

ثبت : ۷۴۰

تیر ۱۴۰۱

دوره یازدهم - سال دوم

مسلسل: ۱۸۳۰۰

اظهار نظر کارشناسی درباره:
« طرح الحاق یک ماده به قانون ممنوعیت به کارگیری
تجهیزات دریافت از ماهواره »



دفتر مطالعات فرهنگ و آموزش

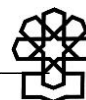


<p>کد موضوعی: ۲۷۰ شماره مسلسل: ۱۸۳۰۰</p>		<p>شناسنامه گزارش</p>
<p>عنوان گزارش: اظهارنظر کارشناسی درباره: «طرح الحاق یک ماده به قانون ممنوعیت به‌کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره»</p> <p>نام دفتر: مطالعات فرهنگی و آموزش (گروه رسانه، ارتباطات جمعی و فضای مجازی) تهیه و تدوین: سیدعلی محسنیان همکاران: سیدمیثم عظیمی (دفتر مطالعات حقوقی)، اکرم آقامحمدی (دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش) اظهارنظرکنندگان داخل مرکز: امین پژمان (دفتر مطالعات حقوقی)، عبدالرحیم قاسمی‌نژاد (دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش) اظهارنظرکنندگان خارج از مرکز: محسن حدادی، علی قهرشی، مسعود اسعدی، حمید نوروزی، ابوالفضل شهبازی، سعید رجبی فروتن، مجید دوخته چی‌زاده، مهدی عابدین، شاهین ترکمن، ولی میرزایی، سعید سلطانی و مرتضی برق ناظران علمی: موسی بیات، کمیل قیدرلو، جلیل محبی</p> <p>واژه‌های کلیدی: ۱. تبلیغات بازرگانی ۲. شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان خارجی ۳. قانون ممنوعیت استفاده از تجهیزات ماهواره‌ای</p>  <p>تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۴/۲۵</p>		

به نام خدا

فهرست مطالب

۱	مقدمه.....
۲	بیان مسئله و ضرورت قانونگذاری در این حوزه.....
۴	ارزیابی کلیات طرح.....
۴	الف) نقاط مثبت طرح.....
۶	ب) برخی ابهام‌ها و ایرادها.....
۶	ارزیابی مفاد طرح.....
۱۱	نتیجه‌گیری و پیشنهاد.....
۱۲	الف) راهبردهای ایجابی با هدف بهره‌مندی از آثار اقتصادی تبلیغات.....
۱۲	ب) بسته پیشنهادی تقنینی در جهت تعیین ضمانت اجرای برای مواجهه با تبلیغات در شبکه‌های ماهواره‌ای معاند.....
۱۴	منابع و مآخذ.....



اظهار نظر کارشناسی درباره:
«طرح الحاق یک ماده به قانون ممنوعیت
به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره»

مقدمه

قانون «ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره» که به طور خاص به بحث استفاده از تجهیزات دریافت از ماهواره می پردازد در بهمن ماه ۱۳۷۳ به تصویب رسید. البته پیش تر از آن و در سال ۱۳۶۲، در ماده (۷) قانون اساسنامه سازمان صدا و سیما تصریح شده بود که تأسیس هرگونه فرستنده و پخش برنامه های رادیویی و تلویزیونی در هر نقطه کشور ممنوع و در انحصار این سازمان است که قاعدتاً شامل ماهواره ها هم می شود.

به موجب قانون صدرالذکر «ورود، توزیع و استفاده از تجهیزات دریافت از ماهواره جز در مواردی که قانون تعیین کرده است» ممنوع شد. این قانون تنها به بخش «سخت افزاری» ماهواره ها توجه دارد به بیان دیگر، این قانون به حوزه محتوا و برنامه های ماهواره ای ورود نداشته و تنها گیرنده های سخت افزاری (عمدتاً دیش و رسیور) را دربر گرفته است. به موجب تبصره ماده (۱۰) این قانون «نشر آگهی های تبلیغاتی از طرق مختلف توسط مطبوعات، صدا و سیما یا تبلیغات شهری که متضمن جواز استفاده از برنامه های ماهواره می باشد ممنوع است». البته باید توجه داشت که این تبصره تبلیغاتی را مورد هدف قرار داده است که در داخل ایران برای بازاریابی یا ترویج تجهیزات و ابزارهای ماهواره ای انجام می شود. ازین رو برای ممنوعیت تبلیغ در شبکه های ماهواره ای نمی توان به تبصره فوق استناد کرد.

