودن سازمان صداوسیما و ضرورت انعکاس منابع مالی این نهاد در قانون بودجه، کاملاً قابل مدیریت به نظر می‌رسد و نمی‌توان همان نگاه حاکم بر حقوق خصوصی را بر اشخاص حقوقی حقوق عمومی اعمال کرد؛ بنابراین هدف قرار دادن کسب سود از این قبیل فعالیت‌های سازمان صداوسیما، آن را از نهادی فرهنگی به سمت وسیله شدن برای تصدی‌گری و دخالت دولت در اقتصاد و به‌طور خاص در اینجا تصدی‌گری در اقتصاد ورزش سوق می‌دهد که با اهداف سیاست‌های کلی اجرای اصل ۴۴ نیز در تعارض است.

در ادامه مصوبه مجمع این‌گونه مقرر کرده است: «... ضمن اینکه اختلاف نظر دولت و مجلس شورای اسلامی در نحوه تقسیم وجوه حاصله از این مصوبه، اجرای آن را مشکل خواهد کرد و باعث اختلافات جدیدی بین باشگاه‌ها، فدراسیون‌ها و دولت خواهد شد. با عنایت به مراتب فوق و فقدان مصلحت ملزومه برای عدول از قانون اساسی مصوبه مجلس

شورای اسلامی مورد تأیید قرار نگرفت. همچنین مجمع تشخیص مصلحت نظام ضمن تأکید بر اهمیت ورزش و ضرورت ارتقاء سطح ورزش کشور تقویت و توسعه باشگاه‌های ورزشی و با توجه به اینکه سازمان صداوسیما از بابت پخش مسابقات ورزشی درآمدی کسب نمی‌کند و هرگونه پرداخت به فدراسیون‌ها ضرورتاً از محل بودجه‌های دولتی تأمین خواهد شد، توصیه می‌نماید دولت سهم مناسبی از بودجه کشور به ورزش اختصاص دهد و با عنایت به اهمیت برنامه‌های سازمان صداوسیما در گسترش ورزش و با در نظر گرفتن تفاهم موجود بین باشگاه‌ها و سازمان صداوسیما، توصیه می‌شود برای ترغیب باشگاه‌های ورزشی به مشارکت فعال و گسترده در برنامه‌های ورزشی کشور، سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران همکاری و مساعدت بیشتری به عمل آورد». اختلافی که مجمع تشخیص مصلحت نظام به‌خاطر فرض اجرا شدن این مصوبه پیش‌بینی کرده است، به‌نظر می‌رسد در حال حاضر نیز به کرات بروز کرده است و در نهایت منجر به پیش‌بینی راهکاری برای حل آن از طریق تصویب آیین‌نامه‌ای با پیشنهاد سازمان صداوسیما در دولت شده است. به‌علاوه اینکه ساختار مدیریت ورزشی کشور در شرایط امروز نسبت به زمان تصویب این مصوبه تغییراتی داشته است، ازجمله اینکه سازمان تربیت بدنی به وزارت ورزش و جوانان ارتقا یافته و طبعاً قدرت بیشتری در هیئت دولت یافته است؛ بنابراین پس از تصویب قانونی مبنی بر تعیین ضوابط تسهیم حق پخش، وجود اختلاف بین مجلس با دولت به جهت نقش‌آفرینی بیشتر وزارت ورزش در تعیین سهم ورزش در لایحه بودجه همزمان با اعمال نظرهای سازمان صداوسیما و رسیدن به تفاهم در مراحل تهیه لایحه بودجه در هر سال و همراه با نقش‌آفرینی مجلس به‌عنوان مرجع نهایی حل این اختلاف در مقام تصویب قانون بودجه، دیگر در مقام اجرای قانون بودجه و قانون مربوط به ضوابط حق پخش توقع بروز اختلاف در تعیین سهم طرفین رسانه‌ای و ورزشی وجود ندارد. همان‌طور که در وضعیت امروز با گذشت بیش از ۲۰ از توصیه مجمع در انتهای مصوبه مشاهده می‌شود، سازمان صداوسیما مساعدت مطلوبی در اختصاص سهم بیشتری از حق پخش به باشگاه‌ها و فدراسیون‌ها نداشته است؛ زیرا این توصیه هیچ‌گونه بار حقوقی الزام‌آوری نداشته است.

۴- راهکارهای تسهیم عادلانه حق پخش مسابقات ورزشی

حال برای رسیدن به راهکار عادلانه و کارآمد حق پخش ورزش در ایران، ضرورت دارد الگوهای دیگر کشورها در حق پخش ورزش به‌ویژه فوتبال بررسی شود و الگوی بومی، عادلانه و هماهنگ با ضوابط بین‌المللی در ایران طراحی بشود. سایر جهات مالکیت معنوی برنامه‌های مسابقات ورزشی در رسانه، ابعاد حقوقی پیش‌بینی حق پخش در قانون بودجه از منظر مالیه عمومی و درنهایت بررسی الزامات تهیه آیین‌نامه موضوع برنامه هفتم پیشرفت ناظر به الگوی عادلانه حاصل از مباحث فوق تحلیل و بررسی گردد.

۴-۱- بررسی تطبیقی راهکاری توزیع حق پخش رویدادهای ورزشی فوتبال

بررسی ضوابط بین‌المللی حاکم بر حق پخش مسابقات نشان می‌دهد، از نظر مراجع بین‌المللی ورزشی عمده این حق در اختیار نهادهای متولی اداره امر ورزش است. به‌طورخاص در مورد ورزش فوتبال بند (۱) ماده (۶۷) اساسنامه فدراسیون جهانی فوتبال (FIFA) مصوب ۲۰۱۹ این‌گونه مقرر کرده است: «۱. فیفا، انجمن‌های عضو آن و کنفدراسیون‌ها، صاحبان اصلی تمام حقوق ناشی از مسابقات و سایر رویدادهای تحت صلاحیت مربوط به خود هستند، بدون هیچ محدودیتی در مورد محتوا، زمان، مکان و قانون. این حقوق شامل موارد زیر است: هر نوع حقوق مالی، ضبط صوتی و تصویری و رادیویی، حقوق تکثیر و پخش، حقوق چندرسانه‌ای، حقوق بازاریابی و تبلیغات و حقوق غیرمادی مانند نمادها و حقوق ناشی از قانون کپی‌رایت» (FIFA, 2019, p. 64). در این بند علاوه بر ضبط صوتی و تصویری و رادیویی، حقوق مربوط به پخش مسابقات نیز در زمره حقوق متعلق به فیفا و سازمان‌های وابسته مانند کنفدراسیون‌های فوتبال دانسته شده است که شامل کنفدراسیون فوتبال آسیا شده و طبقاً این ماده مسابقات فوتبال آسیایی و جهانی با شرکت تیم‌های ایرانی را دربرمی‌گیرد. در بند (۲) این ماده نیز مرجع تعیین استفاده از این حقوق به‌صورت انحصاری یا مشترک با اشخاص دیگر در صلاحیت شورای نظارت فیفا مقرر شده است.

اساسنامه فدراسیون فوتبال ایران نیز به تبعیت از بند (۱) این ماده اساسنامه فیفا، عیناً

حقوق مزبور از جمله حق پخش و بازتولید را در حوزه صلاحیت مربوط، در بند (۱) ماده (۸۰) متعلق به فدراسیون فوتبال و اعضای آن مقرر کرده است؛ لیکن در بند (۲) صرفاً مرجع تعیین چگونگی و میزان استفاده از این حقوق از جمله حق پخش، هیئت رئیسه فدراسیون مقرر شده است و تعیین تکلیف باقی مقررات برخلاف اساسنامه فیفا که امکان استفاده مشترک یا انحصاری از این حقوق را مقرر کرده، به هیئت رئیسه فدراسیون محول شده است. ماده (۸۱) اساسنامه فدراسیون فوتبال ایران نیز مانند بند (۱) ماده (۶۸) اساسنامه فیفا صدور مجوز بهره‌برداری از حقوق سمعی و بصری و هرگونه حامل داده‌های مسابقات فوتبال را در انحصار فدراسیون (متناسب با حدود صلاحیتش) مقرر کرده است. بند (ب) ماده (۷۱) نیز درآمدهای بازاریابی و واگذاری حقوق فدراسیون را متعلق به فدراسیون دانسته است که شامل درآمد حاصل از واگذاری حق پخش تلویزیونی نیز می‌شود. با این حال از نگاه حقوق عمومی با توجه به ضرورت تصویب اساسنامه‌های نهادها وابسته به دولت در هیئت وزیران طبق اصل ۸۵ قانون اساسی و تصویب اساسنامه فدراسیون فوتبال توسط مجمع عمومی فدراسیون، الزام آور بودن این مفاد برای دولت و سازمان صداوسیما محل چالش است؛ اما مسلماً در صورت نپذیرفتن احکام فوق در نظام حقوقی ایران، مسابقات ورزشی و به‌طور خاص فوتبال در ایران با چالش‌های جدی از جانب مراجع بین‌المللی ورزشی مواجه خواهد شد، کما اینکه در مواردی منجر به محرومیت از حق پخش مسابقه و حتی خودداری از صدور مجوز خبرنگاران ایرانی برای پوشش مسابقات شده است.^{۱۶}

در ورزش فوتبال، قوانین و مقررات اروپا جایگاه ویژه‌ای در میان نظام‌های حقوقی حاکم بر فوتبال دنیا دارد و کشورها در حوزه اتحادیه اغلب پیش‌رو هستند، تاجایی‌که امروز صحبت از اروپایی شدن فوتبال مطرح است و قوانین و سیاست‌های اتحادیه اروپا بر جنبه‌های مختلف فوتبال، از قوانین نقل و انتقالات گرفته تا تأمین مالی باشگاه‌ها و فروش حقوق پخش، تأثیر گذاشته است (Witte & Zglinski, 2022, p. 286). در سطح لیگ قهرمانان

۱۶. برای مثال محرومیت از پخش فینال لیگ قهرمانان آسیا توسط AFC، قابل مشاهده در: <https://www.pishkhan.com/news/207000>

فوتبال اروپا نقض قواعد حقوق رقابت برای توزیع عادلانه حق پخش مسابقات فوتبال در پرونده‌ای در سال‌های اخیر به‌نحوی برجسته مطرح بوده است و مواد مزبور اساسنامه فیفا نیز محل چالش بوده است. در ۱۸ آوریل ۲۰۲۱، شرکت سوپرلیگ اروپا (ELSC)^{۱۷} که تحت قانون اسپانیا اداره می‌شود، از ایجاد سوپرلیگ اروپا (ESL)، یک رقابت مستقل اروپایی که قرار بود به‌عنوان جایگزینی برای رقابت اصلی یوفا - لیگ قهرمانان - راه‌اندازی شود، خبر داد. در روز اعلام اولیه، یوفا با انتشار بیانیه‌ای مطبوعاتی حتی تیم‌های ملی شرکت‌کننده در آن را تهدید به محرومیت کرد. کمیسیون حقوق بشر اروپا (ESL) به سرعت ادعایی را در دادگاهی در اسپانیا مطرح کرد که در آن ادعا شده بود، رفتار یوفا «ضد رقابتی و ناسازگار» با مواد (۱۰۱) و (۱۰۲) معاهده علمکرد اتحادیه اروپا (TFEU)^{۱۸} و همچنین ناقض چندین مورد از آزادی‌های اساسی اقتصادی مندرج در قانون اساسی اتحادیه اروپا است. این پرونده این پرسش را مطرح می‌کند که آیا مواد (۶۷) و (۶۸) اساسنامه فیفا با مواد (۱۰۱) و (۱۰۲) قانون اساسی اتحادیه اروپا ناسازگار هستند، تاجایی‌که آنها یوفا را به‌عنوان «مالک اصلی تمام حقوق ناشی از مسابقات ... که تحت صلاحیت‌های مربوطه آنها قرار دارد» شناسایی می‌کنند و همچنین مسئولیت انحصاری بازاریابی این حقوق را به خود اختصاص می‌دهند. درنهایت دیوان دادگستری نتیجه می‌گیرد که ماده (۶۸) اساسنامه فیفا به‌طور ضروری و کامل، ترتیبی را برای بهره‌برداری انحصاری از تمام حقوق ناشی از مسابقات بین باشگاهی سازماندهی شده توسط یوفا، جایگزین هر روش بهره‌برداری دیگری می‌کند که می‌توانست در غیاب چنین قانونی آزادانه انتخاب شود (Añíguez, 2025, pp. 35-36).

قانون اتحادیه اروپا، در قالب یک تصمیم کمیسیون، محدودیت رقابت ناشی از فروش جمعی حقوق پخش توسط یوفا را بر اساس افزایش بهره‌وری و فرصت توزیع مجدد سود اضافی بین تمام سطوح هرم فوتبال توجیه کرد. ممکن است که افزایش بهره‌وری واقعی باشد، به‌ویژه از آنجا که هزینه‌های معامله را کاهش می‌دهد و محصول یکنواخت‌تری را در سراسر اتحادیه اروپا ارائه می‌دهد. با این حال، تجزیه و تحلیل مورد نیاز برای تعیین اینکه

17. EUROPEAN SUPER LEAGUE COMPANY

18. TREATY ON THE FUNCTIONING OF THE EUROPEAN UNION

آیا این‌ها واقعاً واقعی هستند و علاوه‌براین، از معایب پخش‌کنندگان و رقابت در بازار بیشتر است، اصلاً انجام نشده است؛ بنابراین، این استدلال صرفاً نظری است و می‌تواند اشتباه باشد. در هر صورت، درست نیست که معافیت از قانون رقابت - که در نهایت برای محافظت از مصرف‌کنندگان در نظر گرفته شده است - بر اساس یک استدلال مبهم باشد. استدلال همبستگی بهتر اثبات شده است، اگرچه، همان‌طور که دادگاه در پرونده شرکت سوپرلیگ اروپا اشاره می‌کند، به‌هیچ‌وجه رسمی ثابت نشده است که آیا فروش جمعی حقوق پخش توسط یوفا واقعاً منجر به سود بیشتری می‌شود که می‌تواند بعداً توزیع شود؛ بنابراین، استدلال دوم از این دو نیز بر پایه‌ای لرزان بنا شده است. به‌نظر برخی نویسندگان، معافیتی که ۲۰ سال پیش اعطا شد، باید مشروط‌تر از آنچه بود، می‌شد و تضمین‌هایی را مطالبه می‌کرد که بخش قابل‌توجهی از آن سود اضافی باید در کل هرم فوتبال، تا فوتبال پایه، توزیع مجدد شود (Iñiguez, 2025, p. 52)؛ بنابراین با وجود حاکمیت قواعد حقوق رقابت در اقتصاد اروپا و برجستگی نظریه فرایبورگ در حقوق رقابت اروپا که نسبت به مدل آمریکایی رقابت منصفانه را به کارایی ترجیح می‌دهد، همچنان نمی‌توان با قاطعیت حتی در مورد فوتبال در حوزه اتحادیه اروپا نیز قائل به عادلانه بودن الگوی توزیع حق پخش مسابقات ورزشی و رعایت حقوق رقابت عادلانه شد و معافیت کشورها از حقوق رقابت در اروپا نیاز به بازنگری دارد.

در کشورهای دیگر اگرچه رویه واحدی در این زمینه نیست؛ اما در کشورهای که ورزش توسعه‌یافته‌تری دارند، مانند کشورهای اروپایی این موضوع فعالیت تجاری تلقی شده و باید تابع قواعد حقوق رقابت باشد و منجر به تبعیض نشود و درعین‌حال منافع عمومی نیز تأمین گردد. در کشورهای رومی ژرمنی مانند آلمان، تیم میزبان می‌تواند حقوقی را نسبت به پخش مسابقه‌اش اعمال کرده و واگذاری حق پخش از سوی فدراسیون فوتبال باید با رضایت میزبان باشد؛ البته از منظر حقوق خصوصی باشگاه میزبان مالک حق پخش است؛ اما تحلیل سازمانی اثبات‌کننده ذی‌حقی سازمانی است که مسابقات را سازماندهی و اجرا کرده است که انگلیس این دو نظریه را تلفیق کرده است. چه آنکه اعتبار مؤثر در جلب مخاطب لزوماً متعلق به تیم‌های شرکت‌کننده نیست بلکه به امکانات و تبلیغات

سازمان برگزارکننده نیز بستگی دارد (السان، ۱۳۹۲، صص. ۱۵-۱۶).

الگوی حق پخش مسابقات ورزشی در کشور ایالات متحده آمریکا را با وجود پیش‌بینی امکان انعقاد قرارداد تیم و نهاد ورزشی جهت دریافت هزینه حق امتیاز برای رعایت حقوق مالکیت توسط سازمان‌های خریدار حق پخش مسابقات اعم از شبکه، تبلیغ‌کنندگان و شرکت‌های کابلی، مطابق با قانون پخش ورزشی ۱۹۶۱،^{۱۹} (Gleen, 2010, p. 708)؛ اما به جهت ساختار خصوصی شبکه‌ها و رسانه‌ها در آمریکا نمی‌توان آن را با ایران مقایسه کرد و مبنا قرار داد. در آلمان، فدراسیون فوتبال (DFB)^{۲۰} نقش کلیدی در توزیع درآمدها دارد و بخشی از درآمد به توسعه زیرساخت‌ها و ورزش پایه اختصاص می‌یابد. از سوی دیگر در این کشور سیستم رسانه‌ای به‌گونه‌ای طراحی شده است که ترکیبی از رسانه‌های عمومی (دولتی) و خصوصی را شامل می‌شود. در مورد پخش مسابقات ورزشی، این سیستم به‌طور خاص برای تضمین دسترسی عمومی به رویدادهای مهم ورزشی و همچنین حمایت از توسعه ورزش تنظیم شده است. پخش در آلمان توسط «موافقتنامه بین‌ایالتی در مورد پخش»^{۲۱} تنظیم می‌شود که آخرین نسخه آن در ۱ ژانویه ۱۹۹۷ لازم‌الاجرا شد. این توافقنامه توصیه شماره 5 (91) R شورای اروپا را در مورد «حق گزارش کوتاه در مورد رویدادهای مهم که در آن حقوق انحصاری برای پخش تلویزیونی آنها در یک زمینه فرامرزی به‌دست آمده است» را تغییر می‌دهد. ماده ۴ این موافقتنامه تصریح می‌کند که هر پخش‌کننده دارای مجوز در اروپا برای اهداف پخش خود به‌طور رایگان حق پوشش کوتاه‌مدت از عملکردها و رویدادهایی را دارد که برای عموم آزاد و با منافع عمومی است (European Commission, 1997, p. 5).

رسانه‌های عمومی آلمان به‌عنوان رسانه‌های عمومی و غیرانتفاعی عمل می‌کنند و بودجه آنها از طریق حق اشتراک (Rundfunkbeitrag) تأمین می‌شود. این حق اشتراک توسط تمام خانوارها و کسب‌وکارها در آلمان پرداخت می‌شود. رسانه‌های خصوصی آلمان شبکه‌هایی مانند RTL، Sat.1، و Sky Deutschland هستند که به‌عنوان رسانه‌های خصوصی و تجاری فعالیت می‌کنند و از طریق تبلیغات و اشتراک‌های پولی درآمدزایی می‌کنند. در آلمان، حقوق پخش بوندسلیگا به‌صورت مزایده به شبکه‌های تلویزیونی (اعم از عمومی و

19. DEUTSCHER FUßBALL-BUND

20. Inter-State Agreement on Broadcasting

خصوصی) فروخته می‌شود. در سال‌های اخیر، شبکه‌هایی مانند Sky Deutschland و DAZN (سکوی استریمینگ) بخش عمده‌ای از حقوق پخش را خریداری کرده‌اند. درآمد حاصل از فروش حقوق پخش به‌طور عمده بین باشگاه‌های شرکت‌کننده در لیگ توزیع می‌شود؛ به‌عنوان مثال، در بوندسلیگا، حدود ۷۰-۸۰٪ از درآمد به باشگاه‌ها می‌رسد و مابقی به فدراسیون فوتبال آلمان (DFB) و توسعه فوتبال اختصاص می‌یابد.

برای رویدادهای مهم مانند مسابقات ملی تیم آلمان یا فینال جام حذفی آلمان (DFB-Pokal)، شبکه‌های عمومی مانند ARD و ZDF معمولاً حقوق پخش را خریداری می‌کنند تا دسترسی رایگان به این رویدادها را تضمین کنند. درآمد حاصل از این پخش‌ها به فدراسیون فوتبال آلمان (DFB) و سازمان‌های مرتبط می‌رسد و بخشی از آن به توسعه ورزش و زیرساخت‌ها اختصاص می‌یابد. قانون ضد سیفونینگ (Anti-Siphoning Law) در آلمان از انتقال انحصاری رویدادهای مهم ورزشی به سکوی پولی جلوگیری می‌کند. این قوانین تضمین می‌کنند که رویدادهای ملی و بین‌المللی مهم به‌صورت رایگان در دسترس عموم قرار گیرند؛ بنابراین درآمد حاصل از حقوق پخش به‌گونه‌ای توزیع می‌شود که تعادل رقابتی بین باشگاه‌ها حفظ شود و از توسعه ورزش پایه حمایت گردد؛ برای نمونه در فصل ۲۰۲۱-۲۰۲۲، درآمد حقوق پخش بوندسلیگا حدود ۱.۴ میلیارد یورو بود. این درآمد به‌صورت زیر توزیع شد:

– ۷۰-۸۰٪ به باشگاه‌ها (بر اساس عملکرد و محبوبیت).

– ۱۰-۲۰٪ به فدراسیون فوتبال آلمان (DFB) برای توسعه فوتبال.

– ۵-۱۰٪ به سایر برنامه‌های توسعه‌ای و زیرساخت‌ها.

شبکه‌های عمومی مانند ARD و ZDF معمولاً حقوق پخش مسابقات ملی را خریداری می‌کنند و درآمد حاصل از تبلیغات به فدراسیون فوتبال آلمان می‌رسد.

استفاده اتحادیه اروپا از قانون رقابت در پخش برنامه‌های ورزشی از رویکرد متعادلی پیروی کرده است. به‌جای محکوم کردن فروش دسته‌جمعی حق پخش فوتبال، کمیسیون به‌دنبال اصلاح این رویه است تا تمایلات ضد رقابتی خود را کمرنگ کند؛ به‌عنوان مثال، در اوایل دهه ۲۰۰۰، کمیسیون درباره تعدادی از تغییرات مهم در نحوه فروش حقوق مسابقات

فوتبال لیگ قهرمانان اروپا توسط یوفا مذاکره کرد، از جمله تعیین محدودیت سه ساله برای مدت هر قرارداد انحصاری، تسهیم حق پخش تلویزیون به تعدادی بسته جداگانه (طلا و نقره) و تفکیک حقوق رسانه‌های جدید. به گفته کمیسیون، ترتیبات اصلاح شده یوفا کافی بود تا به یوفا اجازه دهد تا به فروش دسته‌جمعی حقوق خود «به نفع همه سهامداران در بازی» ادامه دهد. مورد یوفا بسیار مهم بود؛ زیرا الگویی برای رویکرد کمیسیون در مورد سایر موارد فروش دسته‌جمعی حق پخش فوتبال توسط لیگ‌های ملی، به‌ویژه بوندسلیگا در آلمان و لیگ برتر (PL) در انگلیس ارائه کرد. در مورد بوندسلیگا، مجدداً مدت زمان هر معامله انحصاری به سه سال محدود شد و حقوق به ۹ بسته مختلف، از جمله بسته‌های جداگانه برای حقوق تلویزیون و رسانه‌های جدید تقسیم شد. به‌طور کلی، رویکرد اتحادیه اروپا به اعمال قانون رقابت به این معنی است که فروش دسته‌جمعی مدل غالب برای فروش حق پخش به فوتبال سطح بالا در اروپا باقی می‌ماند. درواقع، کمیسیون اروپا فروش جمعی را به‌عنوان «ابزاری برای دستیابی به همبستگی بیشتر در ورزش» ستایش کرده است (Smith, Evens & Iosifidis, 2015).

در انگلستان نیز دولت انگلیس فهرستی از رویدادهای ورزشی مهم را تعیین کرده است که باید به‌صورت رایگان در دسترس عموم قرار گیرند. این رویدادها شامل مسابقاتی مانند فینال جام حذفی، مسابقات تیم ملی انگلیس، و المپیک است. تلویزیون دولتی معمولاً حقوق پخش این رویدادها را خریداری می‌کند تا دسترسی عمومی را تضمین کند. درآمد حاصل از فروش حقوق پخش رویدادهایی مانند جام حذفی (FA Cup) به FA می‌رسد. این درآمد سپس به توسعه فوتبال پایه، زیرساخت‌ها، و باشگاه‌های شرکت‌کننده توزیع می‌شود. درآمد حاصل از حقوق پخش لیگ برتر انگلیس به‌طور عمده بین باشگاه‌های شرکت‌کننده تقسیم می‌شود. این درآمد از طریق فروش حق پخش به شبکه‌های خصوصی (مانند اسکای اسپورتنس و BT Sport) و سکوی دیجیتال (مانند آمازون پرایم) به‌دست می‌آید.

۴-۲. ماهیت مالکیت درآمد حاصل از حق پخش

امروزه در حقوق ورزشی در خصوص مسابقات حرفه‌ای ورزشی بحث از «اثر کپی‌رایت» یا به تعبیر نظام کامن‌لا «اثر هنری» تلقی شدن مطرح است و از حداقل اصالت در نظام

مالکیت فکری برخوردار است (حکمت‌نیا، پیلوار و زنگنه، ۱۴۰۰، صص. ۱۰۲-۱۰۳). در نتیجه باید در زمینه حق پخش مسابقات ورزشی نیز به سمت اعطای حق بیشتری به صاحبان اصلی اثر مسابقات حرفه‌ای رفت و به جای سهم کمتر، سهم بیشتر را به آنان پرداخت تا استقلال مالی آنها نیز بیشتر تأمین گردد. فدراسیون‌های ورزشی موظف به حمایت از ورزش همگانی هستند؛ اما در این زمینه نیز به جهت تکلیف وزارت ورزش و جوانان بر حمایت از ورزش همگانی تمام درآمد فدراسیون نیز صرف این زمینه نمی‌شود. به‌ویژه که در اساسنامه فدراسیون‌های ورزشی آماتوری درآمد حاصل از پخش مسابقات از کمک‌های دولت جدا شده است.

اگرچه در حوزه قانون‌گذاری برای حمایت از مالکیت معنوی فعالان ورزش با خلأ حکم قانونی خاص مواجهیم؛ اما تا حدودی با استفاده از قوانین عام موجود نیز می‌توان با تفسیری موسع از قانون به حمایت از مالکیت معنوی باشگاه‌ها و فدراسیون‌های ورزشی نیز دست یازید. در سطح اسناد بالادستی بند (۱) سیاست‌های کلی نظام در بخش تشویق سرمایه‌گذاری ابلاغی ۱۳۸۲/۹/۱۰ مقام معظم رهبری «حمایت از مالکیت و کلیه حقوق ناشی از آن از جمله مالکیت معنوی» را مقرر کرده است. مسلماً در حوزه اقتصاد ورزش نیز مسئله مالکیت و به‌طور خاص مالکیت معنوی موضوعیت دارد نمی‌توان بدون دلیل این عرصه را شمول این حکم سیاست‌های کلی نظام خارج کرد. در سطح قوانین عادی نیز قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ اصلاحی ۱۳۸۹ در ماده (۱) به آنچه از ابتکار به‌دست آید، بدون لحاظ طریقه بیان و ایجاد آن، «اثر» اطلاق کرده و در بند (۳) ماده (۲) اثر سمعی و بصری به‌منظور اجراء در صحنه‌های نمایش یا پرده سینما یا پخش از رادیو یا تلویزیون که به‌هرترتیب و روش نوشته یا ضبط یا نشر شده باشد را مشمول حمایت این قانون دانسته است. این تعریف می‌تواند شامل پخش اثر تهیه شده از مسابقات ورزشی نیز گردد و خروج این برنامه تهیه‌شده ورزشی از شمول این حکم نیاز به دلیل دارد که مطابق این قانون مفقود است. ماده (۳) این قانون نیز حق انحصاری نشر و پخش و عرضه اثر را حق پدیدآورنده دانسته است و بند (۴) ماده (۵) پخش از رادیو و تلویزیون و وسایل دیگر را توسط پدیدآورنده قابل واگذاری به غیر دانسته است؛ البته

همان‌طور که در ماده (۶) ذکر شده است، ممکن است اثری با مشارکت دو یا چند مشارکت‌کننده پدید آمده باشد که در نتیجه حقوق ناشی از آن را بین پدیدآورندگان مشاع می‌کند؛ بنابراین با توجه به مشارکت سازمان سازمان صداوسیما یا حتی سایر رسانه‌ها با فدراسیون‌ها و باشگاه‌های ورزشی در تهیه برنامه پخش مسابقه ورزشی، باید هر دو طرف را حسب مورد در هر برنامه پدیدآورنده مشترک دانست و حق معنوی حاصل از آن را مشاع تلقی کرد.

۳-۴- تخصیص حق پخش مسابقات ورزشی در قانون بودجه به نهادهای ورزشی

قانون بودجه سالانه کشور در میان نهادهای متخلفی توزیع می‌شود که یا به‌صورت کامل دولتی هستند و یا حدی از وابستگی به دولت را دارند. فدراسیون‌های ورزشی نیز به‌مثابه نهاد عمومی غیردولتی تا حدودی وابستگی به بودجه را دارند؛ اما برای تعیین میزان مطلوب اختصاص از درآمد حاصل از پخش مسابقات ورزشی در قالب منابع بودجه عمومی کشور، ابتدا لازم است با توجه به ماهیت حقوقی فدراسیون‌های ورزشی، معیار تعیین میزان وابستگی مالی و بودجه‌ای آنها به دولت مشخص شود.

در نظام حقوقی ایران یکی دیگر از الگوهای اداره امور به‌صورت مستقل از دولت مرکزی، مؤسسات عمومی غیردولتی است که حدی از استقلال لازم نسبت به شخصیت حقوقی این مؤسسات را ایجاد می‌کند. در قوانین موجود ماده (۳) قانون مدیریت خدمات کشوری مصوب ۱۳۸۶^{۲۱}، این مؤسسات را تعریف کرده است به‌نحوی که دارای استقلال شخصیت حقوقی بوده و بیش از نیمی از سرمایه آنها از منابع غیردولتی باشد و عهده‌دار وظایف و خدمات عمومی باشند و با تصویب قانون ایجاد شوند. فدراسیون‌های ورزشی نیز چه به‌عنوان فدراسیون ورزشی آماتوری در قانون فهرست مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی و چه برگرفته از بند (۷) ماده (۱) اساسنامه کمیته ملی المپیک و پیوست

۲۱. ماده ۳. مؤسسه یا نهاد عمومی غیردولتی: واحد سازمانی مشخصی است که دارای استقلال حقوقی است و با تصویب مجلس شورای اسلامی ایجاد شده یا می‌شود و بیش از پنجاه درصد (۵۰٪) بودجه سالانه آن از محل منابع غیردولتی تأمین گردد و عهده‌دار وظایف و خدماتی است که جنبه عمومی دارد.

این سند، برخلاف برخی آرای هیئت عمومی دیوان عدالت اداری^{۲۲} نهاد عمومی غیردولتی محسوب می‌شوند (فعلی و غمامی، ۱۴۰۱، صص. ۱۸۴-۱۸۸).

با توجه به معیار فوق در قانون مدیریت از حیث بیش از ۵۰ درصد بودن منابع مالی غیردولتی برای غیردولتی محسوب کردن مؤسسه عمومی غیردولتی، نکته قابل توجه این است که در عمل میزان وابستگی نهادهای عمومی غیردولتی و از جمله فدراسیون‌های ورزشی به بودجه دولتی با یکدیگر متفاوت است و حتی برخی نهادها و فدراسیون‌ها در برهه‌هایی ممکن است متغیر باشد که در نتیجه با معیار قانونی در ماده (۳) قانون مدیریت گاهی همخوانی نداشته باشد. در این زمینه قابل ذکر است که مؤسسات عمومی از حیث میزان وابستگی به بودجه در سه دسته جای دارند: اول مؤسساتی که ارتباطی با بودجه ندارند و درآمدها برای اداره آنها کاملاً مکفی است، مانند بنیاد مستضعفان و سازمان تأمین اجتماعی؛ دوم مؤسساتی که درآمدی دارند؛ اما هزینه‌هایشان از درآمدها بیشتر بوده و طبق ماده (۷۱) و تبصره (۳) ماده (۷۲) قانون محاسبات عمومی به بودجه دولتی به‌عنوان کمک نیاز دارند، مانند شهرداری‌ها؛ سوم مؤسسات فاقد درآمد و وابسته کامل به بودجه کشور؛ مانند جمعیت هلال احمر (افشاری و رستمی، ۱۳۹۸، صص. ۱۰۵-۱۰۶).

با توجه به وجود برخی درآمدهای غیردولتی در فدراسیون‌های ورزشی اعم از قراردادهای باشگاه‌ها و درآمد اماکن ورزشی و حق پخش مسابقات ورزشی، باقی نیازهای فدراسیون‌های ورزشی از طریق کمک دولت مندرج در بودجه تأمین می‌شود که فدراسیون‌ها را از این حیث در دسته دوم جای می‌دهد؛ لیکن امکان تغییر اوضاع و احوال منابع درآمدی غیردولتی از فدراسیونی به فدراسیون دیگر با توجه به سطح متفاوت درآمدهای آنها و از زمانی به زمان دیگر با توجه به رخدادهای ورزشی و وقایعی درون ورزشی از این قبیل یا تأثیرپذیری از وقایع برون ورزشی مانند وضعیت اقتصادی، سیاسی و جنگ و ناآرامی‌های اجتماعی و ...، همیشه و همه‌جا وجود دارد؛ بنابراین برای همیشه و به‌طور کامل نمی‌توان وابستگی فدراسیون‌ها به کمک‌های دولتی را منقطع کرد، به‌ویژه آنکه دولت جمهوری اسلامی ایران مطابق بند (۳) اصل سوم قانون اساسی ملکف

۲۲. دادنامه‌های شماره ۱۶۶۵ و ۱۶۶۶ مورخ ۱۴۰۰/۷/۲۰ هیئت عمومی دیوان عدالت اداری.

به حمایت از تربیت بدنی رایگان برای همه در تمام سطوح است. با این حال، فدراسیون‌ها قاعده‌تاً نهادهای عمومی غیردولتی هستند که یا نباید از بودجه عمومی کشور استفاده کنند یا به میزان کمتر از نیمی از سرمایه خود استفاده کنند؛ البته موارد استثنائی نیز وجود دارد. در تعریف مذکور در ماده (۳) قانون مدیریت خدمات کشوری بیش از پنجاه درصد بودجه سالانه مؤسسات عمومی غیردولتی از منابع غیردولتی باید تأمین شود، هرچند که تا کمتر از این مقدار، استفاده آنها از بودجه عمومی کشور مجاز است؛ اما در قیاس با مؤسسات و شرکت‌های دولتی که تمام یا عمده بودجه آنها از منابع دولتی است، غیردولتی بودن مؤسسات مزبور در منبع مالی آنها تأثیر به‌سزایی دارد. علی‌رغم این وضع موجود، وضعیت مطلوب آن است که منابع غیردولتی فدراسیون‌های ورزشی تقویت شوند تا این قبیل مؤسسات عمومی غیردولتی از منابع دولتی کمتر استفاده کنند.

به علاوه، مؤسسات عمومی غیردولتی در قانون مدیریت دو دسته‌اند: یک‌دسته مشمول ماده (۳) این قانون هستند که مؤسسات عمومی غیردولتی را تعریف می‌کند و یک‌دسته هم از مفهوم مخالف عبارت «نهادهای عمومی غیر دولتی که با تعریف مذکور در ماده ۳ تطبیق دارند» در ماده (۱۱۷) این قانون^{۲۳} قابل استنباط هستند که مؤسسات عمومی غیردولتی‌ای هستند که با تعریف ماده (۳) تطبیق ندارند و به نحو دیگری از منابع دولتی و بودجه عمومی کشور استفاده می‌کنند؛ بنابراین با تعریف ماده (۳) مزبور در کنار قانون فهرست نهادها و مؤسسات عمومی غیردولتی، آنها را از این حیث در دو دسته قابل تعریف می‌بینیم به نحوی که یک دسته از آنها، کمتر از پنجاه درصد بودجه‌ی خود را از بودجه عمومی کل کشور به‌دست می‌آورند و برخی از آنها این‌طور نیستند. براین‌اساس آن دسته از فدراسیون‌های ورزشی که درآمدها برای تأمین نیمی از مخارجشان مکفی نیست و بیش

۲۳. ماده ۱۱۷- کلیه دستگاه‌های اجرایی به استثناء نهادها، مؤسسات و تشکیلات و سازمان‌هایی که زیر نظر مستقیم مقام معظم رهبری اداره می‌شوند، وزارت اطلاعات، نهادهای عمومی غیردولتی که با تعریف مذکور در ماده ۳ تطبیق دارند، اعضاء هیئت علمی و قضاوت هیئت‌های مستشاری دیوان محاسبات شورا نگهبان، مجمع تشخیص مصلحت نظام و مجلس خبرگان رهبری مشمول مقررات این قانون می‌شوند و در خصوص نیروهای نظامی و انتظامی مطابق نظر مقام معظم رهبری عمل می‌شود.

از نیمی از منابعشان دولتی است، از نهادهای مشمول ماده (۳) قانون مدیریت محسوب نشده و می‌توان آنها را از دسته دوم دانست. در هر صورت اگرچه با این تحلیل می‌توان گفت اگر استثنائاً فدراسیونی برخلاف برخی فدراسیون‌های پردرآمدتر مانند فدراسیون فوتبال، نتوانست منابع مالی غیردولتی لازم را کسب نماید، از بودجه دولت به میزان بیش از نیمی از سرمایه‌اش استفاده کند، لزوماً دولتی محسوب نمی‌شود؛ اما با توجه به دور شدن از هدف مقنن از حیث کاهش وابستگی به دولت در این شرایط ضرورت دارد دولت به نحوی برنامه‌ریزی نماید که منابع مالی غیردولتی به سمت فدراسیون‌های مزبور سوق داده شود تا به استقلال مالی برسند.

۴-۴. نظارت بر تخصیص حق پخش

فدراسیون‌ها و سازمان‌های ورزشی چالش نظارت‌پذیری مالی را مانند سایر نهادهای عمومی غیردولتی دارند. شاید بتوان یکی از علل عدم اعمال نظارت دقیق دیوان محاسبات بر بودجه اختصاص یافته در قانون بودجه به فدراسیون‌های ورزشی را کمک تلقی کردن بخشی از وجوهی که دولت به فدراسیون‌ها اختصاص می‌دهد دانست. ازجمله این موارد همان حق پخش مسابقات ورزشی است که پیش از این در مورد آن مفصلاً بحث شد؛ اما در اینجا لازم است گفته شود که با کاربست نگاه صحیح به این منبع درآمدی فدراسیون‌ها، باید آنها را کمک تلقی نکرد و اختصاص ردیف بودجه در قانون بودجه برای حق پخش مسابقات ورزشی را بدین‌ترتیب نظارت‌پذیر نمود.

ممکن است گفته شود که برای مثال دولت در عمل وجوه مربوط به پخش مسابقات فوتبال را به فدراسیون فوتبال پرداخت نمی‌کند و یا ناقص پرداخت می‌کند و یا اینکه وزارت ورزش و جوانان سازمان سازمان صداوسیما مطابق بند (۲-۲) بخش دوم خلاصه گزارش تفریغ بودجه سال ۱۳۹۹ دیوان محاسبات کشور^{۲۴} درآمدهای مزبور را به خزانه‌داری کل کشور واریز نکرده است تا بین فدراسیون فوتبال و سازمان صداوسیما تقسیم شود و در نتیجه فدراسیون فوتبال از بودجه عمومی استفاده نکرده است. در پاسخ باید گفت اولاً

۲۴. خلاصه گزارش تفریغ بودجه سال ۱۳۹۹ کل کشور، ص ۱۶، قابل مشاهده در نشانی زیر:

سازمان صداوسیما هرچند در سال ۱۳۹۹ وجوه مزبور را به حساب خزانه‌داری کل کشور واریز نکرده است؛ اما مطابق گزارش تفصیلی تفریغ بودجه نیمی از مبلغ مزبور که سهم سازمان صداوسیما بوده است در تاریخ ۱۴۰۰/۱/۳۰ به خزانه‌داری واریز کرده است^{۲۵} و تنها وزارت ورزش و جوانان سهم خود را واریز نکرده است، ثانیاً اگر دولت یا سازمان صداوسیما به وظیفه قانونی خود در قانون بودجه عمل نکردند، این تخلف از قانون بودجه تأثیری در ماهیت وجوه دریافتی فدراسیون ورزشی و ضرورت نظارت‌پذیری آنها ندارد. کما اینکه در موارد دیگر نیز تخلف از قانون بودجه تأثیری در ماهیت دیگر نهادها و شرکت‌های دولتی و غیره نداشته است بلکه همان‌طور که گفته شد با توجه به وجود ممنوعیت‌هایی مانند هزینه کردن بخشی از وجوه اختصاص یافته به فدراسیون‌ها در ورزش حرفه‌ای و برخی ضوابط دیگر، باید کلیه وجوه دریافتی وزارت ورزش و جوانان و فدراسیون‌ها قابل نظارت باشد تا از محل مربوطه منحرف نشود و به اشخاص و فعالیت‌های قانونی تخصیص داده شود.

