

Phenomenology of Dimensions of Freedom of Speech in the Iranian media from professors of communication sciences view

Abbas Zamani^{*}, Hamid Reshadi^{}**

Faeze Taghipour^{*}, Syamak koorng Beheshti^{****}**

Abstract

The aim of this study was to identify the experiences professors of communication sciences in dimensions of freedom of speech in the Iranian media. The research method was phenomenology and the participants were 12 professors of communication sciences, that were selected by purposive sampling method, and were studied using in-depth semi-structured interviews. Also, the collection of findings continued until the Information saturation, and were analyzed by Colizzi method. Then, 62 codes were extracted, and classified into five dimensions, including: 1. Media status; 2. Media diversity; 3. Ownership and content; 4. Legal and 5. Barriers to freedom of expression in the Iranian media. The results showed; for to promote freedom of speech in the media, it is necessary to pay attention to all the above dimensions in decision-making and policy-making

^{*} Ph.D, Student of Media Management, Young Researchers and Elite Club, Isfahan (khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran, abspress@gmail.com.

^{**} Master of Social Communication Sciences, Islamic Azad University, Meybod Branch, reshadihamid@yahoo.com.

^{***} Assistant Professor, Department of Communication Sciences, Islamic Azad University Isfahan Branch (Khorasgan), Isfahan, Iran (Corresponding Author), faezeh.taghipour@gmail.com.

^{****} Assistant Professor, Department of Communication Sciences, Islamic Azad University Isfahan Branch (Khorasgan), Isfahan, Iran, sk.beheshti@gmail.com.

Date received: 13/05/2021, Date of acceptance: 11/08/2021

Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

۱۴۰ رساله فرهنگ، سال یازدهم، شماره اول، بهار و تابستان ۱۴۰۰

impartially, and revise the rules and procedures to make them more transparent and the media less Limited.

Keywords: Freedom of Speech, Media, Media Rights, Communication Rights.

پدیدارشناسی ابعاد آزادی بیان در رسانه‌های ایران از دیدگاه اساتید علوم ارتباطات

عباس زمانی*، حمید رشادی**

فائزه تقی‌پور***، سیامک کورنگ بهشتی****

چکیده

پژوهش حاضر با هدف شناسایی تجارب اساتید علوم ارتباطات از آزادی بیان در رسانه‌های ایران انجام شد. روش پژوهش، کیفی از نوع پدیدارشناسی و تعداد مشارکت کنندگان ۱۲ نفر از اساتید رشته علوم ارتباطات بودند که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب و با استفاده از مصاحبه عمیق نیمه‌ساختارمند مورد مطالعه قرار گرفتند. همچنین جمع‌آوری یافته‌ها تا اشیاع نظری اطلاعات ادامه یافته و با روش کلازیری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در ادامه تعداد ۶۲ مفهوم استخراج و پس از مقوله‌بندی در پنج بُعد شامل: ۱. وضعیت رسانه‌ای؛ ۲. تنوع رسانه؛ ۳. مالکیت و محتوا؛ ۴. قانونی و ۵. موانع آزادی بیان، در رسانه‌های ایران دسته‌بندی شد. نتایج نشان داد که برای ارتقای آزادی بیان در رسانه‌های کشور، باید تمامی ابعاد فوق در تصمیم‌گیری و سیاستگذاری به طور بی‌طرفانه مورد توجه قرار گرفته و قوانین و فرایندها به گونه‌ای اصلاح شود تا برای رسانه‌ها شفاف‌تر و دارای محدودیت کمتری باشد.

کلیدواژه‌ها: آزادی بیان، رسانه، حقوق رسانه، حقوق ارتباطات.

* دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت رسانه‌ای، باشگاه پژوهش‌گران و نخبگان، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران، abspress@gmail.com

** کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد میبد، reshadihamid@yahoo.com

*** استادیار گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان) (نویسنده مسئول)، faezeh.taghipour@gmail.com

**** استادیار گروه علوم ارتباطات، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، sk.beheshti@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۲۳، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۲۰

۱. مقدمه و بیان مسئله

در دنیای امروز و با توجه به فراگیری فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی، داشتن آزادی بیان یکی از مطالبات و حقوق اکثر اهالی رسانه و مطبوعات و حتی همه افراد جامعه است. این در حالی است که این عبارت ساده دارای تعاریف و ابعاد مختلفی است که درک کامل آن نیازمند تحقیق و تدبّر در حوزه های حقوقی و رسانه ای و توجه به قوانین حاکم بر کشور به ویژه در حوزه ارتباطات است.

آزادی بیان به طور گسترده هم حق اخلاقی و هم حق قانونی تلقی می شود. جان میلتن (۱۶۰۸-۷۴) در قرن هفدهم از آن در بریتانیا دفاع کرد و منشور حقوق اساسی قانون اساسی ایالات متحده (۱۷۹۱) آن را بخشی از اولین اصلاحیه قرار داد. تقریباً هر قانون اساسی مدرن و پروتکل بین المللی در مورد حقوق بشر، آزادی بیان را به رسمیت می شناسد. با این حال، توجیهاات و خطوط آزادی بیان بسیار مورد بحث است (Alexander, 2012: 339).

هدف اصلی از شناسایی حقی به نام آزادی بیان، گسترش توانایی های شخصی، ترویج علم و صداقت، فراهم کردن امکان مشارکت همگان در تصمیم گیری های مطرح در جامعه و در نهایت، خلق یک جامعه باثبات و پیشرو است (Baker, 1978: 946; Emerson, 1963: 877; Schauer, 1982: 22).

در واقع، آزادی بیان به تقویت ایده ها کمک کرده، از کرامت انسانی حمایت می کند و به ترویج دموکراسی کمک می نماید (Cass, 1987: 1411). آزادی بیان همچنین به نشر علم و جست و جو برای حقیقت و به توسعه توانایی های شخصی کمک می کند (Smolla, 2011: 12; میرشکاری، ۱۳۹۹: ۲۲۴).

در دنیای کنونی یکی از مظاهر آزادی بیان، وجود آزادی در مطبوعات و رسانه ها است تا خبرنگاران و اصحاب رسانه بتوانند در چارچوب قانون و بدون ترس، با تکیه بر اطلاعات متقن و قابل اعتماد، نسبت به انعکاس دیدگاه های خود اقدام نمایند.