در فروردین ماه ۱۳۷۴ آیین نامه اجرایی قانون مذکور به تصویب دولت رسید. طبق ماده (۱۳) این آیین نامه، «وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در اجرای تبصره ماده (۱۰) قانون مجازند به تناسب مسئولیت های خود دستورالعمل های لازم را برای تعیین آگهی های تبلیغاتی غیرمجاز تدوین و بنا به حوزه صلاحیت خود، رأساً و به طور جداگانه به ناشران و مطبوعات و بنگاه های تبلیغاتی همچنین واحدهای داخلی و تابع خود ابلاغ نمایند».

پس از آن، قانون وظایف و اختیارات وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات مصوب ۱۳۸۲، به موضوع تنظیم گری ماهواره ها پرداخت و در آن ضمن تشکیل سازمان و شورای عالی فضایی در مواد (۸) و (۹) قانون، رویکرد توسعه ای در این بخش را هم در دستور کار قرار داد. ضمن اینکه، کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات موضوع مواد (۵) و (۶) این قانون، مقررات و ضوابطی را برای صدور پروانه های خدمات ماهواره ای وضع و ابلاغ کرده و هم اینک کاربران دارای پروانه به ارائه خدمات این حوزه اشتغال دارند^۱.

به مرور زمان به علت ظهور استفاده های تجاری ماهواره و امکان تبلیغ کالا و خدمات در شبکه های ماهواره ای نیاز

۱. به موجب رأی شماره ۲۱۴۸ مورخ ۱۳۹۸/۱۱/۱۵ هیئت عمومی دیوان عدالت اداری اطلاق ماده (۳) مصوبه جلسه شماره ۲۷۹-۱۱/۱۳۹۷/۶ کمیسیون تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی که مرجع صدور پروانه ارائه خدمات صوتی و تصویری و ارائه خدمات پخش همگانی ماهواره ای را سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی دانسته است مغایر قانون صادر شده و مستند به بند «۱» ماده (۱۲) و ماده (۸۸) قانون تشکیلات و آیین دادرسی دیوان عدالت اداری مصوب سال ۱۳۹۲ اطلاق آن ابطال می شود.

به تدوین مقررات و تنظیم چارچوب این فعالیت‌های تبلیغاتی بیش از پیش احساس شد. در تاریخ ۲۵ تیرماه ۱۳۸۵ بخشنامه‌ای^۱ مبنی بر ممنوعیت «سفارش آگهی در شبکه‌های تلویزیونی فارسی‌زبان مستقر در خارج از کشور» از سوی دولت ابلاغ شد که بر اساس آن «هرگونه همکاری اعم از مصاحبه، ارسال خبر و سفارش آگهی به شبکه‌های تلویزیونی غیرمجاز فارسی‌زبان ماهواره‌ها ممنوع است». این بخشنامه اگرچه به‌صراحت سفارش آگهی به شبکه‌های تلویزیونی غیرمجاز فارسی‌زبان ماهواره‌ای را ممنوع اعلام نموده با این حال اساساً با توجه به محدودیت‌های یک بخشنامه در مقایسه با قانون به‌ویژه در موضوعات کیفی، در مجموع حاوی ضمانت اجرای مؤثر و معتبری برای ممنوعیت سفارش تبلیغ در شبکه‌های ماهواره‌ای نیست و لذا تنظیم قانون مشخصی در این رابطه ضروری به‌نظر می‌رسد.

همچنین ناگفته نماند که «انجام تمهیدات لازم برای کاهش آثار مخرب تهاجم فرهنگی از طریق مقابله با تبلیغات شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و اجرای سیاست‌های مربوط به ممنوعیت هرگونه همکاری افراد حقیقی و حقوقی در حوزه تبلیغات با شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان»^۲ برعهده دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. این دفتر علاوه بر سیاستگذاری و تعیین خط‌مشی کانون‌های تبلیغاتی در چارچوب قوانین و آیین‌نامه‌های مصوب، در مورد خاص تبلیغات از شبکه‌های ماهواره‌ای هم دارای مأموریت و وظایف خاص خود است و باید تمهیدات لازم را برای مقابله با تبلیغات شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، اندیشیده و اجرای سیاست‌های مربوط به ممنوعیت هرگونه همکاری افراد حقیقی و حقوقی در حوزه تبلیغات با شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان را اجرایی کند.^۳ با این حال روشن است که تعیین ضمانت اجرایی مناسب برای مقابله با مواردی که نقض قانون صورت می‌گیرد نمی‌تواند توسط نهاد مذکور تعیین شود و این امر چنانچه گفته شد در صلاحیت نهاد قانونگذار یعنی مجلس شورای اسلامی است.