۴-۵. حق پخش مسابقات ورزشی سکوهای مجازی

مطابق ماده (۷) اساسنامه سازمان سازمان صداوسیما «تأسیس فرستنده و پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در هر نقطه کشور در انحصار این سازمان بوده و چنانچه اشخاص حقیقی یا حقوقی اقدام به تأسیس یا بهره‌برداری از چنین رسانه‌هایی کنند از ادامه کار آنان جلوگیری به عمل آمده و تحت تعقیب قانونی قرار خواهند گرفت». هم‌راستا با این انحصار برگرفته از قانون اساسی، نظر تفسیری شماره ۷۹/۲۱/۹۷۹ مورخ ۱۳۷۹/۷/۱۰ اشعار داشته است: «مطابق نص صریح اصل ۴۴ قانون اساسی در نظام جمهوری اسلامی ایران رادیو و تلویزیون دولتی است و تأسیس و راه‌اندازی شبکه‌های خصوصی رادیویی و تلویزیونی به هر نحو، مغایر این اصل می‌باشد. بدین جهت انتشار و پخش برنامه‌های صوتی و تصویری از طریق سیستم‌های فنی قابل انتشار فراگیر (همانند ماهواره، فرستنده، فیبر نوری و غیره) برای مردم در قالب امواج رادیویی و کابلی غیر از سازمان صداوسیما

۲۵. گزارش تفریغ بودجه سال ۱۳۹۹، قسمت دوم، ص ۶۶. قابل مشاهده در نشانی زیر:

جمهوری اسلامی ایران خلاف اصل مذکور است». بنابراین مادام که این تفسیر به قوت خود باقی است، نمی‌توان انتظار توزیع حق پخش مسابقات ورزشی به سایر ارائه‌دهندگان خدمات رادیویی و تلویزیونی در ایران را داشت؛ اما در خصوص شبکه‌های فضای مجازی به نظر می‌رسد که مصداق این نظر تفسیری شورای نگهبان قرار نگیرند و بتوانند از حق پخش مسابقات ورزشی نیز بهره‌مند گردند؛ لیکن در صورت ایجاد این امکان باید نحوه تقسیم حق پخش در سکوهاى مجازى را با ضوابطى نظیر حق پخش در تلویزیون به نحوی تنظیم کرد که متناسب با سهم هر بازیگر مؤثر در درآمد حاصل شده از رویداد ورزشی از ابعاد مختلف تبلیغات، سطح جذب‌کننده بودن رقابت برای مخاطب، میزان درآمد حاصل شده از سایر منابع در رویداد ورزشی و غیره، عادلانه توزیع بشود.

۴-۶. جبران کاهش سهم سازمان صداوسیما از حق پخش ورزش با افزایش سایر درآمدهای سازمان صداوسیما

طبعاً با اختصاص دادن سهم بیشتری از درآمد حق پخش ورزش به بازیگران ورزشی و خروج از وضعیت انحصار سازمان صداوسیما، این سازمان به دلیل کاهش درآمد خود در مقابل چنین تغییری مقاومت خواهد کرد. بدین منظور راهکار قابل پیش‌بینی افزایش سایر منابع درآمدی سازمان صداوسیما چه از طریق ورزش و چه از سایر طرق است. بررسی‌های کارشناسی‌شده در این حوزه نشان می‌دهد در قالب قانون بودجه سالانه کل کشور می‌توان سازمان صداوسیما را ملزم به کسب درآمد از محل فروش محتوا و تولیدات تا سقف ۳ درصد از کل بودجه خود کرد. با استناد به بندهای (۱) و (۳) ماده (۲۲) اساسنامه سازمان صداوسیما از طریق درآمدزایی از تولیدات از طریق فروش ثانویه در بازارهای بین‌المللی و نه پولی شدن تولیدات برای مخاطب داخلی و همچنین با در نظر داشتن ملاحظه سالانه بودن بودجه چنین درآمدی را برای یک سال می‌توان برای سازمان صداوسیما قابل تحقق دانست. از طرف دیگر با ایجاد الزام قانونی نسبت به سازمان صداوسیما کسب درآمد از محل تبلیغات برخط تا سقف ۵ درصد از درآمدهای تبلیغاتی قابل پیش‌بینی است. از این طریق حتی می‌توان بخشی از تبلیغات پخش رادیو و تلویزیون را به فضای مجازی

انتقال داد و فشار تبلیغات در آنتن را کاهش داد تا هدف تقویت کیفیت محتوا و جذب مخاطب در ساعت طلایی کنداکتور (۱۷-۲۳) تأمین بشود (خلیلی و دیگران، ۱۴۰۲، ص. ۲۶). با توجه به وجود ظرفیت بالای سرویس‌های تقاضامحور رسانه‌های عمومی برای ایفای نقش در تبلیغات همان‌طور که در سایر کشورها دیده می‌شود (Thinkbox, 2015)، چنین راهکاری برای افزایش درآمد سازمان صداوسیما از طریق سکوه‌ای مجازی در اختیار سازمان صداوسیما و به‌طور خاص تلویزیون قابل تحقق به‌نظر می‌رسد و ازجمله راه‌های رفع مانع توزیع عادلانه حق پخش رویداد ورزشی است. مضاف بر اینکه در رویداد ورزشی که از طریق سکوهایی مانند تلویزیون پخش می‌شود، می‌توان درآمد مضاعفی را برای سازمان صداوسیما متصور شد که البته همان‌طور که در بند قبل گفته شد، این درآمد نیز باید عادلانه میان طرفین ذی‌حق توزیع بشود.

۴-۷. الزامات تهیه آیین‌نامه تقسیم حق پخش موضوع برنامه هفتم پیشرفت

بر اساس نتایج حاصله به اینجا می‌توان اعطای ابتکار عمل به سازمان سازمان صداوسیما در ماده (۷۸) قانون برنامه هفتم پیشرفت^{۲۶} برای تهیه آیین‌نامه نحوه تعیین میزان حق پخش مسابقات ورزشی را مورد انتقاد قرار داد. چنان‌که مطابق گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی این ماده چندان تمایزی از بند (پ) ماده (۹۲) قانون برنامه ششم توسعه ندارد که پیش‌بینی تمهیدات لازم برای حصول توافق بین سازمان صداوسیما و وزارت ورزش و جوانان را مقرر کرده بود؛ اما پس از ۶ سال توافقی بین آنها صورت نپذیرفت؛ بنابراین مطابق همین گزارش راهکار مطلوب می‌توانست تعیین تکلیف در همین قانون نسبت به کیفیت تسهیم این منبع مالی باشد، به این طریق که هر دو نهاد وزارتخانه ورزش و سازمان سازمان صداوسیما همه درآمدهای قبل، حین و بعد از مسابقات ورزشی ملی و باشگاهی را به ردیف درآمدی ۱۴۰۱۸۴ نزد خزانه‌داری کل واریز نمایند و کل مبلغ به‌طور

۲۶. «ماده ۷۸- به منظور توسعه ورزش‌های همگانی و قهرمانی، سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران مکلف است با هماهنگی وزارت ورزش و جوانان، آیین‌نامه نحوه تعیین میزان حق پخش تلویزیونی مسابقات ورزشی و چگونگی تأمین و تسهیم آن بین ذینفعان را با لحاظ کیفیت و کمیت مسابقات و تعداد مخاطبان ظرف سه ماه از لازم‌الاجرا شدن این قانون تهیه نموده و به تصویب هیئت وزیران برساند».

مساوی بین سازمان صداوسیما و وزارت ورزش تقسیم شده و وزارت ورزش مبالغ مربوطه را به فدراسیون‌ها و باشگاه‌ها تخصیص بدهد. همچنین ده درصد مبالغ حاصل از پخش برخط و تلویزیون تعاملی و امثالهم نیز مساوی تقسیم شود (مرادی، بیات و محسنیان، ۱۴۰۲، صص. ۵-۶).

بالاین حال سپردن تهیه آیین‌نامه تعیین نحوه توزیع درآمدهای حاصل از پخش مسابقات ورزشی به سازمان سازمان صداوسیما با همکاری وزارت ورزش و جوانان و تصویب آن توسط هیئت وزیران، می‌تواند به‌ویژه به جهت ایفای نقش وزارت ورزش و جوانان برای بهبود توزیع این درآمدها ظرفیت‌ها و نقاط مثبتی نیز داشته باشد. اولاً تخصص سازمان سازمان صداوسیما در این زمینه را باید در نظر داشت. سازمان صداوسیما به‌عنوان نهاد اصلی پخش مسابقات ورزشی، از تجربه و تخصص لازم در زمینه خرید و فروش حقوق پخش برخوردار است. ثانیاً مشارکت وزارت ورزش و جوانان می‌تواند اطمینان حاصل کند که درآمدها به توسعه ورزش و حمایت از باشگاه‌ها و فدراسیون‌ها اختصاص یابد. تصویب آیین‌نامه توسط هیئت وزیران نسبت به وضعیت خلأ هنجار حقوقی در این زمینه، می‌تواند به آن وزن قانونی بدهد و از اجرای آن اطمینان حاصل کند.

با توجه به اینکه در حال حاضر پیش‌نویس آیین‌نامه مزبور از سازمان صداوسیما تهیه شده و در دولت در دست بررسی و تصویب است، باید چالش‌های پیش‌روی این آیین‌نامه را برای رسیدن به الگویی عادلانه‌تر در آن در نظر داشت. ازجمله چالش‌های احتمالی تنظیم این آیین‌نامه، تعارض منافع سازمان صداوسیما است؛ بنابراین سازمان صداوسیما به‌عنوان یکی از ذینفعان اصلی درآمدهای پخش، ممکن است در تهیه آیین‌نامه به نفع خود عمل کند. علاوه‌براین در خصوص عدم شفافیت نیز باید گفت اگر فرایند تهیه آیین‌نامه به‌صورت شفاف و با مشارکت واقعی و مؤثر همه ذی‌نفعان اعم از فدراسیون‌های ورزشی، سازمان‌های لیگ و حتی نمایندگان باشگاه‌های ورزشی انجام نشود، ممکن است به توزیع ناعادلانه درآمدها منجر شود. کم‌توجهی به ورزش پایه نیز در این آیین‌نامه محتمل‌الوقوع است، چه آنکه ممکن است درآمدها بیشتر به باشگاه‌ها و فدراسیون‌های بزرگ اختصاص یابد و ورزش پایه و ورزش‌های کمتر محبوب مورد غفلت قرار گیرند و بدین‌صورت تبعیضی ناروا در توزیع داخلی منابع حق پخش در میان رشته‌های مختلف ورزشی و

باشگاه‌های مختلف بروز کند، به‌ویژه آنکه نفوذ باشگاه‌های دولتی در این زمینه بیش از سایر باشگاه‌ها است.

از راهکارهای تکمیلی برای تضمین توزیع عادلانه حق پخش در این آیین‌نامه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

الف) تشکیل کمیته مستقل

ایجاد کمیته‌ای مستقل متشکل از نمایندگان سازمان صداوسیما، وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون‌های ورزشی، باشگاه‌ها، و کارشناسان حقوقی و اقتصادی برای تهیه آیین‌نامه. این کمیته باید به‌صورت شفاف عمل کند و گزارش‌های خود را به‌طور عمومی منتشر کند.

ب) تعیین سهم‌های مشخص

آیین‌نامه باید سهم هر نهاد (سازمان صداوسیما، فدراسیون‌ها، باشگاه‌ها، و ورزش پایه) را به‌طور دقیق مشخص کند؛ به‌عنوان مثال:

۳۰٪ به باشگاه‌ها (با توجه به عملکرد و مشارکت در پخش).

۳۰٪ به فدراسیون‌ها (برای توسعه ورزش ملی).

۳۰٪ به سازمان سازمان صداوسیما (برای پوشش هزینه‌های پخش).

۱۰٪ به ورزش پایه و توسعه‌ای (مانند ورزش بانوان و ورزش‌های کمتر محبوب).

البته موارد فوق صرفاً گمانه‌زنی بوده و قطعیت ندارد، چه آنکه با در نظر داشتن عوامل متغیر و ثابت در تعیین این سهام می‌توان بخشی از سهم هر طرف را ثابت و بخشی را متغیر تعیین کرد. به‌منظور تعیین سهم عادلانه هر طرف لازم است معیار سنجش داشته باشیم و نکته ضروری برای تضمین عدالت در میزان سهام هر نهاد در زمان تعیین نسبت سهم‌های نهادهای رسانه‌ای و ورزشی از دو منظر عدالت توزیعی و کارایی و استحقاق قابل طرح است. به‌این‌ترتیب که با در نظر داشتن عدالت توزیعی برای تضمین حق پخش فدراسیون‌های کم‌درآمد، میزان ثابتی از حق پخش حداقلی برای تأمین حداقل‌های لازم در برخی ورزش‌های کمتر مورد توجه عموم باید در بودجه اختصاص داده بشود که البته در بخش ورزش پایه چنین امری مقدور بوده و ورزش حرفه‌ای در این زمینه از طریق اختصاص بودجه دولتی با مانع قانونی مواجه است. همچنین معیار تناسب با میزان

درآمدهای به‌منظور افزایش کارایی در اقتصاد ورزش به‌ویژه در ورزش‌های درآمدهای مانند فوتبال می‌تواند در کنار عدالت توزیعی، مشوق لازم جهت انگیزه‌بخشی به باشگاه‌ها و فدراسیون‌ها جهت سرمایه‌گذاری و پیشرفت در ورزش را به همراه داشته باشد و زمینه غالب شدن قواعد رقابت بر وضعیت انحصاری موجود در ورزش را نیز فراهم کند.

ج) شفافیت مالی

سازمان سازمان صداوسیما و وزارت ورزش و جوانان باید گزارش‌های مالی دقیقی از درآمدهای حاصل از پخش و نحوه توزیع آن ارائه دهند. این گزارش‌ها باید به‌طور عمومی در دسترس باشد تا از شفافیت مالی اطمینان حاصل شود.

د) نظارت مستمر

ایجاد یک نهاد نظارتی مستقل برای نظارت بر اجرای آیین‌نامه و اطمینان از توزیع عادلانه درآمدها. این نهاد باید اختیار بررسی شکایات و اصلاح آیین‌نامه در صورت لزوم را داشته باشد.

نتیجه‌گیری

مطالعه مبانی حقوقی در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و مبانی فقهی در خصوص مسئله توزیع عادلانه حق پخش مسابقات ورزشی ایجاب می‌کند که با وضعیت انحصارگری در توزیع درآمدهای حاصل از پخش ورزش مقابل بشود و مقدمات تحقق قسط و عدالت در میان بازیگران و نهادهای ذی‌نفع برقرار بشود. بررسی‌های تطبیقی نشان می‌دهد در بسیاری از کشورها، توزیع درآمدهای پخش ورزشی از طریق قوانین و آیین‌نامه‌های شفاف و با مشارکت نهادهای مختلف انجام می‌شود؛ به‌عنوان مثال در انگلیس، درآمدهای پخش لیگ برتر به‌طور مساوی بین باشگاه‌ها توزیع می‌شود و بخشی از آن به توسعه ورزش پایه اختصاص می‌یابد و در آلمان، فدراسیون فوتبال (DFB) نقش کلیدی در توزیع درآمدها دارد و بخشی از درآمد به توسعه زیرساخت‌ها و ورزش پایه اختصاص می‌یابد. قانون بودجه در ایران می‌تواند بستری برای پیش‌بینی و توزیع درآمدهای پخش مسابقات ورزشی باشد؛ اما این امر نیازمند شفافیت بیشتر، تدوین قوانین خاص و هماهنگی بین نهادهای ذی‌ربط است. بااین‌حال تصویب یک قانون دائمی در این حوزه به‌نحوی که

ضوابط کلی تسهیم حق پخش مسابقات ورزشی را معین کند در کنار قوانین بودجه سالانه که اقتضائات موقتی و سالیانه رویدادهای ورزشی را لحاظ کند، می‌تواند توأمان بستر قانونی مناسبی برای حل این مسئله باشد.

در قانون برنامه هفتم پیشرفت سپردن تهیه آیین‌نامه تعیین نحوه توزیع درآمدهای پخش مسابقات ورزشی به سازمان صداوسیما با همکاری وزارت ورزش و جوانان و تصویب هیئت وزیران، با وجود چالش‌هایی چون تعارض منافع سازمان صداوسیما در اعمال ابتکار تهیه آیین‌نامه مربوطه، می‌تواند یک راهکارهایی را نیز در بر داشته باشد؛ اما نیل به آنها از یک سو مستلزم تشکیل کمیته‌ای مستقل به‌عنوان نهاد تنظیمی بخشی متشکل از نمایندگان نهادهای رسانه‌ای و ورزشی مرتبط در بخش دولتی و خصوصی است. از سوی دیگر تعیین سهم‌های مشخص با معیارهای در نظر داشتن عدالت توزیعی برای تضمین حق پخش فدراسیون‌های کم‌درآمد و نیز معیار تناسب با میزان درآمذایی به‌منظور افزایش کارایی در اقتصاد ورزش به‌ویژه در ورزش‌های درآمذایی مانند فوتبال، شفافیت مالی و نظارت مستمر است. این رویکرد می‌تواند به توزیع عادلانه‌تر درآمدها و توسعه پایدار ورزش در ایران کمک کند.

کتابنامه

- احمدی، مهرداد و ذوالفقاری، ماریا (۱۴۰۱)، «شناسایی نقش‌های رسانه در توسعه ورزش با رویکرد فراترکیب»، نشریه مدیریت ورزشی، ۳ (۱۴)، ۲۲۹-۲۴۹.
- افشاری، فاطمه، رستمی، ولی (۱۳۹۸)، «واکاوی استقلال مالی مؤسسات عمومی غیردولتی از منظر حقوق مالیه عمومی»، *دوفصلنامه پژوهشنامه حقوق اسلامی*، سال بیستم، شماره اول (پیاپی ۴۹)، ۹۷-۱۲۴.
- السان، مصطفی (۱۳۹۲)، «مطالعه تطبیقی قرارداد واگذاری حق پخش ورزشی»، *پژوهش‌های حقوق تطبیقی*، دوره ۱۷، شماره ۳، ۱-۲۳.
- حکمت‌نیا، محمود؛ پیلوار، رحیم و زنگنه، مسعود (۱۴۰۰)، «امکان‌سنجی تلقی مسابقات ورزشی به‌عنوان اثر ادبی و هنری»، *پژوهشنامه حقوق تطبیقی*، شماره ۷، ۸۹-۱۰۶.

خلیلی، سیدمحمدحسین؛ عبدالحی، راضیه؛ حقی، محدثه و حسن‌نژاد، فاطمه (۱۴۰۲)، «کارآمدسازی شیوه‌های تأمین مالی سازمان صداوسیما»، گزارش پژوهشی دفتر مطالعات آموزش و فرهنگ مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۹۱۶۵.

دادگر، یدالله و رحمانی، تیمور، (۱۳۹۱)، *مبانی و اصول علم اقتصاد*، قم: بوستان کتاب قم. رحمتی، محمدمهدی (۱۳۸۶)، «تأملی جامعه‌شناسانه بر تجاری شدن ورزش»، *فصلنامه حرکت*، شماره ۳۲، ۱۸۶-۱۶۱.

صلواتیان، س. و محسنی، م. (۱۳۹۴)، مطالعه تطبیقی شیوه‌های تأمین مالی سازمان‌های رسانه‌ای رادیویی و تلویزیونی عمومی و تحت مالکیت دولتی در دنیا، رسانه، ۴، ۷۲-۴۹. صورت مشروح مذاکرات مجلس بررسی نهایی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، (۱۳۶۴)، تهران: اداره کل امور فرهنگی و روابط عمومی مجلس شورای اسلامی. فعلی، حمید و غمامی، سیدمحمد مهدی (۱۴۰۱)، «فدراسیون فوتبال به مثابه مؤسسه عمومی غیردولتی؛ رویکردی انتقادی به آرای هیئت عمومی دیوان عدالت اداری»، *حقوق اداری*، ۱۰ (۳۳)، ۱۹۳-۱۶۳.

کدخدایی، عباسعلی و عباسیان، محبوبه، (۱۳۹۹)، «مبانی نظری عدالت اقتصادی در پرتو کارآمدی در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران»، *مطالعات حقوق عمومی*، ۵۰ (۱)، ۲۱-۱. مرادی، مهدی؛ بیات، موسی و محسنیان، سیدعلی (۱۴۰۲)، *ارائه راهکارهای اثربخش جهت حق پخش رسانه‌ای*، گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۲۷۰۱۸۹۰۳.

European Commission, (1997), Television without frontiers and major (sports) events: Commission Communication, Brussels, 1-5.

Evens, T., Iosifidis, P. and Smith, P. (2013), "Competition Law and Sports Broadcasting", In *The Political Economy of Television Sports Rights*, London: Palgrave Macmillan.

FIFA, (2019), Fifa Statutes, regulations governing the application of the statutes, standing orders of the congress. See:

<https://api.spoleg.com/storage/regulations/2019/10/VP2eHWUsa25g9azHwLh83PZHsSsLqdt2cOc1lvws.pdf>

Gleen, Wong (2010), *Essentials of Sports Law*, ABC-CLIO, fourth edition.

Iñiguez, Sergio, (2025), "The Sporting Exemption of Broadcasting Rights: Why and How Does EU Law Exempt the Collective Sale of Broadcasting Rights by UEFA?",

- Journal of Legal Aspects of Sport*, Vol. 35 No. 1, DOI: <https://doi.org/10.18060/28775>.
- Smith, P.; Evens, T. & Iosifidis, P. (2015)., The regulation of television sports broadcasting: a comparative analysis. *Media, Culture & Society*, 37(5), 720-736. DOI: 10.1177/0163443715577244
- Thinkbox. (2015), Planning & buying Broadcaster VOD. -: Thinkbox, See: www.thinkbox.tv/how-to-use-tv/vod/planning-and-buying-broadcaster-vod/
- Van Cayseele, P. & Van den Bergh, R. (2000), "Antitrust law" *Encyclopedia of Law and Economics*, springer press.
- Witte, F., & Zglinski, J. (2022)., The idea of Europe in football. *European Law Open*, 1(2), 286-315. <https://doi.org/10.1017/elo.2022.15>.

ارزیابی فرایند بزهکاری در نظریه عمومی فشار:

تحلیل جرم‌شناختی فیلم «کفرناحوم»

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۲۱

حمیدرضا دانش ناری^۱*

سپیده فعالیت^۲

محمد طهان طرقي^۳

چکیده

نظریه عمومی فشار اگنیو، یکی از معتبرترین و کاربردی‌ترین نظریه‌های جرم‌شناسی می‌باشد. نظریه‌ای که برخلاف نظریه‌های فشار پیشین، ضمن بررسی دقیق انواع منابع فشار، به طرح مسائلی همچون منابع جدید فشار، تأثیر احساسات منفی، انواع انطباق‌ها و درنهایت نحوه شکل‌گیری انطباق‌ها می‌پردازد. با توجه به اهمیت نظریه عمومی فشار در مطالعات جرم‌شناسی، از یک‌سو و رشد مطالعات میان‌رشته‌ای در حوزه جرم‌شناسی و سینما در قالب‌هایی چون جرم‌شناسی فرهنگی و جرم‌شناسی عامه، پژوهش حاضر درصدد است تا با روش تحلیل محتوای کیفی، فرایند بزهکاری در فیلم «کفرناحوم» را تحلیل کند. فیلم «کفرناحوم» روایت‌گر داستان زندگی پسر نوجوانی به نام «زین» است که منابع مختلف فشار را تجربه می‌کند و با توجه به نوع احساسات منفی تجربه‌شده و سایر عوامل اثرگذار، واکنش‌های انطباقی متفاوت نسبت به منابع فشار از خود نشان می‌دهد. یافته‌های حاصل از تحلیل فیلم نشان می‌دهد که «زین» در دستیابی به منابع ارزشمند شکست می‌خورد، محرک‌های ارزشمند زندگی خود همچون خواهرش، «سحر» را از دست می‌دهد و محرک‌های منفی همچون کودک‌آزاری، بی‌توجهی و زندگی نابسامان را تجربه می‌کند. همچنین، فشارهای هم‌زمان، متعدد، جدید و شدید موجب می‌شوند تا او در پاسخ‌دهی به منابع فشار در اثر راهبردهای مقابله‌ای شناختی، رفتاری و احساسی مرتکب جرم شود.

واژگان کلیدی

فشار، انطباق، فیلم کفرناحوم، احساس محرومیت، تضاد، بزهکاری.

۱. استادیار گروه حقوق جزا و جرم‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

daneshnari@um.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری حقوق کیفری و جرم‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

sepide@yahoo.com

۳. دانشجوی دکتری حقوق کیفری و جرم‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

tahan@yahoo.com

مقدمه

نظریه‌های ساختار اجتماعی شکل‌گیری جرم را محصول ساختار و سازمان محیط اجتماعی می‌دانند. این نظریه‌ها در تضاد با اندیشه کسانی است که جرم را صرفاً نشئت گرفته از ویژگی‌های فردی و یا محصول انتخاب آزاد افراد می‌دانند (پاک‌نهاد، ۱۴۰۱، ص. ۱۳۲). نظریه‌های فشار از جمله نظریه‌های ساختاری هستند (سوتهیل و دیگران، ۱۳۸۳، ص. ۱۷۹) که بر مبنای منشا فشار به دو شاخه تقسیم می‌شوند: الف) نظریه‌های فشار ساختاری و نظریه‌های فشار فردی. نظریه‌های فشار ساختاری با رویکرد جامعه‌شناختی بر این نظر هستند که غالب افراد ارزش‌ها و اهداف مشابهی دارند. آن‌ها به دنبال اهداف اقتصادی و اجتماعی همچون کسب ثروت، داشتن امکانات رفاهی، تحصیلات، مراقبت از خانواده و آموزش فرزندان‌شان هستند. در عمل، توانایی دستیابی به اهداف مدنظر به صورت کامل وابسته به طبقه اقتصادی - اجتماعی فرد است. نمونه‌های مشهور نظریه‌های فشار ساختاری، نظریه فشار مرتون و نظریه آنومی نهادی هستند. در نقطه مقابل، نظریه‌های فشار فردی نگاهی روان‌شناختی-اجتماعی دارند و بر این اعتقاد هستند که تجارب زندگی شخصی موجب می‌شود برخی از افراد متحمل رنج و درماندگی شوند و بر اساس آن مرتکب رفتارهای ضد اجتماعی شوند. نمونه مشهور نظریه فشار فردی، نظریه عمومی فشار^۴ است که توسط رابرت اگنیو^۵ مطرح شده است (پاک‌نهاد، ۱۴۰۱، صص. ۱۵۲-۱۵۳). این نظریه، یکی از مهم‌ترین چهارچوب‌های نظری در حوزه جرم‌شناسی است که در سال ۱۹۹۲ توسط اگنیو معرفی شده است (Rebellon et al., 2009, pp. 48-49). علت نام‌گذاری این نظریه به نظریه عمومی فشار آن است که برای تبیین همه جرایم و نه جرایم خاص مطرح شده است (Akers & Sellers, 2003, p. 25). هرچند آگنیو نظریه عمومی فشار را با تکیه بر کار نظریه پرداز پیشین در حوزه نظریه‌های فشار؛ رابرت مرتون، مطرح کرد (Carey, 2021, p. 2)؛ اما نظریه عمومی فشار اگنیو نسبت به نظریه فشار مرتون، نوعی پیشرفت تلقی می‌شود؛ زیرا توضیح جامع‌تری از رابطه فشار - بزهکاری ارائه می‌دهد (Lin, 2011, p. 38).

4. General Strain Theory

5. Robert Agnew

بر اساس نظریه رابرت اگنیو، مهم‌ترین انتقادات وارد بر نظریه فشار اجتماعی، تمرکز بر بزهکاری طبقات پایین، توجه صرف به اهداف طبقه متوسط و منفعت مالی، تمرکز بر موانع کسب موفقیت طبقه اجتماعی و عدم ارتکاب جرم توسط برخی از افراد تحت فشار هستند (Brown et al., 2010, p. 249). در پاسخ به این انتقادات، اگنیو نظریه فشار را بازتعریف کرد (سوت‌هیل و دیگران، ۱۳۸۳، ص. ۱۷۹) و با افزودن منابع متعدد، نظریه فشار را قادر ساخت که از یک‌سو، گستره وسیعی از جرایم را توضیح دهد و از سوی دیگر، ارتکاب جرایم قشر متوسط و فرادست را نیز تبیین کند (Carey, 2021, p. 3).

اگنیو در نظریه جدید فشار، سه منبع اصلی برای فشار معرفی می‌کند: شکست در دستیابی به اهداف ارزشمند مثبت^۶، حذف محرک ارزشمند^۷ و حضور محرک منفی^۸. اولین منبع فشار خود شامل سه بخش است: ۱) گسست میان آرمان‌ها و دستاوردهای واقعی؛ ۲) گسست میان توقعات فرد و دستاوردهای واقعی و ۳) گسست میان پیامد واقعی و پیامد منصفانه (Cullen & Agnew, 2004, p. 208). بدین ترتیب اگنیو، رویکرد کلاسیک فشار را به طرق مختلف ارتقا داد. وی محدوده فشار کلاسیک را که فقط شامل انسداد اهداف بود، با گنجاندن گسست میان انتظارات و دستاوردهای واقعی و گسست میان پیامدهای عملی و منصفانه گسترش داد. همچنین با افزودن مواجهه با محرک‌های منفی و حذف محرک ارزشمند دامنه فشار را بیش از پیش بسط داد (Lin, 2011, p. 208). به عقیده اگنیو، هریک از منابع فشار، احتمال تجربه احساسات منفی از قبیل خشم، سرخوردگی، ناامیدی، افسردگی و ترس در افراد را افزایش خواهند داد (Carson, 2007, p. 12). درحقیقت در نظریه عمومی فشار، رابطه میان فشار و جرم، نه به‌صورت مستقیم بلکه با واسطه‌گری احساسات منفی و به‌صورت غیرمستقیم تبیین می‌شود (Swagar, 2011, p. 20). به عبارت دقیق‌تر، احساسات منفی موجب می‌شود تا فرد از خود واکنش‌هایی از قبیل ارتکاب جرم نشان دهد. درواقع جرم، ابزاری برای کاهش یا رهایی از فشار است؛ زیرا این احساسات می‌توانند توانایی فرد برای مقابله به شیوه قانونی و مشروع را کاهش دهد

6. Failure To Achieve Positively Valued Goals

7. Removal of a positive stimuli

8. Confrontation of a negative stimuli

(Agnew, 2006, p. 170)؛ اما آیا همه افرادی که منابع مختلف فشار را تجربه می‌کنند، درنهایت بزهکار خواهند شد؟ اگنیو توضیح می‌دهد که راهبرد انطباقی^۹ هر فرد عامل تعیین‌کننده‌ای است که آیا فرد درگیر جرم می‌شود یا خیر؟ (Carey, 2021, p. 2). درحقیقت افراد در سازگاری با فشار به دلیل تفاوت در واکنش‌های انطباقی، متفاوت هستند. به باور اگنیو، سه نوع واکنش انطباقی وجود دارد: انطباق شناختی^{۱۰}، انطباق رفتاری^{۱۱} و انطباق احساسی^{۱۲} (Agnew, 1992, p. 66).

بدین‌ترتیب، نظریه عمومی فشار در سه مرحله به تبیین اعمال مجرمانه می‌پردازد. در این بستر، ابتدا، منابع فشار، سپس احساسات منفی ناشی از فشارها و درنهایت رفتار مجرمانه فردی بررسی می‌شود (Burke, 2009, p. 106). همچنین این نظریه به بررسی عوامل مؤثر در میزان فشار و نحوه شکل‌گیری نوع انطباق نیز می‌پردازد.

با توجه به اینکه نظریه عمومی فشار رابرت اگنیو یکی از معتبرترین نظریه‌های تبیین جرم در جرم‌شناسی نوین می‌باشد، این پژوهش درصدد است ضمن تبیین علل بزهکاری از دیدگاه نظریه عمومی فشار، فیلم سینمایی کفرناحوم را مورد واکاوی قرار دهد. بدین‌ترتیب، پس از معرفی مختصر فیلم و روش‌شناسی پژوهش، یافته‌های حاصل از پژوهش ارائه می‌شود و درنهایت، نتیجه حاصل ارائه خواهد شد.

۱- معرفی مختصر فیلم

فیلم کفرناحوم^{۱۳}، یک فیلم درام لبنانی به کارگردانی نادین لبکی^{۱۴} است. این فیلم که از لحاظ پیام و روایت حائز اهمیت است، محصول سال ۲۰۱۸م می‌باشد. روایت فیلم به‌صورت گذشته‌نمایی (فلاشبک^{۱۵}) و با تمرکز بر زندگی «زین» ساخته شده است. فیلم با صحنه‌ای شروع می‌شود که «زین» به دلیل ارتکاب جرمی به زندان افتاده است و حالا در

9. Coping strategy

10. Cognitive Coping

11. Behavioral Coping

12. Emotional Coping

13. Capernaum

14. Nadine Labaki

15. Nadine Labaki

دادگاه در مقام شاکی حضور دارد و از والدینش به‌دلیل اینکه او را به دنیا آورده‌اند شکایت می‌کند. «زین» پسر دوازده‌ساله‌ای است که در یک خانواده فقیر و پرجمعیت در بیروت زندگی می‌کند. کودکی که پدر، مادر، خانه و خانواده دارد؛ اما وضعیت زندگی‌اش فلاکت‌بارتر از یک کودک یتیم است؛ زیرا توسط پدر و مادر خود مجبور به کار کردن شده و مورد سوءاستفاده قرار می‌گیرد و تنها دلگرمی او، خواهر یازده‌ساله‌اش «سحر» می‌باشد. به همین دلیل تمام تلاش خود را می‌کند تا والدینش از بالغ شدن «سحر» مطلع نشوند؛ زیرا پدر و مادر «زین» می‌خواهند «سحر» را به عقد جوان مغازه‌دار محله «اسد» در بیاورند؛ اما علی‌رغم تمام تلاش‌ها و مقاومت‌های «زین»، سرانجام «سحر» را مجبور به ازدواج با «اسد» می‌کنند. بعد از این اتفاق، «زین» از خانه می‌گریزد و با یک زن سیاه‌پوست به نام «راحیل» که به‌صورت غیرقانونی به همراه فرزند خردسالش، «یونس» در لبنان اقامت دارد، آشنا می‌شود و با آن‌ها زندگی می‌کند؛ اما پس از مدتی «راحیل» به‌دلیل اقامت غیرقانونی دستگیر می‌شود و «زین» به همراه «یونس» تنها می‌ماند و درگیر چالش‌های جدید می‌شود؛ چرا که هم باید از «یونس» مراقبت کند و هم راهی برای درآمدزایی پیدا کند؛ بنابراین شروع به فروش مواد مخدر می‌کند. پس از مدتی «زین» تصمیم می‌گیرد به سوئد فرار کند و به همین دلیل، مجبور می‌شود «یونس» را به یک قاچاقچی انسان بفروشد. سرانجام «زین» به خانه باز می‌گردد تا مدارک هویتی خود را بردارد؛ اما متوجه مرگ خواهرش «سحر» به‌دلیل بارداری می‌شود و در این لحظه خشمگین شده و درنهایت به «اسد» حمله می‌کند و بازداشت می‌شود.

۲- روش تحقیق

در پژوهش حاضر جهت بررسی ارکان نظریه عمومی فشار در فیلم، از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده می‌شود. تحلیل محتوای کیفی را می‌توان پژوهشی برای تفسیر ذهنی محتوایی داده‌های متنی از راه فرایندهای طبقه‌بندی نظام‌مند، کدبندی و تم‌سازی یا طراحی الگوهای شناخته شده دانست (Hsiu-Fang & Shannon, 2005, p. 13). درواقع تحلیل محتوای کیفی به پژوهشگران اجازه می‌دهد اصالت و حقیقت داده‌ها را به‌گونه ذهنی، ولی با روش علمی تفسیر کنند. عینیت نتایج به‌وسیله وجود یک فرایند کدبندی نظام‌مند

تضمین می‌شود. تحلیل محتوای کیفی به فراسوی واژه‌ها یا محتوای عینی متون می‌رود و تم‌ها یا الگویی را که آشکار یا پنهان هستند، به صورت محتوای آشکار می‌آزماید (Zhang, 2006, p. 52).

بدین ترتیب، تحلیل محتوای کیفی روشی مناسب برای تحلیل داده‌های متنی در حجم عظیم و در بستری خاص است و به واسطه کدگذاری و مقوله‌بندی داده‌ها در این روش، می‌توان نظریات مختلف را سنجید و صحت و سقم آن‌ها را ارزیابی نمود (مؤمنی‌راد و دیگران، ۱۳۹۲، ص. ۲۱۸). این روش برای بررسی نظام‌مند اطلاعات و آشکار کردن معانی پنهان در آن‌ها و نیز فهم برخی اصطلاحات و کلمات استفاده می‌شود. روش تحلیل محتوا را می‌توان در همه اشکال ارتباطات همچون کتاب، شعر، روزنامه، آواز، تقاشی، سخنرانی و فیلم به کار بست. تحلیل محتوا که روشی برای تحلیل پیام‌های ارتباطی متنی، شفاهی، صوتی و تصویری است، برای اولین بار به عنوان روشی برای تحلیل سرودها، روزنامه‌ها، مجلات، تبلیغات و سخنرانی‌های سیاسی قرن نوزدهم به کار گرفته شد. در یک تعریف عام، تحلیل محتوا به هر روشی که برای استنباط نظام‌مند و عینی ویژگی‌های خاص پیام‌ها به کار می‌رود، اطلاق می‌شود. برخی نیز تحلیل محتوا را یکی از روش‌های تجزیه و تحلیل مطالعات کیفی می‌دانند که به وسیله آن داده‌ها، خلاصه، توصیف و تفسیر می‌شوند. مستفاد از تعاریف فوق می‌توان تحلیل محتوا را رویه‌ای برای گردآوری و سامان‌بخشی اطلاعات در یک شکل استاندارد دانست که به پژوهش‌گر این اجازه را می‌دهد تا تحلیل‌های خود را در قبال استنباط از ویژگی‌ها و معانی داده‌های نوشتاری یا تصویری ارائه دهد.

۳. یافته‌های پژوهش

در این قسمت از پژوهش ضمن بررسی دقیق نظریه فشار عمومی اگنیو، تحلیل محتوای سکانس‌ها و دیالوگ‌های مختلف فیلم در پرتو ارکان نظریه مذکور ارائه می‌شود.

۳-۱- منابع فشار

بر خلاف نظریه مرتون که فشار را به‌عنوان پدیده‌ای صرفاً اقتصادی برای آرزوهای تحقق‌نیافته یا موفقیت‌های مالی طبقه متوسط در نظر می‌گیرد، اگنیو به‌طور گسترده‌تر فشار را به‌عنوان پدیده‌ای روانی-اجتماعی که شامل منابع متعددی از آرزوهای ناامیدکننده است، در نظر می‌گیرد. وی معتقد است فشار نه تنها شامل آرزوهای تحقق‌نیافته می‌شود بلکه انتظارات تحقق‌نیافته، بی‌عدالتی ادراک‌شده، حذف محرک‌های ارزشمند مثبت و اعمال محرک‌های منفی را نیز شامل می‌شود (Rebblon et al., 2009, p.48). بدین ترتیب، اگنیو سه منبع اصلی برای فشار مطرح می‌کند.