این آزادی شامل «جستجو، جمع آوری و کسب آزادانه اخبار و اطلاعات و عقاید عمومی، انتقال و مخابره آزادانه آنها، انتشار آزادانه روزنامه ها و پخش آزادانه برنامه های رادیویی و تلویزیونی، دریافت و مطالعه آزادانه مطبوعات و دریافت آزادانه برنامه های رادیویی و تلویزیونی می شود». امروزه، در این معنای وسیع، آزادی مطبوعات به عنوان آزادی اطلاعات یا آزادی ارتباطات شناخته شده است (طباطبائی، ۱۳۷۵: ۱۷۰).

آزادی مطبوعات در معنای خاص، «به نشر آزاد روزنامه‌ها و سایر نشریات ادواری از قبیل هفته‌نامه‌ها، ماهنامه‌ها، فصلنامه‌ها و... بدون هیچگونه محدودیت و نظارت قبل از انتشار، عدم توقیف و تعطیل خودسرانه آنها بعد از انتشار، پیش‌بینی دقیق ضوابط مسئولیت‌های قانونی نشریات و رسیدگی به تخلفات و جرائم احتمالی آنها در دادگاه‌های عالی دادگستری با حضور هیأت منصفه اشاره دارد (معمدنژاد، ۱۳۷۹: ۲۳).

ناگفته نماند آزادی بیان همواره دارای موافقان و مخالفانی بوده است. موافقان آزادی بیان، آن را موجب شنیده شدن صدای همه اعم از موافق و مخالف، بالا رفتن میزان مشارکت در جامعه، حفاظت از مردم سالاری و مبارزه با آیین‌های جزمی می‌دانند (برندگی، ۱۳۸۹) و مخالفان، بعضاً آن را موجب نادیده گرفتن حقوق و حریم خصوصی افراد جامعه بیان می‌کنند به ویژه در دنیای فناورانه امروز که هر مطلبی به سرعت توسط ابزارهای الکترونیکی منتشر و فراگیر می‌شود. اگرچه همه بر این نکته اذعان دارند که آزادی بیان برای جامعه ای دموکراتیک ضروری است؛ اما مخالفان برآنند که هر انسانی حق دارد حوزه خصوصی داشته باشد و قانون نیز باید از آن محافظت کند و این‌گونه است که همواره میان دو حق آزادی بیان و حریم خصوصی مناقشه و در برخی موارد تناقض و تراحم وجود دارد (مقامی و عطاران، ۱۳۹۸؛ میرشکاری، ۱۳۹۹).

در این پژوهش با تبیین تجربیات مشارکت‌کنندگان بیان شد که بر اساس دیدگاه اساتید علوم ارتباطات، رسانه‌های ما در مقایسه با رسانه‌های غربی همچون ایالات متحده، فرانسه، انگلیس و... از آزادی کمتری برخوردار بوده و به نظر می‌رسد با وضعیت ایده‌آل فاصله داشته باشیم. البته در مقایسه با برخی کشورها همچون عربستان، کامبوج و کره شمالی فضای باز رسانه ای در ایران بیشتر است.

در این زمینه شاید دلیل آزادی بیشتر رسانه‌های غربی وجود قوانین شفاف و روشن برای آنها باشد، در حالیکه در کشور ما آزادی بیان به شکل مشروط وجود دارد که از دلایل آن می‌تواند به عدم شفافیت و برخوردهای دوگانه نهادهای قانونی و نظارتی، اجرای قانون آزادی بیان در رسانه‌ها به صورت سلیقه‌ای و محدود کردن آزادی بیان در رسانه‌های داخلی به دلیل پائین بودن آستانه تحمل مسئولین و دولتمردان اشاره کرد. ضمن آن‌که در بعضی موارد میان منافع دولت و ملت در رسانه‌های دولتی و رسانه‌های خصوصی تضاد منافع وجود داشته که باعث بروز اختلاف و مشکلاتی چه در میان اصحاب رسانه و چه برای آنها می‌شود.

با جمع‌بندی نظرات و مطالعات قبلی به این نتیجه می‌رسیم که اگرچه تعاریف، حدود و مصداق‌های آزادی بیان از دیدگاه موافقان و مخالفان در کشور ما بارها مطرح شده است، اما تا کنون آزادی بیان از منظر اصحاب و متخصصان رسانه مورد مطالعه قرار نگرفته و با توجه به نقش و تاثیرگذاری رسانه‌های امروز که به صورت الکترونیکی و با استفاده از فناوری‌های روز به انتشار محتوای برخاسته می‌پردازند، انجام یک تحقیق کیفی جهت شناسایی ابعاد و مولفه‌های آزادی بیان در رسانه‌های ایران امری ضروری می‌باشد. در این تحقیق مقصود از رسانه‌ها، رسانه‌های خبری است که هدف آن‌ها ارائه اخبار به عموم یا قسمتی از مردم به عنوان جامعه هدف است. این رسانه‌ها شامل رسانه‌های چاپی (روزنامه، مجله‌های خبری و...)، رسانه‌های دیداری شنیداری (رادیو و تلویزیون)، رسانه‌های برخاسته (روزنامه‌های آنلاین، خبرگزاری‌ها، پایگاه‌های خبری و...) است. بر همین اساس محقق در صدد است تا به این پرسش پاسخ دهد که تجارب اساتید رشته علوم ارتباطات از آزادی بیان در رسانه‌های ایران چیست؟

۲. مبانی نظری و ادبیات تحقیق

۱.۲ آزادی (Freedom)

علامه محمد تقی جعفری در تعریف آزادی می‌نویسد:

آزادی عبارت است از باز بودن راه فعل و ترک فعل برای یک انسان، اعم از اینکه یکی از دو طرف یا هر دو طرف دارای ارزش یا ضد ارزش بوده باشد. آنچه آزادی را موصوف به معقول یا نامعقول می‌سازد، مربوط به بهره‌برداری از آزادی است که اگر مابقی اصول و قوانین مفید انسانی باشد، آزادی معقول و اگر بر ضد اصول و قوانین مفید انسانی باشد، آزادی نامعقول نامیده می‌شود (جعفری، ۱۳۷۸: ۱۸۱)

به طور خلاصه، آزادی امکان عملی کردن تصمیم‌هایی است که فرد یا جامعه به میل و اراده خود انجام می‌دهد (Feinberg:1998:87).