بیان مسئله و ضرورت قانونگذاری در این حوزه

به‌طور کلی با توجه به وضعیت دوگانه مجاز و غیرمجاز بودن محتوای تبلیغات بازرگانی و بستر ارتباطی و نیز داخلی و خارجی بودن مخاطب، حالت‌های زیر برای تبلیغ کالاها و خدمات قابل تصور است:

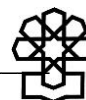
۱. تبلیغ کالا، خدمات و محصولات، مجاز است و بستر ارتباطی نیز مجاز است.
۲. تبلیغ کالا، خدمات و محصولات، غیرمجاز است، ولی کانال ارتباطی مجاز است.
۳. تبلیغ کالا، خدمات و محصولات، مجاز است، ولی بستر ارتباطی غیرمجاز است.
۴. تبلیغ کالا، خدمات و محصولات، غیرمجاز است و در عین حال بستر ارتباطی نیز برای مخاطب داخلی غیرمجاز است.
۵. تبلیغ کالا، خدمات و محصولات، مجاز است، ولی کانال ارتباطی مخاطب بین‌المللی دارد هرچند برای مخاطب داخلی غیرمجاز است.

۶. تبلیغ کالا، خدمات و محصولات برای مخاطب داخلی غیرمجاز است، ولی کانال ارتباطی مخاطب بین‌المللی دارد و هرچند برای مخاطب داخلی غیرمجاز است، ولی برای مصرف‌کننده خارجی و در قلمرو سرزمینی آن تبلیغ مجاز

۱. بخشنامه و دستورالعمل شماره ۸۵۴۱۸۸ مورخ ۱۳۸۵/۴/۲۵ دفتر ریاست جمهوری.

۲. <https://press.farhang.gov.ir/fa/duty/press4>

۳. مصوبات شورای راهبردی فرارگاہ ماهواره (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی).



است مانند تبلیغ دارو.

یکی از اتفاقاتی که در سال‌های اخیر، در حال وقوع است، ارائه و سفارش تبلیغات در شبکه‌های ماهواره‌ای توسط صنایع و کسب‌وکارهای مختلف است. ناگفته نماند که اغلب تبلیغاتی که در شبکه‌های ماهواره‌ای صورت می‌گیرد خلاف واقع و گمراه‌کننده هستند. علاوه بر اینها، صدماتی که از این طریق به کانون‌های تبلیغاتی، صنعت تبلیغات و رسانه‌های داخلی وارد می‌شود، بیشمار است. البته به‌منظور مقابله با تبلیغات شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان اقدامات متعددی از سوی دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هم‌زمان با مأموریت‌های نهادهای انتظامی و امنیتی در کارگروه تبلیغات قرارگاه ماهواره انجام گرفته که منجر به کاهش چشمگیر این آگهی‌ها شده است. لکن همچنان خلأ قانونی در این زمینه وجود دارد.