۳-۱-۱- شکست در دستیابی به اهداف ارزشمند مثبت

به عقیده اگنیو، عدم دستیابی به اهدافی که برای فرد اهمیت داشته و ارزشمند محسوب می‌گردد نظیر ثروت، منزلت اجتماعی و استقلال، می‌تواند منشأ فشار باشد. اهداف مذکور، زمانی که اشخاص در زندگی خود با گسست‌هایی روبه‌رو می‌شوند، می‌تواند منشأ ایجاد فشار باشد (Agnew, 1992, p. 51). این گسست‌ها به سه حالت تقسیم می‌شوند: (۱) گسست میان آرزوها و دستاوردهای واقعی^{۱۶}؛ (۲) گسست میان توقعات فرد و دستاوردهای واقعی^{۱۷} و (۳) گسست میان پیامد عملی و پیامد منصفانه^{۱۸}. به‌طورخاص، اگنیو چنین استدلال می‌کند که اگر شکافی میان آرزوها و دستاوردهای واقعی، میان انتظارات و دستاوردهای واقعی و میان نتایج عادلانه و منصفانه و نتایج واقعی وجود داشته باشد، احتمال بیشتری وجود دارد که افراد خشم، ناامیدی و ناکامی را تجربه کنند (Bergeron, 2010, p. 17). گسست میان آرزوها و دستاوردهای واقعی به‌عنوان اولین گسست معرفی شده در نظریه عمومی فشار، کانون نظریه‌های فشار پیشین نیز بوده است (Agnew, 1992, p. 51). این منبع فشار مشابه فشار ناشی از گسست میان خواسته‌ها و انتظارات و وسایل قانونی دسترسی به آن در نظریه فشار مرتون می‌باشد (Siegel, 2018, p. 154). به

16. Strain as the disjunction between aspirations and expectations/actual achievements

17. Strain as the disjunction between expectations and actual achievements

18. Strain as the disjunction between just/fair outcomes and actual outcomes

عقیده اگنیو در این نوع گسست، دستیابی به اهداف ارزشمند علاوه بر طبقه اجتماعی تحت تأثیر عوامل مختلفی چون هوش، استعداد و قابلیت‌های جسمانی فرد قرار دارد و زمانی شکل می‌گیرد که فرد امکانات مادی و یا قابلیت‌های فردی لازم جهت کسب آرمان‌های حاکم بر جامعه، نظیر ثروت و تحصیلات را در اختیار ندارد (Agnew, 1992, p. 51). این نوع گسست را به خوبی می‌توان در سکانس‌های ابتدایی فیلم مشاهده کرد. در دو سکانس مختلف زمانی که «زین» مشغول کار کردن در خیابان است، سرویس مدرسه بچه‌ها را می‌بیند که درباره برنامه درسی روز بعدشان با یکدیگر صحبت می‌کنند، در حالی که «زین» نوجوان دوازده ساله‌ای است که تاکنون به مدرسه نرفته و مجبور است به دلیل امرار معاش تمامی اوقات خود را در خیابان‌ها و کارکردن سپری کند. در سکانس دیگری از فیلم نیز مادر «زین» به دلیل دریافت کمک‌های مالی از جانب مدرسه از همسرش درخواست می‌کند که «زین» را در مدرسه ثبت نام کنند. اما پدر «زین» می‌گوید: «چرا باید در مدرسه ثبت نام کند؟ باید برای اسد کار کند». «زین» در پاسخ به پدرش می‌گوید: «صبح به مدرسه می‌روم و عصر کار می‌کنم». علاقه «زین» به تحصیل را به خوبی می‌توان در این سکانس مشاهده کرد. به همین دلیل، رفتن به مدرسه تبدیل به یک آرزو برای او شده است؛ آرزویی که به دلیل فقدان امکانات مادی، قابلیت تبدیل شدن به واقعیت را ندارد. این سکانس از فیلم کفرناحوم، فاصله آرزوهاست با واقعیت، فاصله‌ای است میان آنچه خواستیم و آنچه که هستیم؛ امری که به صورت دقیق منطبق با اولین گسست از اولین منبع فشار است.

۲-۱-۳- حذف محرک ارزشمند

به عقیده اگنیو، هر انسان دارای مجموعه‌ای از مشوق‌ها و محرک‌ها در زندگی است که برای وی با ارزش تلقی می‌شوند و در شکل‌گیری احساس آرامش‌خاطر، شوق به زندگی و تحرک اجتماعی فرد مؤثر هستند (Agnew, 1992, p. 52). از دست دادن هر یک از این محرک‌ها مانند از دست دادن یک دوست، مرگ یا بیماری جدی نزدیکان و طلاق والدین می‌تواند منشأ فشار باشند (Agnew, 1992, p. 57). درحقیقت زمانی که فرد سعی می‌کند تا از فقدان محرک مثبت ممانعت کند و آنچه را که از دست رفته بازیابی کند، جایگزینی برای

آن پیدا کند و یا از کسانی که مسئول این فقدان بوده‌اند، انتقام بگیرد، حذف محرک ارزشمند ممکن است منجر به بزهکاری شود (Agnew, 1992, p.58). بالین‌حال، هر فردی فارغ از طبقه اجتماعی، می‌تواند این منبع از فشار را در زندگی خود تجربه کند (Carey, 2021, p. 5). وقتی والدین «زین»، تصمیم به ازدواج «سحر» و «اسد» می‌گیرند، «زین» تمام تلاش خود را می‌کند تا مانع این امر شود و وقتی موفق نمی‌شود، از خانه می‌گریزد. در سکانس‌های پایانی فیلم، «زین» که برای برداشتن مدارک هویتی خود به خانه بازمی‌گردد، از مرگ «سحر» مطلع می‌شود. بلافاصله پس از شنیدن خبر فوت خواهرش، چاقویی را از آشپزخانه برمی‌دارد و به «اسد» حمله می‌کند. درحقیقت «زین» با مرگ خواهرش، فشار ناشی از حذف یک محرک ارزشمند را نیز تجربه می‌کند. این منبع از فشار با تولید احساسات منفی به‌ویژه خشم، احتمال رفتار مجرمانه را افزایش می‌دهد. به‌همین دلیل، «زین» به‌دلیل خشم ناشی از تجربه این منبع فشار، درصدد انتقام از کسانی برمی‌آید که موجب این فقدان شده‌اند.

۳-۱-۳- حضور محرک منفی

قرارگرفتن شخص در معرض موقعیت‌های آزاردهنده و حوادث ناامیدکننده (Bao; Haas & Pi, 2004, p. 285) می‌تواند موجب حضور محرک منفی شود. عواملی مانند کودک‌آزاری و بی‌توجهی، بزه‌دیدگی، تنبیه بدنی، داشتن روابط منازعه‌آمیز با والدین یا همسالان و تجارب نامطلوب مدرسه (Agnew, 1992, p. 59) به‌عنوان محرک منفی، می‌تواند منشأ ایجاد فشار بر فرد باشد. یکی از فعالیت‌هایی که والدین «زین» از طریق آن درآمدزایی می‌کردند، فروختن لباس‌هایی بود که با آب آمیخته شده به قرص ترامادول شسته می‌شدند و برای تهیه ترامادول موردنیاز این کار از «زین» استفاده می‌کردند. در سکانس‌های ابتدایی فیلم، «زین»، با نسخه واحد به داروخانه‌های مختلف می‌رفت و در هر بار مراجعه با توسل به دروغ‌های مختلف، سعی در خریدن ترامادول می‌کرد. همچنین در طول فیلم و در قالب سکانس‌های مختلف، مواجهه «زین» با انواع کودک‌آزاری‌ها، بارها به تصویر کشیده می‌شود. درحقیقت «زین» علاوه بر تجربه کودک‌آزاری جسمی (خشونت فیزیکی) از جانب والدین خود، کودک‌آزاری‌های روانی و عاطفی را نیز تجربه می‌کند. در

سکانس‌های پایانی فیلم وقتی «زین» به دلیل حمله به «اسد» در زندان است با برنامه‌ای به نام بی‌عدالتی علیه کودکان تماس برقرار می‌کند و می‌گوید: «می‌خواهم از پدر و مادرم شکایت کنم، می‌خواهم بزرگ‌ترها به حرفم گوش بدهند. بزرگ‌ترهایی که نمی‌توانند بچه بزرگ کنند، بچه به دنیا نیاورند. من چی دیدم تو عمرم؟ خشونت، توهین یا کتک خوردن با زنجیر و لوله و کمر بند».

محرک منفی دیگری که می‌تواند منشأ ایجاد فشار بر «زین» باشد؛ غفلت و بی‌توجهی است. غفلت عبارت است از نوعی رفتار منفی از سوی فرد مراقبت‌کننده نسبت به کودک که متضمن استنکاف از انجام اقداماتی است که فرهنگ هر جامعه آن اقدامات را برای تأمین نیازهای رشد کودک ضروری و فرد مراقب کودک را مکلف به انجام آن‌ها می‌داند (Straus & Kantor, 2005, p. 21). درواقع غفلت مفهوم گسترده‌ای دارد و از عدم تأمین نیازهای اولیه و اساسی جسمانی کودک مانند خوراک و پوشاک و مسکن، تا تأمین امکانات بهداشتی، تفریحی و امکانات ضروری آموزشی را دربرمی‌گیرد. عدم رسیدگی به مشکلات فردی و اجتماعی کودک و بی‌توجهی به وضعیت تحصیلی کودک را می‌توان از مصادیق غفلت برشمرد (مهدوی، ۱۳۹۰، ص ۱۹۲).

بدین‌ترتیب، با توجه به روایت فیلم، «زین» سه منبع فشار معرفی شده توسط اگنیو را تجربه می‌کند. هرچند منابع فشار یاد شده از لحاظ نظری مستقل از یکدیگر هستند؛ اما ممکن است گاهی اوقات در عمل همپوشانی داشته باشند (Agnew, 1992, p. 59). یعنی ممکن است واقعه‌ای موجب ایجاد چندین منبع فشار شود؛ برای مثال، عدم توجه به وضعیت تحصیلی «زین» از سوی والدین، درعین حال که می‌تواند موجب تجربه اولین منبع فشار توسط «زین» شود (گسست میان آرزوها و دستاوردهای عملی)، می‌تواند نمونه بارز یک محرک منفی (غفلت) نسبت به وی باشد.

۲-۳- عوامل مؤثر بر میزان فشار

پس از معرفی سه منبع فشار، اگنیو ویژگی‌هایی برای فشار معرفی می‌کند. به عقیده او فشارهایی که در شدت بالا، جدیدتر، طولانی‌تر و به‌صورت همزمان واقع شوند، تأثیرات

عمیق‌تری بر احساسات منفی و بزهکاری دارند؛ به‌عنوان مثال، نمره بد در یک امتحان ممکن است چندان استرس‌زا نباشد؛ اما زمانی که دانش‌آموزان نه‌تنها نمره بد می‌گیرند بلکه با دوستان خود دعوا می‌کنند و یا یکی از اقوام نزدیک خود را از دست می‌دهند، منابع فشار متعدد را تجربه می‌کنند (Lin, 2011, p. 34). به عقیده اگنیو، وقایع نامطلوب، میزان فشار متفاوتی بر فرد وارد می‌کنند و چهار عامل در میزان فشار نقش کلیدی دارند (Agnew, 1992, p. 64). مورد اول شدت یا بزرگی^{۱۹} وقایع نامطلوب است. به عقیده اگنیو، شدت یک واقعه، بسته به نوع فشار می‌تواند معانی مختلفی داشته باشد (سیمپسون و ویزبرد، ۱۳۹۵، ص. ۵۶). از منظر شکست در دستیابی به اهداف ارزشمند، شدت به میزان گسست میان اهداف فرد و واقعیت اشاره دارد، از منظر از دست‌دادن محرک ارزشمند، شدت به مقدار (ارزشمند بودن) محرکی که شخص از دست‌داده‌است، تمرکز دارد و از منظر مواجهه با محرک‌های منفی، شدت به میزان درد یا ناراحتی ایجادشده اشاره دارد (Agnew, 1992, p. 64).

با توجه به روایت فیلم هرچند «زین» سه منبع فشار را در قالب وقایع نامطلوب تجربه می‌کند؛ اما از دست‌دادن «سحر» به‌عنوان مهم‌ترین محرک ارزشمند در زندگی وی، بیشترین نقش را در تقویت عامل شدت در میزان فشار وارده به دوش می‌کشد؛ چرا که درنهایت «زین» را به سمت ارتکاب رفتار مجرمانه (حمله مسلحانه به اسد) سوق می‌دهد. دومین مورد، تازگی داشتن^{۲۰} وقایع نامطلوب است. رویدادها و وقایع نامطلوب جدیدتر، پراهمیت‌تر از رویدادهای قدیمی‌تر هستند. درحقیقت تازگی داشتن یک واقعه نسبت به واقعه دیگر می‌تواند در میزان فشار ناشی‌شده از منابع مختلف فشار تأثیرگذار باشد (Agnew, 1992, p. 65). «زین» پیش از ارتکاب حمله مسلحانه به «اسد» وقایع نامطلوب متعددی را تجربه کرده بود؛ اما شنیدن خبر فوت «سحر» منجر به ارتکاب رفتار مجرمانه از سوی وی شد؛ بنابراین مرگ «سحر» به‌عنوان واقعه‌ای نامطلوب، به‌دلیل داشتن عنصر تازگی، منجر به افزایش میزان فشار در قیاس با سایر منابع فشار تجربه‌شده توسط «زین» می‌شود.

19. Magnitude

20. Regency

سومین عامل تأثیرگذار در میزان فشار وارده، طول مدت^{۲۱} وقایع نامطلوب است. رویدادهای طولانی مدت/ استرس‌های مزمن تأثیر بیشتری بر انواع پیامدهای روانی منفی دارند و موجب افزایش میزان فشار ناشی شده از وقایع نامطلوب می‌شوند (Agnew, 1992, p. 65). تجربه طولانی مدت وقایع آزاردهنده‌ای همچون کودک‌آزاری جسمی، روانی و عاطفی توسط «زین» نمونه بارز این امر است.

مورد چهارم، همزمانی^{۲۲} وقایع نامطلوب است. وقایع نامطلوبی که همزمان واقع می‌شوند، تأثیر بیشتری بر پیامدهای منفی حاصله دارند. درواقع چنین وقایعی بیشتر از سایر وقایعی که در زمان‌های مختلف رخ می‌دهند، راهبردهای مقابله‌ای را تحت تأثیر قرار می‌دهند (Agnew, 1992, p. 66). «زین» پسر دوازده‌ساله‌ای است که علاوه بر مواجهه روزانه با انواع محرک‌های منفی مانند کودک‌آزاری‌های جسمی، روانی و عاطفی، غفلت و بزه‌دیدگی و تجربه گسست میان آرزوها و واقعیت موجود، تنها محرک ارزشمند زندگی خود؛ یعنی «سحر» را نیز از دست می‌دهد.

۳-۳. آثار فشار/ احساسات منفی ناشی از فشار

اگنیو با گنجاندن یک متغیر عاطفی؛ یعنی احساسات منفی در مدل مفهومی خود، نظریه عمومی را از نظریه‌های فشار کلاسیک متمایز کرد (Sung & Johnson, 2003, p. 80). درحقیقت، نظریه فشار اگنیو یک نظریه روان‌شناختی اجتماعی است و نقش فشار بر شکل‌گیری جرم را از طریق تأثیر آن بر ساختار روانی فرد بررسی می‌کند (پاک‌نهاد، ۱۴۰۱، ص. ۱۶۱). به عبارت دیگر، تأکید اصلی نظریه عمومی فشار بر نقش میانجی احساسات منفی است؛ یعنی فشار از طریق تولید احساسات منفی، جرم را به عنوان یک واکنش انطباقی گسترش می‌دهد (Agnew, 2006, p. 170). به عبارت دقیق‌تر، جرم زمانی رخ می‌دهد که افراد به دنبال ابزارهای مجرمانه برای مقابله با احساسات منفی خود باشند. در این بستر، احساسات منفی ناشی از فشارها می‌تواند فرد را به دنبال رفتارهای مجرمانه به عنوان وسیله‌ای برای مقابله با احساسات خود سوق دهد (Carey, 2021, p. 3).

21. Duration

22. Clustering

به اعتقاد اگنیو هریک از منابع فشار، احتمال تجربه احساسات منفی در افراد را افزایش می‌دهند و این احساسات منفی شامل دامنه وسیعی از احساسات از قبیل خشم، سرخوردگی، ناامیدی، افسردگی و ترس می‌باشند (Agnew, 1992, p. 59). از میان این احساسات، برجسته‌ترین احساس واسطه‌ای در ارتباط میان فشار و بزهکاری، خشم می‌باشد. خشم یک احساس کلیدی است؛ زیرا سطح آسیب‌پذیری احساسی فرد را افزایش می‌دهد، تمایل به انتقام و تلافی را ایجاد می‌کند و فرد را به عمل واداشته و قدرت عوامل بازدارنده را پایین می‌آورد. افراد خشمگین مستعد ارتکاب جرم، به خصوص جرایم معطوف دیگران^{۲۳} و جرایم خشن می‌باشند (Agnew, 2006, p. 32). هرچند خشم جرم‌زاترین احساس است؛ اما بزهکاری ممکن است در پاسخ به سایر احساسات منفی دیگر مانند افسردگی رخ دهد؛ به‌عنوان مثال، خشم ممکن است باعث شود که یک فرد نسبت به افراد دیگر رفتار پرخاشگرانه‌ای داشته باشد؛ درحالی‌که افسردگی ممکن است فرد را به مصرف مواد مخدر سوق دهد تا «احساس بهتر» داشته باشد (Lin, 2011, p. 36). درحقیقت پاسخ به احساسات منفی مختلف در قالب جرایم متفاوتی رخ می‌دهد. هرچند «زین» با تجربه منابع مختلف فشار، احساسات منفی متعددی را تجربه می‌کند؛ اما حالت عاطفی منفی که «زین» پس از شنیدن خبر فوت خواهرش تجربه می‌نماید، خشم است که درنهایت منجر به حمله به «اسد» می‌شود. طبق استدلال اگنیو، افراد خشمگین تمایل قوی به انتقام دارند و به احتمال زیاد معتقدند که ارتکاب جرم امری موجه است. درحقیقت اگر انسان احساس‌کند که مورد ستم واقع شده، خشمگین می‌شود و خشونت و پرخاشگری را توجیه می‌کند (Siegel & Senna, 1997, p. 21). در سکانس‌های ابتدایی فیلم زمانی که دادگاه «زین» در حال برگزاری است، قاضی پرونده از او می‌پرسد: «می‌دونی چرا دستگیر شدی؟»، «زین» در پاسخ می‌گوید: «چون به یک توله سگ چاقو زدم». قاضی، دوباره می‌پرسد: «به یک نفر چاقو زدی؟» زین در جوابش می‌گوید: «بله به یک سگ چاقو زدم». استفاده از چنین الفاظی برای «اسد» حاکی از کم‌ارزش تلقی شدن شخصیت وی و توجیه‌کننده عمل ارتكابی «زین» است.

۳-۴- انطباق با فشار/ سازگاری با فشار

در نتیجه شکل گیری احساسات منفی پنج گانه در افراد در اثر تجربه منابع مختلف فشار، پاسخ هایی در افراد شکل می گیرد که اگنیو آن ها را واکنش های انطباقی می نامد که فرد تحت فشار از آن ها برای مقابله با فشارها و احساسات منفی ناشی از آن ها استفاده می کند (Lin, 2011, p. 36). به عقیده وی افراد ممکن است در پاسخ به فشار به اشکال مختلف واکنش نشان دهند.

۳-۴-۱- انطباق شناختی

افراد گاهی اوقات به صورت شناختی، عوامل استرس زای عینی را به گونه ای بازتفسیر می کنند که ناملايمات ذهني آن ها را به حداقل می رساند. سه راهبرد کلی برای انطباق شناختی تعریف شده است. این راهبردها برای انطباق با وقایع ناگوار (منابع فشار) در قالب عباراتی همچون «مهم نیست»، «آن قدرها هم بد نیست» و «من سزاوار آن هستم» خلاصه می شود. نادیده گرفتن یا به حداقل رساندن اهمیت وقایع نامطلوب اولین راهبرد از انطباق شناختی است. درواقع، تأثیر ذهني از فشار عيني به میزان ارتباط فشار با اهداف، ارزش ها و هویت هر فرد بستگی دارد (Agnew, 1995, p. 66). ممکن است افراد تاجایی که بتوانند سخت ترین/ پرفشارترین تجربیات خود را جزء کم ارزش ترین موضوعات زندگی خود بدانند و از این طریق از فشارهای ذهني اجتناب کنند (Pearlin & Schooler, 1978, p. 7). بدین ترتیب، افراد با کاهش دادن اهمیت مطلق یا نسبی اختصاص داده شده به اهداف، ارزش ها و هویت ها، تأثیر فشار تجربه شده را به حداقل می رسانند. به عبارت روشن تر، افراد ممکن است ادعا کنند که یک هدف به صورت مطلق بی اهمیت است؛ برای مثال، ادعا کنند که پول یا کار برایشان فاقد اهمیت است. این قسمت از راهبرد مذکور شبیه به انطباق های آیین منشی^{۲۴} و کناره گیری^{۲۵} مرتون می باشد. همچنین افراد ممکن است ادعا کنند که اهدافشان نسبت به سایر اهداف و ارزش ها بی اهمیت است؛ به عنوان مثال، فرد ادعا می کند که پول اهمیت کمتری نسبت به موقعیت دارد یا اینکه کار از خانواده و فعالیت های اوقات فراغت

24. Ritualism

25. Retreatism

اهمیت کمتری دارد (Agnew, 1992, p. 67)؛ اما چنین تفسیری از وقایع نامطلوب از جانب نوجوانان را نمی‌توان امری محتمل دانست. همچنین این نوع راهبرد در صورتی که افراد در شرایط نابسامان زندگی می‌کنند و هیچ‌یک از اهداف و ارزش‌های ایشان محقق نشده باشد، کارآمد نخواهد بود. «زین» پسر نوجوانی است که در خانواده‌ای نابسامان زندگی می‌کند. خانواده‌ای که علاوه بر عدم حمایت اقتصادی از فرزندان، از لحاظ عاطفی نیز حامی آن‌ها نیستند. همچنین «زین» و خواهر و برادرانش نیز از لحاظ تحصیلی در وضعیت نامساعدی هستند و تمام روز مشغول کارکردن در خیابان‌ها هستند و صرفاً ابزاری برای درآمدزایی خانواده می‌باشند؛ امری که در سکانس‌های مختلف فیلم نیز به خوبی به تصویر کشیده می‌شود؛ بنابراین، در چنین شرایطی که هیچ‌یک از اهداف و ارزش‌های مدنظر «زین» محقق نشده و ظرفیت تحقق در آینده را نیز ندارند، تصور چنین تفسیری از فشار دور از ذهن به نظر می‌رسد و از این رو، «زین» از این طریق نمی‌تواند اثرهای سوء ناشی از تجربه این وقایع نامطلوب را به حداقل برساند.

دومین راهبرد انطباق شناختی، به حداکثر رساندن پیامدهای مثبت و یا به حداقل رساندن پیامدهای منفی است. در اولین راهبرد، هرچند افراد وجود ناملایمات را تصدیق می‌کنند؛ اما چنین ناملایماتی را بی‌اهمیت تلقی می‌نمایند؛ اما در راهبرد نوع دوم، افراد تلاش می‌کنند تا با به حداکثر رساندن نتایج مثبت و یا با به حداقل رساندن پیامدهای منفی، وجود ناملایمات را انکار کنند. این امر ممکن است به دو صورت انجام شود: کاهش استانداردهای مورد استفاده برای ارزیابی نتایج یا تحریف برآورد فرد از نتایج فعلی و یا نتایج مورد انتظار. پایین‌آوردن استانداردها شامل کاهش اهداف یا بالا بردن آستانه (محدوده) برای محرک‌های منفی است. هایمن^{۲۶} و همکاران بر این باورند که در ایالات متحده، افراد فقیر تحت فشار نیستند؛ زیرا آن‌ها اهداف موفقیت خود را پایین آورده‌اند و آرزوهای خود را با واقعیت مطابقت می‌دهند. افراد علاوه بر پایین آوردن استانداردهای خود ممکن است از نظر شناختی نیز در ارزیابی خود از نتایج اختلال ایجاد کنند. درحقیقت، بسیاری از افراد در سطوح واقعی و مورد انتظار خود از دستیابی به هدف

اغراق می‌کنند؛ به‌عنوان مثال، افراد با نمرات ضعیف اغلب گزارش می‌دهند که در مدرسه خوب عمل می‌کنند و افرادی که شانس کمی برای حضور در کالج دارند، اغلب گزارش می‌دهند که انتظار حضور در کالج را دارند. علاوه بر اغراق در پیامدهای مثبت، افراد ممکن است پیامدهای منفی را نیز به حداقل برسانند و ادعا کنند که ضرر و زیان آن‌ها کوچک و تجارب مضر آن‌ها خفیف است (Agnew, 1992, p. 69)؛ برای مثال، اگنیو دریافت که قربانیان جرم اغلب اظهار می‌کنند که بزه‌دیدگی به آن‌ها کمک می‌کند تا از آن واقعه بیاموزند؛ این امر به‌نوبه‌خود موجب کاهش احساسات منفی ناشی از قربانی شدن آن‌ها می‌شود (Lin, 2011, p. 36). درحقیقت در این نوع از انطباق شناختی نوعی مثبت‌اندیشی در مواجهه با وقایع نامطلوب وجود دارد؛ یعنی فرد در صورت تجربه فشار، یا میزان اهداف خود را تغییر می‌دهد و یا در نتایج کسب‌شده از آن واقعه اغراق می‌کند؛ به این‌صورت که آثار منفی آن را انکار می‌کند و آثار مثبتی برای آن واقعه در نظر می‌گیرد. با توجه به سکانس‌های مختلف فیلم می‌توان گفت که این نوع راهبرد در زندگی «زین» جایگاهی ندارد؛ چرا که او هر روز در حال تجربه وقایع نامطلوب متعدد می‌باشد و تداوم این وقایع و مثبت‌اندیشی در مواجهه با آن امری محال به نظر می‌رسد. نکته قابل‌توجه، چهره غمگین «زین» در طول فیلم است که نشان از نارضایتی وی از وضع موجود دارد. علاوه‌برآن، آگاهی «زین» به شرایط نامطلوب و پیامدهای منفی آن در طول فیلم قابل مشاهده است؛ زیرا زندگی در خانواده‌ای نابسامان موجب شده است که زین به خواهرش «سحر» کمک کند تا عادت ماهانه‌اش را پنهان نماید. در سکانس‌های آغازین فیلم هم «زین» از پدر و مادر خود به‌دلیل وضعیت اسفباری که برای او ایجاد کرده‌اند، شکایت می‌کند. همه این موارد حاکی از آن است که «زین» به شرایط نامطلوب زندگی خود آگاهی کامل دارد و آن‌ها را به همان شکلی که وجود دارد، پذیرفته است و هیچ تلاشی از جانب وی در جهت به حداقل رساندن پیامدهای منفی ناشی از وقایع یا تحریف نتایج کسب شده صورت نمی‌گیرد. درحقیقت، زندگی در شرایط نامساعد اقتصادی، تحصیلی و خانوادگی و تداوم آن در زندگی «زین» مانع کوچک‌ترین مثبت‌اندیشی از جانب وی می‌شود.

پذیرش مسئولیت وقایع نامطلوب، سومین راهبرد از انطباق شناختی است. افراد ممکن است با متقاعد کردن خود که سزاوار وقایع نامطلوب هستند، ناملايمات ذهنی ناشی از فشار عینی را حداقل برسانند (Agnew, 1992, p. 68). همان‌طور که پیش از این گفته شد، بزهکاری پاسخی است در برابر احساسات منفی که فرد تجربه می‌کند و خشم به‌عنوان یکی از این احساسات، نقش برجسته‌ای در وقوع جرم ایفا می‌کند. حال آنکه بزهکاری ممکن است در غیاب خشم نیز رخ دهد. افرادی که خود مسئولیت وقایع نامطلوب را می‌پذیرند در معرض تأثیرات منفی مانند افسردگی و ناامیدی هستند. درنتیجه، چنین افرادی همچنان برای انجام اقدامات اصلاحی احساس فشار می‌کنند، اگرچه عدم وجود خشم آنها را تحت فشار کمتری قرار می‌دهد و احتمال رفتار انتقام‌جویانه را بسیار کمتر می‌کند. با این حال، چنین افرادی ممکن است به بزهکاری درونی مانند مصرف مواد مخدر دست بزنند (Agnew, 1992, p. 69). بنابراین، در این نوع از انطباق شناختی نیز وقوع بزهکاری امری محتمل است و صرف عدم تجربه خشم به‌عنوان مهم‌ترین حس منفی، احتمال وقوع جرم را از بین نمی‌برد بلکه نوع جرم در این حالت به‌دلیل تجربه احساسات و عواطف منفی متفاوت، تغییر می‌کند. پذیرش مسئولیت ناشی از وقایع نامطلوب توسط «زین» در هیچ‌یک از سکانس‌های فیلم قابل مشاهده نیست بلکه او خانواده را مسئول تمام وقایع نامطلوب زندگی خویش و خواهر و برادرانش می‌داند. سکانشی که در آن «زین» از خانواده خود در دادگاه شکایت می‌کند حاکی از این امر است. در سکانش‌های پایانی فیلم نیز «زین» با برنامه‌ای به نام بی‌عدالتی علیه کودکان تماس می‌گیرد و در آن برنامه علاوه بر اینکه از خانواده خود شکایت می‌کند، از خانواده‌های دیگر نیز تقاضا می‌کند که در صورت داشتن شرایط فرزندپروری، این کار را انجام دهند؛ زیرا او مسئولیت تمام اتفاقات ناگواری که برای یک کودک ممکن است اتفاق بیافتد را خانواده آن کودک می‌داند. امری که خود نیز آن را پیش‌تر تجربه کرده بود.

۲-۴-۳- انطباق رفتاری

افراد در انطباق رفتاری به دو شیوه مختلف نسبت به فشار ایجاد شده واکنش نشان می‌دهند؛ یا آنکه به دنبال حداقل رساندن یا حذف منبع فشار هستند و یا آنکه به دنبال

برآورده‌سازی نیاز به انتقام هستند. درحقیقت آنچه انطباق رفتاری را از انطباق شناختی متمایز می‌سازد، انجام رفتاری خاص در برابر فشار ایجادشده است. اولین نوع از انطباق رفتاری، انجام رفتاری است که پیامدهای مثبت را به حداکثر و پیامدهای منفی را به حداقل می‌رساند. در این حالت انطباق رفتاری به موازات هر یک از انواع اصلی منابع فشار ممکن است اشکال مختلفی داشته باشد؛ بنابراین، افراد ممکن است به دنبال دستیابی به اهداف ارزشمند مثبت، محافظت یا بازیابی محرک‌های ارزشمند، یا متوقف کردن یا فرار از محرک‌های منفی باشند. اقدامات آن‌ها در این زمینه‌ها ممکن است شامل رفتار متعارف یا بزهکارانه باشد؛ برای مثال، افرادی که به دنبال فرار از محیط نامطلوب مدرسه هستند، ممکن است سعی کنند به مدرسه دیگری منتقل شوند یا ممکن است به‌طور غیرقانونی مدرسه را ترک کنند. این انطباق گسترده شامل واکنش‌های نوآوری^{۲۷} و طغیان‌گری^{۲۸} در نظریه مرتون می‌باشد.

دومین نوع انطباق رفتاری، رفتار انتقام‌جویانه است. وقتی دیگران مسئول وقایع نامطلوب دانسته شوند تمایل به انتقام ایجاد می‌شود که با تمایل به پایان دادن واقعه نامطلوب متفاوت است؛ بنابراین، رفتار انتقام‌جویانه به‌عنوان روش دوم انطباق رفتاری ممکن است اشکال متعارف یا انتقام‌جویانه به خود بگیرد. هرچند بدیهی است که احتمال بزهکاری در این روش از انطباق رفتاری بالاتر است (Agnew, 1992, p. 69).

به‌طورکلی راهبردهای انطباق‌های رفتاری نسبت به راهبردهای انطباق شناختی و احساسی، ارتباط نزدیکی با اعمال بزهکارانه دارند (Lin, 2011, p. 38). «زین» برای جلوگیری از ازدواج اجباری «سحر» تصمیم می‌گیرد که با خواهرش از خانه فرار کند؛ اما خانواده‌اش از این امر مطلع می‌شوند و مانع فرار آن‌ها می‌شوند و «سحر» را به زور به خانه «اسد» می‌برند. پس از این واقعه، «زین» از خانه می‌گریزد؛ یعنی اولین اقدام «زین» در مواجهه با این واقعه نامطلوب، فرار از محیط زندگی به منظور کاستن از میزان فشار است. در اپیزود دوم فیلم، وقتی «زین» تصمیم به مهاجرت می‌گیرد، به خانه برمی‌گردد تا مدارک هویتی خویش را بردارد ولی در همین حین خبر فوت «سحر» را در اثر خونریزی

27. Innovation

28. Rebellion

ناشی از بارداری زودرس می‌شنود و بلافاصله با چاقوی آشپزخانه به «اسد» حمله می‌کند. درواقع، «زین» در راستای کاهش میزان فشار وارده ناشی از حذف محرک ارزشمند (فوت خواهرش) خشمگین شده و دست به انتقام می‌زند. به عبارت دقیق‌تر، او در برابر تجربه منابع فشار مختلف، فقط در برابر حذف محرک ارزشمند اقدام به انطباق رفتاری با ماهیت بزهکارانه کرده است.

۳-۴-۳. انطباق احساسی

درنهایت افراد ممکن است به‌صورت مستقیم به احساسات منفی مانند خشم، سرخوردگی، یأس، افسردگی و ترس ناشی از واقعه نامطلوب بپردازند. پناه‌بردن به الکل و مواد مخدر و داروهای افسردگی، توسل به مدیتیشن، روش‌های تمدد اعصاب و تمرینات بدنی از جمله راهبردهای متعدد برای انطباق احساسی می‌باشد. در تمام این مثال‌ها تمرکز بر کاهش احساسات منفی است تا بازتفسیر شناختی و تغییر رفتاری نسبت به موقعیتی که آن احساسات را ایجاد کرده است. انطباق احساسی به‌ویژه زمانی محتمل است که انطباق رفتاری و شناختی در دسترس نبوده و یا ناموفق باشد (Agnew, 1992, p. 70). درحقیقت نمایش سیگارکشیدن «زین» به همراه بچه‌های دیگری که در آن محله زندگی می‌کنند، در سکانس‌های ابتدایی فیلم حاکی از انطباق احساسی او در برابر تجربه روزانه وقایع نامطلوب متعدد می‌باشد.

۳-۵. نحوه شکل‌گیری نوع انطباق

تقسیم‌بندی انطباق‌ها حاکی از آن است که راه‌های زیادی برای مقابله با فشار وجود دارد که فقط برخی از آن‌ها شامل بزهکاری هستند. افراد ممکن است بیش از یکی از واکنش‌های انطباقی فوق را به‌کار گیرند؛ اما سؤالی که ممکن است در این قسمت مطرح شود، نحوه انتخاب انطباق مجرمانه و غیرمجرمانه توسط افراد است و چرا با وجود انطباق‌های غیرمجرمانه جهت رهایی از احساسات منفی ناشی از فشار، افراد به انطباق مجرمانه روی می‌آورند؟ امری که در نظریه‌های پیشین فشار ازجمله نظریه فشار کلاسیک مرتون نیز مغفول مانده است. به عقیده اگنیو، درحالی‌که انطباق‌های زیادی با

فشار عینی وجود دارد؛ اما این انطباق‌ها به یک میزان برای همه در دسترس نیست. افراد در انتخاب انطباق‌های خود توسط عوامل مختلف داخلی و خارجی محدود می‌شوند.

۱-۵-۳. اهداف / ارزش‌ها / هویت‌های اولیه فرد

اگر فشار عینی از یک‌سو، بر اهداف / ارزش‌ها / هویت‌های اولیه تأثیر بگذارد، و از سوی دیگر، فرد اهداف / ارزش‌ها / هویت‌های جایگزین کمی داشته باشد که بتواند به آن‌ها پناه ببرد، تنزل دادن فشار به بخش بی‌اهمیتی از زندگی دشوارتر خواهد بود. این امر به‌ویژه در صورتی است که اهداف / ارزش‌ها / هویت‌ها از حمایت اجتماعی و فرهنگی قوی برخوردار شوند. در نتیجه، فشار در چنین مواردی منجر به بزهکاری خواهد شد (Agnew, 1992, p. 71). «زین» در شرایطی زندگی می‌کند که علاوه بر عدم تحقق اهداف و ارزش‌های در نظر گرفته شده توسط وی، اهداف و ارزش‌های جایگزین نیز ندارد تا از طریق آن‌ها بتواند فشار را کاهش دهد و از وقوع بزهکاری ممانعت به عمل آورد. همان‌طور که در سکانس‌های مختلف فیلم قابل مشاهده است، «زین» برای مقابله با فشار، سیگار می‌کشد، اقدام به فروش ترامادول می‌کند و در نهایت نیز به اسد حمله می‌کند؛ بنابراین در چنین شرایطی وقوع بزهکاری امری محتمل به نظر می‌رسد.

۲-۵-۳. منابع شخصی انطباق

طیف وسیعی از صفات را می‌توان در منابع شخصی انطباق جای داد که از آن‌جمله می‌توان به خلق‌وخو، هوش، خلاقیت، مهارت‌های حل مسئله، مهارت‌های تعاملی و عزت نفس اشاره کرد. این ویژگی‌ها بر انتخاب راهبردهای انطباق تأثیر می‌گذارند؛ یعنی بر حساسیت فرد نسبت به فشارهای عینی و توانایی درگیر شدن در مقابله شناختی، عاطفی و رفتاری اثرگذار هستند؛ به‌عنوان مثال، داده‌ها نشان می‌دهد که افراد با عزت نفس بالا در برابر استرس مقاوم‌تر هستند؛ بنابراین احتمال پاسخ‌دهی چنین افرادی به فشار عینی از طریق بزهکاری بسیار کم می‌باشد (Agnew, 1992, p. 71). درواقع در این قسم از عوامل، ساختار شخصیتی فرد حائز اهمیت است. روایت فیلم بیشتر متمرکز بر نحوه واکنش «زین» به وقایع پیرامون او است. واکنش به وقایع نامطلوب متعددی که یک فرد

دوازده‌ساله به‌صورت مداوم آن‌ها را تجربه می‌کند و درنهایت نیز با مرگ خواهرش به اوج خود می‌رسد، به نظر می‌رسد فراتر از ساختار شخصیتی وی بوده و به عوامل دیگری بستگی دارد.