۲.۲ آزادی بیان (Freedom of Speech)

به این معناست که شخص در مقام بیان دیدگاه‌ها و اندیشه‌های خود آزاد است. منظور از بیان، هر طریقه‌ای است که انسان‌ها به وسیله آن، دیدگاه‌ها و اندیشه‌های خود را به دیگران

منتقل می‌کنند؛ خواه این دیدگاه و اندیشه، یک دیدگاه و اندیشه سیاسی، اجتماعی یا حتی صرفاً هنری باشد. این حق در اسناد مختلف بین‌المللی همانند ماده ۱۹ اعلامیه جهانی حقوق بشر مصوب ۱۹۴۸، ماده ۱۹ کنوانسیون بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی مصوب ۱۹۶۶ و ماده ۱۰ کنوانسیون اروپایی حقوق بشر مصوب ۱۹۶۶ تصریح شده است (فرومن، ۱۳۸۳: ۱۹۰؛ میرشکاری، ۱۳۹۹: ۲۲۴).

«دربرسی‌های کنونی مفهوم آزادی بیان با مفاهیمی مانند حق مالکیت معنوی، خدمات آنلاین، سواد حریم خصوصی و ارتقای آزادی بیان از طریق شبکه‌های ارتباطی دچار درهم تنیدگی است» (Montero & Van Enis, 2011: 21)

۳.۲ رسانه (Media)

در فرهنگ معین واژه رسانه به معنی «هر وسیله انتقال دهنده» و در فرهنگ عمید به معنی «هر وسیله‌ای که مطلب یا خبری را به اطلاع مردم می‌رساند مانند رادیو، تلویزیون، و روزنامه معنی شده است.

در تعریف دیگر «رسانه به معنی هر وسیله‌ای است که انتقال دهنده فرهنگ‌ها و افکار عده‌ای باشد» و اکنون آن چه مصداق این تعریف است وسایلی همانند: روزنامه‌ها، مجلات، رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت، سی‌دی‌ها، ویدئو و... می‌باشند (کازنو، ۱۳۸۷: ۳).

۴.۲ آزادی رسانه (Freedom of Press)

مفهوم آزادی رسانه‌ای، هم میزان آزادی که رسانه از آن برخوردار است و هم میزان آزادی شهروندان در دسترسی به محتوای رسانه را در برمی‌گیرد. اولین معیار اساسی این است که رسانه باید از استقلال کافی در جهت حمایت آزادی بی‌پرده از عقیده و اطلاعات عمومی مردم برخوردار بوده و مالکیت رسانه نباید متمرکز و در انحصار قدرت دولت یا موسسات خصوصی رسانه‌ای باشد (Mcquail, 2006). به این ترتیب می‌توان گفت که مقاوم‌ترین مشکل جوامع دموکراتیک، تعیین محدودیت‌های مناسب برای آزادی بیان در رسانه‌های جمعی است (معلم‌نژاد و منصفی، ۱۳۶۸: ۱۹۷).

۵.۲ آزادی ارتباطات (Freedom of Communication)

آزادی ارتباطات اصطلاح جدیدی است که بر حق برخورداری از امکان آگاه شدن و آگاه کردن، حق شرکت در اجتماعات و مباحثات و به طور کلی حقوق مراداتی تاکید دارد. هدف این آزادی آن است که نقص آزادی های بیان، مطبوعات و اطلاعات را جبران کند. حامیان این آزادی معتقدند که آزادی های مذکور صرفاً به جریان یک سویه اطلاعات از سوی وسایل ارتباطی به سوی مردم منتهی می شود ولی آزادی ارتباط در صدد است زمینه جریان دوسویه و متقابل اطلاعات را فراهم آورد (انصاری، ۱۳۹۰).

۶.۲ حقوق رسانه (Media Rights)

حقوق رسانه حوز های بین رشته ای درباره حقوق، آزادی ها و قواعد حقوقی ارتباط جمعی و مبتنی بر دو حوزه ارتباطات و حقوق است. از بعد رشته ارتباطات می توان به انواع مباحث مدیریت رسانه، خبرنگاری، روابط عمومی، روابط بین الملل و تبلیغات و از بعد رشته حقوق می توان به انواع مباحث حقوق عمومی (اساسی، اداری)، حقوق بشر، حقوق بین الملل، حقوق خصوصی و حقوق کیفری اشاره کرد (قاسمی و فنازاد، ۱۳۹۷: ۲۰). به طور خلاصه حقوق رسانه مجموعه مقررات و قوانینی است که بر رسانه ها و افراد وابسته به آن حکومت می کنند (اسماعیلی، ۱۳۸۷).

۷.۲ حدود آزادی بیان در رسانه ها

آزادی بیان در رسانه ها، چارچوب و حدود معینی دارد که تجاوز از آن می تواند مسئولیت مدنی یا کیفری داشته باشد. یعنی حق آزادی بیان بی قید و شرط نیست. باید توجه کرد که این حدود بر محتوا تأکید دارد نه بر شکل و شامل دو دسته «اخلاقی و حقوقی» است. در ایران انواع محدودیت ها را می توان در «قانون اساسی، قانون مطبوعات و قانون مجازات اسلامی» شناسایی کرد.

مهمترین موارد مندرج در قانون اساسی مربوط به اصل ۲۴ قانون اساسی شامل عدم اخلاص به مبانی اسلام، و رعایت حقوق عمومی، همچنین اصل ۱۷۵ قانون اساسی شامل رعایت موازین اسلام، و تأمین مصالح کشور است (قاسمی و فنازاد، ۱۳۹۷: ۳۹-۳۸).

۳. پرسش‌های تحقیق

۱.۳ پرسش اصلی

تجارب اساتید رشته علوم ارتباطات از آزادی بیان در رسانه‌های ایران چیست؟

۲.۳ پرسش‌های فرعی

۱. تجارب اساتید رشته علوم ارتباطات از آزادی بیان در رسانه‌های ایران از بعد وضعیت رسانه‌ای چیست؟
۲. تجارب اساتید رشته علوم ارتباطات از آزادی بیان در رسانه‌های ایران از بعد تنوع رسانه‌ای چیست؟
۳. تجارب اساتید رشته علوم ارتباطات از آزادی بیان در رسانه‌های ایران از بعد مالکیت و محتوا چیست؟
۴. تجارب اساتید رشته علوم ارتباطات از آزادی بیان در رسانه‌های ایران از بعد قانونی چیست؟
۵. تجارب اساتید رشته علوم ارتباطات از آزادی بیان در رسانه‌های ایران از بعد موانع آزادی بیان چیست؟

۴. روش تحقیق

تحقیق حاضر با رویکرد کیفی بر اساس روش پدیدارشناسی انجام شده است. در این تحقیق گردآوری اطلاعات از طریق مصاحبه عمیق نیمه ساختارمند صورت گرفت و تا اشباع نظری اطلاعات ادامه یافت.