وضعیت موجود و آماری نشان می‌دهد که محتوای آگهی‌ها در شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در دو سال پیاپی ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ از لحاظ موضوعی ۳۲/۵ درصد به آگهی‌های بخش سلامت تعلق دارد. در خصوص آگهی‌های بخش خدمات از جمله فروش ملک، اقامت و تحصیل، آژانس مسافرتی، فروش بلیط، دفاتر حقوقی، سرمایه‌گذاری، مجتمع تفریحی، هتل و اقامتگاه حدود ۲۹ درصد از کل آگهی‌های پخش شده را شامل می‌شود که نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش داشته است. در این میان بیشترین سهم آگهی با محتوای فروش ملک و بعد از آن به آگهی اقامت و تحصیل تعلق دارد و زمانی که به مصرف‌کننده از چنین تبلیغاتی خسارتی وارد شود تعقیب قضایی شخص مقصر با دشواری‌هایی مواجه خواهد بود. زیرا مراجع قضایی به‌منظور صدور حکم نیاز به مستندات قانونی دارند که در این زمینه خلأ قانونی وجود دارد. البته در این خصوص برخی مصوبات یا بخشنامه‌هایی به‌چشم می‌خورد، اما برای صدور حکم کافی نیستند و مقام قاضی باید براساس حکم قانون موضوعه در مورد قضیه مطروحه اقدام به اتخاذ تصمیم نماید. در همین راستا هدف از پیشنهاد طرح «الحاق یک ماده به قانون ممنوعیت به‌کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره» آن‌گونه که در بخش مقدمه (دلایل توجیهی) طرح مذکور آمده، برطرف نمودن خلأهای قانونی در حوزه تبلیغات در شبکه‌های غیرمجاز است. طرح حاضر علاوه بر توجه به موضوع تبلیغات در شبکه‌های ماهواره‌ای غیرمجاز، در تبصره‌های مختلف به سایر ابعاد مرتبط با این موضوع توجه داشته از جمله اینکه در خصوص بازیگران صحنه تبلیغات یا به‌طور کلی همکاری در ساخت و تولید برنامه‌های مرتبط با شبکه‌های ماهواره‌ای غیرمجاز سعی نموده ضمانت‌اجراهایی را تعیین نماید. شایان توجه است که متن طرح و تبصره‌های ذیل آن دارای برخی ایرادها هستند که در ادامه به آنها پرداخته شده و تلاش شده در بخش پیشنهادها، راهبردهای ایجابی و اصلاحی و درنهایت نیز پیش‌نویس منقحی برای رفع خلأهای قانونی و تأمین نظر طراحان محترم ارائه شود.

ارزیابی کلیات طرح

پیرو جلسات کارشناسی متعدد برگزار شده از سوی دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی و همچنین بررسی‌های کارشناسی، نقاط مثبت و همچنین برخی ایرادها و ابهام‌های طرح بدین شرح ارائه می‌شود.

الف) نقاط مثبت طرح

موضوع ممنوعیت تبلیغات در شبکه‌های غیرمجاز یک موضوع بسیار مهم در راستای مقابله با برنامه‌های مخرب شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان معاند و غیرمجاز است. به‌طور کلی به‌نظر می‌رسد سفارش آگهی و تبلیغ به شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان معاند و غیرمجاز، پیامدهای زیر را به‌دنبال دارد:

۱. ایجاد مشروعیت برای این شبکه‌ها در جامعه داخل ایران.
 ۲. تقویت توان مالی این شبکه‌ها.
 ۳. گسترش و توسعه فنی و محتوایی این شبکه‌ها به‌دنبال تقویت توان مالی آنها.
- شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان معاند و معارض با تقویت توان مالی خود اهداف ذیل را دنبال می‌کنند:
۱. کم‌رنگ کردن آرمان‌ها و دستاوردهای انقلاب اسلامی در همه عرصه‌ها،
 ۲. ایجاد تردید در مفاهیم انقلاب اسلامی و قرائتی متفاوت از مسیر انقلاب،
 ۳. پیش‌رو نهادن سبک زندگی‌های مغایر با سبک زندگی اسلامی و ایجاد تردید و تحقیر سبک زندگی اسلامی،
 ۴. پیوند نارضایتی‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی با مطالبات سیاسی تند و تأکید بر ریشه سیاسی داشتن همه مشکلات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و ناتوانی کشور از ارائه عملی و نظری الگوی زندگی بهتر در برابر غرب،
 ۵. هماهنگ و یک دست نشان دادن همه عناصر و جریان‌های نخبه کشور در نارضایتی در کشور یا معارضه با آن،
 ۶. القای اجماع جهانی و منطقه‌ای علیه کشور و مسئولان و سیاست‌های بین‌المللی، فرهنگی و... آن،
 ۷. تضعیف هویت انقلابی، اسلامی و ایرانی.

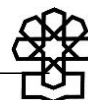
در این مسیر، هدف اصلی دشمن به‌ترتیب «هویت انقلابی»، «هویت اسلامی» و «هویت ایرانی» است. گاه از شیفتگی به غرب برای تحقیر ارزش‌های خانوادگی و سنتی ایران استفاده می‌شود، گاه از آموزه‌های ایران‌گرایی برای تضعیف هویت اسلامی و گاه از آموزه‌های اسلامی برای انکار هویت انقلابی و ماهیت جمهوری اسلامی به‌عنوان یک نظام دینی بهره برده می‌شود. دشمن می‌داند که هرچه دلبستگی مردم به انقلاب بیشتر باشد ارزش‌ها و آرمان‌های اسلامی و ملی حرمت و اعتبار بیشتری خواهد داشت.