۳-۵-۳. متغیرهای سطح کلان

یکی از متغیرهایی که در سطح کلان می‌تواند بر انطباق‌های افراد تأثیر بگذارد، محیط اجتماعی می‌باشد؛ برای مثال، محیط اجتماعی بزرگ‌تر ممکن است با تأثیر بر همه عوامل فوق، بر احتمال وقوع انطباق به شیوه رفتارهای بزهکارانه در مقابل رفتارهای غیربزهکارانه تأثیر بگذارد. محیطی که «زین» در آن سکونت دارد، پیوسته در حال تقویت انطباق‌هایی با ماهیت بزهکارانه می‌باشد. سکانس سیگار کشیدن «زین» به همراه دوستانش و همچنین بازی‌های خشونت‌آمیز همچون تخریب وسایل با اسلحه‌های چوبی دست‌ساز می‌تواند نشان‌دهنده محیط اجتماعی تقویت‌کننده انطباق‌های بزهکارانه باشد. درواقع محیط اجتماعی ممکن است با تأثیر گذاشتن بر اهمیت اهداف/ارزش‌ها/ هویت‌های انتخاب‌شده، بر انطباق تأثیر بگذارد. همچنین محیط اجتماعی بزرگ‌تر ممکن است با تأثیرگذاری بر باورهای فرد در مورد اینکه چه چیزی مطلوب است و چه چیزی نامطلوب است، بر حساسیت فرد نسبت به فشارهای خاص تأثیر بگذارد؛ برای مثال، ایده خرده‌فرهنگ خشونت بر این فرض استوار است که به مردان سیاه‌پوست جوان در محله‌های فقیرنشین شهری آموزش داده می‌شود که طیف وسیعی از تحریک‌ها و توهین‌ها بسیار نامطلوب است؛ بنابراین، محیط اجتماعی ممکن است بر توانایی فرد برای به حداقل رساندن شناختی شدت فشار عینی تأثیر بگذارد؛ برای مثال به افراد در برخی محیط‌ها به‌طور منظم اطلاعاتی در مورد دستاوردها و شکست‌ها ارائه می‌شود و تلاش‌های آن‌ها برای تحریف شناختی چنین اطلاعاتی به‌سرعت به چالش کشیده می‌شود. درحقیقت، دستاوردها و ناکامی‌های فرد معمولاً در برابر مخاطبان زیادی رخ می‌دهد یا به‌سرعت برای چنین مخاطبانی شناخته می‌شوند. علاوه‌براین، گزارش‌ها حاکی از آن است که این مخاطبان مرتباً دستاوردها و شکست‌ها را به افراد یادآوری می‌کنند و تلاش‌ها برای تحریف شناختی را به چالش می‌کشند (Agnew, 1992, p. 72). همچنین

محیط‌های اجتماعی خاص ممکن است درگیرشدن در انطباق رفتاری با ماهیت غیربزهکارانه را دشوار کند. اگنیو این چنین استدلال می‌کند که نوجوانان اغلب برای فرار قانونی از محرک‌های منفی، به‌ویژه محرک‌های منفی که در مدرسه، خانواده و محله با آن مواجه می‌شوند، دچار مشکل هستند؛ زیرا نوجوانان اغلب فاقد منابع لازم برای مذاکره موفقیت‌آمیز با بزرگسالان، مانند والدین و معلمان هستند. استدلال‌های مشابهی برای طبقات فرودست جامعه نیز ارائه می‌شود؛ چراکه آن‌ها نیز اغلب منابع لازم برای مذاکره موفقیت‌آمیز با بسیاری دیگر را ندارند؛ بنابراین، محیط اجتماعی بزرگ‌تر ممکن است به طرق مختلف بر انطباق فردی تأثیر بگذارد و گروه‌های خاص مانند نوجوانان و طبقه فرودست جامعه در انتخاب انطباق‌هایی با ماهیت غیربزهکارانه با محدودیت‌های ویژه‌ای مواجه هستند. این امر می‌تواند میزان بالاتر انحراف را در بین این گروه‌ها توضیح دهد (Agnew, 1992, p. 73). «زین» با زندگی در مکانی که استعمال مواد مخدر و سیگار توسط نوجوانان امری رایج بوده و بازی‌های کودکان نیز ترویج‌دهنده خشونت بیشتر می‌شوند، احتمال افزایش درگیرشدن وی در انطباق‌های مجرمانه در برابر مواجهه مداوم و روزانه وی با محرک‌های منفی در خانواده را فراهم آورد.

۴-۵-۳. گرایش به بزهکاری

انتخاب انطباق‌های بزهکارانه در نوجوانان به گرایش‌های آن‌ها به درگیرشدن در انطباق بزهکارانه در مقابل انطباق‌های غیربزهکارانه بستگی دارد. این گرایش تابع عواملی از جمله متغیرهای خلقی خاص، سابقه یادگیری قبلی نوجوان (میزان تقویت بزهکاری در گذشته)، باورهای نوجوان و مسئله نسبت دادن علل ناملازمات به دیگران است. درواقع نوجوانانی که وقایع نامطلوب خود را به دیگران نسبت می‌دهند، بسیار بیشتر در معرض تجربه خشم هستند و این مسئله، زمینه‌ای قوی برای بزهکاری ایجاد می‌کند. نتایج داده‌ها و نظریه‌های دیگر نیز حاکی از آن است که تجربه وقایع نامطلوب به احتمال زیاد منجر به انحراف می‌شود. همچنین تداوم تجربه وقایع نامطلوب نیز ممکن است تمایل به بزهکاری را ایجاد کند (Agnew, 1992, p. 73). در اپیزود اول فیلم، «زین» برای امرار معاش خانواده‌اش، اقدام به خریدن ترامادول از داروخانه‌های مختلف شهر می‌کند. در اپیزود

دوم فیلم و پس از دستگیری «راحیل»، «زین» برای امرار معاش خود و «یونس» اقدام به خرید ترامادول می‌کند و آن را در آب حل کرده و به جوانان محله می‌فروشد. مشاهده می‌شود که تجربه قبلی «زین» در خرید و فروش ترامادول موجب تکرار این اقدام از جانب وی می‌شود. همچنین در طول روایت فیلم بارها «زین» اذعان داشته است که خانواده او مسئول این وقایع نامطلوب می‌باشد و تا جایی پیش می‌رود که از به دنیا آوردن خود در دادگاه علیه خانواده خویش شکایت می‌کند. چنین شرایطی وی را بیشتر در معرض تجربه خشم قرار می‌دهد و درنهایت منجر به بزهکاری او می‌شود.

متغیرکلیدی دیگری که بر عوامل مختلف گرایش به بزهکاری تأثیر می‌گذارد، ارتباط با همسالان بزهکار^{۲۹} است. درحقیقت نوجوانانی که با همسالان بزهکار معاشرت می‌کنند، بیشتر در معرض مدل‌ها و باورهای بزهکارانه قرار می‌گیرند و برای بزهکاری تقویت می‌شوند. همچنین ممکن است همسالان بزهکار این احتمال را افزایش دهند که نوجوانان ناملایمات خود را به دیگران نسبت دهند؛ البته لازم به ذکر است که تحت شرایط خاصی تجربه وقایع نامطلوب ممکن است منجر به باورهای مساعد برای بزهکاری شود، نوجوانان را به پیوستن یا تشکیل گروه‌های همسالان بزهکار سوق دهد، و نوجوانان را وادار کند که دیگران را برای بدبختی خود مقصر بدانند (Agnew, 1992, p. 74). معاشرت «زین» با نوجوانانی که همراه او سیگار می‌کشند و به بازی‌های خشونت آمیز می‌پردازند در سکانس‌های ابتدایی فیلم به تصویر کشیده شده است.

نتیجه‌گیری

فیلم سینمایی کفرناحوم روایت‌گر زندگی خانواده‌ای است که در فقر و فلاکت غوطه‌ور هستند و در این شرایط نیز فرزندان متعدد دارند و هدف آن‌ها از فرزندآوری این است که روزی عصای دستشان شود. پسران و دختران این خانواده برای امرار معاش هر روز در خیابان‌ها کار می‌کنند، بدون اینکه کوچک‌ترین توجهی به وضعیت تحصیلی و نیازهای آن‌ها شود. دختران این خانواده نیز به محض رسیدن به سن بلوغ تبدیل به

29. delinquent peers

ابزاری برای رفع تنگدستی خانواده می‌شوند. «زین» پسر نوجوان دوازده‌ساله این خانواده، نه تنها به اهداف تحصیلی خود دست نیافته بلکه هر روز در معرض انواع محرک‌های منفی مانند انواع کودک‌آزاری‌ها و ... قرار می‌گیرد. تلاش‌های او جهت جلوگیری از عقد خواهر یازده‌ساله‌اش «سحر» نیز بی‌نتیجه می‌ماند و در نهایت نیز خواهرش را از دست می‌دهد و به همین دلیل، «زین» نیز دست به انتقام می‌زند. شاید این چنین به نظر برسد که این فیلم یک روایت ساده را بیان می‌کند؛ اما این روایت در عین سادگی، پیچیدگی‌های بسیاری دارد که می‌توان آن را در پرتو نظریه کاربردی فشار اگنیو مورد تحلیل و بررسی قرار داد؛ زیرا این نظریه، متغیرهای فشار را به طرق مختلف گسترش داد. نظریه عمومی فشار، ابتدا دامنه فشار کلاسیک را در بخش انسداد اهداف با گنجاندن اختلاف بین انتظارات و نتایج واقعی توسعه بخشید. همچنین دامنه فشار را با افزودن دو منبع جدید فشار یعنی از دست دادن محرک ارزشمند و مواجهه با محرک‌های منفی توسعه داد. اگنیو این چنین استدلال می‌کند که تجربه منابع مختلف فشار منجر به تجربه احساسات منفی می‌شود که در نهایت این احساسات می‌تواند باعث بزهکاری نیز شود. اگنیو عوامل مختلفی همچون شدت یا بزرگی وقایع نامطلوب، تازگی داشتن وقایع، طول مدت این وقایع و درنهایت هم‌زمانی این وقایع نامطلوب در میزان فشار وارده را مؤثر می‌داند. درنهایت، نظریه عمومی فشار این امر را به‌خوبی توضیح می‌دهد که چرا برخی افراد در نتیجه تجربه فشار، مرتکب جرم می‌شوند و برخی خیر؟ درحقیقت اگنیو ضمن تشریح انواع انطباق‌ها، عوامل مؤثر بر انطباق‌ها را نیز تبیین می‌کند.

کتابنامه

- پاک‌نهاد، امیر (۱۴۰۱). *اصول جرم‌شناسی*. تهران: بنیاد حقوقی میزان.
- سوتهیل، کیت؛ پیلو، مویرا و تیلور، کلر (۱۳۸۳). *شناخت جرم‌شناسی*؛ ترجمه میرروح‌الله صدیق. تهران: دادگستر.
- سیمپسون، سالی و ویزبرد، دیوید (۱۳۹۵). *جرم‌شناسی جرایم یقه‌سفیدان*؛ ترجمه حمیدرضا دانش ناری و آزاده صادقی. تهران: مجد.

مؤمنی‌راد، اکبر؛ علی‌آبادی، خدیجه؛ فردانش، هاشم و مزینی، ناصر (۱۳۹۲). تحلیل محتوای کیفی در آیین پژوهش: ماهیت، مراحل و اعتبار نتایج. *فصلنامه اندازہ‌گیری تربیتی*، (۴) ۱۴، ۲۲۲-۱۸۷.

مهدوی، محمود (۱۳۹۰). *پیشگیری از جرم (پیشگیری رشد‌م‌دار)*. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی.

Agnew, R. (1992). Foundation for a general strain theory of crime and delinquency. *Criminology*.

Agnew, R. (1995). Testing the leading crime theories: An alternative strategy focusing on motivational processes. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 32(4), 363-398.

Agnew, R. (2006). *Pressured into crime: An overview of general strain theory*. Los Angeles, CA: Roxbury Publishing Company.

Akers, R. L., & Sellers, C. S. (2003). *Criminological theories: Introduction, evaluation, and applications* (5th ed.). Roxbury Publishing Company.

Bao, W., Haas, A., & Pi, Y. (2004). Life strain, negative emotions, and delinquency: An empirical test of general strain theory for the people in the Republic of China. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, 48(3), 281-297.

Bergeron, L. E. (2010). *Female criminality and community reentry: An examination of general strain theory* (Doctoral dissertation). North Dakota State University.

Brown, E. S., Esbensen, F. A., & Geis, G. (2010). *Criminology: Explaining crime and its context*. Routledge.

Burke, R. H. (2009). *An introduction to criminological theory* (3rd ed.). Willan Publishing.

Carson, C. D. (2007). *Using Agnew's general strain theory to explain the relationship between early victimization and deviant behavior* (Master's thesis). University of South Florida. Centers for Disease Control and Prevention. Suicide prevention

Carey, B. (n.d.). *Agnew's general strain theory: Context, synopsis, and application*. University of Illinois Springfield

Cullen, F. T., & Agnew, R. (2004). *Criminological theory: Past to present* (2nd ed.). Roxbury Publishing Company.

Hsiu-Fang, H. Sieh & Shannon, S. E. (2005). *Three Approaches To Qualitative Content Analysis*. Qualitative Health Research. NoVember

Lin, W.-H. (2011). *General strain theory and juvenile delinquency: A cross-cultural study* (Doctoral dissertation). University of South Florida.

Pearlin, L. I., & Schooler, C. (1978). The structure of coping. *Journal of Health and Social Behavior*, 19(1), 2-21

Rebellon, C. J., Piquero, N. L., Piquero, A. R., & Thaxton, S. (2009). Do frustrated economic expectations and objective economic inequity promote crime? A randomized experiment testing Agnew's general strain theory. *European Journal of Criminology*, 6(1), 47-71.

- Siegel, L. (2018), *Criminology: The Core*, (7th ed), Cengage Learning Publication.
- Siegel, L., & Senna, J. (1997). *Juvenile delinquency: Theory, practice, and law* (6th ed.). West Publishing Company.
- Sung, J & Johnson, B. R. (2003). Strain, negative emotions, and deviant coping among African Americans: A test of general strain theory. *Journal of Quantitative Criminology*, 19(1), 79–105.
- Straus, M. A., & Kantor, G. K. (2005). Definition and measurement of neglectful behavior: Some principles and guidelines. *Child Abuse & Neglect*, 29(1), 19–29.
- Swagar, N. A. (2011). *Childhood abuse, criminal victimization, sex work, and substance use among homeless street youth: An application of general strain theory* (Master's thesis). Queen's University.
- Zhang, Y. (2006), *Content analysis* (qualitative, thematic).

الگوهای نظارت و زمینه‌های تنظیم‌گری توکن‌های کاربردی در نظام حقوق عمومی ایران

نوع مقاله: پژوهشی

رسول کرمی مقدم^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۰۸

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی الگوهای نظارت و تنظیم‌گری غیرقابل تعویض با تمرکز بر نظام حقوق عمومی ایران است. این مطالعه با روش توصیفی-تحلیلی، الگوهای نظارت و زمینه‌های تنظیم‌گری توکن‌های کاربردی را تحلیل کرده تا امکان بومی‌سازی مدل‌های کارآمد را ارزیابی کند. یافته‌ها نشان می‌دهند که چهارچوب‌های نظارتی ایران پراکنده، غیرهم‌افزا و فاقد انسجام نهادی‌اند. درمقابل، نهادهای تنظیم‌گر رویکردی پیش‌فعال و هماهنگ ارائه می‌دهد، آمریکا با مداخلات موردی نهادهای متعدد عمل می‌کند و چین با کنترل متمرکز و ارز دیجیتال ملی برجسته است. نتایج حاکی از نیاز ایران به چهارچوبی جامع مبتنی بر اصول حقوق عمومی و حکمرانی دیجیتال است که از نوآوری حمایت کرده و ریسک‌ها را مدیریت کند. تطبیق مدل میکا^۲ یا همان چهارچوب نظارتی ۲۰۲۳ اتحادیه اروپا، با شرایط بومی می‌تواند نظامی مؤثر برای تنظیم توکن‌های قابل تعویض ایجاد کند. اگرچه هدف اولیه این فناوری تسهیل ارزهای دیجیتال بود، کاربردهای آن گسترش یافته و به حوزه‌هایی مانند حقوق، کسب‌وکار و اخیراً بخش‌هایی مثل هنر و بازی نفوذ کرده است؛ بنابراین، بازار توکن‌های قابل تعویض با رشد سریع، فرصت‌هایی برای هنرمندان، کلکسیونرها و سرمایه‌گذاران فراهم کرده؛ اما وابستگی به سکوها متمرکز برای ذخیره‌سازی داده‌های متا، چالش‌هایی در یکپارچگی، امنیت و غیرمتمرکز بودن این دارایی‌ها ایجاد می‌کند. این پژوهش نشان می‌دهد که تنظیم‌گری توکن‌های کاربردی یکی از موضوعات مهم در قوانین مرتبط با فناوری بلاکچین است. اتحادیه اروپا با تصویب لایحه میکا، چهارچوبی شفاف برای این توکن‌ها ارائه کرده و بسیاری از کشورها نیز مقرراتی در زمینه عرضه اولیه، اجرای قوانین جلوگیری از پولشویی و شناسایی مشتری و تشخیص مرز میان توکن کاربردی و اوراق بهادار وضع کرده‌اند؛ اما در ایران هنوز قانون جامع تدوین نشده؛ اما ضرورت تنظیم‌گری در سطح کلان تأکید شده است.

واژگان کلیدی

رمزدارایی، تنظیم‌گری، حقوق عمومی، توکن‌های کاربردی، میکا، نظام حقوقی ایران.

karami.r@lu.ac.ir

۱. استادیار گروه حقوق دانشگاه لرستان، لرستان، ایران

2. MiCA

مقدمه

توکن‌های کاربردی، دارایی‌های دیجیتالی هستند که برای دسترسی به خدمات یا محصولات خاص در یک پلتفرم بلاکچینی طراحی شده‌اند. برخلاف توکن‌های امنیتی که ارزش آن‌ها از انتظار سود سرمایه‌گذاری ناشی می‌شود، توکن‌های کاربردی عمدتاً برای کاربرد عملی در اکوسیستم‌های غیرمتمرکز مانند پروتکل‌های مالی غیرمتمرکز^۲، بازی‌های دیجیتال یا پلتفرم‌های خدماتی استفاده می‌شوند. توسعه دستورالعمل‌های استاندارد توکن نقش اساسی در رشد و قابلیت همکاری اکوسیستم‌های بلاکچین داشته است. استانداردهای درخواست نظرهای اتریوم چهارچوب‌هایی را تعیین می‌کنند که نحوه عملکرد توکن‌ها در شبکه اتریوم را مشخص می‌سازند. توکن‌های کاربردی و قابل تعویض، به عنوان نوآوری کلیدی در فناوری بلاکچین، سیستمی برای ثبت و ردیابی مالکیت دارایی‌های منحصربه‌فرد و غیرقابل تقسیم مانند آثار هنری، کلکسیون‌ها و املاک ارائه می‌دهند. برخلاف توکن‌های قابل معاوضه (مانند ارزهای دیجیتال)، این توکن‌ها به دلیل ویژگی رمزنگاری منحصربه‌فرد و غیرقابل تکثیر، برای نمایش مالکیت دارایی‌های متمایز مناسب‌اند (Bal & Ner, 2019, p. 257). اتحادیه اروپا رویکرد مؤثری را در این زمینه اتخاذ کرده که از طریق اجرای قانونی، شکاف بین منافع بین‌المللی و ملی را پر می‌کند و بر حوزه‌های قضایی که هنوز تنظیم نشده‌اند تأثیر می‌گذارد، زیرا این سیاست بر اساس شناسایی این واقعیت استوار است که توکن‌ها می‌توانند از کشورهای دیگر به سرمایه‌گذاران اروپایی فروخته شوند و هدف آن ارائه حمایت گسترده از سرمایه‌گذاران است. توکن‌های کاربردی به صورت گسترده در پروژه‌های بلاکچینی برای ایجاد ارزش و تسهیل تعاملات داخلی استفاده می‌شوند و معمولاً از طریق عرضه اولیه توکن، عرضه می‌گردند. معرفی استاندارد ERC-721 در سال ۲۰۱۷ در بلاکچین اتریوم، با بازآفرینی کمیابی در دنیای دیجیتال، مالکیت دیجیتال را متحول کرد. استاندارد پیشرفته‌تر ERC-1155 امکان ایجاد توکن‌های قابل معاوضه و قابل تعویض در یک قرارداد را فراهم کرده و فرایندهای «مینت کردن» (ایجاد) و «سوزاندن» (نابودی) توکن‌ها را تعریف می‌کند. توکن‌های قابل تعویض با استفاده از بلاکچین و قراردادهای هوشمند،

3. DeFi

کنترل بی‌سابقه‌ای به خالقان محتوا، به‌ویژه در هنر دیجیتال و کلکسیون‌ها، می‌دهند و امکانات جدیدی برای کاربردهای نوآورانه ایجاد می‌کنند (Magalhães, 2023, p.211).

توکن‌های کاربردی، به دلیل ویژگی‌های بنیادین بلاکچین «دفترکل توزیع‌شده، توزیع گسترده داده‌ها و رمزگذاری تراکنش‌ها» چالشی برای حاکمیت سنتی دولت‌ها ایجاد کرده‌اند. این فناوری، با حذف نیاز به واسطه‌ها و افزایش سرعت تبادل داده‌ها، امکان معاملات غیرمتمرکز را فراهم می‌کند (Manski & Manski, 2018, p.345). دولت‌های پیشرفته که به دنبال حفظ اقتدار خود هستند، با ظهور بلاکچین و رمزاری‌ها با چالش‌های جدیدی در قانون‌گذاری مواجه شده‌اند؛ زیرا دنیای دیجیتال با ویژگی‌های پیوستگی و بی‌مرزی، نظم متفاوتی را شکل داده است (Eggers & Turley, 2018). دو رویکرد «اقتدارگرایی فناورانه در چین و تنظیم‌گری لیبرال در آمریکا» بیانگر مسیرهای متفاوتی در مواجهه با نظم دیجیتال جهانی هستند. بلاکچین، با ماهیت غیرمتمرکز و مستقل از دولت‌ها، منطق تمرکز قدرت سیاسی و اقتصادی را به چالش کشیده و پرسش‌هایی درباره تنظیم‌گری، حفظ منافع عمومی و مدیریت ریسک‌هایی مانند پولشویی و فرار مالیاتی مطرح می‌کند. این مسائل به‌ویژه در زمینه‌های حقوق عمومی مرتبط هستند، آنجا که سیستم‌های توکنیزه‌شده باید در چهارچوب‌های حاکمیتی موجود که به‌طور قابل‌توجهی در حوزه‌های قضایی مختلف، متفاوت عمل کنند. با این رویکردها، نیاز به آموزش تخصصی و یکپارچگی با سیستم‌های قضایی موجود، مانع قابل‌توجهی برای پذیرش گسترده توکن‌های کاربردی در مدیریت و حاکمیت عمومی ایجاد می‌کند.

در ایران، نبود چهارچوب حقوقی شفاف برای رمزاری‌ها، همراه با تلاش‌های پراکنده مانند آیین‌نامه ۱۴۰۱، خلأ نظارتی را تشدید کرده و ریسک‌هایی برای اقتصاد، امنیت و حقوق شهروندان ایجاد کرده است. این مطالعه ضرورت طراحی الگوهای نظارت و تنظیم‌گری رمزاری‌ها در چهارچوب نظام حقوق عمومی ایران را برجسته می‌کند تا ضمن حفظ حاکمیت ملی و منافع عمومی، نوآوری مسئولانه و همسویی با استانداردهای جهانی تسهیل شود. این رویکرد به کاهش تناقضات حقوقی، مدیریت ریسک‌های فنی و توسعه پایدار فناوری در خدمت جامعه کمک می‌کند.

۱- توکن‌های کاربردی

توکن‌های کاربردی^۴ معمولاً به منظور خرید خدمات یا محصولات داخلی یک سکو (پلتفرم) استفاده می‌شوند؛ به عنوان مثال، توکن سند^۵ در سکوی سندباکس^۶ برای خرید آیت‌های درون بازی به کار می‌رود. همچنین، توکن بات^۷ در مرورگر بریو^۸ جهت پاداش دادن به تولیدکنندگان محتوا به کار گرفته می‌شود. محققان بلاک‌چین معمولاً سه دسته اصلی برای توکن‌ها شناسایی می‌کنند: ارزهای دیجیتال، توکن‌های کاربردی (استفاده‌شده برای پرداخت‌های داخلی، پاداش‌های اجماع، پاداش‌های عملکرد کاری، حقوق رأی یا دارایی‌های دیجیتال) و توکن‌های بهادار (نمایانگر سهام یا تأمین مالی). این توکن‌ها به عنوان ابزار سرمایه‌گذاری طراحی نشده‌اند بلکه برای استفاده‌های خاص در سیستم‌های مربوطه به کار می‌روند و ممکن است تخفیف‌ها یا پاداش‌هایی برای محصولات یا خدمات ارائه دهند. توکن‌های کاربردی معمولاً حقوق مالکیت یا تقسیم سود را اعطا نمی‌کنند که اغلب آن‌ها را از مقررات مربوط به اوراق بهادار معاف می‌کند و به همین دلیل برای جمع‌آوری سرمایه از طریق عرضه اولیه سکه^۹ محبوب هستند (Kaczmarczyk & Sitarska-Buba, 2020, p. 12; Oliveira et al. 2018, p. 188). توکن‌های کاربردی یکی از سه دسته اصلی دارایی‌های دیجیتال مبتنی بر بلاک‌چین محسوب می‌شوند که در کنار توکن‌های پرداخت و توکن‌های سرمایه‌گذاری قرار می‌گیرند. این توکن‌ها در داخل یک بلاک‌چین برای ارائه دسترسی یا حقوق خاص در اکوسیستم یک پروژه یا اپلیکیشن استفاده می‌شوند و به جای استفاده به عنوان وسیله پرداخت، به عنوان کلیدهای دسترسی به عملکردها یا خدمات خاص در پلتفرم‌های بلاک‌چین عمل می‌کنند (Anggastaet al., 2023, p.199).

با ظهور ارزهای مجازی، گروه ویژه اقدام مالی رهنمودهایی را در ژوئن ۲۰۱۵ منتشر کرد که بر ارزهای مجازی تمرکز داشت؛ لیکن مفهوم «دارایی مجازی» نخستین بار در

4. Utility Tokens

5. SAND

6. Sandbox

7. BAT

8. Brave

9. ICO

توصیه‌نامه منتشرشده از سوی این گروه در سال ۲۰۱۸ مطرح شد که شامل ارزش‌های مجازی و توکن‌های دیجیتال است. این گروه، در سال‌های ۲۰۱۹، ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ نیز دستورالعمل‌های جدید مبتنی بر شناسایی و تبیین قواعد حاکم بر دارایی مجازی تهیه و منتشر کرد (مافی و رامشی، ۱۴۰۲، ص. ۱۰۳). هرچند توکن‌های کاربردی نماینده مالکیت یا سهام نیستند، ولی در بازار آزاد، ارزش پولی دارند و می‌توانند مورد معامله قرار گیرند. بسیاری از کاربران این توکن‌ها را به منظور کسب سود از نوسانات قیمتی خریداری می‌کنند.

این در حالی است که اموال مجازی، همان‌طور که پیش‌تر بیان گردید، به‌خاطر «ویژگی کاربردی» و «ارزش‌محور» آن در عرف تجارت مورد پذیرش و دادوستد قرار گرفته است (عبدی‌پور فرد و وصالی ناصح، ۱۳۹۵، ص. ۹۶). دارایی‌های دیجیتال، به‌معنای گسترده، شامل هر نوع ارزش یا حقی هستند که به‌صورت الکترونیکی ذخیره شده و می‌توانند به‌صورت دیجیتالی دسترسی، انتقال یا معامله شوند. این دارایی‌ها از حساب‌های رسانه‌های اجتماعی که درآمد تولید می‌کنند تا توکن‌های رمزنگاری‌شده مبتنی بر بلاکچین را دربرمی‌گیرند. درواقع، آنچه در تحلیل‌های حقوقی اولویت می‌یابد، ماهیت محتواست، نه «حامل فنی» آن؛ چراکه حقوق، مسئولیت‌ها و توافقات قانونی نه بر اساس زیرساخت انتقال داده بلکه بر پایه مفاد و معنای محتوا شکل می‌گیرد.

۲- موضوع‌شناسی و گستره فنی - حقوقی توکن‌های قابل تعویض

حقوق عمومی که روابط بین افراد و دولت را تنظیم می‌کند، نقش مهمی در نحوه تنظیم، توزیع و استفاده از توکن‌های کاربردی ایفا می‌کند. درحالی‌که دولت‌ها در سراسر جهان با پیامدهای فناوری بلاکچین دست‌وپنجه نرم می‌کنند، باید تعادلی بین تقویت نوآوری و حفاظت از مصرف‌کنندگان، جلوگیری از فعالیت‌های غیرقانونی و حفظ ثبات مالی برقرار کنند. این رابطه بین توکن‌های کاربردی و چهارچوب‌های حقوق عمومی، پایه‌ای برای درک چگونگی خدمت‌رسانی این دارایی‌های دیجیتال به منافع عمومی در عین رعایت مرزهای قانونی فراهم می‌کند. در حوزه بلاکچین، توکن‌های قابل‌تعویض معمولاً بر اساس استانداردهایی مانند ERC-20 در اتریوم یا BEP-20 در زنجیره هوشمند باینس ساخته

می‌شوند. این استانداردها امکان ایجاد توکن‌هایی با قابلیت‌های مشخص مانند انتقال، پرداخت یا استفاده در اکوسیستم‌های غیرمتمرکز (مانند دیفای) را فراهم می‌کنند. به دلیل ماهیت قابل‌تعویض، این توکن‌ها برای کاربردهایی مانند واحدهای پولی، پاداش‌ها یا ابزارهای مالی در پلتفرم‌های بلاکچینی مناسب هستند (Cao et al., 2025; Goos et al., 2024). این فناوری، با حذف نیاز به واسطه‌ها و افزایش سرعت تبادل داده‌ها، امکان معاملات غیرمتمرکز را فراهم می‌کند. دولت‌های پیشرفته که به دنبال حفظ اقتدار خود هستند، با ظهور بلاکچین و رمزارایی‌ها با چالش‌های جدیدی در قانون‌گذاری مواجه شده‌اند؛ زیرا دنیای دیجیتال با ویژگی‌های پیوستگی و بی‌مرزی، نظم متفاوتی را شکل داده است. به گفته بال و همکاران، «یک نشانه غیرقابل تعویض از یک اثر هنری نمی‌تواند با نشانه غیرقابل تعویض اثر هنری دیگری معاوضه شود» و «یک نشانه غیرقابل تعویض نمی‌تواند تقسیم شود» (Bal & Ner, 2019, p.4). از منظر فنی، این نشانه‌ها بر پایه فناوری زنجیره بلوک به عنوان قراردادهای هوشمند تخصصی ساخته می‌شوند. آن‌ها عمدتاً روی زنجیره بلوک اتریوم با استاندارد درخواست نظر پیاده‌سازی می‌شوند، هرچند زنجیره بلوک‌های دیگر نیز از عملکرد این نشانه‌ها پشتیبانی می‌کنند. زیرساخت زنجیره بلوک اطمینان می‌دهد که این نشانه‌ها دارای ویژگی‌های ردیابی و تأییدپذیری هستند که مزایای قابل‌توجهی برای تأیید دارایی‌ها فراهم می‌کند (Jin, Kuang & Li, 2025, p. 21).

۳. تنظیم‌گری و استانداردهای توکن‌های کاربردی

رویکردهای نظارتی برای توکن‌های کاربردی در سطح بین‌المللی به شدت متنوع هستند. لیختن‌اشتاین اولین کشوری بود که چارچوب نظارتی جامع و فناوری‌محور برای اقتصاد توکن ارائه داد و یکی از اولین کشورهایی است که چارچوب نظارتی اختصاصی و جامع مخصوص توکن‌سازی را اتخاذ کرده است (Ferreira, 2020, p. 51). چشم‌انداز حقوقی و نظارتی پیرامون توکن‌های قابل‌تعویض همچنان پیچیده و در حال تحول است. یکی از چالش‌های اساسی این است که حقوق و تعهدات مالکیت مرتبط با توکن‌های دیجیتال در یک دفتر کل توزیع‌شده در چهارچوب‌های حقوقی موجود به وضوح تعریف نشده‌اند. این

ابهام، عدم قطعیت در مورد چگونگی انطباق مالکیت این توکن‌ها با ساختارهای حقوقی کنونی و همچنین شکاف‌هایی که باید از طریق قراردادهای یا قوانین و مقررات جدید برطرف شوند، ایجاد می‌کند.

تحت این ابلاغ، دولت خطاب به وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت نیرو، وزارت امور اقتصاد و دارایی، وزارت اطلاعات، وزارت نفت، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و بانک مرکزی و براساس اصل ۱۳۸ قانون اساسی بیان می‌کند که استفاده از توکن‌های کاربردی با پذیرش مسئولیت خطرپذیری و ریسک به دست متعاملان صورت گرفته و مشمول حمایت، ضمانت دولت و نظام بانکی نیست و استفاده از آن در مبادلات داخل کشور ممنوع است. سیاست مقررات‌گذاری در ایران، با توجه به اقدامات مرکز ملی فضای مجازی، ایجاد دانش فنی در دانشگاه‌ها، صنعت استخراج و تأسیس صرافی‌های این حوزه است (شاهچرا و دیگران، ۱۴۰۰، صص. ۲۶-۲۷).

توکنومیکس^{۱۰} به مدل اقتصادی و ساختارهای تشویقی اشاره دارد که زیربنای سیستم‌های توکن بلاک‌چین را تشکیل می‌دهند. این چهارچوب اقتصادی مشخص می‌کند که توکن‌ها چگونه ایجاد، توزیع و استفاده می‌شوند و قوانینی را برای عرضه، تقاضا و سازوکارهای ایجاد ارزش تعیین می‌کند. توکنومیکس به‌خوبی طراحی شده می‌تواند پذیرش کاربران را تشویق کند، رشد شبکه را ترویج دهد و مشارکت در برنامه‌های غیرمتمرکز را از طریق سیستم‌های پاداش دقیق تنظیم‌شده تقویت کند (Abbott et al., 2022, p. 54). ویژگی کلیدی توکن‌های قابل تعویض، قابلیت تقسیم‌پذیری آنهاست. این توکن‌ها می‌توانند به واحدهای کوچک‌تر تقسیم شوند و بعداً بدون از دست دادن ارزش یا عملکردشان دوباره ترکیب شوند. توکن‌ها اغلب همزمان چندین کارکرد اقتصادی را ایفا می‌کنند؛ برای مثال، توکن‌های کاربردی به‌عنوان ارزی چندمنظوره عمل می‌کند که پاداش‌های وظیفه‌ای، پرداخت‌های خرد، هزینه‌های اجرایی، خدمات اشتراک، کنترل دسترسی مبتنی بر سهام و

۱۰. توکنومیکس ترکیبی از دو واژه "Token" و "Economics" است و به بررسی و طراحی نظام اقتصادی یک توکن در پروژه‌های بلاکچینی می‌پردازد. این مفهوم نقشی کلیدی در جذب سرمایه‌گذاران، پایداری اکوسیستم و موفقیت بلندمدت پروژه ایفا می‌کند.

مشارکت در حاکمیت را تسهیل می‌کند. به‌طور مشابه، توکن‌های متمرکز بر جامعه مانند توکن جامعه هوشمند می‌توانند مدل‌های مصرف منابع را بر اساس وابستگی متقابل متغیرهای مصرف در اکوسیستم‌های خاص ایجاد کنند (Alcarria et al., 2018, p. 33).

با توجه به اصل تناسب ساختاری و کارکردی در طراحی نظام‌های تنظیم‌گر و همچنین کارویژه تنظیم‌گری در هم‌راستاسازی منافع ذینفعان، اشکال جدید حکمرانی رسانه‌ای منجر به توزیع مجدد مسئولیت‌های قانونی در شیوه‌های نظارت و کنترل در بخش رسانه‌های مجازی و توجه به رویکرد «چندذینفعی» شده است. از سوی دیگر، با تأکید بر اصل جدایی امر سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری (اسماعیلیان و ناظمی، ۱۳۹۷، ص. ۱۲۱)، این تغییرات، تأثیرات شگرفی بر سازوکار تنظیم‌گری و توزیع مسئولیت‌ها در سطح ملی و فراملی بر جای می‌گذارد و بر ضرورت تلفیق چهارچوب‌های اخلاقی در کانون راهبردهای تجاری تأکید می‌کند. این همگرایی، سازمان‌ها را یاری می‌رساند تا فعالیت‌های خود را با ارزش‌های انسانی و اهداف اجتماعی همسو سازند و رویکردی مسئولانه‌تر به کسب‌وکار در محیط فناوریانه ایجاد نمایند و از رهگذر اعتمادسازی با ذی‌نفعان، جایگاه خود را به‌عنوان بازیگرانی متعهد تثبیت کنند. خودتنظیم‌گری، به‌مثابه ابزاری کارآمد، به بنگاه‌های اقتصادی امکان می‌دهد تا با نمایش تعهد به اصول اخلاقی، نه تنها بر اعتبار خود بیفزایند بلکه پیوندهای خود را با مشتریان، کارکنان و جامعه در گستره‌ای وسیع‌تر استحکام بخشند. این فرایند، درنهایت به خلق چرخه‌ای از اعتماد متقابل می‌انجامد که هم‌زمان رشد پایدار کسب‌وکار و تحقق مسئولیت اجتماعی را تضمین می‌کند.

مزایای بازار خدمات دیجیتال، به‌ویژه به‌واسطه پیشرفت‌های فناوری، غیرقابل انکار است. بااین‌حال، غفلت از چالش‌هایی که این سکوها به همراه دارند، اشتباه خواهد بود. این مقوله بر روی دو جنبه متمرکز شده است: حفاظت و تجاری‌سازی داده‌های شخصی و تخصیص ریسک‌ها و مسئولیت‌ها. استانداردهای بالای حفاظت از داده‌های شخصی بدون شک شایسته تقدیر هستند، حتی اگر هنوز صلاحیت مقررات عمومی حفاظت از داده‌ها^{۱۱} برای عصر دیجیتال مورد تأیید قرار نگرفته باشد. درعین‌حال، پژوهش‌های

11. GDPR

بیشتری به‌ویژه در رابطه با تلاقی قانون حفاظت از داده‌ها و سایر حوزه‌ها مانند حقوق قراردادهای و حقوق بازاریابی به‌شدت ضروری است (Blonowska, 2019, p. 76). معرفی استاندارد ERC-721 در سال ۲۰۱۷ در بلاکچین اتریوم، با بازآفرینی کمیابی در دنیای دیجیتال، مالکیت دیجیتال را متحول کرد. استاندارد پیشرفته‌تر ERC-1155 امکان ایجاد توکن‌های قابل‌معاوضه و کاربردی در یک قرارداد را فراهم کرده و فرایندهای «مینت کردن» (ایجاد) و «سوزاندن» (نابودی) توکن‌ها را تعریف می‌کند. توکن‌های قابل‌تعویض با استفاده از بلاکچین و قراردادهای هوشمند، کنترل بی‌سابقه‌ای به خالقان محتوا، به‌ویژه در هنر دیجیتال و کلکسیون‌ها می‌دهند و امکانات جدیدی برای کاربردهای نوآورانه ایجاد می‌کنند (Magalhães, 2023, p. 61).

از طرفی ابتکارات اولیه، مانند سیاست سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی هند، سکوها را در بخش‌های خاص مانند تجارت الکترونیکی هدف قرار می‌دهند یا فقط خواستار شفافیت بیشتر هستند؛ مانند مقررات سکو (پلتفرم) به کسب‌وکار (P2B) اتحادیه اروپا. به‌تازگی، مقرراتی با دامنه وسیع‌تر که به‌دنبال پوشش انواع مختلف مسائل و سکوها هستند، به‌سوی تصویب پیش رفته‌اند. نمونه‌هایی از این شامل اصلاحیه دهم قانون رقابت آلمان^{۱۲} یا قانون بازارهای دیجیتال اتحادیه اروپا می‌باشند (Doe, 2023, p. 134). دسترسی غیرمجاز به این اطلاعات می‌تواند زمینه سوءاستفاده از اطلاعات بیومتریک اتباع ایرانی را فراهم آورد. ازاین‌رو، پیش‌بینی سازوکارهای صحیح رأی حل این چالش‌ها جزو الزامات نظام حقوقی ایران می‌باشد (آقای طوق و ناصر، ۱۴۰۰، ص. ۳). می‌توان گفت که تمرکز بر حفاظت از مصرف‌کننده و پیشگیری از تخلفات مالی بر شفافیت و رعایت قوانین ضدپولشویی و شناخت مشتری تأکید دارد. به‌عنوان مثال، هیئت ثبات مالی^{۱۳} بر لزوم انتشار وایت‌پیپرهای دقیق و نظارت بر عرضه اولیه سکه تأکید می‌کند تا از کلاهبرداری‌های رایج جلوگیری شود. با گسترش پروتکل‌های غیرمتمرکز، نظارت سنتی با چالش‌هایی مواجه شده است. رویکردهای نوین مانند نظارت جاسازی‌شده، که در آن ابزارهای خودکار و قراردادهای هوشمند برای رصد فعالیت‌ها استفاده می‌شوند، در کشورهای نظیر سنگاپور و سوئیس

12. GWB

13. FSB, 2024

در حال آزمایش است. صندوق بین‌المللی پول^{۱۴} این الگو را به‌عنوان راه‌حلی آینده‌محور برای تنظیم‌گری توکن‌های کاربردی معرفی کرده است.