تعداد مشارکت کنندگان این پژوهش ۲ نفر از اساتید رشته علوم ارتباطات با سابقه تدریس دانشگاهی بود که با روش نمونه گیری هدفمند انتخاب و با الگوی مبتنی بر روش استیویک-کلایزی-کن (Stevick-Colaizzi-Keen) مورد مطالعه قرار گرفتند.

برای تایید اعتبار، محقق با استفاده از روش کنترل اعضا با هدف آگاهی و استفاده از واکنش‌های پاسخگویان در گزارش نوشته‌ها؛ یافته‌ها را به مشارکت‌کنندگان ارائه داد و دیدگاه‌های ایشان را اخذ نمود. برای تأیید پایایی یافته‌ها نیز مفاهیم استخراج شده به

چند نفر از پژوهشگران و اساتید تخصصی این حوزه در جایگاه کمیته راهنما نشان داده شد و از اجماع ایشان در ارزیابی عینی و علمی یافته‌ها اطمینان حاصل شد (عباس‌زاده، ۱۳۹۱).

۵. یافته‌ها

جدول ۱. ابعاد و مولفه‌های آزادی بیان در رسانه‌های ایران بر اساس تجارب اساتید رشته‌های علوم ارتباطات

ابعاد	تم‌ها	مفاهیم سطح اول
بعد وضعیت رسانه‌ای	تفاوت‌های رسانه‌های ایران با رسانه‌های غربی	پیش‌تاز بودن کشورهای ایالات متحده، فرانسه، انگلیس در بحث آزادی بیان
		تدوین اولین قوانین در حوزه رسانه‌ها، در کشورهای ایالات متحده، فرانسه، انگلیس
		واگذاری وظیفه رسیدگی به جرم مطبوعات به قاضی دادگاه رسیدگی کننده برابر قانون
		فاصله آزادی بیان در رسانه‌های ایران با وضعیت ایده‌آل
		فضای باز رسانه‌های ایران در آزادی بیان در مقایسه با رسانه‌های عربستان، کامبوج و کره شمالی
		ارزیابی متوسط وضعیت آزادی بیان در رسانه‌های ایران در مقایسه با رسانه‌های بلژیک و سوئد و ...
		تفاوت نگرش رسانه‌های ایران با رسانه‌های غربی به مقوله آزادی بیان
		تفاوت نگرش رسانه‌ها به بحث آزادی بیان و تولیدات در مقایسه با احادیث انبیاء و بزرگان دینی
		سابقه کمتر آزادی بیان در ایران نسبت به کشورهای غربی
		پیش‌تاز بودن کشورهای غربی در مطالعات آزادی بیان
		فعالیت حداکثری بخش خصوصی در حوزه رسانه‌های کشورهای غربی
		فعالیت حداکثری بخش دولتی در حوزه رسانه‌های ایران
		پایین بودن آمار بی‌سواد و بالا بودن سطح آگاهی عمومی مردم در غرب
		بالا بودن آمار بی‌سواد و پایین بودن سطح آگاهی عمومی مردم در ایران
		تابو بودن برخی مسائل و عدم علاقمندی مردم به مطرح شدن آن در رسانه‌ها
		وجود قوانین شفاف و کنترل غیرمحسوس در رسانه‌های غربی
		پذیرفته شده بودن آزادی بیان در کشورهای غربی
		سلیقه‌ای برخورد کردن با رسانه‌های ایران در بحث آزادی بیان
وجود خطوط قرمز کمتر رسانه‌ای در کشورهای غربی		
آزادی بیان عقیده و دیدگاه گروه‌های مخالف در غرب		

بعد تنوع رسانه	وضعیت آزادی بیان در رسانه‌های مختلف ایران	وجود آزادی بیان در رسانه‌های ایران به شکل مشروط
		مشهود بودن آزادی بیان در رسانه‌های کشور
		محدودیت کمتر صدا و سیما در مقوله آزادی بیان
		عدم تناسب مقایسه صدا و سیما با سایر مطبوعات کشور
		وضعیت مطلوب مطبوعات غیردولتی در حوزه آزادی بیان
		مطرح بودن آزادی بیان در رسانه‌های داخلی با وجود نقاط کور و برداشته‌های متفاوت از قانون
		عدم وجود آزادی بیان به دلیل شفاف نبودن برخورد نهادهای مرتبط و نظارتی
		وجود آزادی بیان در رسانه‌های ایران در حد کم
		نابرابر بودن شرایط برای رسانه‌های داخلی به دلیل وجود انحصار
		گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی و امکان ابراز عقیده سایر گروه‌های جامعه
		همسویی بیشتر رسانه‌های ایران با رویکرد رسانه‌های اقتدارگرا
		وجود حداقلی آزادی بیان در رسانه‌های ایران علی‌رغم کنترل حاکمیت
		تفاوت آزادی بیان در رسانه‌ها به دلیل تفاوت در ذات رسانه‌ها
		سطوح متفاوت آزادی بیان رسانه‌ها با توجه به ظرفیت و میزان مخاطب هر رسانه
		اعمال مکانیزم‌های کنترلی و محدودیت بیشتر بر مطبوعات و کتب
		وجود آزادی بیان بیشتر در رسانه‌های وب ۲ و کمتر در رسانه‌های سستی
		صدا و سیما، تأمین‌کننده نظر بخشی از گروه‌های سیاسی جامعه
		روزنامه‌ها، تأمین‌کننده نظر بخش دیگری از حاکمیت
		ابراز عقیده و نظر سایر گروه‌های اجتماعی و سیاسی در شبکه‌های اجتماعی
		بالا بودن هزینه‌ها و دسترسی محدود به شبکه‌های ماهواره‌ای برای ابراز عقیده و نظر
ضرورت مقایسه رسانه‌های ایران با رسانه‌های کشورهای مشابه با فرهنگ مشابه		
ضرورت همسویی آزادی بیان با فرهنگ ایرانی در رسانه‌ها		
بعد مالکیت و محتوا	آزادی بیان و مالکیت و محتوا	ارتباط مستقیم محتوای تولیدات رسانه‌ها با نوع مالکیت آنها
		وجود خط مشی دولتی در رسانه‌های دولتی
		پیگیری بیشتر خواسته‌های مردم در رسانه‌های خصوصی
		وجود تضاد منافع دولت و ملت در رسانه‌های دولتی و رسانه‌های خصوصی
		وجود نسبی اصل همسو بودن مالکیت و محتوا در همه کشورها
		تولید محتوای رسانه‌ای در جهت تأمین منافع مالکین
		برجسته‌سازی رسانه‌ها با توجه به جریان سیاسی که در آن هستند
بعد قانونی	قانونی از رسانه‌های	قانونی بودن حق آزادی بیان به شکل مشروط
		مورد تأیید بودن حق آزادی بیان در مطبوعات به صورت مشروط
		همسو بودن قوانین کشوری در حوزه رسانه‌ها با قوانین بین‌المللی