همچنین این شبکه‌ها همگام با توسعه فنی و محتوایی با تقویت توان مالی خود روش‌های خصمانه ذیل را به‌شدت پیگیری می‌نمایند:

۱. گسترش سطح تولید محتوا علیه جمهوری اسلامی و تکثیر عناصر و جریان‌های مولد از طریق:

الف) فراهم‌آوری امکان تولید و ارائه محتوا و دسترسی به رسانه‌های مؤثر برای معارضان،

ب) تبدیل معارضان بالقوه به بالفعل با در دسترس گذاشتن قالب‌های کم‌هزینه و مؤثر و تحریک از طریق



سیاه‌نمایی، تطمیع، تشویق، ارائه راهکار و ...

ج) بالابردن هزینه برخورد با معارضان فعال برای کشور و ایجاد حاشیه امنیت برای معاندان.

۲. مختل کردن جریان تولید محتوای انقلابی، اسلامی و ایرانی در داخل نظام از طریق:

الف) بایکوت یا ترور شخصیت مولدان فرهنگی همسو با نظام در همه عرصه‌های فرهنگی، هنری، رسانه‌ای، فکری و برای مثال برخورد با فیلم یوسف پیامبر (ع)، ملک سلیمان (ع) یا ترور شخصیتی و بایکوت رسمی تولیدکنندگان مرتبط با بدنه حاکمیت در صنایع فرهنگی دیگر و ... نشانگر اهمیت این استراتژی برای آنهاست،

ب) کمرنگ کردن جایگاه و اعتبار هنر و فرهنگ انقلاب از طریق بزرگنمایی جریان‌های فرهنگی قبل از انقلاب و انکار انقلاب به مثابه یک نقطه عطف و تجدید مطلع در تاریخ فرهنگ ایران،

ج) دامن زدن به مسائل حاشیه‌ای و اختلاف‌انگیزی از طرق مختلف بین عناصر جبهه داخلی و ایجاد ائتلاف‌های تاکتیکی بین عناصری از این جبهه با عناصر معارض در جهت تضعیف عناصر جبهه انقلاب،

د) نفوذ در دستگاه‌های مدیریت فرهنگی و ناامید کردن یا سردرگم کردن نیروهای داخلی از طریق ترویج ارزش‌های مهاجم با استفاده از امکانات کشور.

۳. فرصت‌طلبی و استفاده سریع و بهنگام و همه‌جانبه از بهانه‌ها و بزنگاه‌های معارضه.

نکته مهم در استراتژی تولید محتوای جبهه معارض نوآوری و به‌روز بودن است. آنها به‌گونه‌ای طراحی کرده‌اند که با آن در لحظه می‌توانند از میان انبوه خبرها و اتفاقات چند مورد را صید و بزرگنمایی کنند. به تعبیر دیگر برای مفاهیم‌شان مصادیق نو به نو (باربط و بی‌ربط) ارائه می‌کنند.

همان‌گونه که گفته شد، این امور اجرایی و محقق نمی‌شود، مگر اینکه این شبکه‌ها از طرق مختلف، از جمله به جذب آگهی بازرگانی از داخل کشور اقدام نمایند.

با چنین فرضی، لازم نیست در برابر هر بحران رسانه‌ای، دستپاچه و شتابزده عمل کرده و دچار روزمرگی شد، بلکه باید آن را به‌صورت حلقه‌ای از یک جریان دید و راهبردی برای به شکست کشاندن آن جریان و نیز بی‌اثر کردن استراتژی بلندمدت معارضان و معاندان کشور و منافع عمومی داشت.

یکی از مهم‌ترین گسل‌هایی که مانع از برخورد مؤثر با این شبکه‌ها شده است؛ نداشتن قانونی قوی و به‌روز در مواجهه با جذب آگهی بازرگانی و تبلیغات از سوی این شبکه‌هاست که تهیه این الحاقیه و تصویب آن در مجلس شورای اسلامی این مشکل بزرگ را حل می‌کند.