۴. بسترهای قانونی و تنظیم‌گری توکن‌های کاربردی

پس از نظریه تفسیری شورای نگهبان درباره اصول (۴۴ و ۱۷۵) قانون اساسی و حکم مقام معظم رهبری در خصوص مسئولیت سازمان صدا و سیما در صدور مجوز، تنظیم مقررات و نظارت بر صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی؛ باوجود شکل‌گیری نهاد تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی ذیل سازمان صدا و سیما، به دلایل متعددی ازجمله تداخل در وظایف دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی، نیاز ورود مجلس از باب تقنین به مسئله تنظیم‌گری احساس می‌شود (قاسم‌زاده و محسنیان، ۱۴۰۲، ص. ۲۵). با این وجود قانون‌گذاری در خصوص این‌گونه رمز‌دارایی‌ها مستلزم بررسی اقتصادی و فقهی این ابزارهاست. بعد فقهی مسئله از این جهت حائز اهمیت است که بازارهای مالی و پولی ایران از قوانین اسلامی پیروی می‌کند و نیازمند تأیید فقهی برای مجوز رسمی فعالیت هستند. از طرفی بهره‌گیری از این ارزها مستلزم آن است که حداقل قوانینی برای جلوگیری از خلق پول در فرایند نشر پول‌های رمزپایه (داخلی) وضع شود، پشتوانه لازم برای این پول‌ها تدارک دیده شود، سازوکاری برای جلوگیری از نوسانات قیمتی آن اتخاذ شود، در سطح داخلی به‌منظور جلوگیری گسترش اقتصاد سایه، قوانینی برای انتقال، خرید و دریافت نقدی ایجاد شود، امکان دریافت نقدی و تبدیل به پول‌های رایج فراهم آید (کاشیان و دیگران، ۱۳۹۸، ص. ۷۲). تأمین منافع عمومی در ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی و اقتصاد سیاسی و همچنین از منظر ارتقای قابلیت و ظرفیت حکمرانی از دلایل توسعه مفهوم تنظیم‌گری در نظام‌های حکمرانی کنونی است (صابری و خواجه‌پور، ۱۴۰۰، ص. ۱۰). قانون خدمات دیجیتال اتحادیه اروپا به‌عنوان یک استاندارد جهانی بالقوه برای تنظیم سکوها دیجیتال در حال ظهور است و توجه‌ها به این موضوع معطوف شده که آیا این قانون از طریق آنچه «اثر بروکسل» نامیده می‌شود (Choi et al., 2024, p. 127)، به‌عنوان یک قانون بنیادین یا استاندارد

بین‌المللی تثبیت خواهد شد. با این حال، کشورهای مختلف جهان در حال تدوین رویکردهای خاص خود برای تنظیم خدمات دیجیتال هستند که منعکس‌کننده اولویت‌ها و ساختارهای حکومتی منطقه‌ای آن‌هاست. در اندونزی، تلاش‌های تحول دیجیتال توسط قانون شماره ۶ سال ۲۰۲۳ در مورد ایجاد شغل و آیین‌نامه ریاست‌جمهوری شماره ۸۲ سال ۲۰۲۳ در مورد شتاب‌دهی به تحول دیجیتال و یکپارچه‌سازی خدمات دیجیتال ملی حمایت می‌شود (Chen et al., 2022, p. 89). در اروپا، فراتر از اتحادیه اروپا، اوکراین در ۱۵ دسامبر ۲۰۲۳ قانون جدیدی به نام «قانون رویه‌های اداری» را تصویب کرد که هدف آن ایجاد یک سیستم یکپارچه و شفاف برای خدمات الکترونیکی عمومی و تعامل بین مقامات و شهروندان است. با این حال، همه رویکردهای اروپایی با اصول اتحادیه اروپا هم‌راستا نیستند. مسیر مجارستان از استانداردهای شهروندی دیجیتال اتحادیه اروپا فاصله گرفته و قانون خدمات دیجیتال این کشور که در دسامبر ۲۰۲۳ تصویب شد، به گفته برخی، کنترل گسترده دولت بر داده‌های شهروندان را امکان‌پذیر کرده و به‌طور گزینشی منافع برخی شرکت‌ها را تقویت می‌کند (Tóth et al., 2024, p. 37). سایر کشورها بر ترویج خدمات دولت الکترونیک به عنوان بخشی از ابتکارات گسترده‌تر تحول دیجیتال تمرکز کرده‌اند. وزارت فناوری اطلاعات هند قصد داشت قانون ارائه خدمات الکترونیکی را تدوین کند تا ادارات دولتی را ملزم به ارائه خدمات عمومی به صورت الکترونیکی کند.

اما توکن‌های کاربردی، با تکیه بر ساختارهای بلاک‌چینی، وظایف اصلی پول «ذخیره ارزش، واحد شمارش، و واسطه مبادله» را بدون نیاز به اقتدار مرکزی یا مشروعیت دولتی ایفا می‌کنند. ارزش این دارایی‌ها، برخلاف پول فیات، نه از سیاست‌گذاری دولتی بلکه از اعتماد جمعی، عرضه محدود، و سازوکارهای رمزنگاری شده سرچشمه می‌گیرد (De Caria, 2021, p. 101).

۵. چهارچوب‌های نظارتی و محدودیت‌های حقوقی دولت در تنظیم‌گری

توکن‌های کاربردی

در حقوق سنتی، آزادی اراده اصل است؛ اما در حوزه دیجیتال، این آزادی در برابر منافع عمومی و محدودیت‌های تنظیم‌گری دولت‌ها قرار می‌گیرد و آزادی خود را او که مصالح

اجتماعی خویش را تشخیص می‌دهد، این تحول نظری که از حقوق عمومی آغاز گردید موجب تحول در دیگر حوزه‌های حقوق گردید (اسماعیلی، ۱۳۹۷، ص. ۸)؛ البته در موضوع آزادی اراده در طول تاریخ ابتدا یک رویکرد افراطی شکل گرفت که به تدریج این افراط نیز مورد نقد واقع شد و موجب تعدیل اصل حاکمیت اراده و مقید شدن آن به مواردی مانند مصالح عمومی شد (شهیدی، ۱۳۹۰، ص. ۵۸)؛ اما آزادی انعقاد قرارداد جزو اصولی است که در تمامی نظامات حقوقی مورد پذیرش قرار گرفته و جز در موارد استثنایی به طور مطلق بر حق افراد بر انعقاد قرارداد دلالت دارد؛ اما در مواردی، این حق با برخی هنجارهای جامعه یا دیگر حقوق اشخاص، تعارض دارد. در چنین مواردی به جهت ترجیح حق جامعه بر حق شخصی افراد، آزادی قراردادی نیز محدود می‌گردد (آقای طوق و ناصر، ۱۳۹۹، ص. ۴۴). نهادهای مزبور در عرصه داخلی با فضا سازی‌های رسانه‌ای که توسط سازمان قدرت و ثروتی که منافع خود را در معرض خطر می‌یابند شکل گرفته و اذهان عمومی را در مخالفت با اقدام دولت برمی‌انگیزد و در سطح داخلی، برخی گروه‌های دارای منافع اقتصادی و سیاسی با نفوذ رسانه‌ای خود، افکار عمومی را علیه اقدامات تنظیم‌گری دولت شکل می‌دهند. در سطح بین‌المللی نیز، نهادهای حقوق بشری و سازمان‌های بین‌المللی از سیاست‌های نظارتی دولت‌ها انتقاد می‌کنند (السان، ۱۳۹۳، ص. ۴۳). در این میان، دولت‌ها با محدودیت‌هایی جدی مواجه هستند. از جمله این محدودیت‌ها می‌توان به کاهش کنترل بر سیاست‌های پولی اشاره کرد؛ زیرا رمز دارایی‌ها مستقل از بانک‌های مرکزی عمل می‌کنند و مانعی برای اجرای مؤثر سیاست‌های اقتصادی دولت‌ها محسوب می‌شوند. همچنین، چالش‌های نظارتی و قانونی ناشی از فقدان مقررات مدون، منجر به رشد فعالیت‌های غیرقانونی مانند پول‌شویی شده است. از سوی دیگر، چهارچوب‌های حقوقی موجود برای رسیدگی به تخلفات و سوءاستفاده‌های مرتبط با دارایی‌های دیجیتال ناکافی بوده و دستگاه‌های قضایی را با موانعی مواجه کرده است. وابستگی به سکوی خارجی نیز، علاوه بر خروج ارز، کنترل دولت‌ها بر بازار داخلی را کاهش داده و در نتیجه، تهدیدی برای حاکمیت مالی ملی ایجاد کرده است؛ چرا که رمز دارایی‌ها قابلیت تبدیل شدن به جایگزین ارزهای ملی را دارند (جوادی و دیگران، ۱۴۰۳، ص. ۱۵). حاکمیت از مهم‌ترین عناصر بر سازنده دولت پیشرفته است. تحول

مفهوم دولت نوین با نظر از مفهوم و صرف تکوین اندیشه حاکمیت گره خورده است (هلد، ۱۳۹۴، ص. ۱۵۷).

ویژگی‌های اقتصادی توکن‌های کاربردی حاکمیتی نیز می‌توانند به صورت بازی‌های تبادل توکن مدل‌سازی شوند، جایی که شرکت‌کنندگان به صورت راهبردی توکن‌ها را در چندین دور به دست می‌آورند، نگه می‌دارند یا مبادله می‌کنند تا سودمندی یا تأثیر خود را به حداکثر برسانند (Naicker, 2019, p. 128). این پویایی‌ها حلقه‌های بازخورد پیچیده‌ای بین ارزش توکن، تصمیم‌گیری‌های حاکمیتی و عملکرد دستورالعمل ایجاد می‌کنند، همان‌طور که در دستورالعمل‌های امور مالی غیرمتمرکز دیده می‌شود، جایی که توکن‌های حاکمیتی ممکن است با مزاد سیستم افزایش ارزش یافته و با افزایش ریسک سیستمی کاهش ارزش پیدا کنند (Kozhan & Viswanath-Natraj, 2021, p. 234). در صورتی که توکن کاربردی در مرحله اولیه عرضه شود، باید اطلاعات کاملی از پروژه، گروه توسعه‌دهنده، برنامه کاری و نحوه استفاده از سرمایه جمع‌آوری‌شده در دسترس عموم قرار گیرد. این شفافیت یکی از معیارهای اصلی نظارتی است که توسط سازمان‌های مالی مورد تأکید قرار می‌گیرد.

یکی از اصلی‌ترین چالش‌های چارچوب‌های نظارتی موجود، ناکافی بودن آنها برای پوشش همه انواع دارایی‌های رمزنگاری‌شده است. کاربرد چارچوب نظارتی موجود برای برخی از دارایی‌های رمزنگاری‌شده احتمالاً سایر دسته‌های دارایی‌های رمزنگاری‌شده، مانند دارایی‌های رمزنگاری‌شده کاربردی، را خارج از چارچوب نظارتی قرار می‌دهد. نظارت بر توکن‌های کاربردی و به دلیل ماهیت چندوجهی آنها، چالش‌هایی را برای نهادهای نظارتی در سراسر جهان ایجاد کرده‌اند. در ایالات متحده، کمیسیون بورس و اوراق بهادار، رویکرد سخت‌گیرانه‌ای را در پیش گرفته و توکن‌هایی که حتی به عنوان توکن کاربردی معرفی می‌شوند، در صورتی که ویژگی‌های سرمایه‌گذاری مانند انتظار سود داشته باشند، ممکن است به عنوان اوراق بهادار طبقه‌بندی شوند. این رویکرد با استفاده از آزمون هاوی^{۱۵} ارزیابی می‌شود که معیارهایی برای شناسایی اوراق بهادار ارائه می‌دهد. در مقابل، برخی کشورها توکن‌های کاربردی را به عنوان دارایی‌های دیجیتال متمایز از اوراق بهادار

15. Howey Test

در نظر می‌گیرند و نظارت بر آنها را به جنبه‌های خاصی مانند پیشگیری از پولشویی و الزامات شناسایی مشتری محدود می‌کنند. این تفاوت در رویکردهای نظارتی، به پیچیدگی‌های قانونی در بازار جهانی منجر شده است؛ برای مثال، در اتحادیه اروپا، چهارچوب‌هایی مانند (بازارهای دارایی‌های رمزنگاری‌شده) در تلاش برای ایجاد تعادل بین حمایت از مصرف‌کننده و نوآوری هستند، درحالی‌که در آسیا، کشورهای مانند سنگاپور و ژاپن قوانین مشخصی برای توکن‌های کاربردی وضع کرده‌اند که بر شفافیت و انطباق تمرکز دارند. این تنوع نظارتی، توسعه‌دهندگان و سرمایه‌گذاران را ملزم به رعایت دقیق قوانین محلی می‌کند تا از ریسک‌های قانونی جلوگیری کنند. بنابراین نیاز مداوم به به‌روزرسانی چارچوب‌های حقوقی و نظارتی موجود برای پرداختن به تغییرات ناشی از فعالیت‌های مرتبط با توکن‌سازی وجود دارد، در حالی که سیاست‌گذاران باید همچنین اطمینان حاصل کنند که مقررات آنقدر سختگیرانه نیست که مانع نوآوری شود.

۶. رویکردهای نظارتی و چالش‌های تنظیم‌گری توکن‌های کاربردی

امروزه تنظیم‌گری اقتصاد دیجیتال در حال تبدیل شدن به یکی از مهم‌ترین اولویت‌های اکثر کشورهاست. در این راستا، دولت‌ها و قانون‌گذاران در تشویق نوآوری دیجیتال و ایجاد انگیزه برای توسعه فناوری‌های دیجیتال به نفع جامعه نقش کلیدی ایفا می‌کنند (کسانی نجفی و دیگران، ۱۴۰۲، ص. ۱۶۰). رویکردهای نظارتی و تنظیم‌گری توکن‌ها بر اساس اهداف مشخصی شکل گرفته‌اند که عمدتاً مشابه اهداف نظارتی در حوزه خدمات و دارایی‌های مالی سنتی هستند. این اهداف را می‌توان به دو دسته اصلی تقسیم کرد. نخستین و مهم‌ترین هدف تنظیم‌گری رمز دارایی‌ها، مقابله با ریسک‌ها و تضمین ثبات مالی است. نوسانات شدید قیمت در بازار رمز دارایی‌ها اهمیت وجود مقررات برای دستیابی به ثبات مالی را برجسته می‌کند. بانک مرکزی اروپا ثبات قیمت را یکی از مهم‌ترین اهداف تنظیم‌گری بازار رمز دارایی‌ها می‌داند، عمدتاً به دو دلیل: تأثیر رمز دارایی‌ها بر سرعت گردش پول، و افزایش علاقه به فناوری بلاکچین به عنوان ابزاری برای سرمایه‌گذاری سوداگران. همچنین، ریسک نقدشوندگی از دیگر نگرانی‌های مهم است که در گزارش‌های مالی و دولتی متعدد مورد بررسی قرار گرفته است. بهبود نقدشوندگی بازار رمز دارایی‌ها از دیگر اهداف

تنظیم‌گری این حوزه است (Baker et al., 2022, p. 176). با شفافیت ذاتی در بسیاری از سیستم‌های مبتنی بر توکن همخوانی دارد. ثبت غیرقابل‌تغییر بلاکچین می‌تواند انطباق با الزامات حقوق عمومی برای پاسخگویی مالی و شفافیت را بهبود بخشد و اسناد قابل‌تأییدی از تخصیص و استفاده منابع در زمینه‌های عمومی فراهم کند.

نظارت بر توکن‌های کاربردی در سطح جهانی و محلی تحت تأثیر چندین معیار اصلی قرار دارد. این معیارها به‌منظور حفاظت از سرمایه‌گذاران، جلوگیری از سوءاستفاده مالی و اطمینان از شفافیت عملکرد توکن‌ها در پروژه‌های بلاکچینی وضع شده‌اند. در هسته این ملاحظات نظارتی، طبقه‌بندی رمزارایی‌ها قرار دارد که معمولاً نحوه تنظیم آن‌ها را تعیین می‌کند. بسیاری از حوزه‌های قضایی، رمزارایی‌ها را به‌دلیل ویژگی‌های مالی‌شان به‌عنوان اوراق بهادار طبقه‌بندی می‌کنند، به‌ویژه زمانی که حقوقی مشابه ابزارهای مالی سنتی مانند سود سهام، پرداخت بهره، یا سایر اشکال مشارکت در سود را اعطا می‌کنند. سازمان نظارت بر بازار مالی سوئیس^{۱۶} به‌صراحت رمزارایی‌ها را به‌عنوان اوراق بهادار تحت مقررات اوراق بهادار طبقه‌بندی می‌کند. به‌طور مشابه، در ژاپن، قانون ابزارها و مبادلات مالی، رمزارایی‌ها را به‌عنوان اوراق بهادار تحت بند مشارکت سرمایه‌گذاری گروهی دسته‌بندی می‌کند و آن‌ها را مشمول مقررات مربوطه می‌داند (Yano et al., 2020, p. 54). این رویکرد نظارتی ادعان دارد که رمزارایی‌ها از نظر عملکردی مشابه ابزارهای مالی سنتی مانند سهام و اوراق قرضه شرکتی هستند.

چشم‌انداز نظارتی همچنان در حال تحول است و برخی حوزه‌های قضایی چهارچوب‌های تخصصی‌تری را توسعه می‌دهند؛ برای مثال، مقاله مشورتی «رژیم نظارتی خدمات مالی آینده برای دارایی‌های رمزنگاری‌شده» در بریتانیا، یک سیستم طبقه‌بندی پیشنهاد می‌کند که چهار نوع مختلف از دارایی‌های رمزنگاری‌شده را تعریف می‌کند: توکن‌های صرافی (شامل استیبل‌کوین‌ها، توکن‌های مرجع دارایی، و توکن‌های الگوریتمی)، توکن‌های کاربردی (شامل توکن‌های حاکمیتی)، توکن‌های امنیتی، و توکن‌های غیرقابل‌تعویض. هر دسته با ملاحظات نظارتی متفاوتی بر اساس عملکرد و ریسک‌های

16. FINMA

بالقوه‌اش مواجه است (Xiong et al., 2024, p. 43).

با در نظر گرفتن سه عنصر کلیدی دولت‌ها یعنی جمعیت، سرزمین و قدرت عالی (پروین، ۱۳۹۳، ص. ۱۳۵)، می‌توان سکوها را به نوعی شبه‌دولت نامید که بر کاربران خود و تعاملات ایشان حکمرانی می‌کنند. «خودتنظیمی به‌عنوان یک کاتالیزور مقیاس‌پذیری و بافتار کسب‌وکار انسان‌محور در عصر دیجیتال» چندین نتیجه مهم در مورد نقش خودتنظیمی در شیوه‌های کسب‌وکار نوین ارائه می‌دهد. خودتنظیمی به‌عنوان یک کاتالیزور تأکید می‌کند که خود تنظیم می‌تواند به‌عنوان یک کاتالیزور حیاتی برای مقیاس‌پذیری در بافتار تجاری عمل کند. با اتخاذ شیوه‌های خودتنظیمی، کسب‌وکارها می‌توانند پیچیدگی‌های عصر دیجیتال را بهتر هدایت کنند و منجر به رشد پایدار و افزایش کارایی عملیاتی شود. ازاین‌رو، حاکمیت یکی دیگر از ابعاد حیاتی سیستم‌های توکن کاربردی است، به‌ویژه در برنامه‌های مالی غیرمتمرکز، توکن‌های حاکمیتی قدرت رأی‌دهی در فرایندهای تصمیم‌گیری جمعی را تعیین می‌کنند و به دارندگان توکن امکان می‌دهند بر مؤلفه‌های دستورالعمل، به‌روزرسانی‌ها و تخصیص منابع تأثیر بگذارند. سازوکارهای حاکمیتی می‌توانند از طریق روش‌های درون‌زنجیره‌ای و برون‌زنجیره‌ای عمل کنند و اشکال جدیدی از طراحی سازمانی مانند سازمان‌های خودمختار غیرمتمرکز^{۱۷} را ایجاد کنند؛ اما یکی از چالش‌های اصلی در نظارت بر توکن‌های کاربردی، تشخیص مرز بین توکن کاربردی و توکن اوراق بهادار است، چرا که برخی از توکن‌ها در ظاهر کاربردی هستند ولی درواقع هدف سرمایه‌گذاری دارند همچنین، عدم وجود قوانین یکپارچه بین‌المللی باعث شده است که توکن‌های کاربردی در برخی کشورها آزادانه معامله شوند، درحالی‌که در دیگر کشورها محدودیت‌های شدیدی بر آنها اعمال شده است. در ایران و برخی کشورهای درحال توسعه، نظارت بر توکن‌ها هنوز به‌صورت کامل و منسجم شکل نگرفته است؛ اما دولت‌ها در حال بررسی نحوه قانونمند کردن این نوع دارایی‌ها هستند، به‌ویژه زمانی که توکن‌ها از طریق (عرضه اولیه توکن^{۱۸}) عرضه می‌شوند. به‌طوراساسی، این سیستم‌های توکنی با توزیع حقوق حاکمیتی بر اساس مشارکت‌ها به‌جای صرفاً سرمایه‌گذاری مالی، مشارکت را دموکراتیزه می‌کنند: «قدرت رأی

17. DAO

18. ICO

نه تنها می‌تواند خریداری شود بلکه می‌تواند کسب شود که این امر مشارکت را بدون توجه به محدودیت‌های مالی افراد تشویق و امکان‌پذیر می‌کند» (Weidener, Greilich & Melnykowycz, 2024, p. 21). این ویژگی، حاکمیت مبتنی بر توکن را به‌ویژه برای مدیریت منابع عمومی مناسب می‌سازد، جایی که دسترسی و نمایندگی عادلانه اصول بنیادین هستند.

در ایران، مواجهه با رمزارهایی‌ها از طریق مقرراتی مانند آیین‌نامه استخراج رمزارهایی‌ها (مصوب ۱۴۰۱) و بخشنامه بانک مرکزی (۱۳۹۶) در مورد ممنوعیت استفاده از رمزارهایی‌ها در مبادلات داخلی شکل گرفته است. آیین‌نامه ۱۴۰۱ با به رسمیت شناختن استخراج به عنوان فعالیتی صنعتی، الزاماتی مانند اخذ مجوز از وزارت صمت و استفاده از برق مجاز را وضع کرد تا فعالیت‌های غیرقانونی را مهار کند و فشار بر شبکه برق را کاهش دهد. با این حال، پیچیدگی فرایند مجوز، کمبود زیرساخت‌های انرژی پایدار، و تمرکز صرف بر استخراج بدون توجه به تجارت یا سرمایه‌گذاری، این آیین‌نامه را به چهارچوبی ناکامل بدل کرده است. از سوی دیگر، بخشنامه ۱۳۹۶ با ممنوعیت معاملات رمزارهایی‌ها در نظام بانکی، رویکردی بازدارنده داشت. این بخشنامه، با هدف حفاظت از نظام مالی و پیشگیری از پول‌شویی، فعالیت‌ها را به بازارهای غیررسمی سوق داد و فرصت تنظیم بازار را از دست داد. فقدان تعریف حقوقی رمزارهایی‌ها و نبود هماهنگی بین نهادها، مانند بانک مرکزی و وزارت صمت، چالش‌های این مقررات را تشدید کرده است.

مدل‌های توزیع توکن به‌طور قابل‌توجهی بر نتایج حاکمیتی تأثیر می‌گذارند؛ زیرا تعیین می‌کنند که قدرت تصمیم‌گیری چگونه در شبکه تخصیص می‌یابد. نحوه توزیع اولیه توکن‌های حاکمیتی و معاملات بعدی آن‌ها می‌تواند به پویایی‌های مختلف قدرت منجر شود و ممکن است نفوذ را در میان پذیرندگان اولیه یا ذی‌نفعان بزرگ‌تر متمرکز کند. آرمان‌گرایی برخی کاربران بلاک‌چین که رمزارهایی‌ها را ابزاری برای حاکمیت فردی می‌دانند، با واقعیت‌های فنی و اجتماعی این فناوری در تضاد است. همان‌گونه که مانسکی و همکاران (۲۰۱۸) استدلال کرده‌اند، بلاک‌چین ممکن است به جای آزادی فردی، نوعی حاکمیت فناورانه ایجاد کند. این حاکمیت یا از طریق سیطره طراحان و برنامه‌نویسان شبکه‌ها (حاکمیت مبتنی بر کد) شکل می‌گیرد که می‌تواند به ابزاری برای انباشت قدرت

بدل شود، یا از طریق خودکارسازی فناوری به عنوان مرجعی مستقل از انسان‌ها عمل می‌کند. در ایران، این چالش با توجه به نبود زیرساخت‌های فنی پیشرفته و وابستگی به نهادهای دولتی، نمود بیشتری دارد. درحالی‌که آیین‌نامه ۱۴۰۱ تلاش کرد بخشی از این فناوری را قانونمند کند، فقدان چهارچوبی برای تنظیم بلاک‌چین‌های عمومی، امکان تحقق حاکمیت فردی یا حتی فناورانه غیرمتمرکز را محدود کرده است. دولت‌ها از مقابله تا هم‌زیستی دولت‌ها در برابر رمزارایی‌ها رویکردهای متفاوتی اتخاذ کرده‌اند. در سطح جهانی، برخی کشورها مانند چین با ممنوعیت کامل بیت‌کوین، حاکمیت مالی خود را حفظ کرده‌اند، درحالی‌که کشورهایی مانند ایالات متحده با تنظیم رمزارایی‌ها از طریق نهادهایی مانند کمیسیون بورس و اوراق بهادار ایالات متحده و کمیسیون معاملات آتی کالاها^{۱۹}، سازمان‌های نظارتی در ایالات متحده که نقش مهمی در تنظیم بازارهای مالی دارند، به دنبال هم‌زیستی با این فناوری هستند. اتحادیه اروپا نیز با مقررات^{۲۰} (۲۰۲۳) چهارچوبی یکپارچه ارائه کرده است. در ایران، بخشنامه ۱۳۹۶ نمونه‌ای از رویکرد بازدارنده بود که با منع مبادلات، نتوانست پذیرش عمومی رمزارایی‌ها را مهار کند. آیین‌نامه ۱۴۰۱ اما رویکردی عمل‌گرایانه‌تر داشت، هرچند محدود به استخراج. این پراکندگی نشان می‌دهد که ایران هنوز به چهارچوبی جامع برای مواجهه با رمزارایی‌ها دست نیافته است. احتمال هم‌زیستی طولانی‌مدت پول فیات و رمزارایی‌ها در ایران، به دلیل پشتوانه قانونی قوی پول ملی و عدم پذیرش گسترده رمزارایی‌ها، محتمل است. با این حال، گسترش استفاده از رمزارایی‌ها می‌تواند واکنش‌های سخت‌گیرانه‌تری را از سوی دولت به دنبال داشته باشد. می‌توان گفت حکمرانی نیازمند این مهم است که در تقاطع عملیات غیرمتمرکز و چارچوبهای قانونی و نظارتی سنتی حرکت کند. این اغلب نیازمند تشکیل ساختارهای ترکیبی است، مانند بنیادهای غیرانتفاعی یا شرکت‌های با مسئولیت محدود، که می‌توانند با سیستم‌های حقوقی موجود ارتباط برقرار کنند در حالی که از تصمیم‌گیری غیرمتمرکز پشتیبانی می‌کنند. این مدل‌های ترکیبی به ابتکارات اجازه می‌دهند با الزامات قانونی مطابقت داشته باشند بدون اینکه اصول غیرمتمرکز خود را به خطر بیندازند.

19. SEC & CFTC

20. MiCA

نتیجه‌گیری

توکن‌های کاربردی به‌عنوان یکی از ارکان کلیدی اکوسیستم‌های بلاکچینی، نقشی محوری در تسهیل دسترسی به خدمات و محصولات دیجیتال ایفا می‌کنند. با این حال، تنظیم‌گری این توکن‌ها به دلیل ماهیت چندوجهی و پیچیدگی‌های حقوقی و اقتصادی، چالش‌های متعددی را به همراه دارد. توکن‌های کاربردی نوعی از توکن‌های دیجیتال هستند که برای انجام یک عمل خاص در یک شبکه یا سکوی بلاکچین طراحی شده‌اند. این توکن‌ها معمولاً به‌منظور فراهم کردن دسترسی به خدمات، محصولات یا قابلیت‌های خاصی از یک پروژه یا سکو استفاده می‌شوند و نه به‌عنوان سرمایه‌گذاری یا نماینده مالکیت. ساخت سیستم نظارتی ارز دیجیتال مبتنی بر فناوری بلاکچین باید ویژگی‌های فناوری توکن‌های کاربردی را در نظر بگیرد، با تأثیرات توکن‌های کاربردی بر حوزه‌های مختلف مقابله کند، مفهوم نظارت، روش نظارت و فناوری نظارت را نوآوری کند تا تمام حالت‌ها از اهداف نظارتی تا روش‌های نظارتی تغییر کنند و ارز دیجیتال و صنایع مرتبط با آن را در چهارچوب سیستم نظارتی وارد نظارت کند. با وجود اینکه این فناوری‌ها فرصت‌هایی نظیر حمایت از هنرمندان دیجیتال، جذب سرمایه‌گذاری و توسعه زیرساخت‌های قراردادهای هوشمند را در ایران فراهم می‌کنند؛ اما چالش‌هایی مانند نبود قوانین مشخص، محدودیت‌های قانونی، تحریم‌ها و ریسک‌های پولشویی و کلاهبرداری را نیز به همراه دارند. فقدان چهارچوب حقوقی برای مالکیت، مالیات و نقل و انتقال توکن‌های قابل تعویض در ایران، همراه با مشکلات دسترسی به سکوی بین‌المللی به‌دلیل فیلترینگ و موانع پرداخت، بهره‌برداری از ظرفیت این فناوری را محدود کرده است. قانون حمایت از حقوق مؤلفان (۱۳۴۸) نیز نیازمند به‌روزرسانی برای پوشش مالکیت معنوی آثار دیجیتال است. توکن‌های کاربردی نقش کلیدی در اکوسیستم‌های بلاکچینی ایفا می‌کنند و برای دسترسی به خدمات، جمع‌آوری سرمایه و تقویت پروژه‌ها استفاده می‌شوند. با این حال، سرمایه‌گذاری در این توکن‌ها نیازمند پژوهش دقیق است؛ زیرا موفقیت آن‌ها به کیفیت پروژه و پذیرش آن توسط جامعه بستگی دارد. مسائل حوزه قضایی، تأیید حقوق، رضایت برای توکن‌سازی، و انطباق با مقررات در قراردادهای هوشمند و یکپارچگی و آموزش

سیستم قضایی درباره این فناوری‌های جدید، برخی از پیچیدگی‌های حقوقی هستند که باید مورد توجه قرار گیرند.

در سطح جهانی، قانون بازارهای رمزارزی‌های اتحادیه اروپا (۲۰۲۳)، چهارچوبی جامع برای تنظیم صرافی‌ها، کیف پول‌های دیجیتال و استیبل‌کوین‌ها ارائه کرده که با تأکید بر شفافیت، حفاظت از مصرف‌کننده و مبارزه با پولشویی، الگویی پیشرو محسوب می‌شود. قانون خدمات دیجیتال (۲۰۲۲) نیز با تنظیم سکوها دیجیتال، مکمل این چهارچوب است و با افزایش پاسخگویی و نظارت بر محتوای غیرقانونی، به کاهش ریسک‌های مرتبط با رمزارزی‌ها کمک می‌کند. درمقابل، آمریکا با رویکردی پراکنده و بدون قانون جامع، با ابهامات حقوقی و ناکارآمدی مواجه است، هرچند نظارت بر مبارزه با پولشویی در آن قوی است. نبود استانداردهای جهانی برای توکن‌های قابل تعویض و امور مالی غیرمتمرکز، شکاف نظارتی را در هر دو منطقه نشان می‌دهد.

ایران، با وجود تلاش‌های پراکنده مانند آیین‌نامه ۱۴۰۱ و بخشنامه ۱۳۹۶، به دلیل نبود تعاریف حقوقی شفاف و هماهنگی نهادی، از تحولات جهانی عقب مانده است. برای بهره‌مندی از ظرفیت رمزارزی‌ها، ایران باید چهارچوبی منسجم با الهام از قانون بازارهای رمزارزی‌های اروپا تدوین کند که ضمن تعریف دقیق رمزارزی‌ها، نظارت متناسب با ریسک‌ها را اعمال و نوآوری را تشویق کند. ایجاد سکوها داخلی برای خریدوفروش این‌گونه دارایی‌های مجازی، افزایش آگاهی عمومی و همکاری با نهادهای جهانی مانند گروه ویژه اقدام مالی برای استانداردسازی مبارزه با پولشویی ضروری است. نظارت بر توکن‌های کاربردی نقش مهمی در حفظ امنیت، شفافیت و اعتماد در فضای بلاکچین دارد. این نظارت شامل تشخیص دقیق نوع توکن برای تعیین چهارچوب قانونی مناسب، شفاف‌سازی درباره عرضه اولیه و کل توکن‌ها، و اجرای الزامات مبارزه با پولشویی و احراز هویت کاربران است. همچنین، ثبت پروژه در نهادهای نظارتی مالی، رعایت استانداردهای فنی معتبر و تعریف مشخص کاربردهای توکن در اکوسیستم از دیگر معیارهای کلیدی هستند. پایش مستمر بازار و تحلیل داده‌هایی چون حجم معاملات و رفتار کیف پول‌های بزرگ نیز به حفظ تعادل و جلوگیری از نوسانات شدید کمک می‌کند. مجموعه

این عوامل، بستر مناسبی برای توسعه پایدار و قانون‌مند پروژه‌های مبتنی بر بلاکچین فراهم می‌آورد. در پایان این جستار بیان می‌دارد که در فرایند الگوهای نظارت بر توکن‌های کاربردی از طبقه‌بندی عملکردی تا نظارت جاسازی‌شده، بازتاب‌دهنده تلاش‌های جهانی برای مدیریت ریسک‌های این فناوری نوظهور است. زمینه‌های تنظیم‌گری در مناطق مختلف، از رویکرد سخت‌گیرانه ایالات متحده تا چارچوب جامع میکا در اروپا، نشان‌دهنده تنوع دیدگاه‌هاست. با این حال، چالش هماهنگی جهانی و انطباق با فناوری‌های غیرمتمرکز همچنان باقی است. تحقیقات پیش رو می‌توانند بر توسعه مدل‌های نظارتی مبتنی بر فناوری، مانند قراردادهای هوشمند نظارتی، تمرکز کنند تا تعادل بهتری بین نوآوری و امنیت برقرار شود.

کتابنامه

- آقای طوق، مسلم و ناصر، مهدی (۱۴۰۰). سیاست‌گذاری ارزش‌های مجازی: کشاکش میان امنیت جامعه و حقوق اساسی مردم. *فصلنامه حقوق اداری*، ۸(۲۶).
- آقای طوق، مسلم و ناصر، مهدی (۱۳۹۹). چالش‌های حفاظت از داده‌های خصوصی در حوزه اینترنت اشیا: مطالعه تطبیقی حقوق ایران و اتحادیه اروپا. *فصلنامه حقوق اداری*، ۷(۲۳)، ۳۳-۵۵.
- اسماعیلی، محسن (۱۳۹۷). اصل حاکمیت اراده در حقوق غرب و اسلام: مبانی، آثار و پیشینه تاریخی. *پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب*، ۵(۲)، ۲۶-۱.
- اسماعیلیان، ملیحه و ناظمی، امیر (۱۳۹۷). «ارائه الگویی برای نهاد تنظیمگر رسانه‌های نوین صوتی تصویری بر پایه روش تصمیم‌گیری پابرجا». *مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی (مطالعات راهبردی جهانی شدن)*، ۸(۲۶)، ۱۳۶-۱۱۹.
- السان، مصطفی (۱۳۹۳). *حقوق فضای مجازی*. تهران: شهر دانش.
- پروین، خیرالله (۱۳۹۳). *مبانی حقوق عمومی*. تهران: سازمان سمت.
- جواد، سیدمهدی؛ محبی، محسن؛ نیاورانی، صابر و علی‌پور، محمدرضا (۱۴۰۳). تأثیر رمزارزها بر حاکمیت پولی دولت‌ها از منظر حقوق بین‌الملل. *حقوق فناوری‌های نوین*، ۵(۱۰)، ۹۳-۸۱. doi: 10.22133/mtlj.2024.424926.1267

شاهچرا، مهشید؛ طاهری، ماندانا و فرجی، مرجان (۱۴۰۰). چهارچوب مقررات‌گذاری رمزارزها در ایران: بررسی رویکردهای بین‌المللی و ارائه پیشنهاد. پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران. قابل دسترس در: <https://yun.ir/45j6he>

شهیدی، مهدی (۱۳۹۰). تشکیل قراردادها و تعهدات (حقوق مدنی). تهران: مجد.

صابری، مریم و خواجه‌پور، بهاره (۱۴۰۰). چالش‌ها و راهکارهای تنظیم‌گری مبادلات و سرمایه‌گذاری رمزارز در ایران. نخستین کنفرانس بین‌المللی بانکچین رمزارزها و اقتصاد جهانی.

عبدی‌پور فرد، ابراهیم و وصالی ناصح، مرتضی (۱۳۹۶). توسعه مفهوم و مصادیق مال در فضای مجازی (مطالعه تطبیقی مالیت داده‌های رایانه‌ای در حقوق اسلام، ایران و کامن لا). فصلنامه حقوق فضای مجازی، ۴(۱)، ۸۵-۱۱۲.

<https://doi.org/10.22091/csiw.2017.1526.1121>

قاسم‌زاده، مرتضی و محسنیان، سیدعلی (۱۴۰۲). بررسی ابعاد مسئله تنظیم‌گری خدمات رسانه ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی و ارائه پیشنهادی قانونی [گزارش]. دفتر مطالعات فرهنگ و آموزش، گروه رسانه، ارتباطات جمعی و فضای مجازی.

کاشیان، عبدالمحمد؛ بهرامی، زهرا؛ قلی‌پور گودرزی، فهیمه و شهری، زهرا (۱۳۹۸). درک ماهیت پول‌های رمزپایه و تعیین برخی از الزامات قانون‌گذاری آن در ایران از منظر اقتصاد اسلامی. فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی، ۷(۲۶): ۷۱-۱۰۳.

کسائی نجفی، فاطمه؛ واحدیان؛ افسانه و یگانه، حسن (۱۴۰۳). تحلیل استراتژی‌های کلان تنظیم‌گری اقتصاد دیجیتال در کشورهای منتخب و ارائه مؤلفه‌های کلان تنظیم‌گری برای ایران. حقوق فناوری‌های نوین. doi: 10.22133/mtlj.2024.414120.1243

مافی، همایون و رامشی، میثم (۱۴۰۲). ماهیت حقوقی دارایی مجازی. حقوق خصوصی، ۲۶(۱۰۳)، ۱۸۰-۱۵۷. <https://doi.org/10.52547/jlr.2022.228887.2319>

هلد، دیوید (۱۳۹۴). شکل‌گیری دولت مدرن، در درآمدی بر فهم جامعه مدرن، کتاب یکم: صورت‌بندی‌های مدرنیته؛ ویراسته استوارت هال و برم گیبین؛ ترجمه محمود متحد و دیگران. تهران: نشر آگه.

Abbott, R. W., & Diaz-Artiles, A. (2022). The impact of digital scents on behavioral health in a restorative virtual reality environment. *Acta Astronautica*, 197, 145-153.