بعد موانع آزادی بیان	مشکلات رسانه‌های ایران	قانونی بودن آزادی بیان با توجه به اصل ۲۴ قانون اساسی
		حمایت قانونی از حق آزادی بیان برای رسانه‌ها
		اجرای قانون آزادی بیان در رسانه‌های ایران به صورت سلیقه‌ای
		مشهود بودن اختلاف در رسانه‌ها به دلیل عدم شفافیت در قانون
		اختلاف نظر حقوقدانان و کاربران در برداشت از قانون و جرائم رسانه‌ای
		محدود بودن آزادی بیان در رسانه‌های داخلی به دلیل پائین بودن آستانه تحمل مسئولین
		امکان برداشت‌های متفاوت و تفاسیر مختلف از قانون به دلیل عدم شفافیت در قانونگذاری
		ابهام در برداشت از قانون و عدم تعریف مشخص موارد مخل به مبانی نظام جمهوری اسلامی
		برداشت سلیقه‌ای حقوقدانان از قانون
		کنترل انحصاری رسانه‌ها توسط یک یا دو گروه فعال جامعه

در پاسخ به پرسش اصلی این تحقیق "تجارب اساتید رشته علوم ارتباطات از آزادی بیان در رسانه‌های ایران" یافته‌ها شامل پنج بعد "وضعیت رسانه‌ای"، "تنوع رسانه"، "مالکیت و محتوا"، "قانونی" و "موانع آزادی بیان" در رسانه‌ها بود.

۱.۵ بعد وضعیت رسانه‌ای

در پاسخ به پرسش اول این پژوهش «تجارب اساتید رشته علوم ارتباطات از آزادی بیان در رسانه‌های ایران از بعد وضعیت رسانه‌ای شامل مقوله اصلی "تفاوت‌های رسانه‌های ایران با رسانه‌های غربی" بود.

در توضیح این مقوله باید گفت که این تفاوت علاوه بر سابقه تاریخی به نوع اندیشه و نحوه قانون گذاری در حوزه آزادی بیان باز می‌گردد. به نظر می‌رسد آزادی بیان در رسانه‌های غربی کاملاً توجیه شده و رسانه‌ها هیچ ممانعتی در بیان آن ندارند، لیکن برای رسانه‌های کشور ما در این حوزه خطوط قرمز بیشتری وجود دارد.

یکی دیگر از تفاوت‌های موجود، فعالیت بخش خصوصی در حوزه آزادی بیان در رسانه‌های غربی است که به نظر می‌رسد در کشور ما بخش خصوصی دارای محدودیت بیشتری در حوزه کار رسانه است و بخش دولتی از آزادی بیشتری برخوردار است

در این زمینه به دلایل تاریخی کشورهای غربی در بحث آزادی بیان و تدوین اولین قوانین در حوزه رسانه‌ها پیش‌تاز هستند و کشورمان در این حوزه از سابقه کمتری برخوردار است. همچنین تفاوت نگرش رسانه‌های ایران با رسانه‌های غربی به مقوله

آزادی بیان باعث به وجود آمدن نوعی اختلاف در ارزیابی این موضوع در مقایسه با رسانه‌های این کشورها شده است.

اگرچه فضای رسانه‌ای ایران در مقایسه با کشورهای چون عربستان، کره شمالی و... بازتر است اما در کل می‌توان گفت وضعیت آزادی بیان در رسانه‌های ایران با حد ایده‌آل دارای فاصله است و شاید آزادی بیان در کشورمان نسبت به رسانه‌های آزاد کشورهای غربی در حد متوسط ارزیابی شود.

در اینجا می‌توان به نمونه‌ای از جملات مشارکت کنندگان اشاره کرد:

«در کشورهای غربی قوانین در خصوص آزادی بیان شفاف و روش کنترل رسانه‌ها به صورت نامحسوس می‌باشد ولی در کشور ما قوانین در خصوص آزادی بیان غیرشفاف و کنترل رسانه‌ها به صورت شفاف و کاملاً مشهود است».

«در کشورهای غربی به دلیل فعالیت حداکثری بخش خصوصی در زمینه تولیدات رسانه‌ای و اطلاعات و اخبار، بحث آزادی بیان بیشتر مطرح است».

۲.۵ بعد تنوع رسانه

در پاسخ به پرسش دوم این پژوهش «تجارب اساتید رشته علوم ارتباطات از آزادی بیان در رسانه‌های ایران از بعد تنوع رسانه‌ای شامل مقوله اصلی "وضعیت آزادی بیان در رسانه‌های مختلف ایران" بود.

در این خصوص باید یاد آور شد که در کشور ما نهاد‌های مختلف با استفاده از مکانیزم‌های متفاوت، فعالیت‌های رسانه‌ها را کنترل می‌نمایند.

در این راستا به نظر می‌رسد که هر چند در رسانه‌های ایران آزادی بیان به شکل مشروط وجود دارد لیکن به دلیل فعالیت حداکثری بخش دولتی و محدوده کمتر فعالیت بخش خصوصی علی‌رغم وجود فضا برای آزادی بیان در بیان و تأمین نظرات تمام گروه‌های سیاسی و اجتماعی فعال در جامعه، بخش خصوصی با محدودیت جدی در این رابطه مواجه است. همچنین رسانه‌های مختلف به دلیل تفاوت در ذات هر رسانه و ظرفیت و نوع مخاطب دارای ظرفیت‌های متفاوتی در آزادی بیان هستند.