موافقان طرح حاضر همچنین در پاسخ به این اشکال که متن حاضر برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان مانع ایجاد خواهد کرد معتقدند:

اولاً هدفگذاری این طرح شبکه‌های فارسی‌زبانی است که در جامعه داخل کشور پوشش دارند و همگی به زبان فارسی هستند و اقبال یا پوشش فنی در کشورهای همجوار نداشته و ندارند. لذا برای توسعه صادرات کالا و خدمات صاحبان صنایع و کالا و خدمات و تبلیغات و بازاریابی آنها باید در کشورهای منطقه و بین‌المللی که به زبان فارسی نیستند سرمایه‌گذاری و اقدام کرد. تا امر صادرات توسعه و گسترش یابد. این درحالی است که شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان معاند و غیرمجاز همگی داخل کشور را هدف گرفته و قریب به سی سال است که این هدفگذاری ادامه دارد.

ثانیاً اقدامات ایجابی برای این منظور پیش‌بینی شده از جمله اینکه، اداره کل تبلیغات و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با همکاری سازمان جهانی تبلیغات برای تسهیل و توسعه صادرات، این امکان را در کشورهای اوراسیا، همسایگان ایران، اروپا و... فراهم آورده است. کفایت علاقمندان به توسعه فعالیت خود برای صادرات کالا و خدماتشان به اداره کل تبلیغات و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مراجعه کنند.

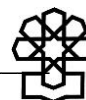
ب) برخی ابهام‌ها و ایرادها

۱. در متن ماده‌واحد کلمه «غیرمجاز» مبهم است. در حالی که حدود و ثغور آن نیازمند شفاف‌سازی و تبیین دقیق در همین قانون است. اینکه آیا منظور رسانه معاند است یا شامل تمام رسانه‌های خارجی می‌شود؛ بدین ترتیب لازم است تا حد امکان ضوابطی برای تعیین شبکه غیرمجاز بیان شود و کارگروه تعیین شده است.
۲. با عنایت به اینکه در حال حاضر در رابطه با مقوله اینترنت طرح‌ها و لوایح پیشنهادی جامع و دقیق دیگری در دست بررسی و تدوین است به جهت پرهیز از موازی‌کاری و ابهام در قوانین لازم است قلمرو شمول این طرح به شبکه‌های ماهواره‌ای اختصاص یابد.
۳. در تبصره «۷» با توجه به عبارت «امثال آن» دایره افراد همکار در جریان تبلیغ در شبکه‌های ماهواره‌ای را گسترده در نظر گرفته است؛ در نتیجه ممکن است شناسایی فرد خاطی را با دشواری‌هایی مواجه کند. بدین ترتیب به منظور رفع ابهام شایسته است عبارت مذکور حذف شود تا مصادیق «همکاری» در متن تبصره فوق مشخص باشد.

ارزیابی مفاد طرح

مقدمه (دلایل توجیهی)

قانون ممنوعیت به‌کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره مصوب ۱۳۷۳ صرفاً منع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای در بعد سخت‌افزاری را بیان می‌کند؛ زیرا در قانون مذکور به‌صراحت آمده است: «ورود، توزیع و استفاده از تجهیزات دریافت ماهواره ممنوع است». از سوی دیگر در شرایط فعلی با حجم گسترده همکاری تبلیغات در شبکه‌های ماهواره‌ای مواجه هستیم و با نواقصی که در این قانون وجود دارد امکان پیگیری قضایی از اشخاص حقیقی و حقوقی که در بعد نرم‌افزاری اقدام به تبلیغات و همکاری با شبکه‌های فارسی‌زبان معاند می‌کنند وجود ندارد. لذا در ماده‌واحد ذیل سعی شده خلأهای موجود در قانون صدرالاشاره رفع شود و با در نظر گرفتن ضمانت اجرای متناسب زمینه سوءاستفاده در زمینه محدود نماید.