- <https://doi.org/10.1016/j.actaastro.2022.05.025>
- Alcarria, R., Bordel, B., Robles, T., Martín, D., & Manso-Callejo, M. (2018). A Blockchain-Based Authorization System for Trustworthy Resource Monitoring and Trading in Smart Communities. *Sensors* (Basel, Switzerland), 18. *American Journal of Comparative Law*. (2019). Volume 67. (Full journal issue without a specific article title).
- Anggasta, G., Kusumadara, A., & Nur Widhiyanti, H. (2023). REGULATION OF LOSS-INDUCING CRYPTO ASSET INVESTMENTS: CHALLENGES IN REGULATION, PROTECTION AND SUPERVISION. *International Journal of Business, Law, and Education*.
- Baker, B., Pizzo, A.D., & Su, Y. (2022). Non-Fungible Tokens. *Sports Innovation Journal*.
- Bal, M., & Ner, C. (2019). *NFTracer: A Non-Fungible Token Tracking Proof-of-Concept Using Hyperledger Fabric*. ArXiv, abs/1905.04795.
- Błonowska, A. (2019). Regulation of online platforms in the digital single market. *Studia Prawnoustrojowe, Uniwersytet Łódzki*, 45–78. <https://doi.org/0000-0002-9622-0651>
- Cao, Y., Hadi Mogavi, R., Xia, M., Lo, L.Y., Zhang, X., Lou, M., Nacke, L.E., Wang, Y., & Qu, H. (2025). The Jade Gateway to Trust: Exploring How Socio-Cultural Perspectives Shape Trust Within Chinese NFT Communities. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 9, 1 - 39.
- Chen, H., Cheng, Y., Deng, X., Huang, W., & Rong, L. (2022). ABSNFT: Securitization and Repurchase Scheme for Non-Fungible Tokens Based on Game Theoretical Analysis. *Financial Cryptography*.
- De Caria, R. (2019). Blockchain-Based Money as the Ultimate Challenge to Sovereignty: Reflections from a Public Economic Law Perspective. *European Journal of Comparative Law and Governance*, 6(2), 131-145. <https://doi.org/10.1163/22134514-00602004>
- Doe, J. (2023). Digital platform regulation: Opportunities for information systems research. *Information Technology & People*, 33(7), 72–85. <https://doi.org/10.1108/INTR-05-2022-0321>
- Dunne, N. (2020). *Platforms as regulators* (Working Paper No. 3665007). London School of Economics and Political Science (LSE). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3665007>
- Eggers, W. D., & Turley, M. (2018). The future of regulation Principles for regulating emerging technologies A report from the Deloitte Center for Government Insights MIKE TURLEY. *Deloitte Insights*, 32.
- Ferreira, A. (2020). Emerging regulatory approaches to blockchain based token economy. Francisca Romana Nanik Alfiani. Regulation And Literacy Must Strengthen Digital Transformation. (2024). *Asian Journal of Engineering, Social and Health*. 2 citations.
- Goos, G., Hartmanis, J., Leeuwen, J.V., Hutchison, D., Pan, J.Z., Chen, H., Kim, H.G., Li, J., Wu, Z., Horrocks, I., Mizoguchi, R., & Wu, Z. (2024). *The Semantic Web*. Lecture Notes in Computer Science.
- Grant, H., Lambert, A., & Pickering, K. (2016). Data Protection Day—Data Processors

رسانه‌ها، سیاست‌گذاران و پناهندگان: گفتمان سازنده برای تغییر

نوع مقاله: علمی - ترویجی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۲۱

صبری خالیدیان^۱

قباد کاظمی^{۲*}

ساسان رضائی فرد^۳

چکیده

مسئله پناهندگان یکی از چالش‌های پیچیده جهان امروز است که نیازمند همکاری میان بازیگران مختلف است. در این میان، رسانه‌ها و سیاست‌گذاران نقشی حیاتی در شکل‌دهی به افکار عمومی و سیاست‌های مرتبط با پناهندگان دارند. ایجاد گفتمانی سازنده و مبتنی بر واقعیت، می‌تواند زمینه‌ساز تغییرات در این حوزه باشد. هدف مقاله حاضر بررسی نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به درک عمومی از پناهندگان و تأثیر آن بر سیاست‌گذاری‌های پناهندگی است. فرضیه اصلی این است که گفتمان سازنده و تعاملی بین رسانه‌ها، سیاست‌گذاران و پناهندگان می‌تواند به ایجاد سیاست‌هایی منجر شود که هم حقوق پناهندگان را محترم می‌شمارد و هم به نگرانی‌های جوامع میزبان پاسخ می‌دهد. روش پژوهش مقاله به صورت کتابخانه‌ای می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که رسانه‌ها با ارائه داستان‌های شخصی، می‌توانند آگاهی عمومی را افزایش دهند، کلیشه‌ها را به چالش بکشند. این امر به نوبه خود، می‌تواند بر سیاست‌گذاران تأثیر بگذارد و به ایجاد سیاست‌های پناهندگی عادلانه‌تر منجر شود. ایجاد تغییر مثبت و پایدار در مسئله پناهندگان، مستلزم گذار از گفتمان‌های تقابلی به سمت گفتمانی سازنده و چندوجهی است. رسانه‌ها و سیاست‌گذاران با ایفای نقش مسئولانه خود و تمرکز بر واقعیت‌ها، می‌توانند زمینه‌ساز این تغییر باشند و به ایجاد جوامعی پذیرا و برخورداری از همبستگی اجتماعی کمک کنند.

واژگان کلیدی

رسانه، پناهندگان، سیاست‌گذاران، گفتمان.

۱. دانشجوی دوره دکتری، گروه حقوق، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

Sabrikhaleedi456@gmail.com

۲. استادیار، گروه حقوق، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

Kazemi7879@yaoo.com

۳. استادیار، گروه حقوق، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

Esasan1368@gmail.com

مقدمه

رسانه‌ها با قدرت بی‌بدیل خود در شکل‌دهی افکار عمومی، نقشی کلیدی در ترسیم چهره پناهندگان ایفا می‌کنند. بازنمایی منصفانه و انسانی این افراد، به دور از کلیشه‌های رایج و تمرکز بر داستان‌های فردی و تجربیات زیسته آنان، می‌تواند زمینه‌ساز درک عمیق‌تر جامعه میزبان از چالش‌ها و امیدهای پناهندگان باشد. سیاست‌گذاران نیز با اتخاذ رویکردهای مبتنی بر حقوق بشر و تدوین سیاست‌های حمایتی و ادغام‌گرایانه، قادرند بستری مناسب برای شکوفایی ظرفیت‌های پناهندگان و مشارکت فعال آنان در جامعه فراهم آورند. گفتمان سازنده میان این سه ضلع، یعنی رسانه‌ها، سیاست‌گذاران و خود پناهندگان، ضرورتی انکارناپذیر برای ایجاد تغییرات مثبت و پایدار در نگرش‌ها و سیاست‌های مرتبط با پناهندگی است. در دنیای امروز، بحران‌های مهاجرتی و مسائل مرتبط با پناهندگان، چالش‌های پیچیده‌ای را برای جوامع و سیاست‌گذاران به‌وجود آورده است (سعیدی، ۱۳۹۸، ص. ۵۸). در این میان، رسانه‌ها به‌عنوان پل ارتباطی بین مردم، سیاست‌گذاران، و پناهندگان، نقش حیاتی ایفا می‌کنند. این مقاله با تمرکز بر این سه بازیگر کلیدی، به بررسی قدرت گفتمان سازنده و تعاملی در شکل‌دهی به سیاست‌های پناهندگی می‌پردازد. هدف ما درک این موضوع است که چگونه رسانه‌ها می‌توانند با ارائه داستان‌های شخصی و دقیق، درک عمومی را شکل دهند، کلیشه‌ها را به چالش بکشند، و در نهایت، بر سیاست‌گذاری‌های عادلانه‌تر و انسان‌دوستانه‌تر تأثیر بگذارند. در دنیای نوین، رسانه‌ها به‌عنوان یکی از قدرتمندترین ابزارهای شکل‌دهی به افکار عمومی ظهور کرده‌اند. آنها می‌توانند توجه جامعه را به مسائل مهم جلب کنند، آگاهی ایجاد نمایند، و حتی بر تصمیم‌گیری‌های سیاسی تأثیر بگذارند. در مورد پناهندگان، رسانه‌ها می‌توانند پلی بین جوامع میزبان و پناهندگان ایجاد کنند، داستان‌های شخصی آنها را به اشتراک بگذارند، و درک متقابل را ترویج کنند (آشتیانی، ۱۳۹۸، ص. ۴۵).

با این حال، ایجاد یک گفتمان سازنده نیازمند تعامل و مشارکت همه طرف‌ها است. سیاست‌گذاران باید به صدای رسانه‌ها و پناهندگان گوش دهند و سیاست‌هایی را اتخاذ کنند که هم به حقوق پناهندگان احترام بگذارد و هم به نگرانی‌های جوامع میزبان پاسخ

دهد. پناهندگان نیز باید در این گفتمان حضور داشته باشند تا تجارب و نیازهای واقعی خود را بیان کنند. در این مقاله، به بررسی چگونگی شکل‌گیری این گفتمان سازنده، چالش‌ها و فرصت‌های آن، و تأثیر نهایی آن بر سیاست‌های پناهندگی می‌پردازیم. از طریق تحلیل محتوای رسانه‌ای، مطالعات موردی، و مصاحبه‌های عمیق، تلاش می‌کنیم تا بینش‌های ارزشمندی را ارائه دهیم که می‌تواند به ایجاد تغییر مثبت در نحوه برخورد با پناهندگان و شکل‌دهی به سیاست‌های عادلانه‌تر منجر شود.

۱. قدرت رسانه‌ها در شکل‌دهی به افکار عمومی

قدرت رسانه‌ها در شکل‌دهی به افکار عمومی، به‌ویژه در دوران پناهندگی، موضوعی انکارناپذیر و حائز اهمیت است. پناهجویان به‌دلیل دوری از وطن، وابستگی شدیدی به رسانه‌ها برای کسب اطلاعات و اخبار دارند. این وابستگی، رسانه‌ها را به ابزاری قدرتمند برای تأثیرگذاری بر نگرش، باورها و درنهایت، رفتار پناهجویان تبدیل می‌کند. رسانه‌ها می‌توانند با ارائه تصویری مثبت یا منفی از پناهجویان، بر دیدگاه جامعه میزبان نسبت به آن‌ها تأثیر بگذارند. پوشش خبری جانبدارانه و برجسته‌سازی موارد منفی، می‌تواند به ایجاد ترس، بیگانه‌هراسی و تبعیض علیه پناهجویان دامن بزند. درمقابل، ارائه تصویری انسانی و واقع‌بینانه از پناهجویان، می‌تواند به درک متقابل، همدلی و پذیرش آن‌ها در جامعه جدید کمک کند. علاوه بر تأثیر بر جامعه میزبان، رسانه‌ها می‌توانند بر خود پناهجویان نیز تأثیرگذار باشند (معمدنژاد، ۱۳۷۱، ص. ۴۷). انتشار اخبار نادرست یا تحریف‌شده، می‌تواند باعث ایجاد امیدهای واهی یا ناامیدی و سرخوردگی در میان پناهجویان شود. همچنین، رسانه‌ها می‌توانند با ارائه اطلاعات مفید و کاربردی در مورد قوانین پناهندگی، خدمات حمایتی و فرصت‌های موجود، به روند سازگاری و ادغام پناهجویان در جامعه جدید کمک کنند. زبان و نحوه ارائه محتوا در رسانه‌ها نیز نقش مهمی در شکل‌دهی به افکار عمومی ایفا می‌کند. استفاده از زبانی تحریک‌آمیز، کلیشه‌سازی و برچسب‌زنی به پناهجویان، می‌تواند به تشدید پیش‌داوری‌ها و تبعیض علیه آن‌ها منجر شود. درمقابل، استفاده از زبانی دقیق، بی‌طرفانه و انسانی، می‌تواند به ایجاد فضایی سالم

و سازنده برای گفتگو و تعامل بین پناهجویان و جامعه میزبان کمک کند. رسانه‌های اجتماعی به دلیل گستردگی و سرعت انتشار اطلاعات، نقش ویژه‌ای در دوران پناهندگی ایفا می‌کنند. پناهجویان می‌توانند از طریق این رسانه‌ها با یکدیگر ارتباط برقرار کنند، تجربیات خود را به اشتراک بگذارند و از حمایت‌های عاطفی و اطلاعاتی یکدیگر بهره‌مند شوند. با این حال، انتشار اخبار جعلی و اطلاعات نادرست در رسانه‌های اجتماعی، می‌تواند به ایجاد سردرگمی، اضطراب و بی‌اعتمادی در میان پناهجویان منجر شود (احمدی، ۱۳۹۷، ص. ۲۴). دسترسی به رسانه‌های متنوع و مستقل برای پناهجویان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این امر به آن‌ها امکان می‌دهد تا اطلاعات را از منابع مختلف دریافت کنند، دیدگاه‌های متفاوتی را بشنوند و در نهایت، خودشان درباره مسائل مختلف قضاوت کنند. محدود کردن دسترسی پناهجویان به رسانه‌ها یا سانسور محتوا، می‌تواند به انزوای آن‌ها و تشدید آسیب‌پذیری‌شان منجر شود. آموزش سواد رسانه‌ای به پناهجویان، یکی از راهکارهای مؤثر برای مقابله با تأثیرات منفی رسانه‌ها است. با افزایش سواد رسانه‌ای، پناهجویان می‌توانند اطلاعات را به‌طور انتقادی تجزیه و تحلیل کنند، اخبار جعلی را تشخیص دهند و از تأثیرات منفی رسانه‌ها بر نگرش و رفتار خود جلوگیری کنند. نهادهای دولتی و سازمان‌های غیردولتی می‌توانند با همکاری یکدیگر، برنامه‌های آموزشی و حمایتی برای افزایش سواد رسانه‌ای پناهجویان ارائه دهند. این برنامه‌ها می‌توانند شامل کارگاه‌های آموزشی، تولید محتوای آموزشی به زبان‌های مختلف و ارائه مشاوره به پناهجویان در زمینه استفاده صحیح از رسانه‌ها باشند. رسانه‌ها می‌توانند با اتخاذ رویکردی مسئولانه و اخلاقی، نقش مهمی در بهبود وضعیت پناهجویان و ایجاد جامعه‌ای پذیرا تر و همدل‌تر ایفا کنند. این امر مستلزم پرهیز از کلیشه‌سازی، تبعیض و انتشار اخبار نادرست، و در مقابل، تأکید بر ارائه تصویری واقع‌بینانه و انسانی از پناهجویان، و همچنین ارائه اطلاعات مفید و کاربردی به آن‌ها است. در نهایت، قدرت رسانه‌ها در شکل‌دهی به افکار عمومی در دوران پناهندگی، مسئولیتی سنگین بر دوش صاحبان رسانه، خبرنگاران و فعالان این حوزه می‌گذارد. با درک این مسئولیت و تلاش برای ارائه تصویری دقیق، منصفانه و انسانی از پناهجویان، می‌توان به ایجاد جهانی عادلانه‌تر و مهربان‌تر برای همه، به‌ویژه پناهجویان،

کمک کرد (Brown, 2020, p. 10).

رسانه‌ها به‌عنوان یکی از قدرتمندترین ابزارهای شکل‌دهی افکار عمومی، نقشی انکارناپذیر در نحوه نگرش جامعه به مسائل مختلف ایفا می‌کنند. پدیده پناهندگی و مسائل مرتبط با پناهجویان نیز از این قاعده مستثنی نیست و چگونگی بازنمایی این موضوع در رسانه‌ها می‌تواند تأثیر عمیقی بر درک عمومی از پناهندگان داشته باشد. این تأثیر می‌تواند هم مثبت و هم منفی باشد و به نوع پوشش خبری و چهارچوب‌بندی‌های ارائه شده توسط رسانه‌ها بستگی دارد. یکی از مهم‌ترین جنبه‌های تأثیرگذار، نحوه انتخاب واژگان و عبارات در گزارش‌های رسانه‌ای است (سعیدی، ۱۳۹۸، ص. ۶۷). استفاده از اصطلاحاتی مانند «مهاجر غیرقانونی» به جای «پناهجو» یا تأکید بر جنبه‌های منفی مانند «هجوم» و «بحران» می‌تواند تصویری تهدیدآمیز و منفی از پناهندگان در ذهن مخاطب ایجاد کند. درمقابل، استفاده از واژگان انسانی‌تر و تأکید بر داستان‌های فردی پناهجویان می‌تواند همدلی و درک بیشتری را در جامعه برانگیزد (رضایی، ۱۳۹۹، ص. ۱۲۰). تصاویر و ویدئوهای مورد استفاده در گزارش‌های خبری نیز نقش مهمی در شکل‌دهی ادراک عمومی دارند. نمایش تصاویر تکراری از جمعیت‌های انبوه، اردوگاه‌های شلوغ و چهره‌های درمانده می‌تواند حس ترس و بیگانگی را در مخاطب تقویت کند. درحالی‌که نمایش تصاویر پناهندگان در حال تلاش برای زندگی، کار و تحصیل می‌تواند تصویری انسانی‌تر و مثبت‌تر از آنان ارائه دهد. علاوه بر انتخاب واژگان و تصاویر، چهارچوب‌بندی کلی گزارش‌های خبری نیز حائز اهمیت است. آیا رسانه‌ها پناهندگان را به‌عنوان قربانیان شرایط ناگوار و نیازمند کمک معرفی می‌کنند یا به‌عنوان تهدیدی برای امنیت و اقتصاد کشور؟ این چهارچوب‌بندی می‌تواند تأثیر بسزایی در شکل‌گیری نگرش‌های مثبت یا منفی نسبت به پناهندگان داشته باشد. تمرکز بیش‌ازحد بر جنبه‌های منفی و مشکلات مرتبط با پناهجویان، مانند جرایم احتمالی یا فشار بر منابع عمومی، می‌تواند به ایجاد تصویری کلیشه‌ای و منفی از آنان منجر شود. این در حالی است که نادیده گرفتن جنبه‌های مثبت، مانند مشارکت پناهندگان در جامعه، توانمندی‌ها و استعدادهای آنان، می‌تواند به عدم درک صحیح از واقعیت‌های موجود بیانجامد. رسانه‌های مختلف با توجه به خط‌مشی و وابستگی‌های خود، ممکن است رویکردهای متفاوتی در

پوشش اخبار پناهندگان داشته باشند (رفیع‌پور، ۱۳۷۸، ص ۶۷). برخی رسانه‌ها ممکن است با تأکید بر جنبه‌های انسانی و حقوق بشری، سعی در ایجاد همدلی و حمایت از پناهندگان داشته باشند، درحالی‌که برخی دیگر ممکن است با تمرکز بر مسائل امنیتی و اقتصادی، نگرشی منفی‌تر را ترویج کنند. تأثیر گزارش‌های رسانه‌ای بر درک عمومی از پناهندگان، می‌تواند پیامدهای مهمی در سیاست‌گذاری‌های مربوط به پناهندگی و نحوه برخورد جامعه با پناهجویان داشته باشد. اگر افکار عمومی تحت تأثیر گزارش‌های منفی و یک‌سویه قرار گیرد، ممکن است سیاست‌ها سخت‌گیرانه‌تری در قبال پناهندگان اتخاذ شود و تبعیض و بیگانه‌هراسی در جامعه افزایش یابد. درمقابل، اگر رسانه‌ها با ارائه تصویری متعادل و انسانی از پناهندگان، به افزایش آگاهی و درک عمومی کمک کنند، می‌توان انتظار داشت که سیاست‌های حمایتی‌تری در قبال پناهندگان اتخاذ شود و زمینه برای ادغام موفقیت‌آمیز آنان در جامعه فراهم گردد (احمدی، ۱۳۹۷، ص. ۴۵).

بنابراین، مسئولیت رسانه‌ها در قبال پناهندگان بسیار سنگین است. آنان می‌توانند با اتخاذ رویکردی مسئولانه و اخلاقی، به‌جای دامن زدن به ترس و بیگانه‌هراسی، به ایجاد فضایی همدلانه و پذیرنده برای پناهندگان کمک کنند. این امر مستلزم دقت در انتخاب واژگان، تصاویر، چهارچوب‌بندی گزارش‌ها و پرهیز از کلیشه‌سازی و تمرکز صرف بر جنبه‌های منفی است. درنهایت، ارتقای سواد رسانه‌ای در جامعه نیز می‌تواند به کاهش تأثیرات منفی گزارش‌های رسانه‌ای و افزایش درک انتقادی مخاطبان از اخبار مربوط به پناهندگان کمک کند. آموزش مخاطبان برای تشخیص سوگیری‌ها، شناسایی منابع معتبر و تحلیل انتقادی محتوای رسانه‌ای، می‌تواند آنان را در برابر اطلاعات نادرست و جهت‌دار مقاوم‌تر سازد (رضایی، ۱۳۹۹، ص. ۲۹).

۲. تعامل سیاست‌گذاران با رسانه‌ها و پناهندگان

تعامل سیاست‌گذاران با رسانه‌ها و پناهندگان، موضوعی چندوجهی و پیچیده است که در شکل‌دهی به افکار عمومی و سیاست‌های مهاجرتی نقش بسزایی دارد. سیاست‌گذاران اغلب از رسانه‌ها به‌عنوان ابزاری برای انتقال پیام‌ها و توجیه سیاست‌های خود در قبال

پناهندگان استفاده می‌کنند. این تعامل می‌تواند هم فرصت‌هایی برای ایجاد درک و همدلی بیشتر با پناهندگان ایجاد کند و هم به تشدید نگرش‌های منفی و بیگانه‌هراسی دامن بزند. نحوه بازنمایی پناهندگان در رسانه‌ها و چهارچوب‌بندی مسائل مربوط به آن‌ها توسط سیاست‌گذاران، تأثیر مستقیمی بر تلقی جامعه از این گروه آسیب‌پذیر دارد. رسانه‌ها با پوشش خبری رویدادهای مرتبط با پناهندگان و برجسته‌سازی زوایای خاصی از این موضوع، می‌توانند بر نگرش عمومی نسبت به پناهندگان و سیاست‌های مهاجرتی تأثیر بگذارند. از سوی دیگر، سیاست‌گذاران نیز با ارائه اطلاعات گزینشی و جهت‌دار به رسانه‌ها، سعی در کنترل روایت‌ها و شکل‌دهی به افکار عمومی دارند. این تعامل دوسویه، گاه به رقابتی برای تسلط بر گفتمان غالب در حوزه پناهندگان تبدیل می‌شود و می‌تواند به دور شدن از واقعیت‌های موجود و نیازهای واقعی پناهندگان منجر شود. پناهندگان به‌عنوان گروهی که اغلب فاقد صدای مستقل در رسانه‌ها هستند، به‌شدت در معرض بازنمایی‌های قالبی و کلیشه‌ای قرار دارند (کاستلز، ۱۳۹۶، ص. ۸۹). این بازنمایی‌ها می‌توانند تصویری مخدوش و غیرواقعی از پناهندگان ارائه دهند و به تبعیض و طرد اجتماعی آن‌ها دامن بزنند. سیاست‌گذاران با اتخاذ رویکردهای مسئولانه در تعامل با رسانه‌ها و پرهیز از استفاده ابزاری از پناهندگان، می‌توانند نقش مهمی در تغییر این روند ایفا کنند. یکی از چالش‌های اساسی در این تعامل، حفظ توازن میان منافع ملی، امنیت عمومی و حقوق انسانی پناهندگان است. سیاست‌گذاران در مواجهه با فشارهای افکار عمومی و نگرانی‌های امنیتی، ممکن است به اتخاذ سیاست‌های سخت‌گیرانه و محدودکننده در قبال پناهندگان روی آورند و این سیاست‌ها را از طریق رسانه‌ها توجیه کنند. درمقابل، رسانه‌های مستقل و متعهد می‌توانند با ارائه گزارش‌های بی‌طرفانه و انتقادی، به چالش کشیدن روایت‌های رسمی و برجسته‌سازی صدای پناهندگان، به تعدیل این روند کمک کنند. درنهایت، ایجاد یک گفتمان سازنده و مبتنی بر واقعیت در مورد پناهندگان، نیازمند تعامل مسئولانه و اخلاقی سیاست‌گذاران و رسانه‌ها است. این تعامل باید بر پایه احترام به حقوق انسانی پناهندگان، درک متقابل و پرهیز از کلیشه‌سازی و بیگانه‌هراسی استوار باشد. تنها از این طریق می‌توان به ایجاد جامعه‌ای پذیراتر و عادلانه‌تر برای پناهندگان و تضمین حقوق و کرامت

انسانی آن‌ها امیدوار بود (محمدی، ۱۴۰۰، ص. ۴۷).

۳. اهمیت گفتمان باز بین سیاست‌گذاران، رسانه‌ها و پناهندگان

گفتمان باز و شفاف میان سیاست‌گذاران، رسانه‌ها و پناهندگان، سنگ‌بنای اصلی ایجاد سیاست‌های مهاجرتی عادلانه، کارآمد و انسان‌محور است. فقدان چنین گفتمانی، به ایجاد سوءتفاهم‌ها، شکل‌گیری سیاست‌های غیرواقع‌بینانه و درنهایت، تضییع حقوق پناهندگان می‌انجامد. سیاست‌گذاران نیازمند درک مستقیم و بی‌واسطه تجربیات، نیازها و چالش‌های پناهندگان هستند تا بتوانند سیاست‌هایی متناسب با واقعیت‌های موجود تدوین کنند. رسانه‌ها نیز در این میان نقش حیاتی ایفا می‌کنند. آن‌ها می‌توانند با انعکاس دقیق و منصفانه وضعیت پناهندگان، به ایجاد درک عمومی صحیح و همدلانه کمک کنند. انتشار گزارش‌های مستند، مصاحبه‌های عمیق و تحلیل‌های کارشناسی، می‌تواند به دور از هرگونه پیش‌داوری و کلیشه‌سازی، تصویری واقعی از پناهندگان ارائه دهد و زمینه را برای گفتگوی سازنده میان جامعه میزبان و پناهندگان فراهم سازد.

پناهندگان نیز باید فرصت داشته باشند تا صدای خود را به گوش سیاست‌گذاران و جامعه برسانند. مشارکت فعال آن‌ها در فرایندهای تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری، نه تنها به افزایش مشروعیت و کارآمدی این سیاست‌ها کمک می‌کند بلکه حس تعلق و مسئولیت‌پذیری را در میان پناهندگان تقویت می‌نماید. ایجاد بسترهای مناسب برای گفتگوی مستقیم و بی‌واسطه، ازجمله برگزاری نشست‌های مشترک، کارگاه‌های آموزشی و ایجاد سکوی‌های بحث، می‌تواند به تسهیل این فرایند کمک کند. در این بسترها، پناهندگان می‌توانند تجربیات خود را به اشتراک بگذارند، نیازهای خود را مطرح کنند و در مورد راهکارهای پیشنهادی برای بهبود وضعیت خود اظهارنظر نمایند. سیاست‌گذاران نیز می‌توانند از این فرصت برای ارائه توضیحات شفاف در مورد سیاست‌های مهاجرتی، پاسخ به پرسش‌ها و ابهامات و دریافت بازخورد از پناهندگان استفاده کنند. این امر به ایجاد اعتماد متقابل و کاهش تنش‌های احتمالی کمک شایانی می‌کند. رسانه‌ها نیز می‌توانند با پوشش خبری این نشست‌ها و گفتگوها، به اطلاع‌رسانی عمومی و افزایش آگاهی جامعه در

مورد مسائل مربوط به پناهندگان کمک کنند. آن‌ها همچنین می‌توانند با انجام پژوهش‌های مستقل و ارائه تحلیل‌های بی‌طرفانه، به ارزیابی سیاست‌های مهاجرتی و شناسایی نقاط قوت و ضعف آن‌ها بپردازند (آقاسی، ۱۳۹۷، ص. ۱۹). یکی از مهم‌ترین مزایای گفتمان باز، کاهش ترس و بی‌اعتمادی در جامعه میزبان است. هنگامی که مردم فرصت می‌یابند تا با پناهندگان به‌طور مستقیم ارتباط برقرار کنند و داستان‌های آن‌ها را بشنوند، کلیشه‌های منفی و پیش‌داوری‌ها کمرنگ می‌شوند و جای خود را به درک و همدلی می‌دهند. علاوه‌براین، گفتمان باز می‌تواند به شناسایی و رفع موانع ادغام پناهندگان در جامعه میزبان کمک کند. با شناخت دقیق‌تر چالش‌های پیش‌روی پناهندگان، می‌توان راهکارهای موثرتری برای حمایت از آن‌ها در زمینه‌هایی مانند آموزش، اشتغال، مسکن و خدمات بهداشتی ارائه داد. درنهایت، گفتمان باز و شفاف میان سیاست‌گذاران، رسانه‌ها و پناهندگان، نه تنها به نفع پناهندگان بلکه به نفع کل جامعه است. ایجاد یک جامعه فراگیر و پذیرای پناهندگان، به تقویت انسجام اجتماعی، توسعه اقتصادی و غنای فرهنگی منجر می‌شود؛ بنابراین، سرمایه‌گذاری در ایجاد و تقویت بسترهای گفتمان باز، یک سرمایه‌گذاری بلندمدت و ارزشمند برای آینده‌ای بهتر و عادلانه‌تر برای همه است. این امر نیازمند تعهد و همکاری همه ذینفعان، از جمله دولت‌ها، سازمان‌های غیردولتی، رسانه‌ها و خود پناهندگان است (Miller, 2019, p. 12).

۴- تأثیر فشار رسانه‌ای بر سیاست‌گذاری‌های پناهندگی

رسانه‌ها به‌عنوان یکی از ارکان مردم‌سالاری، نقشی حیاتی در شکل‌دهی افکار عمومی و به تبع آن، تأثیرگذاری بر سیاست‌گذاری‌های دولتی ایفا می‌کنند. این نقش در حوزه‌های حساسی همچون سیاست‌گذاری‌های پناهندگی، اهمیتی دوچندان می‌یابد، چراکه موضوع پناهندگی، ابعادی انسانی، حقوق بشری و امنیتی را دربرمی‌گیرد و به شدت مستعد قطبی‌سازی و تهییج افکار عمومی است.

فشار رسانه‌ای می‌تواند از طرق مختلفی بر سیاست‌گذاری‌های پناهندگی تأثیر بگذارد. یکی از این راه‌ها، برجسته‌سازی و چهارچوب‌بندی خاص مسائل مربوط به پناهندگان

است. رسانه‌ها می‌توانند با تمرکز بر جنبه‌های خاصی از بحران پناهندگی، مانند تهدیدات امنیتی، هزینه‌های اقتصادی یا چالش‌های فرهنگی، تصویری منفی از پناهندگان ارائه دهند و افکار عمومی را به سمت اتخاذ سیاست‌های سخت‌گیرانه‌تر سوق دهند.

درمقابل، رسانه‌ها می‌توانند با تمرکز بر جنبه‌های انسانی بحران، مانند رنج و آوارگی پناهندگان، نقض حقوق بشر و نیازهای فوری آنان، همدلی و حمایت عمومی را برانگیخته و زمینه را برای اتخاذ سیاست‌های حمایتی‌تر فراهم کنند. انتخاب نوع روایت و چهارچوب‌بندی، تأثیری مستقیم بر نگرش عمومی و در نتیجه، فشار بر سیاست‌گذاران دارد. علاوه بر چهارچوب‌بندی، حجم و گستردگی پوشش رسانه‌ای نیز عاملی تعیین‌کننده است. پوشش گسترده و مداوم یک بحران پناهندگی، می‌تواند آن را به موضوعی برجسته در دستور کار سیاسی تبدیل کند و سیاست‌گذاران را وادار به واکنش نماید. درمقابل، سکوت یا کم‌توجهی رسانه‌ها می‌تواند منجر به نادیده گرفته شدن مسائل مربوط به پناهندگان و عدم اتخاذ سیاست‌های مناسب شود. فشار رسانه‌ای می‌تواند هم به صورت مستقیم و هم غیرمستقیم بر سیاست‌گذاری‌ها تأثیر بگذارد. تأثیر مستقیم زمانی رخ می‌دهد که رسانه‌ها به طور صریح و آشکار، خواستار تغییر سیاست‌ها یا اتخاذ رویکردی خاص در قبال پناهندگان می‌شوند (Chouliraki & Zaborowski, 2017, p. 618). این امر می‌تواند از طریق سرمقاله‌ها، گزارش‌های پژوهشی، کارزارهای رسانه‌ای و یا مصاحبه با کارشناسان و فعالان حقوق پناهندگان صورت گیرد. تأثیر غیرمستقیم فشار رسانه‌ای، از طریق شکل‌دهی افکار عمومی و ایجاد فضایی خاص در جامعه رخ می‌دهد. زمانی که رسانه‌ها تصویری خاص از پناهندگان ارائه می‌دهند، این تصویر می‌تواند بر نگرش مردم نسبت به پناهندگان و سیاست‌های مربوط به آنان تأثیر بگذارد. این نگرش عمومی، به نوبه خود می‌تواند فشاری غیرمستقیم بر سیاست‌گذاران وارد کند و آنان را به سمت اتخاذ سیاست‌هایی همسو با خواست عمومی سوق دهد؛ البته، تأثیر فشار رسانه‌ای بر سیاست‌گذاری‌های پناهندگی، یک‌طرفه و مطلق نیست. سیاست‌گذاران نیز می‌توانند با استفاده از ابزارهای مختلف، از جمله روابط عمومی، سخنرانی‌ها و مصاحبه‌های مطبوعاتی، سعی در مدیریت افکار عمومی و مقابله با فشار رسانه‌ای داشته باشند. همچنین، عوامل دیگری مانند منافع ملی، ملاحظات

امنیتی، تعهدات بین‌المللی و فشارهای گروه‌های ذی‌نفوذ نیز در شکل‌دهی سیاست‌های پناهندگی نقش دارند (فرهنگی و نعمتی/انارکی، ۱۳۹۴، ص. ۱۹).

با این حال، نمی‌توان انکار کرد که رسانه‌ها به‌عنوان یکی از بازیگران اصلی در عرصه عمومی، قدرتی قابل توجه در شکل‌دهی افکار عمومی و تأثیرگذاری بر سیاست‌گذاری‌های پناهندگی دارند. این قدرت، مسئولیتی سنگین را بر دوش رسانه‌ها می‌گذارد تا با رعایت اصول اخلاقی و حرفه‌ای، به دور از هیجان‌زدگی و پیش‌داوری، به ارائه اطلاعات دقیق و متوازن بپردازند و زمینه‌ای برای گفتگوی سازنده و اتخاذ سیاست‌های عادلانه و انسانی در قبال پناهندگان فراهم کنند. در نهایت، بررسی دقیق و همه‌جانبه تأثیر فشار رسانه‌ای بر سیاست‌گذاری‌های پناهندگی، نیازمند مطالعات موردی و تحلیل‌های عمیق‌تر در زمینه‌های خاص است. این مطالعات می‌توانند با بررسی نحوه پوشش رسانه‌ای بحران‌های پناهندگی در کشورهای مختلف، تأثیر این پوشش بر نگرش عمومی و سیاست‌های دولتی را مورد ارزیابی قرار دهند و راهکارهایی برای بهبود عملکرد رسانه‌ها و ارتقای سیاست‌گذاری‌های پناهندگی ارائه دهند. در مجموع، تعامل میان رسانه‌ها، افکار عمومی و سیاست‌گذاران در حوزه پناهندگی، پیچیده و چندوجهی است. درک این تعامل و شناخت دقیق نقش هر یک از این بازیگران، می‌تواند به اتخاذ سیاست‌های مؤثرتر و عادلانه‌تر در قبال پناهندگان کمک کند و از تبدیل شدن این موضوع انسانی به ابزاری برای مناقشات سیاسی و اجتماعی جلوگیری نماید (Cameron, 2022, p. 30).

۵- مشارکت پناهندگان در فرایند سیاست‌گذاری و چالش‌های آن

مشارکت پناهندگان در فرایند سیاست‌گذاری، امری حیاتی برای تضمین حقوق و بهبود شرایط زندگی آنان است. این مشارکت، به معنای حضور فعال و معنادار پناهندگان در تصمیم‌گیری‌هایی است که مستقیماً بر زندگی آن‌ها تأثیر می‌گذارد. چنین مشارکتی، نه تنها به لحاظ اخلاقی ضروری است بلکه از منظر کارآمدی سیاست‌ها نیز اهمیت دارد؛ زیرا پناهندگان به‌عنوان ذینفعان اصلی، درک عمیق‌تری از نیازها و چالش‌های خود دارند. یکی از مهم‌ترین مزایای مشارکت پناهندگان در سیاست‌گذاری، افزایش مشروعیت و مقبولیت

سیاست‌ها است. هنگامی که پناهندگان در فرایند تصمیم‌گیری مشارکت داده می‌شوند، احساس مالکیت بیشتری نسبت به سیاست‌ها پیدا می‌کنند و احتمال پذیرش و همکاری آن‌ها با این سیاست‌ها افزایش می‌یابد. این امر به‌ویژه در زمینه‌هایی مانند اسکان مجدد، ادغام اجتماعی و دسترسی به خدمات ضروری، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. با وجود اهمیت مشارکت پناهندگان، موانع و چالش‌های متعددی بر سر راه این مشارکت وجود دارد. یکی از این چالش‌ها، موانع قانونی و اداری است. در بسیاری از کشورها، قوانین و مقرراتی وجود دارد که مشارکت پناهندگان در فرایندهای سیاسی و تصمیم‌گیری را محدود می‌کند. این محدودیت‌ها ممکن است شامل عدم دسترسی به حق رأی، محدودیت در تشکیل سازمان‌های غیردولتی و یا عدم رسمیت شناختن صدای پناهندگان در نهادهای مشورتی باشد. چالش‌دیگر، موانع زبانی و فرهنگی است. پناهندگان ممکن است به زبان رسمی کشور میزبان تسلط کافی نداشته باشند و یا با فرهنگ و رویه‌های سیاسی آن کشور آشنا نباشند. این امر می‌تواند مانع از مشارکت مؤثر آن‌ها در فرایندهای سیاست‌گذاری شود. علاوه‌براین، تفاوت‌های فرهنگی و ارزشی ممکن است باعث سوءتفاهم و عدم درک متقابل بین پناهندگان و سیاست‌گذاران شود (Emma Johnson, 2021, p. 67). یکی دیگر از چالش‌های مهم، فقدان اعتماد و تبعیض است. پناهندگان ممکن است به دلیل تجربیات گذشته خود، نسبت به مقامات و نهادهای دولتی بی‌اعتماد باشند و از مشارکت در فرایندهای سیاسی هراس داشته باشند. همچنین، تبعیض و نگرش‌های منفی نسبت به پناهندگان در جامعه میزبان، می‌تواند مانع از مشارکت برابر و معنادار آن‌ها شود.

برای غلبه بر این چالش‌ها، لازم است اقداماتی در سطوح مختلف انجام شود. در سطح کلان، دولت‌ها باید قوانین و مقرراتی را که مانع مشارکت پناهندگان می‌شوند، اصلاح کنند و زمینه‌های لازم برای مشارکت فعال آن‌ها در فرایندهای سیاسی و تصمیم‌گیری را فراهم آورند. این امر می‌تواند شامل اعطای حق رأی به پناهندگان در انتخابات محلی، حمایت از تشکیل سازمان‌های غیردولتی پناهندگان و ایجاد سازوکارهای مشورتی با حضور نمایندگان پناهندگان باشد. در سطح میانی، سازمان‌های بین‌المللی و نهادهای مدنی می‌توانند نقش مهمی در توانمندسازی پناهندگان و تسهیل مشارکت آن‌ها ایفا کنند. این

سازمان‌ها می‌توانند با ارائه آموزش‌های زبانی و فرهنگی، برگزاری کارگاه‌های آموزشی در زمینه حقوق و مشارکت سیاسی، و ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین پناهندگان و سیاست‌گذاران، به افزایش مشارکت پناهندگان کمک کنند. در سطح خرد، خود پناهندگان نیز می‌توانند با ایجاد تشکلهای خودگردان، برگزاری جلسات بحث و گفتگو، و ارتباط با رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، صدای خود را به گوش سیاست‌گذاران برسانند و در فرایندهای تصمیم‌گیری مشارکت فعال‌تری داشته باشند. درنهایت، مشارکت پناهندگان در فرایند سیاست‌گذاری، نیازمند تغییر نگرش و ایجاد فرهنگ مشارکتی در جامعه میزبان است. این امر مستلزم آموزش و آگاهی‌بخشی به عموم مردم در مورد حقوق و توانمندی‌های پناهندگان، مبارزه با تبعیض و نگرش‌های منفی، و ترویج گفتگوی سازنده بین پناهندگان و جامعه میزبان است. با توجه به چالش‌ها و راهکارهای مطرح شده، می‌توان نتیجه گرفت که مشارکت پناهندگان در فرایند سیاست‌گذاری، امری پیچیده و چندوجهی است که نیازمند تلاش‌های هماهنگ و مستمر در سطوح مختلف است. بااین‌حال، با ایجاد اراده سیاسی، اصلاح قوانین و مقررات، توانمندسازی پناهندگان، و ترویج فرهنگ مشارکتی، می‌توان به تدریج به سمت تحقق این هدف مهم حرکت کرد (نادری، ۱۳۹۱، ص. ۴۵).