از طرف دیگر در میان رسانه‌های موجود، مطبوعات به دلیل مکانیزم‌های کنترلی از محدودیت بیشتری در بیان نظرات مختلف مواجه است و آزادی بیان در رسانه‌های وب ۲ و ۳ بیش‌تر از رسانه‌های سستی است.

ناگفته نماند که در این زمینه باید رسانه‌های ایران با رسانه‌های کشورهای با فرهنگ مشابه مقایسه شود، یعنی می‌توان اذعان داشت که آزادی بیان در یک بستر فرهنگی قابل ارزیابی است.

در اینجا می‌توان به نمونه‌ای از جملات مشارکت‌کنندگان اشاره کرد:

«در کتاب و مطبوعات به علت امکان استفاده از مکانیزم‌های کنترل توسط نهاد‌های مختلف، آزادی بیان با محدودیت بیشتری مواجه هستند».

«رسانه‌ها باتوجه به ظرفیت و میزان مخاطب دارای سطح متفاوتی از آزادی بیان هستند».

۳.۵ بعد مالکیت و محتوا

در پاسخ به پرسش سوم این پژوهش «تجارب اساتید رشته علوم ارتباطات از آزادی بیان در رسانه‌های ایران از بعد مالکیت و محتوا شامل مقوله اصلی "مالکیت و محتوا" بود.

به عقیده مشارکت‌کنندگان در این تحقیق، محتوای تولیدات رسانه‌ها با نوع مالکیت آن‌ها ارتباط مستقیم دارد به گونه‌ای که رسانه‌های دولتی قاعداً خط مشی دولتی دارند و رسانه‌های خصوصی پیگیر خواسته‌های مردمی هستند. همچنین به نظر می‌رسد رسانه‌های دولتی و رسانه‌های خصوصی در تضاد بین منافع دولتی و ملت، هرکدام طرف نوع مالکیت خود هستند. البته اصل همسو بودن مالکیت و محتوا با اندکی تغییرات در همه کشورها وجود دارد و رسانه‌ها در نهایت در تلاش برای تأمین منافع مالکین خود هستند.

به طور کلی می‌توان گفت که برجسته‌سازی محتوای رسانه‌ای با توجه به جریان‌های که رسانه‌ها در آن قرار دارند انجام می‌شود.

در اینجا می‌توان به نمونه‌ای از جملات مشارکت‌کنندگان اشاره کرد:

«رسانه‌های دولتی، محتوای تولیداتشان سیاسی و خط مشی آنها دولتی است و نهایتاً طرفدار دولت هستند».

«رسانه‌ها با توجه به نوع مالکیت، به گونه‌ای به تولید محتوا می‌پردازند که در نهایت منافع مالکین خود را تأمین کنند».

۴.۵ بعد قانونی

در پاسخ به پرسش چهارم این پژوهش «تجارب اساتید رشته علوم ارتباطات از آزادی بیان در رسانه‌های ایران از بعد قانونی شامل مقوله اصلی "حمایت‌های قانونی از رسانه‌های ایران"» بود.

در این زمینه آنچه از تجارب مشارکت‌کنندگان استنباط می‌شود این است که رسانه‌های غربی به دلیل قوانین شفاف در حوزه آزادی بیان و کنترل نامحسوس رسانه‌ها، فعالیت حداکثری بخش خصوصی در زمینه تولیدات رسانه‌ای، عدم محدودیت در بیان، بالابودن سطح تحصیلات عمومی مردم و نهایتاً پیش قدم بودن در مطرح شدن آزادی بیان در حوزه رسانه‌ای که در بخش‌های قبلی به آن اشاره شد، در حوزه آزادی بیان دارای مطالعات بیش‌تر و همچنین تقدم بیشتری در قانون‌گذاری هستند.

در کشور ما نیز قانونی بودن حق آزادی به شکل مشروط وجود دارد و اصل ۲۴ قانون اساسی به حق آزادی بیان اشاره دارد. بر اساس این اصل «نشریات و مطبوعات در بیان مطالب آزادند مگر آن که مخل به مبانی اسلام یا حقوق عمومی باشد. تفصیل آن را قانون معین می‌کند».

در اینجا می‌توان به نمونه‌ای از جملات مشارکت‌کنندگان اشاره کرد:

«ماده ۲۴ قانون اساسی کشور، حق آزادی بیان را به شکل مشروط مورد تاکید قرار داده است».

«قانون مطبوعات کشور، حق آزادی بیان را به شکل مشروط مورد تایید قرار داده است».

۵.۵ بعد موانع آزادی بیان

در پاسخ به پرسش پنجم این پژوهش «تجارب اساتید رشته علوم ارتباطات از مؤلفه‌های آزادی بیان در رسانه‌های ایران از بعد موانع آزادی بیان شامل مقوله اصلی "مشکلات رسانه‌های ایران"» بود.

در خصوص مشکلات رسانه‌های ایران در حوزه آزادی بیان باید گفت؛ اگرچه در کشور ما از رسانه‌ها در این حوزه چه در قانون اساسی و چه در قانون مطبوعات حمایت شده ولی به دلیل وجود ابهام، نبود شفافیت در قانون‌های وضع شده، مشخص نبودن حیطه آزادی و عدم ارائه تعریف خاصی برای موارد "مخل مبانی نظام جمهوری اسلامی"، رسانه‌ها در

حوزه آزادی بیان با مشکلات و محدودیت هایی مواجه هستند که در رسانه های غربی کم تر به چشم می خورد.

البته شاید در سایر قوانین نیز این موضوع جاری باشد و امکان درک و برداشت های مختلف از قوانین موضوعه وجود داشته باشد اما در حوزه رسانه این مهم بیش تر به چشم می آید.

موارد فوق باعث شده است که برخی از فعالان رسانه در بیان نظرات خود دچار خودسانسوری شوند و برخی دیگر نیز در خوشبینانه ترین حالت به دلیل عدم آگاهی از ظرافت خطوط قرمز موجود، با مشکلات حقوقی و حتی آراء کیفری مختلفی دست و پنجه نرم کنند.

در اینجا می توان به نمونه ای از جملات مشارکت کنندگان اشاره کرد:

به دلیل تفاوت برداشت حقوق دانان و کاربران و مجریان -تمام کسانی که در حوزه رسانه ها فعالیت می کنند و به نوعی در تولید اخبار اطلاعات، اخبار محصولات رسانه ای سهم دارند- از قوانین مربوط به رسانه و جرائم رسانه ای، اختلاف نظرها تبدیل به تنش در جامعه و رسانه شده است.