نظر کارشناسی

۱. درمقدمه توجیهی لازم است به علل، اهداف و منافع ارائه و تصویب طرح اشاره شود. در مقدمه توجیهی این طرح صرفاً به صورت موردی و بدون پیوستگی برخی از خلأها و ایرادهای ذکر شده، اما در نهایت جمع‌بندی و نتیجه‌گیری به عمل نیامده است. اگر چه مقدمه طرح‌ها و لوایح در بیان دلایل توجیهی تقدیم آنها در بردارنده حکم قانونی نیست و الزام‌آور نیست، لکن به عنوان سند پشتیبان در تفسیر قوانین مربوط می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. بنابراین مناسب است در مقدمه این طرح ضمن رعایت اصول نگارش متون قانونی دلایل توجیهی آن به دور از نقص و اجمال ارائه گردد.
۲. با عنایت به اینکه طرح پیشنهادی الحاق یک ماده به قانون ممنوعیت به‌کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره را مد نظر قرار داده است لازم است عنوان «قانون ممنوعیت به‌کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره مصوب ۱۳۷۳/۱۱/۲۳ با اصلاحات و الحاقات بعدی» هم در عنوان طرح و هم در متن ماده واحد به صورت کامل قید شود.
۳. وفق ماده (۱۵۶) قانون آیین‌نامه داخلی مجلس شورای اسلامی اصل بر عادی بودن رسیدگی طرح‌هاست و در صورت اقتضای فوریت باید دلایل آن مستنداً در مقدمه توجیهی آورده شود.

ماده واحده- یک ماده به قانون ممنوعیت به‌کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره مصوب ۱۳۷۳/۱۱/۲۳ به شرح ذیل الحاق می‌شود.

ماده الحاقی- تبلیغ هرگونه کالا، خدمات و آثار هنری ایرانی از طریق شبکه‌ها، رسانه‌ها، بسترها و پلتفرم‌های غیرمجاز (اعم از ماهواره‌ای یا بر بستر پهن باند) که فهرست آن توسط کارگروه تخصصی ماهواره متشکل از نمایندگان سازمان صدا و سیما، وزارت اطلاعات، نیروی انتظامی، سازمان تبلیغات اسلامی و دادستانی کل کشور هر سه ماه یک‌بار اعلام می‌شود، ممنوع است. متخلف از این حکم حسب مورد به یکی از مجازات‌های درجه ۵ تا ۷ مقرر در مواد (۱۹) و (۲۰) قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲/۲/۱ محکوم می‌شوند.

تبصره «۱»- نحوه اداره و تشکیل جلسات برابر آیین‌نامه اجرایی خواهد بود که به تصویب کارگروه تخصصی ماهواره می‌رسد. تبصره «۲»- اعمال مجازات‌های فوق برای اشخاص حقوقی، رافع مسئولیت مدیران نبوده و این اشخاص به مجازات‌های مذکور محکوم خواهند شد.

نظر کارشناسی

۱. از آنجا که بحث الحاق این ماده به «قانون ممنوعیت به‌کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره مصوب ۱۳۷۳/۱۱/۲۳ با اصلاحات و الحاقات بعدی» مطرح است، باید یک شماره ماده به آن اختصاص یابد. پرواضح است که نظر به غنای ادبیات حقوقی و نیاز مبرم نظام قضایی به مقررات قانونی در مواجهه با پرونده‌های این حوزه و همچنین به علت آثار سوء توسل به شبکه‌های ماهواره‌ای برای امر تبلیغ نیاز به یک مقرر قانونی در این خصوص احساس می‌شود. پس بهتر است که به منظور رفع خلأهای قانونی و قضایی این طرح پیشنهادی در قالب یک ماده به قانون صدرالذکر مطرح و بدان اضافه شود؛ از این رو باید یک شماره ماده در قانون فوق بدان اختصاص یابد.
۲. چنانچه اشاره شد لازم است قلمرو شمول به این ماده به شبکه‌های ماهواره‌ای اختصاص یابد چه اینکه در خصوص مقوله اینترنت طرح‌ها و لوایحی در دست تهیه است که لازم است با جامع‌نگری خلأهای قانونی مرتبط با حوزه اینترنت در آن برطرف گردد. صرف‌نظر از ایراد، به لحاظ اصول قانون‌نویسی استفاده از لغت بیگانه «پلتفرم» در طرح مغایر اصل

پانزدهم قانون اساسی است. لذا پیشنهاد می‌شود در صورتی که قرار باشد این واژه در متن آورده شود کلمه «سکو» به‌عنوان معادل فارسی جایگزین آن شود و لغت مزبور در کمانک (پراتنز) درج گردد. همچنین، با توجه به عدم استفاده از اصطلاح «پلتفرم» در سوابق تقنینی و به‌منظور رفع هرگونه ابهام، لازم است اصطلاح مزبور در (مواد ابتدایی) طرح تعریف شود.

۳. حکم به تنظیم آیین‌نامه اجرایی در تبصره «۱» ماده‌واحد طرح بدون تعیین مهلت زمانی پیش‌بینی شده است و این امر اجرای قانون را با مشکل مواجه می‌کند.