پناهندگی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مسائل جهانی، چالش‌های حقوقی معاصر را با خود به همراه دارد. این مسئله نه تنها در سطح ملی بلکه در سطح بین‌المللی نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. حقوق جزا در این زمینه نقش بسیار مهمی دارد؛ زیرا تعیین‌کننده چارچوب‌های قانونی برای برخورد با پناهندگان و همچنین حمایت از آنها در برابر نقض حقوق بشر است. یکی از چالش‌های حقوقی مهم در زمینه پناهندگی، تعیین صلاحیت افراد برای دریافت پناهندگی است. این فرایند معمولاً پیچیده و زمان‌بر است و نیازمند بررسی‌های دقیق و عمیق در مورد وضعیت فرد و شرایط کشور مبدأ او می‌باشد. حقوق جزا در این زمینه باید به‌گونه‌ای عمل کند که هم از حق پناهندگی افراد واجد شرایط حمایت کند و هم از سوءاستفاده از این حق جلوگیری نماید. مسئله دیگر، شرایط زندگی پناهندگان در کشورهای میزبان است. بسیاری از پناهندگان در شرایط سخت و نامساعد زندگی می‌کنند و با مشکلات متعددی از جمله بیکاری، فقر، و تبعیض مواجه هستند. حقوق جزا

باید با وضع قوانین مناسب، از حقوق این افراد حمایت کرده و شرایط زندگی آنها را بهبود بخشد. یکی دیگر از چالش‌های حقوقی مهم، مسئله پناهندگان در دریا است. بسیاری از پناهندگان تلاش می‌کنند از طریق دریا خود را به کشورهای دیگر برسانند که این امر با خطرات زیادی همراه است. حقوق جزا باید با وضع قوانین دریایی مناسب، از حقوق این افراد حمایت کرده و از نقض حقوق آنها جلوگیری کند. مسئله حمایت از پناهندگان در برابر نقض حقوق بشر نیز بسیار مهم است. پناهندگان در بسیاری از موارد با نقض حقوق بشر مواجه هستند و حقوق جزا باید با وضع قوانین مناسب، از آنها حمایت کند. این حمایت‌ها شامل جلوگیری از شکنجه، بازداشت‌های خودسرانه، و تبعیض می‌باشد. پدیده پناهندگی و مهاجرت‌های اجباری، همواره یکی از چالش‌های مهم جوامع بشری بوده و در دهه‌های اخیر، با توجه به افزایش درگیری‌های منطقه‌ای، تغییرات اقلیمی و نابرابری‌های اقتصادی، ابعاد گسترده‌تری یافته است. این امر، نظام‌های حقوقی ملی و بین‌المللی را با چالش‌های متعددی در زمینه حمایت از حقوق پناهندگان و مدیریت جریان‌های مهاجرتی روبه‌رو ساخته است. یکی از مهم‌ترین چالش‌های حقوقی معاصر، تفسیر و اعمال کنوانسیون ۱۹۵۱ ژنو و دستورالعمل ۱۹۶۷ آن در مورد وضعیت پناهندگان است (لازار، ۱۳۸۰، ص. ۸۹). این اسناد، چهارچوب اصلی حقوق بین‌الملل پناهندگان را تشکیل می‌دهند؛ اما در عمل، دولت‌ها تفاسیر متفاوتی از مفاهیم کلیدی مانند «ترس موجه از تعقیب» و «عضویت در یک گروه اجتماعی خاص» ارائه می‌دهند که می‌تواند منجر به محدودیت دسترسی افراد به حمایت بین‌المللی شود. چالش دیگر، مربوط به اصل «عدم اخراج» است که در کنوانسیون ۱۹۵۱ و سایر اسناد حقوق بشری مورد تأکید قرار گرفته است. این اصل، دولت‌ها را از بازگرداندن پناجویان به کشورهایی که در آنجا با خطر شکنجه، رفتار غیرانسانی یا مجازات مواجه هستند، منع می‌کند. با این حال، در عمل، برخی دولت‌ها با توسل به استثنائات محدود این اصل یا با اتخاذ تدابیر امنیتی سخت‌گیرانه، اقدام به اخراج پناجویان می‌کنند. مسئله پناجویان و مهاجران فاقد مدارک هویتی معتبر، یکی دیگر از چالش‌های حقوقی مهم است. این افراد، به دلیل فقدان مدارک، در اثبات هویت و ملیت خود با مشکل مواجه می‌شوند و این امر، دسترسی آنها به حقوق و حمایت‌های قانونی را دشوار می‌سازد. افزایش شمار

پناهجویان و مهاجران، نظام‌های پذیرش و بررسی درخواست‌های پناهندگی را در بسیاری از کشورها با فشار مضاعفی روبه‌رو کرده است. این امر، منجر به طولانی شدن فرایند رسیدگی به درخواست‌ها، نگهداری طولانی‌مدت پناهجویان در بازداشتگاه‌ها و عدم دسترسی کافی به خدمات حقوقی و اجتماعی شده است. پدیده قاچاق انسان و سوءاستفاده از پناهجویان و مهاجران، یکی دیگر از چالش‌های جدی حقوقی است. قاچاقچیان انسان، با سوءاستفاده از آسیب‌پذیری پناهجویان، آنها را در معرض انواع خشونت، استثمار و نقض حقوق بشر قرار می‌دهند. مسئولیت دولت‌ها در قبال پناهجویان و مهاجرانی که از طریق دریا وارد قلمرو آنها می‌شوند، یکی از موضوعات بحث‌برانگیز حقوقی است. کنوانسیون‌های بین‌المللی دریایی، دولت‌ها را ملزم به نجات جان افراد در معرض خطر در دریا می‌کنند؛ اما در مورد محل پیاده کردن این افراد و مسئولیت رسیدگی به درخواست‌های پناهندگی آنها، ابهاماتی وجود دارد. تغییرات اقلیمی و بلایای طبیعی، به عنوان یکی از عوامل فزاینده مهاجرت‌های اجباری، چالش‌های جدیدی را در زمینه حقوق پناهندگان ایجاد کرده است. در حال حاضر، حقوق بین‌الملل پناهندگان، حمایت صریحی از افرادی که به دلیل تغییرات اقلیمی مجبور به ترک کشور خود می‌شوند، ارائه نمی‌دهد. مسئله ادغام پناهندگان در جوامع میزبان، یکی دیگر از چالش‌های حقوقی و اجتماعی است. دولت‌ها موظفند شرایط لازم برای ادغام موفقیت‌آمیز پناهندگان، از جمله دسترسی به آموزش، اشتغال، مسکن و خدمات بهداشتی را فراهم کنند. در نهایت، فقدان یک سازوکار بین‌المللی موثر برای تقسیم مسئولیت حمایت از پناهندگان، یکی از چالش‌های اساسی حقوقی است. این امر، منجر به تمرکز بار پناهندگی بر دوش تعداد محدودی از کشورها و ایجاد بی‌عدالتی در توزیع مسئولیت‌ها شده است (Anderson, 2021, p.45).

۶. آینده پناهندگی و نقش رسانه‌ها

پدیده پناهندگی در دهه‌های اخیر به یکی از چالش‌های اصلی جامعه جهانی تبدیل شده است. جنگ‌ها، درگیری‌های قومی، تغییرات اقلیمی و نابرابری‌های اقتصادی، میلیون‌ها انسان را مجبور به ترک خانه و کاشانه خود کرده و به دنبال پناهگاهی امن در سایر

کشورها هستند. آینده پناهندگی، با توجه به تداوم و تشدید این عوامل، مبهم و نگران‌کننده به نظر می‌رسد و نیازمند رویکردهای جدید و جامع‌تری برای مدیریت این بحران انسانی است. رسانه‌ها به عنوان یکی از ارکان اصلی اطلاع‌رسانی و شکل‌دهی افکار عمومی، نقشی حیاتی در بازنمایی پدیده پناهندگی و تأثیرگذاری بر نگرش‌ها و سیاست‌های مرتبط با آن ایفا می‌کنند. نحوه پوشش خبری و تصویری پناهجویان، می‌تواند هم به ایجاد همدلی و حمایت از آنان کمک کند و هم به تشدید ترس‌ها و بیگانه‌هراسی دامن بزند. از این رو، مسئولیت رسانه‌ها در قبال این موضوع، بسیار سنگین و تعیین‌کننده است. یکی از چالش‌های اصلی رسانه‌ها در پوشش اخبار پناهندگی، توازن میان ارائه واقعیت‌های تلخ و دردناک این پدیده و پرهیز از ایجاد تصویری منفی و کلیشه‌ای از پناهجویان است. تمرکز صرف بر جنبه‌های منفی، مانند جرایم و مشکلات اجتماعی، می‌تواند به تقویت پیش‌داوری‌ها و تبعیض علیه پناهجویان منجر شود. در مقابل، نادیده گرفتن چالش‌ها و مشکلات نیز، تصویری غیرواقعی و ساده‌انگارانه از این پدیده ارائه می‌دهد. در آینده، رسانه‌ها می‌توانند با اتخاذ رویکردهای نوآورانه و خلاقانه، نقش مؤثرتری در بهبود وضعیت پناهندگان ایفا کنند (مک‌کوئیل، ۱۳۸۵، ص. ۹۸). استفاده از فناوری‌های نوین، مانند واقعیت مجازی و واقعیت افزوده، می‌تواند به مخاطبان کمک کند تا شرایط زندگی پناهجویان را بهتر درک کرده و با آنان همدلی بیشتری داشته باشند. همچنین، روایت داستان‌های فردی پناهجویان و تمرکز بر تجربیات و امیدهای آنان، می‌تواند به انسانی‌سازی این پدیده و کاهش فاصله میان پناهجویان و جوامع میزبان کمک کند. علاوه بر این، رسانه‌ها می‌توانند با انجام تحقیقات مستقل و ارائه گزارش‌های تحلیلی، به شفاف‌سازی ابعاد مختلف پدیده پناهندگی و نقد سیاست‌های ناکارآمد در این زمینه بپردازند. این امر می‌تواند به ایجاد فشار بر دولت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی برای اتخاذ رویکردهای مسئولانه‌تر و انسانی‌تر در قبال پناهجویان منجر شود. همچنین، رسانه‌ها می‌توانند با ایجاد بسترهای گفت‌وگو و تبادل نظر میان پناهجویان، جوامع میزبان و سیاست‌گذاران، به حل مشکلات و چالش‌های موجود کمک کنند. در نهایت، آینده پناهندگی به شدت وابسته به نحوه عملکرد رسانه‌ها و میزان تعهد آنان به اصول اخلاقی و حرفه‌ای است. رسانه‌های مسئول و متعهد می‌توانند با ارائه تصویری

واقع‌بینانه، انسانی و امیدبخش از پناهندگی، به ایجاد جهانی عادلانه‌تر و مهربان‌تر برای همه انسان‌ها، به ویژه آسیب‌پذیرترین آنان، کمک کنند (کاظمی، ۱۳۹۷، ص. ۶۷).

۷. چشم‌انداز آینده سیاست‌های تقنینی، قضایی، اجرایی ایران پناهندگی و سیاست‌های پناهندگی چالش‌های پیش‌رو

چشم‌انداز آینده سیاست‌های پناهندگی و مهاجرت، موضوعی پیچیده و چندوجهی است که با تحولات جهانی، بحران‌های انسانی، و تغییرات اقلیمی گره خورده است. در دهه‌های اخیر، شاهد افزایش بی‌سابقه تعداد پناهجویان و مهاجران در سراسر جهان بوده‌ایم که این امر، فشار فزاینده‌ای بر سیستم‌های پناهندگی کشورها وارد کرده و چالش‌های متعددی را برای سیاست‌گذاران و جوامع میزبان ایجاد نموده است.

یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش‌رو، ناتوانی بسیاری از کشورها در ارائه حمایت‌های کافی و مؤثر به پناهجویان است. کمبود منابع مالی، زیرساخت‌های ناکافی، و دیوان‌سالاری‌های پیچیده، رسیدگی به درخواست‌های پناهندگی را طولانی و دشوار کرده و پناهجویان را در شرایط نامناسب و آسیب‌پذیری قرار می‌دهد. این امر، زمینه‌ساز بروز بحران‌های انسانی و نقض حقوق پناهندگان می‌شود.

از سوی دیگر، شاهد ظهور و تقویت جریان‌های راست افراطی و پوپولیستی در بسیاری از کشورها هستیم که با اتخاذ سیاست‌های ضد مهاجرتی و پناهندگی، سعی در محدود کردن ورود پناهجویان و اخراج آن‌ها دارند. این رویکرد، نه تنها به حل بحران پناهندگی کمکی نمی‌کند بلکه به تشدید تبعیض، نژادپرستی، و بیگانه‌هراسی دامن می‌زند و همبستگی اجتماعی را تضعیف می‌کند. چالش دیگر، عدم وجود چهارچوب حقوقی بین‌المللی جامع و الزام‌آور برای حمایت از پناهندگان است. کنوانسیون ۱۹۵۱ ژنو در مورد وضعیت پناهندگان، با وجود اهمیت تاریخی خود، پاسخگوی نیازهای امروز نیست و نیازمند بازنگری و تکمیل است. فقدان سازوکارهای مؤثر برای تقسیم مسئولیت بین کشورها و تضمین اجرای تعهدات بین‌المللی، یکی از موانع اصلی در مسیر حل بحران پناهندگی است. بالاین‌حال، در کنار چالش‌ها، فرصت‌هایی نیز برای بهبود سیاست‌های پناهندگی و ایجاد یک

نظام عادلانه‌تر و کارآمدتر وجود دارد. یکی از این فرصت‌ها، استفاده از فناوری‌های نوین برای تسهیل فرایند پناهندگی و ارائه خدمات بهتر به پناهجویان است. سامانه‌های دیجیتال می‌توانند در ثبت‌نام، بررسی درخواست‌ها، ارائه اطلاعات، و آموزش پناهجویان نقش مؤثری ایفا کنند. همچنین، تقویت همکاری‌های بین‌المللی و منطقه‌ای، می‌تواند به تقسیم عادلانه‌تر مسئولیت‌ها و هماهنگی بیشتر در سیاست‌های پناهندگی منجر شود. ایجاد صندوق‌های مشترک برای حمایت از پناهجویان، تبادل تجربیات و اطلاعات، و هماهنگی در مبارزه با قاچاق انسان، از جمله اقداماتی است که می‌تواند در این راستا انجام شود (Thielemann, 2018, p. 134).

علاوه بر این، توجه به علل ریشه‌ای مهاجرت و پناهندگی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. درگیری‌های مسلحانه، فقر، نابرابری، تغییرات اقلیمی، و نقض حقوق بشر، از جمله عواملی هستند که افراد را مجبور به ترک خانه و کاشانه خود می‌کنند. تلاش برای حل این مشکلات، می‌تواند به کاهش تعداد پناهجویان و مهاجران در بلندمدت کمک کند. در نهایت، تغییر نگرش جوامع میزبان نسبت به پناهجویان و مهاجران، یکی از مهم‌ترین عوامل در موفقیت سیاست‌های پناهندگی است. ترویج فرهنگ پذیرش، احترام به تنوع، و مبارزه با تبعیض و نژادپرستی، می‌تواند به ایجاد جوامعی فراگیر و همبسته کمک کند که در آن، پناهجویان و مهاجران به عنوان اعضای ارزشمند جامعه پذیرفته شوند. با توجه به شرایط کنونی و آینده پیش‌روی ایران، به نظر می‌رسد که سیاست‌های تقنینی، قضایی و اجرایی در حوزه پناهندگی با چالش‌های جدی مواجه است. در سال‌های اخیر، ایران به یکی از کشورهای مهم در زمینه میزبانی از پناهندگان تبدیل شده است. این موضوع نشان‌دهنده مسئولیت سنگین ایران در قبال این افراد و ضرورت بازنگری در سیاست‌های مرتبط با پناهندگی است. یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش‌روی ایران در این حوزه، کمبود منابع مالی و امکانات برای ارائه خدمات مناسب به پناهندگان است. این موضوع می‌تواند زمینه‌ساز مشکلات اجتماعی، اقتصادی و امنیتی برای هر دو طرف پناهندگان و جامعه میزبان شود؛ بنابراین، ضرورت دارد که دولت و دیگر نهادهای مرتبط، برنامه‌های جامع و پایداری را برای مدیریت این شرایط تدوین کنند.

از سوی دیگر، سیاست‌های تقنینی و قضایی ایران در حوزه پناهندگی نیازمند بازنگری

و هماهنگی بیشتر با استانداردهای بین‌المللی است. قوانین و مقررات موجود در این زمینه باید به‌گونه‌ای اصلاح شوند که ضمن حمایت از حقوق پناهندگان، امکان مدیریت مؤثرتر این حوزه را نیز فراهم آورند. این امر مستلزم همکاری نزدیک میان قوه‌های سه‌گانه و همچنین سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در این حوزه است. در بخش اجرایی، نیاز به تقویت و هماهنگی میان دستگاه‌های مختلف برای ارائه خدمات به پناهندگان وجود دارد. ایجاد یک سامانه جامع و یکپارچه برای مدیریت اطلاعات پناهندگان و همچنین هماهنگی میان دستگاه‌های اجرایی، قضایی و تقنینی می‌تواند در بهبود شرایط موجود مؤثر باشد. یکی دیگر از چالش‌های مهم در این حوزه، مسائل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با پناهندگان است. آموزش، بهداشت و اشتغال از جمله مواردی هستند که باید مورد توجه ویژه قرار گیرند تا پناهندگان بتوانند به‌صورت پایدار در جامعه ایران زندگی کنند. برنامه‌های آموزشی و فرهنگی می‌توانند در این زمینه نقش مهمی ایفا کنند. همچنین، همکاری‌های بین‌المللی در این حوزه نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. ایران می‌تواند با همکاری سازمان‌های بین‌المللی و کشورهای دیگر، از تجربیات و منابع آنها در بهبود شرایط پناهندگان بهره‌مند شود (مهرداد، ۱۳۸۰، ص. ۸۰). این همکاری‌ها می‌تواند در قالب کمک‌های مالی، فنی و آموزشی باشد. با توجه به آینده پیش‌روی ایران و تحولات احتمالی در منطقه، پیش‌بینی می‌شود که تعداد پناهندگان و افراد در معرض خطر افزایش یابد؛ بنابراین، ضرورت دارد که ایران از هم‌اکنون به فکر راهکارهای بلندمدت و پایدار برای مدیریت این شرایط باشد. در این راستا، تقویت ظرفیت‌های داخلی و بهره‌گیری از توانمندی‌های داخلی می‌تواند نقش مهمی در حل چالش‌های پیش‌رو داشته باشد. استفاده از ظرفیت‌های سازمان‌های مردم‌نهاد، بخش خصوصی و نهادهای دولتی می‌تواند به ارتقای خدمات ارائه شده به پناهندگان کمک کند. در نهایت، با توجه به اهمیت موضوع پناهندگی در آینده ایران، نیاز است که این موضوع به یک اولویت ملی تبدیل شود و همه دستگاه‌ها و نهادها در این زمینه همکاری و هماهنگی لازم را داشته باشند. با اتخاذ سیاست‌های مناسب و همکاری‌های داخلی و بین‌المللی، ایران می‌تواند در مدیریت شرایط پناهندگی موفق‌تر عمل کند. با تدوین و اجرای سیاست‌های جامع و هماهنگ، ایران می‌تواند زمینه‌های لازم را برای زندگی مناسب پناهندگان و همچنین

ارتقای شرایط جامعه میزبان را فراهم آورد. این امر نه تنها به نفع پناهندگان بلکه به سود جامعه ایرانی و تقویت جایگاه کشور در سطح بین‌المللی خواهد بود. چشم‌انداز آینده سیاست‌های پناهندگی، به میزان زیادی به توانایی ما در غلبه بر چالش‌های موجود و بهره‌گیری از فرصت‌های پیش‌رو بستگی دارد. ایجاد یک نظام پناهندگی عادلانه، کارآمد، و مبتنی بر حقوق بشر، نیازمند همکاری و تعهد همه بازیگران، از جمله دولت‌ها، سازمان‌های بین‌المللی، جامعه مدنی، و خود پناهجویان است (هاشمی، ۱۳۹۹، ص. ۷۸).

با اتخاذ رویکردهای نوآورانه، تقویت همکاری‌های بین‌المللی، و ترویج فرهنگ پذیرش، می‌توانیم به‌سوی آینده‌ای حرکت کنیم که در آن، حقوق و کرامت انسانی همه افراد، صرف‌نظر از وضعیت پناهندگی یا مهاجرت آن‌ها، تضمین شود.

۸. نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به گفتمان جهانی در مورد پناهندگی

رسانه‌ها به‌عنوان یکی از قدرتمندترین ابزارهای ارتباطی در عصر حاضر، نقشی بی‌بدیل در شکل‌دهی به افکار عمومی و هدایت گفتمان‌های جهانی ایفا می‌کنند. موضوع پناهندگی و مهاجرت نیز از این قاعده مستثنی نبوده و رسانه‌ها با پوشش خبری، تحلیل‌ها و گزارش‌های خود، تأثیری عمیق بر نگرش‌ها و سیاست‌گذاری‌ها در این حوزه دارند. یکی از مهم‌ترین کارکردهای رسانه‌ها در این زمینه، برجسته‌سازی ابعاد انسانی بحران پناهندگی است. رسانه‌ها با به تصویر کشیدن رنج‌ها، آوارگی‌ها و چالش‌های پیش‌روی پناهجویان، می‌توانند حس همدلی و همبستگی را در جوامع میزبان برانگیخته و زمینه را برای پذیرش و حمایت از پناهجویان فراهم کنند. با این حال، رسانه‌ها می‌توانند به‌طور ناخواسته یا عمدانه، به کلیشه‌سازی و منفی‌نمایی در مورد پناهجویان دامن بزنند. تمرکز بیش از حد بر جنبه‌های منفی مانند جرایم، تهدیدات امنیتی یا بار اقتصادی پناهجویان، می‌تواند منجر به ایجاد ترس، بیگانه‌هراسی و درنهایت، اتخاذ سیاست‌های سخت‌گیرانه در قبال پناهجویان شود. از سوی دیگر، رسانه‌ها با ارائه اطلاعات دقیق و بی‌طرفانه در مورد علل و ریشه‌های بحران پناهندگی، می‌توانند به درک عمیق‌تر این پدیده کمک کنند. بررسی عواملی مانند جنگ، فقر، تغییرات اقلیمی و نقض حقوق بشر که منجر به آوارگی و مهاجرت اجباری

می‌شوند، می‌تواند زمینه‌ساز اتخاذ رویکردهای جامع‌تر و پایدارتر در قبال پناهندگی باشد. رسانه‌های مستقل و متعهد به اصول اخلاقی، می‌توانند با نظارت بر عملکرد دولت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی در قبال پناهجویان، نقش مهمی در پاسخگو کردن آن‌ها ایفا کنند. افشای موارد نقض حقوق پناهجویان، سوءاستفاده‌ها و ناکارآمدی‌ها، می‌تواند به بهبود وضعیت پناهجویان و ارتقای استانداردهای بین‌المللی در این زمینه کمک کند. در عصر دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، شهروندان عادی نیز به تولیدکنندگان محتوا تبدیل شده‌اند و می‌توانند تجربیات، دیدگاه‌ها و روایت‌های خود را در مورد پناهندگی به اشتراک بگذارند. این امر می‌تواند به تکرر و تنوع صداها در گفتمان پناهندگی کمک کرده و از تسلط روایت‌های رسمی و یک‌جانبه جلوگیری کند (زارع، ۱۳۹۸، ص. ۶۷).

با این حال، فضای مجازی می‌تواند بستری برای انتشار اخبار جعلی، اطلاعات نادرست و نفرت‌پراکنی علیه پناهجویان باشد؛ بنابراین، سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی برای تشخیص سره از ناسره و مقابله با اطلاعات گمراه‌کننده در این فضا، امری ضروری است. رسانه‌ها می‌توانند با ترویج گفت‌وگو و تبادل نظر میان پناهجویان، جوامع میزبان و سیاست‌گذاران، به ایجاد درک متقابل و کاهش تنش‌ها کمک کنند. ایجاد فضایی برای شنیدن صدای پناهجویان و به رسمیت شناختن تجربیات آن‌ها، می‌تواند به بازسازی هویت و عاملیت آن‌ها در جامعه کمک کند. در نهایت، نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به گفتمان جهانی در مورد پناهندگی، نقشی دوسویه و پیچیده است. رسانه‌ها می‌توانند هم به عنوان ابزاری برای ایجاد همدلی، آگاهی‌بخشی و حمایت از پناهجویان عمل کنند و هم به عنوان عاملی برای تشدید تبعیض، بیگانه‌هراسی و اتخاذ سیاست‌های محدودکننده؛ بنابراین، مسئولیت بزرگی بر دوش رسانه‌ها و فعالان رسانه‌ای قرار دارد تا با اتخاذ رویکردی مسئولانه، اخلاقی و مبتنی بر واقعیت، به شکل‌گیری گفتمانی سازنده، انسانی و عادلانه در مورد پناهندگی کمک کنند (یوسفی، ۱۴۰۰، ص. ۶۷).

۹. بررسی اقدامات مشترک بین‌المللی و عملکرد قضایی ایران در حوزه حقوق پناهدگی

ایران به‌عنوان یکی از کشورهای عمده میزبان پناهندگان در جهان، دارای سیستم قضایی نسبتاً پیچیده‌ای است که به بررسی و رسیدگی به مسائل مربوط به پناهندگان می‌پردازد. این سیستم شامل دادگاه‌های عمومی، دادگاه‌های انقلاب و دیوان عالی کشور می‌شود که هر یک در حوزه‌های مختلف قضایی به وظایف خود عمل می‌کنند.

در حوزه حقوق پناهدگی، ایران بیشتر بر اساس قوانین و مقررات داخلی و بین‌المللی عمل می‌کند. قانون اساسی ایران در اصل ۱۴۱ به موضوع پناهندگان اشاره کرده و دولت را موظف به حمایت از پناهندگان دانسته است. همچنین، ایران به کنوانسیون ۱۹۵۱ پناهندگان و دستورالعمل ۱۹۶۷ آن پیوسته و موظف به رعایت مفاد این اسناد بین‌المللی است.

با این حال، علی‌رغم وجود این چهارچوب قانونی، پناهندگان در ایران با چالش‌های حقوقی متعددی مواجه هستند. یکی از مهم‌ترین مسائل، روند طولانی و پیچیده رسیدگی به درخواست‌های پناهدگی است. بسیاری از پناهندگان برای مدت طولانی در وضعیت بلاتکلیفی به‌سر می‌برند و نمی‌توانند به‌طور رسمی وضعیت پناهدگی خود را احراز کنند. علاوه بر این، دسترسی به خدمات قضایی برای پناهندگان اغلب با مشکلاتی همراه است. برخی از پناهندگان از آگاهی کافی در مورد حقوق و فرایندهای قضایی برخوردار نیستند و نمی‌توانند به‌طور مؤثر از حقوق خود استفاده کنند. همچنین، هزینه‌های حقوقی و وکالت برای بسیاری از پناهندگان قابل دسترس نیست. در سال‌های اخیر، شاهد تلاش‌هایی برای بهبود وضعیت پناهندگان در ایران بوده‌ایم. سازمان‌های بین‌المللی و غیردولتی مختلفی در همکاری با دولت ایران، برنامه‌هایی را برای حمایت از پناهندگان و ارتقای دانش حقوقی آنها اجرا کرده‌اند. این تلاش‌ها شامل برگزاری کارگاه‌های آموزشی، ارائه خدمات حقوقی رایگان و بهبود دسترسی به سیستم قضایی است. همچنین، همکاری‌های بین‌المللی می‌تواند نقش مهمی در بهبود وضعیت پناهندگان در ایران ایفا کند (کاظمی، ۱۳۹۷، ص. ۶۷). سازمان‌های بین‌المللی و کشورهای دیگر می‌توانند از طریق ارائه کمک‌های فنی، مالی و حقوقی، به ایران در حل مشکلات پناهندگان کمک کنند. پناهدگی، به‌عنوان پدیده‌ای دیرینه و پیچیده، همواره

با چالش‌های متعددی برای پناجویان و کشورهای پذیرنده همراه بوده است. در دهه‌های اخیر، با افزایش درگیری‌های منطقه‌ای، تغییرات اقلیمی و نابرابری‌های اقتصادی، شاهد رشد فزاینده‌ای در تعداد پناجویان و مهاجران اجباری در سراسر جهان هستیم. این امر، ضرورت همکاری‌های بین‌المللی و اقدامات مشترک را در راستای مدیریت بهینه بحران پناهندگی بیش‌ازپیش آشکار می‌سازد. یکی از مهم‌ترین دلایل اهمیت همکاری بین‌المللی، ناتوانی کشورها در مواجهه با حجم عظیم پناجویان است. بسیاری از کشورهای هم‌مرز با مناطق بحران‌زده، به‌تنهایی قادر به تأمین نیازهای اولیه پناجویان، از جمله سرپناه، غذا، بهداشت و آموزش نیستند. توزیع عادلانه مسئولیت‌ها و تقسیم بار مالی و لجستیکی میان کشورها، می‌تواند به کاهش فشار بر کشورهای خط مقدم و بهبود شرایط زندگی پناجویان کمک کند. علاوه‌براین، همکاری‌های بین‌المللی می‌تواند به ایجاد راه‌حل‌های پایدار برای بحران پناهندگی منجر شود. این راه‌حل‌ها می‌توانند شامل تلاش‌های سیاسی برای حل مناقشات، کمک به توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورهای مبدأ، و ایجاد مسیرهای امن و قانونی برای مهاجرت باشند. بدون همکاری و هماهنگی میان کشورها، دستیابی به چنین راه‌حل‌هایی دشوار و حتی غیرممکن خواهد بود. همکاری‌های بین‌المللی همچنین می‌تواند به مبارزه با قاچاق انسان و سوءاستفاده از پناجویان کمک کند. قاچاقچیان انسان، از آسیب‌پذیری پناجویان سوءاستفاده کرده و آن‌ها را در معرض خطرهای جدی قرار می‌دهند. تبادل اطلاعات، همکاری‌های قضایی و انتظامی، و تقویت مرزها می‌تواند به کاهش فعالیت‌های قاچاقچیان و حفاظت از پناجویان در برابر استثمار و خشونت کمک کند. یکی دیگر از جنبه‌های مهم همکاری بین‌المللی، ایجاد چهارچوب‌های حقوقی و هنجاری مشترک برای حمایت از پناجویان است. کنوانسیون ۱۹۵۱ ژنو و دستورالعمل ۱۹۶۷ آن، مبنای اصلی حقوق بین‌الملل پناهندگان را تشکیل می‌دهند. با این حال، تفسیر و اجرای این کنوانسیون در کشورهای مختلف، متفاوت است. همکاری‌های بین‌المللی می‌تواند به ایجاد رویه‌های مشترک و هماهنگ در زمینه پذیرش، اسکان، و ادغام پناجویان کمک کند. همکاری‌های بین‌المللی در زمینه پناهندگی، تنها به دولت‌ها محدود نمی‌شود. سازمان‌های بین‌المللی، مانند کمیساریای عالی پناهندگان سازمان ملل (UNHCR)، نقش مهمی در

هماهنگی تلاش‌های بین‌المللی، ارائه کمک‌های بشردوستانه، و حمایت از حقوق پناجویان ایفا می‌کنند. سازمان‌های غیردولتی (NGO) نیز با ارائه خدمات مستقیم به پناجویان، آموزش، و آگاهی‌رسانی، نقش مکملی را در این زمینه ایفا می‌کنند. همکاری‌های منطقه‌ای نیز می‌تواند به عنوان یک رویکرد مؤثر در مدیریت بحران پناهندگی مورد توجه قرار گیرد. کشورهای همسایه که با چالش‌های مشترکی در زمینه پناهندگی مواجه هستند، می‌توانند با ایجاد سازوکارهای منطقه‌ای، به تبادل تجربیات، هماهنگی سیاست‌ها، و تقسیم مسئولیت‌ها بپردازند (Gomez, 2021, p. 34).

یکی از چالش‌های پیش روی همکاری‌های بین‌المللی، عدم تمایل برخی کشورها به پذیرش مسئولیت‌های بیشتر در قبال پناجویان است. این امر می‌تواند ناشی از نگرانی‌های امنیتی، اقتصادی، یا اجتماعی باشد. با این حال، باید توجه داشت که عدم همکاری و مسئولیت‌پذیری، در نهایت به بی‌ثباتی بیشتر و افزایش بحران پناهندگی منجر خواهد شد. برای تقویت همکاری‌های بین‌المللی، نیاز به ایجاد اعتماد متقابل، تقویت دیپلماسی، و افزایش آگاهی عمومی در مورد مسائل پناهندگی است. رسانه‌ها، نهادهای آموزشی، و جامعه مدنی می‌توانند نقش مهمی در ترویج فرهنگ همبستگی و حمایت از پناجویان ایفا کنند. در نهایت، باید تأکید کرد که همکاری بین‌المللی و اقدامات مشترک در زمینه پناهندگی، نه تنها یک ضرورت اخلاقی و انسانی بلکه یک ضرورت امنیتی و اقتصادی نیز محسوب می‌شود. با همکاری و همبستگی، می‌توان به ایجاد جهانی عادلانه‌تر و امن‌تر برای همه، از جمله پناجویان، کمک کرد (Thompson, 2020, p. 98).

۱۰. بررسی حقوقی پدیده بیگانه‌هراسی و اسلام‌هراسی در پرتو اسناد بین‌المللی حقوق بشر

رسانه‌ها به عنوان یکی از قدرتمندترین ابزارهای شکل‌دهی افکار عمومی، نقشی بی‌بدیل در بازنمایی پناهندگان و مسائل مربوط به پناهندگی ایفا می‌کنند. تصویری که رسانه‌ها از پناهندگان ارائه می‌دهند، می‌تواند به طور مستقیم بر نگرش جامعه میزبان نسبت به آن‌ها و در نتیجه، بر سیاست‌های مهاجرتی و ادغام اجتماعی پناهندگان تأثیر بگذارد. متأسفانه، در

بسیاری از موارد، شاهد بازتولید کلیشه‌ها و سوگیری‌های منفی در مورد پناهندگان در رسانه‌ها هستیم. این کلیشه‌ها اغلب پناهندگان را به‌عنوان افرادی نیازمند، وابسته، تهدیدی برای امنیت و فرهنگ جامعه میزبان یا حتی مجرم و تروریست به تصویر می‌کشند. چنین بازنمایی‌هایی می‌تواند منجر به افزایش ترس، بیگانه‌هراسی و تبعیض علیه پناهندگان شود و روند ادغام آن‌ها در جامعه را با مشکل مواجه کند. درمقابل، رسانه‌هایی که رویکردی مسئولانه و مبتنی بر واقعیت دارند، می‌توانند نقش مهمی در مبارزه با این کلیشه‌ها و سوگیری‌ها ایفا کنند. یکی از راه‌های مؤثر برای مبارزه با کلیشه‌ها، ارائه روایت‌های انسانی و فردی از زندگی پناهندگان است. به‌جای تمرکز صرف بر آمار و ارقام و مسائل کلان، رسانه‌ها می‌توانند با به تصویر کشیدن داستان‌های واقعی پناهندگان، تجربیات، امیدها، آرزوها و چالش‌های آن‌ها را به مخاطبان نشان دهند. این امر می‌تواند به ایجاد همدلی و درک متقابل بین جامعه میزبان و پناهندگان کمک کند و زمینه‌ساز پذیرش و ادغام بهتر آن‌ها شود. علاوه‌براین، رسانه‌ها می‌توانند با ارائه اطلاعات دقیق و مستند در مورد علل و پیامدهای پناهندگی، به افزایش آگاهی عمومی در این زمینه کمک کنند (الیاسی، ۱۳۸۶، ص. ۶۷). بسیاری از کلیشه‌ها و سوگیری‌ها در مورد پناهندگان ناشی از ناآگاهی و اطلاعات نادرست است. رسانه‌ها می‌توانند با ارائه تحلیل‌های کارشناسی و گزارش‌های تحقیقی، به روشن شدن ابعاد مختلف پدیده پناهندگی و رفع ابهامات و سوءتفاهم‌ها کمک کنند. همچنین، رسانه‌ها می‌توانند با برجسته کردن نقش مثبت و سازنده پناهندگان در جامعه میزبان، به مقابله با کلیشه‌های منفی بپردازند. پناهندگان اغلب با خود مهارت‌ها، دانش و تجربیات ارزشمندی به همراه می‌آورند که می‌تواند به توسعه و پیشرفت جامعه میزبان کمک کند. رسانه‌ها می‌توانند با معرفی پناهندگان موفق، کارآفرین، هنرمند و فعال اجتماعی، تصویری واقعی‌تر و متعادل‌تر از آن‌ها ارائه دهند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۶، ص. ۵۶).

البته، مبارزه با کلیشه‌ها و سوگیری‌ها در مورد پناهندگان تنها وظیفه رسانه‌ها نیست. سیاست‌گذاران، نهادهای مدنی، سازمان‌های بین‌المللی و تک‌تک افراد جامعه نیز در این زمینه مسئولیت دارند. با این حال، رسانه‌ها به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بازیگران عرصه عمومی، می‌توانند نقش پیشگام و مؤثری در این مبارزه ایفا کنند. برای ایفای این نقش، رسانه‌ها باید

از اصول اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری پیروی کنند و از انتشار اخبار و گزارش‌های غیرمستند، جانبدارانه و تحریک‌آمیز خودداری کنند. همچنین، باید از به کار بردن زبان و ادبیات تبعیض‌آمیز و کلیشه‌ای پرهیز کنند و به جای آن، از زبانی دقیق، بی‌طرف و انسانی استفاده کنند. علاوه بر این، رسانه‌ها باید به تنوع دیدگاه‌ها و تجربیات پناهندگان توجه کنند و از ارائه تصویری یکدست و همگن از آن‌ها خودداری کنند. پناهندگان از پیشینه‌ها، فرهنگ‌ها، مذاهب و ملیت‌های مختلفی می‌آیند و هر کدام داستان و تجربه منحصر به فرد خود را دارند. رسانه‌ها باید این تنوع را به رسمیت بشناسند و به صدای همه پناهندگان، به ویژه گروه‌های آسیب‌پذیرتر مانند زنان، کودکان و اقلیت‌ها، گوش دهند. در نهایت، رسانه‌ها می‌توانند با ایجاد بستری برای گفت‌وگو و تعامل بین پناهندگان و جامعه میزبان، به تقویت همبستگی اجتماعی و کاهش تنش‌ها و سوء تفاهم‌ها کمک کنند. برگزاری میزگردها، نشست‌های خبری، برنامه‌های گفت‌وگومحور و انتشار مطالب مشترک می‌تواند فرصتی برای تبادل نظر، به اشتراک گذاشتن تجربیات و ایجاد درک متقابل فراهم کند. در مجموع، رسانه‌ها با اتخاذ رویکردی مسئولانه، انسانی و مبتنی بر واقعیت، می‌توانند نقش مهمی در مبارزه با کلیشه‌ها و سوگیری‌ها در مورد پناهندگان ایفا کنند و زمینه‌ساز ایجاد جامعه‌ای پذیرا تر، عادلانه‌تر و انسانی‌تر برای همه، از جمله پناهندگان، شوند (حسینی، ۱۳۹۶، ص. ۱۰۰).

بیگانه‌هراسی و اسلام‌هراسی دو پدیده‌ای هستند که در سال‌های اخیر به طور فزاینده‌ای در جوامع مختلف ظهور یافته‌اند. این پدیده‌ها به عنوان یک مشکل جدی در حوزه حقوق بشر شناخته شده‌اند و تأثیرات منفی قابل توجهی بر افراد و جوامع دارند. در این مقاله، ما به بررسی حقوقی پدیده بیگانه‌هراسی و اسلام‌هراسی در پرتو اسناد بین‌المللی حقوق بشر می‌پردازیم. یکی از اصول اساسی حقوق بشر، اصل عدم تبعیض است که در ماده ۲ اعلامیه جهانی حقوق بشر و ماده ۲ میثاق بین‌المللی حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مورد تأکید قرار گرفته است. این اصل بیان می‌کند که همه افراد بدون توجه به نژاد، رنگ، جنس، زبان، دین، عقیده سیاسی یا هر عقیده دیگری، منشأ ملی یا اجتماعی، مالکیت، تولد یا هر وضعیت دیگری، از حقوق و آزادی‌های یکسان برخوردارند (الیاسی، ۱۳۸۶، ص. ۹۷).