در ایران به دلیل وجود ابهام و عدم مشخص شدن حیطه و قلمرو آزادی و عدم تعریف برای مخل به مبانی نظام جمهوری اسلامی باعث شده است که حقوقدانان، هر نوع برداشت سلیقه ای را از ۲۴ قانون اساسی داشته باشند و به راحتی هر کس را مجرم شناخته و در نهایت محاکمه نمایند.

این یافته ها با نتایج تحقیقات سروش (۱۳۸۱) در خصوص محدودیت های آزادی بیان، بدیعی (۱۳۸۲) در رابطه با تفاوت دسترسی به اطلاعات در رسانه های الکترونی و تارنماها، جلالی فراهانی (۱۳۸۶) درباره چگونگی عینیت یافتن حق آزادی بیان در فضای سایبر و قابلیت های رسانه ای موجود و سودمندی (۱۳۹۵) در خصوص تعریف حق آزادی بیان و اهمیت اجزاء و مؤلفه های آن هم خوانی دارد.

۶. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در دنیای امروز رسانه‌ها نقش پر رنگی در اطلاع‌رسانی و هدایت افکار عمومی برعهده دارند و نمی‌توان آنها را در معادلات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نادیده گرفت.

در حقیقت رسانه‌ها بر ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی مردم تاثیر گذارند و این تاثیر همه روزه در حال گسترش و قوت‌گیری است به طوری که به نظر می‌رسد در آینده نقش رسانه‌ها در زندگی بشر به مراتب مهم‌تر از امروز باشد. کما اینکه با ورود رسانه‌های الکترونیکی، ارتباطات مجازی و شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، این تاثیر در حال حاضر هم به وضوح قابل مشاهده است.

در این زمینه استفاده از رسانه‌هایی که به صورت فراملی عمل می‌کنند و به افراد اجازه می‌دهد تا با عناصر جدید آشنا شده و در کنار مؤلفه‌های فرهنگی - ملی خود به سایر فرهنگ‌ها نیز دسترسی داشته باشد، موضوعی است که اهمیت رسانه‌های عصر جدید را بیش از پیش نمایان می‌کند.

از نظر حقوقی آنچه که در رسانه‌های امروز بیشتر از رسانه‌های سنتی گذشته به چشم می‌آید، بیشتر بودن محدوده آزادی بیان و نظرات افراد مختلف است چرا که طیف وسیعی از کاربران امکان دسترسی و انتشار افکار و عقاید خود را به صورت شبانه روزی و برخط دارند و البته کنترل تمامی نظرات عنوان شده نیز کار مشکلی به نظر می‌رسد.

بر اساس یافته‌های به دست آمده از تجارب اساتید علوم ارتباطات، چند موضوع قابل تامل وجود دارد.

اول اینکه در بررسی وضعیت رسانه‌های ایران در حوزه آزادی بیان، تفاوت‌هایی با رسانه‌های غربی وجود دارد که این تفاوت به سابقه تاریخی، پیشتازی آنها در آزادی بیان و نوع اندیشه و نحوه قانون‌گذاری آنها در این حوزه باز می‌گردد. تفاوت دیگر، فعالیت بخش خصوصی در حوزه آزادی بیان در رسانه‌های غربی است که به نظر می‌رسد در کشور ما سهم بخش دولتی و خصوصیتی بیشتر و در مقابل آن بخش خصوصی از محدودیت بیش‌تری در آزادی بیان برخوردار باشد.

دوم اینکه در باب تنوع رسانه، رسانه‌های مختلف به دلیل تفاوت در ذات رسانه، ظرفیت و نوع مخاطب دارای ظرفیت‌های متفاوتی در آزادی بیان هستند. در این زمینه مطبوعات، به دلیل مکانیزم‌های کنترلی با محدودیت بیشتری در بیان نظرات مختلف

مواجه هستند و آزادی بیان در رسانه‌های وب ۲ و ۳ بیشتر از رسانه‌های سنتی است. به عقیده برخی از اساتید، باید تنوع در رسانه‌های ایران با رسانه‌های کشورهای با فرهنگ مشابه مقایسه شود.

سوم اینکه در رابطه با مالکیت و محتوا، بیان شد که محتوای تولیدات رسانه‌ها با نوع مالکیت آنها ارتباط مستقیم دارد به گونه ای که رسانه‌های دولتی قاعداً خط مشی دولتی و اقتدارگرا دارند و رسانه‌های خصوصی پیگیر خواسته‌های مردمی هستند. البته هر دو نوع این رسانه‌ها در تضاد بین منافع دولتی و ملت، هرکدام طرفدار نوع مالکیت و خط مشی سیاسی خود نیز هستند.

چهارم اینکه در حوزه قانونی آزادی بیان، رسانه‌های غربی به دلیل قوانین شفاف، فعالیت حداکثری بخش خصوصی، محدود نبودن در بیان نظرات، بالا بودن سطح تحصیلات عمومی و... دارای مطالعات بیشتر و همچنین تقدم بیشتری در قانون گذاری هستند که البته در کشور ما نیز قانونی بودن حق آزادی بیان به شکل مشروط وجود دارد و اصل ۲۴ قانون اساسی به صورت مشروط به این حق اشاره می کند.

در نهایت موانع و مشکلات آزادی بیان در رسانه‌ها نیز موضوع مهم دیگری است که باید به آن پرداخته شود.

در این راستا به نظر می رسد اگرچه در کشور ما از رسانه‌ها به نحو قانونی حمایت شده اما به دلیل وجود ابهام، نبود شفافیت در قوانین موضوعه، مشخص نبودن حیطه و تعریف آزادی و عدم ارائه تعریف خاصی برای موارد "مخل مبانی نظام جمهوری اسلامی"، رسانه‌ها در حوزه آزادی بیان دارای محدودیت هایی هستند که این امکان را به نهادهای نظارتی می دهد تا به طور سلیقه ای با ایشان رفتار کنند.

موارد مطرح شده موجب خودسانسوری اهالی رسانه و یا مشکلات حقوقی و کیفری مختلفی برای ایشان شده و در مجموع جسارت و جرأت اکثریت را برای بیان دیدگاه های متفاوت و بعضاً انتقادی سلب کرده است.

با توجه به تعاریف و زیرساخت های موجود در یک جامعه مدنی و مردم سالار، در صورتی که اجازه ابراز نظرات مختلف و مخالف به صاحب نظران آن جامعه داده نشود، به مرور امکان شفاف سازی مشکلات و کاستی ها از بین رفته، اعتماد عمومی به رسانه‌ها کاسته شده و رسانه‌ها به عنوان چشمان همیشه بیدار جامعه قدرت مدیریت افکار عمومی را از دست می دهند و در نهایت رسانه‌ها به جای رکن چهارم دموکراسی، تبدیل به ابزاری

پدیدارشناسی ابعاد آزادی بیان در رسانه‌های ایران ... (عباس زمانی و دیگران) ۱۵۷

برای سرگرمی و اطلاع‌رسانی اخبار و اطلاعات عمومی می‌شوند، آن‌هم در شرایطی که هیچ‌کس تمایلی به دریافت این نوع اطلاعات را ندارد.

کتاب‌نامه

اسماعیلی، محسن (۱۳۸۷)، «مقدمه‌ای بر حقوق رسانه‌ها»، فصلنامه حقوقی گواه، شماره ۱۳، تابستان و پاییز ۱۳۸۷: ۳۶-۳۰.

انصاری، باقر (۱۳۹۰)، حقوق رسانه، تهران: انتشارات سمت.

بدیعی، نعیم (۱۳۸۲)، «چالش‌های روزنامه‌نگاری الکترونی - گسترش زمینه‌های آزادی بیان و اطلاعات»، فصلنامه رسانه، سال چهارم، شماره سوم (پیاپی ۵۵)، ۳۸-۲۵.

برندگی، بدری (۱۳۸۹)، «نسبیت یا اطلاق آزادی بیان به عنوان یکی از مؤلفه‌های حقوق بشر در مبانی اسلامی و غرب»، فصلنامه حقوق بشر، سال پنجم شماره ۲ (پیاپی ۱۰)، پاییز و زمستان ۱۳۸۹: ۵۳-۲۹.

جلالی‌فراهانی، امیرحسین (۱۳۸۶)، «مزیت‌ها و محدودیت‌های فضای سایبر در حوزه‌های آزادی بیان، آزادی اطلاعات و حریم خصوصی»، فصلنامه حقوقی دادگستری، شماره ۵۹، تابستان ۱۳۸۶: ۱۰۰-۶۱.

جعفری، محمد تقی (۱۳۷۸)، حق آزادی در اسلام، تهران: آفرینه.

سروش، عبدالکریم (۱۳۸۲)، «آزادی بیان و حق اظهار نظر و ابراز عقیده»، نشریه بازتاب اندیشه، شماره ۴۰، مرداد ۱۳۸۲: ۲۹-۲۰.

سودمندی، عبدالمجید (۱۳۹۵)، «اجزاء حق آزادی بیان در نظام بین‌المللی حقوق بشر»، نشریه مطالعات حقوقی، دوره هشتم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۵: ۱۱۴-۸۷.

طباطبائی‌موتمنی، منوچهر (۱۳۷۵)، آزادی‌های عمومی و حقوق بشر، تهران: موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران

عباس‌زاده، محمد (۱۳۹۱)، «تاملی بر اعتبار و پایایی در تحقیقات کیفی»، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، دوره ۲۳، شماره ۱، پیاپی ۴۴، بهار ۱۳۹۱: ۱۹-۳۴.

فرومن، میشل (۱۳۸۳) «حمایت از آزادی و برابری در رویه قضایی دیوان عالی ایالات متحده آمریکا»، ترجمه علی اکبر گرجی، نشریه حقوق اساسی، سال ۲، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۳: ۲۱۲-۱۸۹.

قاسمی، حمید و فنازاد، رضا (۱۳۹۷) حقوق رسانه، تهران: انتشارات اندیشه آرا.

معمدنژاد، کاظم (۱۳۷۹) حقوق مطبوعات؛ بررسی تطبیقی مبانی آزادی مطبوعات و مقررات تاسیس و انتشار آنها، جلد ۱، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

معمدنژاد، کاظم و منصفی، ابوالقاسم (۱۳۶۸)، روزنامه‌نگاری با فصلی جدید در بازنگری روزنامه‌نگاری معاصر، تهران: نشر سپهر.

مقامی، امیر و عطاران، نادیا (۱۳۹۸)، «موازنه افشای حریم خصوصی خانوادگی چهره های مشهور در رسانه‌ها و آزادی بیان در رویه نهادهای قضایی»، فصلنامه مطالعات حقوق عمومی، دوره ۴۹، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۸: ۳۱۱-۳۳۱.

میرشکاری، عباس (۱۳۹۹)، «تزاحم حق اشخاص مشهور با آزادی بیان در نظام‌های حقوقی آمریکا، فرانسه، آلمان و ایران»، مجله حقوقی دادگستری، دوره ۸۴، شماره ۱۱۰، شماره پیاپی ۱۱۰، تابستان ۱۳۹۹: ۲۱۳-۲۴۰.

کازنو، ژان (۱۳۸۷)، جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران: اطلاعات.

Alexander, L. A. (2012). Freedom of Expression. Encyclopedia of Applied Ethics, 339-344. doi:10.1016/b978-0-12-373932-2.00257-x

Baker, c.edwin, (1978), scope of the first amendment freedom of speech, ucla l. Rev., vol25.

Cass, ronald a., (1987), the perils of positive thinking: constitutional interpretation and negative first amendment theory, ucla l. Rev., vol34.

Emerson, thomas i., (1963), toward a general theory of the first amendment, yale l.j., vol72.

FEINBERG, J. (1998). Freedom and liberty. In E. Craig (Ed.), Routledge Encyclopedia of Philosophy. London: Routledge

Mcquail, D. (2006) Mcquail's Mass communication theory, Sage publications .

Montero, E., & Van Enis, Q. (2011). Enabling freedom of expression in light of filtering measures imposed on Internet intermediaries: Squaring the circle? Computer Law & Security Review, 27(1), 21-35. doi: 10.1016/j.clsr.2010.11.012.

Schauer, Frederick, (1982), free speech: a philosophical enquiry, Cambridge univ press.

Smolla, A.Rodney, Nimmer, Melville, B. (2011), Smolla and Nimmer on Freedom of Speech, m. Bender.