بیگانه‌هراسی و اسلام‌هراسی دو پدیده اجتماعی و فرهنگی هستند که در جوامع مختلف

به ویژه در کشورهای غربی به شدت مورد توجه قرار گرفته‌اند. این دو پدیده اغلب به یکدیگر مرتبط هستند و در بسیاری از موارد، افراد یا گروه‌هایی که نسبت به بیگانه‌ها و به‌ویژه مهاجران مواضع منفی دارند، ممکن است به‌صورت خاص نسبت به اسلام و مسلمانان نیز مواضع خصمانه‌ای اتخاذ کنند. یکی از دلایل عمده بیگانه‌هراسی و اسلام‌هراسی، ترس از تغییر و ناشناخته‌ها است. افراد ممکن است نسبت به چیزهایی که با آن‌ها آشنایی ندارند، احساس خطر کنند و این ترس می‌تواند به‌صورت خصومت و پرخاشگری نسبت به گروه‌های خاصی از افراد که به‌عنوان «دیگران» شناخته می‌شوند، بروز کند. رسانه‌ها نیز در گسترش بیگانه‌هراسی و اسلام‌هراسی نقش مهمی دارند. گاه، گزارش‌های خبری و مطالب منتشر شده در رسانه‌ها، تصویری منفی و مغرضانه از بیگانه‌ها و به‌ویژه مسلمانان ارائه می‌دهند که می‌تواند به تقویت مواضع منفی نسبت به این گروه‌ها کمک کند. تروریسم و افراط‌گرایی نیز از دیگر عوامل مؤثر در گسترش اسلام‌هراسی هستند. اقدامات تروریستی که توسط برخی گروه‌های افراطی انجام می‌شود، اغلب به مسلمانان به‌عنوان یک کل نسبت داده می‌شود و این می‌تواند منجر به تقویت مواضع منفی و خصمانه نسبت به این دین و پیروان آن شود. اسلام‌هراسی و بیگانه‌هراسی با حقوق بشر و ارزش‌های مردم‌سالارانه در تضاد هستند. این پدیده‌ها می‌توانند به انزوای جوامع، نقض حقوق اساسی، و تضعیف بافت اجتماعی منجر شوند. مبارزه با این ترس‌ها نیازمند آموزش، گفتگوی بین‌فرهنگی، و تلاش‌های مداوم برای ترویج درک و پذیرش تنوع است. اسلام‌هراسی و بیگانه‌هراسی در میان مهاجران به‌طور قابل‌توجهی تأثیرگذار است و می‌تواند تجربه آن‌ها را در جوامع جدید پیچیده‌تر کند. مهاجران مسلمان، به‌ویژه، با چالش‌های منحصر به فردی مواجه هستند که ناشی از همپوشانی این دو پدیده است. مبارزه با اسلام‌هراسی و بیگانه‌هراسی در میان مهاجران نیازمند تلاش‌های جمعی از سوی جوامع میزبان، سازمان‌های دولتی، و گروه‌های مهاجرتی است. ایجاد جوامعی فراگیرتر و پذیراتر، نه تنها به نفع مهاجران بلکه به نفع کل جامعه است؛ زیرا تنوع فرهنگی و مذهبی را ارج می‌نهد و به تقویت بافت اجتماعی کمک می‌کند (عیوضی و فلاح حسینی، ۱۳۹۶، ص. ۷۶).

نتیجه‌گیری

رسانه‌ها نقشی حیاتی در شکل‌دهی افکار عمومی و در نتیجه، سیاست‌گذاری‌های مرتبط با پناهندگان ایفا می‌کنند. نحوه بازنمایی پناهندگان در رسانه‌ها می‌تواند به ایجاد همدلی و حمایت یا برعکس، به تشدید بیگانه‌هراسی و ترس منجر شود؛ بنابراین، بررسی دقیق گفتمان رسانه‌ای در مورد پناهندگان و تأثیر آن بر سیاست‌گذاران، امری ضروری است. این پژوهش با هدف بررسی این رابطه پیچیده و ارائه راهکارهایی برای ایجاد گفتمانی سازنده‌تر انجام می‌شود. یکی از چالش‌های اساسی در این زمینه، تمایل برخی رسانه‌ها به استفاده از زبانی احساسی و کلیشه‌ای در مورد پناهندگان است. این امر می‌تواند به ساده‌سازی بیش از حد مسائل پیچیده و نادیده گرفتن تنوع تجربیات پناهندگان منجر شود؛ به‌عنوان مثال، استفاده مکرر از عباراتی مانند «موج پناهندگان» یا «بحران پناهندگی» می‌تواند تصویری تهدیدآمیز و خارج از کنترل از پناهندگان ارائه دهد و به تشدید نگرانی‌های عمومی دامن بزند. سیاست‌گذاران نیز تحت تأثیر گفتمان رسانه‌ای قرار دارند و ممکن است تصمیمات خود را بر اساس اطلاعات ناقص یا جهت‌دار اتخاذ کنند. در شرایطی که رسانه‌ها تصویری منفی از پناهندگان ارائه می‌دهند، سیاست‌گذاران ممکن است تحت فشار افکار عمومی، سیاست‌های سخت‌گیرانه‌تری را در قبال پناهندگان اتخاذ کنند. این امر می‌تواند به نقض حقوق پناهندگان و ایجاد چرخه‌ای معیوب از بازنمایی منفی و سیاست‌های محدودکننده منجر شود.

برای ایجاد گفتمانی سازنده‌تر، ضروری است که رسانه‌ها به اصول روزنامه‌نگاری حرفه‌ای پایبند باشند و از بازنمایی‌های کلیشه‌ای و احساسی پرهیز کنند. ارائه اطلاعات دقیق و بی‌طرفانه، توجه به تنوع تجربیات پناهندگان، و پرهیز از زبانی که به بیگانه‌هراسی دامن می‌زند، از جمله اقداماتی است که رسانه‌ها می‌توانند در این راستا انجام دهند. جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان یکی از کشورهای عمده میزبان پناهندگان در منطقه، با چالش‌های حقوقی و اجرایی متعددی در حوزه پناهندگی مواجه است. این کشور از سال‌ها پیش، شاهد حضور گسترده پناهندگان از کشورهای همسایه، به‌ویژه افغانستان و عراق، بوده است. سیاست‌های تقنینی، قضایی و اجرایی ایران در این حوزه، تحت تأثیر عوامل مختلف داخلی و بین‌المللی

قرار داشته است. در بعد تقنینی، ایران با تصویب قانون پناهندگی در سال ۱۳۷۱، گام مهمی در ساماندهی وضعیت پناهندگان برداشت. این قانون، شرایط پناهندگی، حقوق پناهندگان و همچنین وظایف دولت را در قبال آنان مشخص کرد. با این حال، برخی از مواد این قانون با استانداردهای بین‌المللی پناهندگی فاصله دارد و نیاز به بازنگری و اصلاح دارد. در حوزه قضایی، عملکرد دستگاه قضایی ایران در رسیدگی به پرونده‌های پناهندگان، با چالش‌های متعددی مواجه است. یکی از مهم‌ترین مشکلات، کمبود ظرفیت‌های قانونی و تخصصی برای رسیدگی به پرونده‌های پناهندگی است. همچنین، در برخی موارد، پناهندگان با موانع دسترسی به عدالت و حمایت‌های قانونی مواجه بوده‌اند. از منظر اجرایی، سازمان‌ها و نهادهای دولتی مختلفی در ایران مسئولیت رسیدگی به امور پناهندگان را بر عهده دارند. این سازمان‌ها شامل وزارت کشور، سازمان بهزیستی، و کمیساریای عالی پناهندگان سازمان ملل متحد (UNHCR) می‌باشد. با این حال، هماهنگی و همکاری بین این نهادها، همواره با چالش‌هایی همراه بوده است. یکی از چالش‌های مهم پیش‌روی سیاست‌های پناهندگی ایران، مسئله بازگشت داوطلبانه پناهندگان است. برنامه‌های بازگشت داوطلبانه، با هدف تسهیل بازگشت امن و داوطلبانه پناهندگان به کشورهای مبدأ خود، همواره با موانعی مواجه بوده است. از جمله این موانع، وضعیت امنیتی در کشورهای مبدأ و عدم تمایل برخی پناهندگان به بازگشت است. در سال‌های اخیر، ایران با فشارهای بین‌المللی برای بهبود وضعیت پناهندگان، به‌ویژه از سوی سازمان ملل متحد و اتحادیه اروپا، مواجه بوده است. این فشارها، منجر به برخی اقدامات اصلاحی در سیاست‌های پناهندگی ایران شده است؛ اما همچنان نیاز به تلاش‌های بیشتر وجود دارد. همچنین، تحریم‌های اقتصادی علیه ایران، تأثیر منفی بر وضعیت پناهندگان داشته است. کاهش منابع مالی و افزایش هزینه‌های زندگی، باعث شده است که پناهندگان با مشکلات معیشتی بیشتری مواجه شوند. در این شرایط، حمایت‌های بین‌المللی و داخلی از پناهندگان، اهمیت بیشتری یافته است. با توجه به چالش‌های پیش‌رو، اصلاح و تقویت سیاست‌های تقنینی، قضایی و اجرایی پناهندگی در ایران ضروری به نظر می‌رسد. این اصلاحات باید با در نظر گرفتن استانداردهای بین‌المللی پناهندگی و نیازهای واقعی پناهندگان صورت پذیرد. در نهایت، بهبود وضعیت پناهندگان در ایران مستلزم

همکاری و هماهنگی میان نهادهای دولتی، سازمان‌های بین‌المللی و جامعه مدنی است. با تقویت این همکاری‌ها و اصلاح سیاست‌های موجود، می‌توان به سمت مدیریت بهتر مسائل پناهندگی و ارتقای وضعیت زندگی پناهندگان در ایران گام برداشت. سیاست‌گذاران نیز باید با اتخاذ رویکردی مبتنی بر شواهد و حقوق بشر، از تأثیرپذیری بیش‌ازحد از گفتمان رسانه‌ای پرهیز کنند. برقراری ارتباط مستقیم با پناهندگان و سازمان‌های فعال در این حوزه، می‌تواند به سیاست‌گذاران کمک کند تا درک عمیق‌تری از مسائل و چالش‌های پناهندگان پیدا کنند و سیاست‌هایی عادلانه‌تر و مؤثرتر اتخاذ کنند. همچنین، آموزش و آگاهی‌بخشی به جامعه در مورد مسائل پناهندگان، می‌تواند به کاهش ترس و بیگانه‌هراسی و ایجاد زمینه‌ای برای گفتگوی سازنده بین شهروندان، پناهندگان و سیاست‌گذاران کمک کند. این امر می‌تواند از طریق برنامه‌های آموزشی در مدارس و دانشگاه‌ها، کارزارهای رسانه‌ای، و فعالیت‌های سازمان‌های مردم‌نهاد انجام شود. درنهایت، ایجاد گفتمانی سازنده در مورد پناهندگان، نیازمند همکاری و تعامل مستمر بین رسانه‌ها، سیاست‌گذاران، پناهندگان و جامعه مدنی است. با اتخاذ رویکردی مبتنی بر احترام، همدلی و حقوق بشر، می‌توان به ایجاد جامعه‌ای پذیرا تر و عادلانه‌تر برای همه، از جمله پناهندگان، کمک کرد. رسانه‌ها، سیاست‌گذاران، و پناهندگان در یک گفتمان سازنده و تعاملی، می‌توانند به ایجاد تحول در سیاست‌های پناهندگی کمک کنند. این مقاله نشان داد که رسانه‌ها با قدرت بی‌نظیر خود در شکل‌دهی به افکار عمومی، می‌توانند پلی بین جوامع میزبان و پناهندگان ایجاد کنند. تحلیل محتوای رسانه‌ای آشکار ساخت که گزارش‌های دقیق و انسان‌دوستانه می‌توانند آگاهی عمومی را افزایش دهند، کلیشه‌ها را از بین ببرند، و همدلی را در بین مخاطبان ترویج کنند. مطالعات موردی نیز نشان داد که تعامل رسانه‌ها با سیاست‌گذاران می‌تواند به جلب توجه به مسائل پناهندگان و ایجاد تغییر در سیاست‌ها منجر شود. با این حال، چالش‌هایی نیز وجود دارد. رسانه‌ها باید مسئولیت‌پذیر باشند و از گزارش‌های نادرست یا جانبدارانه خودداری کنند. سیاست‌گذاران باید به صدای رسانه‌ها و پناهندگان گوش دهند و تعادل ظریفی بین امنیت ملی و حقوق بشر برقرار کنند. درعین حال، پناهندگان نیز باید فرصت‌های گفتگو و مشارکت را غنیمت بشمارند تا صدای آنها شنیده شود. در مجموع، این تحقیق بر اهمیت گفتمان سازنده تأکید دارد. این

گفتمان می‌تواند به ایجاد درک متقابل، احترام به حقوق بشر و درنهایت، سیاست‌های پناهندگی منجر شود که هم به پناهندگان کمک می‌کند و هم به جوامع میزبان. با ادامه این گفتمان و همکاری بین رسانه‌ها، سیاست‌گذاران، و پناهندگان، می‌توانیم به سمت یک جهان عادلانه‌تر و انسان‌دوستانه‌تر حرکت کنیم، جهانی که در آن حقوق همه افراد، صرف‌نظر از وضعیت مهاجرتی آنها، محترم شمرده شود. این مقاله دعوتی است برای ادامه این گفتمان و اقدامات عملی برای ایجاد تغییر مثبت در زندگی پناهندگان. درنهایت، مقابله با بیگانه‌هراسی و اسلام‌هراسی نیازمند رویکردی جامع و چندجانبه است. در این راستا، کشورها، سازمان‌های بین‌المللی و جامعه مدنی باید با همکاری یکدیگر، تدابیر لازم را برای پیشگیری و مقابله با این پدیده‌ها اتخاذ کنند و از حقوق و آزادی‌های همه افراد، بدون توجه به نژاد، رنگ، جنس، زبان، دین، عقیده سیاسی یا هر عقیده دیگری، دفاع کنند.

پیشنهادهای

تشویق رسانه‌ها به ارائه آموزش در مورد حقوق پناهندگان و چالش‌های مرتبط، می‌تواند به بهبود درک عمومی کمک کند.

اطمینان از مشارکت فعال پناهندگان در گفتمان رسانه‌ای و فرایند سیاست‌گذاری، برای ایجاد سیاست‌هایی که به نیازهای واقعی آنها پاسخ می‌دهد، ضروری است. ترویج همکاری بین کشورها و سازمان‌های بین‌المللی برای به اشتراک‌گذاری بهترین شیوه‌ها و ایجاد راه‌حل‌های پایدارتر برای بحران‌های مهاجرتی.

کتابنامه

آشتیانی، محمدحسین (۱۳۹۸). *رسانه‌ها و سیاست‌های پناهندگی: مطالعه موردی ایران*. تهران: دانشگاه تهران.

آقاسی، محمد (۱۳۹۷). *افکار عمومی و شبکه‌های مجازی*. تهران: مرکز افکار‌سنجی دانشجویان ایران.

احمدی، رضا (۱۳۹۷). *حقوق پناهندگان در ایران: چالش‌ها و راهکار*. تهران: میزان.

- الیاسی، محمدحسین (۱۳۸۶). مبانی نظری و عملی رسانه اثر بخش و کارآمد. فصلنامه عملیات روانی معاونت فرهنگی سپاه تهران، شماره ۱۷.
- حسینی، سیدمحمد (۱۳۹۶). سیاست‌های پناهندگی در ایران: یک بررسی انتقادی. تهران: سازمان سمت.
- رضایی، زهرا (۱۳۹۹). تأثیر رسانه‌ها بر درک عمومی از پناهندگان. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- رفیع‌پور، فرامر (۱۳۷۸). وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش‌های اجتماعی. تهران: بی‌نا.
- زارع، مریم (۱۳۹۸). ادغام پناهندگان در ایران: چالش‌ها و راهبردها. تهران: دانشگاه الزهراء(س).
- سعیدی، فاطمه (۱۳۹۸). بازنمایی رسانه‌ای پناهندگان در ایران: مطالعه‌ای در گفتمان رسانه‌ای و پیامدهای اجتماعی آن. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- عیوضی، محمدرحیم و فلاح حسینی، مهسا (۱۳۹۶). اسلام‌هراسی و سناریوهای پیش‌روی آن. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات سیاسی جهان اسلام، سال ششم، شماره ۲۳.
- فرهنگی، علی‌اکبر و نعمتی انارکی، داود (۱۳۹۴). رسانه و خبر، برخی دیدگاه‌های غالب و انتقادی. تهران: دانشگاه صدا و سیما.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۶). قدرت ارتباطات؛ ترجمه حسین بصیریان جهرمی. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- کاظمی، فاطمه (۱۳۹۷). تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر درک عمومی از پناهندگان. مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد.
- لازار، ژودیت (۱۳۸۰). افکار عمومی؛ ترجمه مرتضی کتبی. تهران: نشر نی.
- محمدی، علی (۱۴۰۰). رسانه‌ها و ادغام پناهندگان: مطالعه موردی شهر تهران. تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- معمدنژاد، کاظم (۱۳۷۱). وسایل ارتباط جمعی. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- مک‌کوئیل، دنیس (۱۳۸۵). درآمدی بر نظریه‌های ارتباط جمعی؛ ترجمه پرویز اجاللی. تهران: مرکز مطالعات رسانه‌ها اداره پست.

مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۶). *نظریه‌های رسانه؛ اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: همشهری.

مهرداد، هرمز (۱۳۸۰). *نقدی بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی*. تهران: مؤسسه فرهنگی - پژوهشی فاراد.

نادری، مهدی (۱۳۹۸). *حقوق بشر و پناهندگان: یک بررسی حقوقی*. قم: دانشگاه مفید.
هاشمی، حسین (۱۳۹۹). *سیاست‌های پناهندگی در جهان: یک بررسی مقایسه‌ای*. اصفهان: دانشگاه اصفهان.

یوسفی، محسن (۱۴۰۰). *رسانه‌ها و حقوق پناهندگان: یک مطالعه کیفی*. تهران: دانشگاه تربیت مدرس.

Anderson, James & Barova, Elena (2021). *Media, Migration, and the European Refugee Crisis*, Brill.

Brown, Michael & Gonzalez, Maria (2020). *Refugee Integration: A Comprehensive Approach*, Cambridge University Press.

Cameron, David (2022). *Refugee Rights and International Law*, Oxford University Press.

Chouliaraki, L., & Zaborowski, R. (2017). Voice and community in the coverage of the refugee crisis: A content analysis of news in 8 European countries. *International Communication Gazette*, 79(6-7), 613-635.

Gomez, Carlos & Martinez, Sofia (2021). *The Media and the Migration Crisis: A Transnational Perspective*, The Media and the Migration Crisis: A Transnational Perspective.

Johnson, Emma & Smith, John (2021). *Media and Refugee Policy: The Power of Narrative in Shaping Public Opinion*, Routledge.

Miller, Sarah (2019). *The Role of Media in Shaping Public Perception of Refugees*, Springer.

Thielemann, E. (2018). Why Asylum Policy Harmonization Undermines Refugee Burden-Sharing. *European Journal of Migration and Law*, 20(1), 1-20.

Thompson, Mark & Lee, Jennifer (2020). *Refugee Integration in Practice: Case Studies from Europe and North America*, University of Toronto Press.

Media, Policymakers, and Refugees: Constructive Discourse for Change

Sabri Khaledian¹
Ghobad Kazemi²
Sasan Rezaei Fard³

Abstract

The refugee issue is one of the complex challenges of today's world that requires cooperation between different actors. In this regard, the media and policymakers play a vital role in shaping public opinion and policies related to refugees. Creating a constructive and reality-based discourse can pave the way for change in this area. The aim of this article is to examine the role of the media in shaping public perceptions of refugees and its impact on refugee policymaking. The main hypothesis is that constructive and interactive discourse between the media, policymakers, and refugees can lead to the creation of policies that both respect the rights of refugees and respond to the concerns of host communities. The research method of the article is library-based. The results show that by presenting personal stories, the media can raise public awareness and challenge stereotypes. This, in turn, can influence policymakers and lead to more equitable refugee policies. Creating positive and lasting change on the refugee issue requires a shift from confrontational discourses to constructive and multifaceted discourses. By playing their responsible role and focusing on the facts, the media and policymakers can facilitate this change and help create inclusive and socially cohesive societies.

Keywords: Media, Refugees, Policymakers, Discourse.

1- PhD student, Department of Law, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran
Sabrikhaledi456@gmail.com

2 - Assistant Professor, Department of Law, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran (corresponding author) Kazemi7879@yao.com

3 - Assistant Professor, Department of Law, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran Esasan1368@gmail.com

Supervisory Models and Regulatory Frameworks for Utility Tokens in the Iranian Public Law System

Rasool Karami Moghadam¹

Abstract

This study aims to examine supervisory models and regulatory frameworks applicable to utility tokens, with a particular focus on Iran's public law system. Employing a descriptive-analytical method, the research analyzes existing regulatory patterns to assess the potential for localizing effective governance models. The findings reveal that Iran's current regulatory architecture is fragmented, lacking institutional coherence and synergy. In contrast, global approaches vary significantly: the European Union has adopted a proactive and harmonized framework, the United States relies on case-specific interventions by multiple agencies, and China emphasizes centralized control and the promotion of a national digital currency. The research underscores the urgent need for Iran to adopt a comprehensive framework rooted in public law principles and digital governance, capable of fostering innovation while mitigating associated risks. In this regard, adapting the EU's 2023 Markets in Crypto-Assets (MiCA) regulation to Iran's domestic context could offer a robust foundation for regulating fungible tokens. Although utility tokens were initially designed to facilitate digital currencies, their scope has expanded into diverse fields such as law, commerce, art, and gaming. Consequently, the rapidly evolving utility token market presents new opportunities for artists, collectors, and investors. However, its dependency on centralized platforms for metadata storage raises significant concerns about asset integrity, security, and decentralization. This study concludes that the regulation of utility tokens constitutes a critical aspect of blockchain-related legal frameworks. While the EU has established a clear and comprehensive regime through MiCA, other jurisdictions have enacted rules targeting initial token offerings, anti-money laundering compliance, know-your-customer (KYC) protocols, and the demarcation between utility tokens and securities. In Iran, however, a unified legislative approach has yet to be formulated, despite growing recognition of the need for macro-level regulation.

Keywords: Crypto-assets, Regulation, Public Law, Utility Tokens, MiCA.

1. Assistant Professor, Department of Law, Lorestan University, Lorestan, Iran

karami.r@lu.ac.ir

Evaluating the Delinquency Process in the General Theory of Strain: Criminological Analysis of the Film "Capernaum"

Hamidreza Danesh Nari¹

Sepideh Faaliat²

Mohammad Tahan Toroghi³

Abstract

Agnew's General Theory of strain is one of the most valid and practical theories in criminology. Unlike previous theories of pressure, it examines in detail the types of pressure sources, and also raises issues such as new sources of pressure, the impact of negative emotions, types of adaptations, and ultimately the formation of adaptations. Considering the importance of the General Theory of Pressure in criminology studies, on the one hand, and the growth of interdisciplinary studies in the field of criminology and cinema in formats such as cultural criminology and popular criminology, the present study seeks to analyze the delinquency process in the film "Capernaum" using the qualitative content analysis method. The film "Capernaum" narrates the life story of a teenage boy named "Zain" who experiences different sources of pressure and shows different adaptive reactions to the sources of pressure, depending on the type of negative emotions experienced and other influential factors. The findings from the film analysis show that "Zain" fails to obtain valuable resources, loses valuable stimuli in his life like his sister, "Sahar", and experiences negative stimuli such as child abuse, neglect, and a chaotic life. Also, simultaneous, multiple, new, and intense pressures cause him to commit crimes in response to the sources of pressure due to cognitive, behavioral, and emotional coping strategies.

Keywords: Strain, Conformity, Capernaum, Feeling of Deprivation, Conflict.

1- Assistant Professor, Department of Criminal Law and Criminology, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran (Corresponding Author) daneshnari@um.ac.ir

2- PhD student in Criminal Law and Criminology, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran sepide@yahoo.com

3- PhD student in Criminal Law and Criminology, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran tahan@yahoo.com

A model for fair distribution of broadcasting rights for sports competitions between the Iranian Broadcasting Corporation and sports institutions from the perspective of jurisprudence and public law

Mohammadsadegh Farahani¹

Hamid Feli²

Abstract

The method of distributing income from the right to broadcast sports competitions in the IRIB has always been a source of challenge between this institution and sports institutions. On the one hand, the IRIB, based on evidence such as legislative precedent and the opinions of the Guardian Council in accordance with Article 175 of the Constitution and the principles of media administration, claims to allocate the majority of this financial source to the IRIB, and on the other hand, sports clubs and federations evaluate the current situation with the predominance of the level playing field and in favor of the IRIB based on intellectual property rights and unfair legal principles and comparative models. The main question of this research is how and in what format a fair model can be determined to determine the share of each party to this dispute. The research findings show that although entrusting the initiative of preparing the regulations on this issue in the Seventh Progress Plan to the IRIB can create challenges such as conflict of interests for the IRIB, by forming an independent committee, determining specific shares, financial transparency, and continuous monitoring, a fairer model can be achieved. Considering the jurisprudential and legal foundations of the legal system of the Islamic Republic of Iran, by amending the interpretation of Article 175 of the Constitution and based on the jurisprudential rule of justice, it is possible to establish a fair distribution balance in this context through legislation by determining transparent criteria.

Keywords: Economic justice, monopoly, broadcasting rights for sports competitions, intellectual property rights, the Iranian Broadcasting Organization, sports federations, sports clubs.

1. Postdoctoral fellow in technology law, Tarbiat Modares University and Legal Assistant of the National Cyberspace Center, Tehran, Iran

farahani@majazi.ir

2. PhD student in Public Law, Imam Sadeq University, Tehran, Iran

hamidfeli110@gmail.com

The Authenticity of Written Documents in the Media

Morteza Safaritabar¹
S.Mostafa Malihi²

Abstract

This article examines the authenticity of written documents in the media and explores various aspects of this issue from a legal, social, and ethical perspective. In the digital age and with the expansion of new media, the accuracy and credibility of published information, especially written documents, is of great importance. This article highlights the legal and media challenges that the media face when dealing with written documents. These challenges include access to documents, verification of information, legal liability arising from the publication of documents, and the impact of public opinion on the acceptance of the authenticity of documents. Finally, solutions and suggestions are presented to increase the authenticity of written documents in the media. These solutions include enhancing the media literacy of the audience, developing professional guidelines for the media, and cooperation between legal and media institutions. Overall, this article, with a comprehensive look at the issue of the authenticity of written documents in the media, attempts to raise awareness and create a responsible approach to the dissemination of information in society. The method used in this article is the library method.

Keywords: Written Documents, Authenticity of Documents, Media, Jurisprudence, Law, Legal Responsibility.

1- Researcher of Islamic jurisprudence

safaritabarmorteza@gmail.com

2- Assistant Professor, Department of Law, Oswe University, Iran

s.mostafa.malihi@gmail.com

Celebrities and Misleading Advertisements: Civil Liability in the Balance of Islamic Jurisprudence and Law

Roohallah Zarchipour¹
Fatemeh Fallah Tafti²

Abstract

The civil liability of celebrities for false advertising in cyberspace is of particular importance, given their increasing influence on consumers, and is the central issue of the present study. This article, with the aim of analyzing the jurisprudential and legal dimensions of this liability, answers the fundamental question of whether celebrities are liable for unauthorized advertising. In order to answer this question, the jurisprudential foundations of civil liability are analyzed with an emphasis on rules such as the Ghorur [deception], Itlaf [destruction], and Tasbib [causation], as well as the legal framework governing advertising in Iran's statutory laws. The main hypothesis of the study is based on proving the civil liability of celebrities for all types of advertising, especially false advertising, due to factors such as consumer trust, significant impact, the existence of "presumption of knowledge" (Amareh Elm) regarding the content of advertising, and the legal requirements of advertising. The research methodology is descriptive-analytical and based on library studies. The findings show that from a jurisprudential and legal perspective, the liability of celebrities for unauthorized advertising can be proven. The research argument is based on the premise that, based on jurisprudential rules and legal principles, whenever a person causes deception or harm, he or she is obligated to compensate for the damage. The extent to which a celebrity is aware of the illegality of the advertisement affects his or her liability, and proving a causal relationship between the advertisement and the harm is essential to claiming damages.

Keywords: Advertising, False Advertising, Civil Liability, Celebrities, Consumers.

1- Assistant Professor, Department of Private Law, Shahid Motahari University, Tehran, Iran
nashr56@gmail.com
2- Assistant Professor, Department of Jurisprudence and Islamic Law, Allameh Tabatabaie University, Tehran, Iran.
f.fallah@atu.ac.ir

Privacy Governance and Data Protection in Global Platforms (Google and Meta): Implications for Iran's Platform Ecosystem

Hossein Hassani¹

Abstract

This paper aims to analyze the privacy governance mechanisms employed by Google and Meta platforms. Recently, several instances of data privacy violations have been observed across various platforms in Iran. The lack of a comprehensive privacy law and insufficient focus on developing privacy governance frameworks in Iranian platforms are key contributors to this issue. Addressing privacy and data-related challenges in platforms, including social media, can be facilitated by drawing lessons from global platforms. To achieve this objective, the study employs thematic analysis to extract and examine the primary and secondary themes associated with the policies and strategies of these two platforms. This study was conducted during the first half of 2024, utilizing various documents, including those published by the platforms themselves, as data sources. The findings indicate that drafting transparent laws on privacy and data protection is essential for strengthening public trust and enhancing the competitiveness of domestic platforms. Investments in advanced encryption technologies and cybersecurity, alongside providing tools for data management such as viewing, deletion, and control options, are of critical importance. Overall, the protection of privacy and data in Iran's platform ecosystem can be improved by adopting general principles, guidelines, and practical data protection strategies from global platforms, including empowering users.

Keywords: Governance, Platforms, Privacy, Data Protection, Google, Meta.

1- Assistant Professor, Department of Cyberspace Studies, Communication Research Institute, Research Institute for Culture, Art, and Communication, Tehran, Iran

hassani@riccac.ac.ir

The Nature of the Virtual Account

Seyed Pedram Khandani¹
Mohadeseh Mohtaj²
Mehrdad Nazemi³

Abstract

Our various activities in the virtual space are possible through a virtual account. Due to the variety of user activities in cyber space, sometimes we need to open several accounts in this space. Our understanding of these accounts is very important, because regardless of their spiritual and emotional value, these accounts can also have financial value for us. Therefore, in the first step, knowing the nature of the virtual account allows us to take the next steps more consciously. In examining the nature of the virtual account, it is clear that these accounts have property, but due to the lack of physical existence and lack of touchability, they are classified as intangible assets. There are two types of virtual accounts in terms of their finances. According to their content, some of them have a financial nature and belong to the group of intellectual rights, while others have no financial value and only contain personal information, which are classified as property. Regarding the ownership of the virtual account, according to the fact that the accounts are property and have ownership characteristics such as permanence, absoluteness and exclusivity, they can be considered as ownership and the user's relationship with the virtual account can be analyzed in the form of ownership relationship.

Keywords: Account, Nature, Financial, Non-financial, Ownership.

1- Doctoral student of private law at azad karaj university, Iran

dr.khandani@gmail.com

2- Assistant professor of the department of law, faculty of law, karaj azad university, Iran

mina.mohtaj@yahoo.com

3- Assistant professor of the department of law, faculty of law, karaj azad university, Iran

mehrdadnazemi@yahoo.com

Alternative Music Education for Teaching with Music (Conscious Exposure to the Use of Music in School Education)

Alireza Aminizarrin¹
Zahra Rabbani²

Abstract

The present study, considering the nature and effects of music and the discussion surrounding its use in education and upbringing, has been developed with the aim of consciously addressing the application of music in the upbringing of children, particularly elementary school students, and identifying its potential harms. To this end, a qualitative research study was conducted with an inductive approach, based on the grounded theory method in accordance with the systematic approach of Strauss and Corbin. Therefore, while examining the perspectives of experts and credible sources using the grounded theory method with a systematic approach, the opinions of 30 relevant specialists, who were selected through purposive sampling, were utilized, and semi-structured interviews were conducted with them. Data analysis was performed in three stages: open coding, axial coding, and selective coding. The validity and reliability of the data were confirmed through two methods: participant review and review by non-participant experts. The results indicate that the educational and upbringing environment in schools is influenced by the use of music, albeit with certain limitations. However, the use of music in education can also bring about five types of harms related to the student, environment, media, culture, and knowledge.

Keywords: Music, Musical education, Pathology.

1- Assistant Professor, Educational Science, Nongovernmental Collage Nonprofit Refah, Tehran, Iran
ar.aminizarrin@gmail.com

2- Masters student, Educational Science, Nongovernmental Collage Nonprofit Refah, Tehran, Iran
zahrarabbani97@yahoo.com

Revisiting the Qur'anic Principles of Freedom of Expression and Their Application to Modern Media Ethics

Hajar Bakhtari Ebrahim Saraee¹

Abstract

Freedom of expression, as a fundamental human right, is articulated in the Holy Qur'an within a framework of ethical guidelines and social responsibility. This study, employing a descriptive-analytical method and drawing upon Qur'anic verses and authentic narrations, reexamines the Qur'anic foundations of freedom of expression and aligns them with the ethical imperatives of contemporary media. The findings indicate that while the Qur'an acknowledges the right to express opinions, it simultaneously emphasizes ethical constraints (such as avoiding slander, desecration of sacred beliefs, and dissemination of falsehoods) and social responsibilities (including respect for privacy, preservation of human dignity, and the reinforcement of societal cohesion). In its comparative section, the study illustrates how these Qur'anic principles can serve as a theoretical framework for addressing ethical challenges in modern media—such as the spread of fake news, violations of privacy in digital spaces, and inflammatory discourse. By presenting a Qur'an-based model of responsible freedom of expression, the article suggests that contemporary media systems can achieve a sustainable balance between freedom of expression and public ethics through the integration of these religious principles with modern professional standards.

Keywords: Freedom of expression, media ethics, Holy Qur'an, social responsibility, cyberspace, Qur'anic principles.

1- Assistant Professor, Department of Islamic Studies, Faculty of Welfare, Tehran, Iran
bakhtari@refah.ac.ir

Artificial Intelligence as a Tool for Legislation in the Iranian Legal System

Hoda Ghaffari¹
Zahrasadat Hejazi²

Abstract

Legislation, as one of the pillars of governance, has always faced complex challenges such as cognitive limitations of legislators, inefficiencies in predicting the social impacts of laws, and conflicts of interest. On the other hand, all countries are being influenced by artificial intelligence (AI) at an unprecedented pace across most legal domains, including legislation. Consequently, the necessity of employing this modern tool to enhance the precision, efficiency, and legitimacy of laws has become increasingly evident. Using a descriptive methodology and qualitative content analysis of library resources, the authors seek to address this critical question: "What are the capabilities of artificial intelligence as a legislative tool in the Iranian legal system?" This paper outlines the comparative background of the topic and its governing imperatives while proposing a five-stage model for AI-driven legislation. The findings indicate that AI, with its capacity for big data analysis, can serve as an "advanced legal assistant" to support the legislative system.

Keywords: Artificial Intelligence, Legislation, Intelligent Legislative Assistant, AI-Driven Legislation.

1 - Associate Professor ,Communication and Media Law Department, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran
h.ghafari@atu.ac.ir

2- Master of Art degree in Public Law, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran
z.s.hejazi1999@gmail.com

Manifestations of Human Dignity in the Rights of the Wife and the Role of the Media in Realizing it

Zahra Taheripour¹
Maryam Khalafi²

Abstract

Human dignity, as one of the basic and fundamental concepts in the rights of the wife, has a special place in religious, jurisprudential, and legal teachings. This concept refers to respect for individual identity, dignity, rights, and values in relationships between couples, and its observance plays an important role in preventing marital conflicts, preserving individual dignity, and strengthening the foundation of the family. Meanwhile, the media, as one of the important pillars of today's societies and powerful tools for influencing public opinion, can play a key role in raising awareness, explaining, and promoting the status of human dignity within the framework of women's rights. This research aims to answer the question: "What is the role of the media in explaining human dignity and the rights of wives?" The research type is qualitative with a descriptive-analytical approach and fundamental-applied in terms of purpose. The data were collected using the analysis of jurisprudential, legal, and media sources. The results of the study show that human dignity is rooted in revelation and is recognized in the Quran, Islamic jurisprudence, and the country's legal system. Also, the introduction of this concept into the media has increased sensitivity to the rights of the wife, and by explaining it correctly, the media can play an effective and decisive role in promoting public culture, strengthening policymaking, and supporting marital rights.

Keywords: Human Dignity, Media, Wife's Rights, Civil Law, Jurisprudence.

1- Assistant Professor, Department of Law, Tehran Refah College, Tehran, Iran

taheripour@refah.ac.ir

2- Student (Master's), Department of Law, Tehran Refah College, Tehran, Iran

khalafim764@gmail.com

❖ A model for fair distribution of broadcasting rights for sports competitions between the Iranian Broadcasting Corporation and sports institutions from the perspective of jurisprudence and public law	259
Mohammadsadegh Farahani / Hamid Feli	
❖ Evaluating the Delinquency Process in the General Theory of Strain: Criminological Analysis of the Film "Capernaum"	299
Hamidreza Danesh Nari / Sepideh Faaliat / Mohammad Tahan Toroghi	
❖ Supervisory Models and Regulatory Frameworks for Utility Tokens in the Iranian Public Law System.....	325
Rasool Karami Moghadam	
❖ Media, Policymakers, and Refugees: Constructive Discourse for Change	349
Sabri Khaledian / Ghobad Kazemi / Sasan Rezaei Fard	
❖ Abstract English.....	5

Contents

- ❖ **Manifestations of Human Dignity in the Rights of the Wife and the Role of the Media in Realizing it 7**
Zahra Taheripour/ Maryam Khalafi
- ❖ **Artificial Intelligence as a Tool for Legislation in the Iranian Legal System37**
Hoda Ghaffari / Zahrasadat Hejazi
- ❖ **Revisiting the Qur’anic Principles of Freedom of Expression and Their Application to Modern Media Ethics 75**
Hajar Bakhtari Ebrahim Saraee
- ❖ **Alternative Music Education for Teaching with Music (Conscious Exposure to the Use of Music in School Education) 99**
Alireza Aminizarrin / Zahra Rabbani
- ❖ **The Nature of the Virtual Account133**
Seyed Pedram Khandani / Mohadeseh Mohtaj / Mehrdad Nazemi
- ❖ **Privacy Governance and Data Protection in Global Platforms (Google and Meta): Implications for Iran’s Platform Ecosystem. 163**
Hossein Hassani
- ❖ **Celebrities and Misleading Advertisements: Civil Liability in the Balance of Islamic Jurisprudence and Law 201**
Roohallah Zarchipour / Fatemeh Fallah Tafti
- ❖ **The Authenticity of Written Documents in the Media233**
Morteza Safaritarbar / S.Mostafa Malihi

Jurisprudence and legal studies of media Journal

VOL. 7 / Spring and Summer 2025 / NO. 1 (Serial 13)

Under the direction of the research vice president

Director-in-change: Refah Faculty

Managing Director: Naser Bahonar (Ph.D.)

Editor-in-chief: Bagher Ansari (Ph.D.)

Editorial Board:

Naser Bahinar (Ph.D.), Professor of ISU University

Bagher Ansari (Ph.D.), Associate Professor of Shahid Beheshti University

Karim Abdollahi Nejad (Ph.D.), Professor of Jurisprudence at Ferdowsi University of Mashhad

Ali Mazhar Gharamaleki (Ph.D.), Professor of Qom Mofid University

Seyed Mojtaba Vaezi (Ph.D.), Professor of Shiraz University

Omidali Masoudi (Ph.D.), Professor of Soore University

Hasan Mohseni (Ph.D.), Professor of Tehran University

Mahdi Ghaboli Dorafshan (Ph.D.), Professor of Ferdowsi University of Mashhad

Mohammadsadegh Nasrillahi (Ph.D.), Associate Professor of ISU University

Meysam Farrokhi (Ph.D.), Assistant Professor of Refah Faculty

Fariba Haji Ali (Ph.D.), Associate Professor of Al-Zahra University

Hoda Ghaffari (Ph.D.), Associate Professor of Allameh Tabatabai University

Contributing Advisors:

Abdolhamid Alyamin

Maryam Ebne Torab (Ph.D.)

Mona Ahmadlo (Ph.D.)

Naser Bahinar (Ph.D.)

Fatemeh Sadat Hosseini (Ph.D.)

Atefeh Khademi (Ph.D.)

Atieh Khaksarfard (Ph.D.)

Zahra Rasti (Ph.D.)

Alireza shamshiri (Ph.D.)

Khadijeh Shirvani (Ph.D.)

Mahzad Safari nia (Ph.D.)

Zahra Taheri Pour (Ph.D.)

Hoda Ghaffari (Ph.D.)

Mahdi Gholampour (Ph.D.)

Meysam Farrokhi (Ph.D.)

Fatemeh Ghanad (Ph.D.)

Zahra Lame (Ph.D.)

Hasan Mohseni (Ph.D.)

Atieh Moghadam far (Ph.D.)

Mhadeseh Moghadam far (Ph.D.)

Rasool Malakooti (Ph.D.)

Abbas Mirshekari (Ph.D.)

Leila Vesali (Ph.D.)

Persian Editor: Dr. Fateme Sadat Hosseini

Executive Manager: Reza Diba

Email: jjlms@refah.ac.ir

Site: www.refah.ac.ir

IN THE NAME OF ALLAH

Jurisprudence and legal studies of media Journal

Refah Faculty

VOL. 7 / Spring and Summer 2025 / NO. 1 (Serial 13)

Address: Tehran Province, Tehran, District 12, Nadaee Pour Alley,
MCQP+7C9, Iran

P.O.Box: 11575/138

Fax: +982133521776 **Tel:** +982135074230

Email: jjlms@refah.ac.ir

Site: www.journal.refah.ac.ir