۴. منظور از کلمه «غیرمجاز» در این ماده باید مشخص شود. اگر منظور از «غیرمجاز» به‌لحاظ به‌عبارت دقیق «معاند بودن» شبکه یا رسانه است باید تصریح شود. طبق طرح پیشنهادی تبلیغ کالا و خدمات و ... در «شبکه‌ها، رسانه‌ها، بسترها و پلتفرم‌های غیرمجاز» ممنوع است. بنابر برخی مستندات در نظام حقوقی موجود می‌توان گفت مقصود از «غیرمجاز» بودن یک رسانه «معاند» بودن آن است برخی از این مستندات عبارتند از:

اول، «در یکصد و بیست و دومین نشست کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه ممنوعیت آگهی و تبلیغ در شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان تصویب و از سوی دادستانی ابلاغ شد. بر همین اساس، ارائه هرگونه تبلیغ و آگهی از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای **معاند و غیرمجاز** به‌عنوان بند «و-۱۱» بخش مصادیق مجرمانه مرتبط با محتوایی که تحریک، ترغیب یا دعوت به ارتکاب جرائم می‌کند (سایر جرائم) به فهرست مصادیق محتوای مجرمانه اضافه شد. همه مراجع ذی‌ربط کشور که وظیفه قانونی ثبت، ارائه پروانه یا مجوز تأسیس و فعالیت یا نظارت بر کسب و کارها، سرویس‌های خدماتی، تجاری، مطبوعاتی، تبلیغاتی و... را دارند، در شمول اجرای این مصوبه هستند»^۱ بدین ترتیب طبق این مصوبه معیار غیرمجاز بودن «معاند» بودن رسانه است.

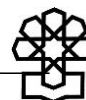
دوم ماده (۳) آیین‌نامه تبلیغات در حوزه پولی و بانکی کشور موضوع بند «ت» ماده (۱۴) قانون برنامه پنج‌ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۸) مقرر می‌دارد: «انجام تبلیغات از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای **معاند** ممنوع است. مرجع تشخیص و اطلاع‌رسانی در خصوص این شبکه‌ها، کارگروهی متشکل از نمایندگان وزارت اطلاعات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران است». همان‌طور که دیده می‌شود در این مصوبه نیز «**معاند بودن**» شبکه ماهواره‌ای به‌عنوان معیار «غیرمجاز» بودن شبکه تبیین شده است و تبلیغ در آنها ممنوع است.

۵. مدلی که در طرح برای تعیین شبکه‌های غیرمجاز پیش‌بینی شده است آن است که فهرست شبکه‌ها، رسانه‌ها، بسترها و پلتفرم‌های غیرمجاز (اعم از ماهواره‌ای یا بر بستر پهن باند) هر سه ماه یک بار توسط کارگروه تخصصی اعلام شود که این مدل می‌تواند با ایرادهای زیر مواجه شود:

اول، تشکیل کارگروه ماهواره و جلسات آن ایجاد هزینه می‌کند و از آنجا که محل تأمین بار مالی آن مشخص نشده است مغایر اصل هفتاد و پنجم قانون اساسی است.

دوم، کسب تکلیف در بازه زمانی هر سه ماه یک بار، برای تعیین مصادیق رسانه غیرمجاز، چالش جدی برای اشخاص ایجاد می‌کند و اجرای قانون را با مشکل مواجه می‌کند.

1. <https://ad.farhang.gov.ir/fa/news/572603/>



سوم، اینکه مصادیق غیرمجاز از چه طریقی و توسط چه نهادی اعلام می‌شود مشخص نشده است. به عبارتی اینکه کدام ارگان یا سازمان متولی ابلاغ موارد غیرمجاز خواهد بود و اینکه آیا اشخاص ملزم به استعلام از نهاد خاص هستند و یا نهاد مشخصی باید این تکلیف را انجام دهد و اطلاع‌رسانی به‌عهده آن می‌باشد، مشخص نشده است.

چهارم، با عنایت به وجود کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه (موضوع ماده (۷۵۰) قانون مجازات اسلامی، کتاب پنجم، تعزیرات و مجازات‌های بازدارنده) و حضور همه نهادهای برشمرده در این طرح در آن کارگروه، ضروری است این مسئولیت به آن کارگروه واگذار و از نهادسازی غیرضرور و البته معارض پرهیز شود.

پنجم، کارگروه مذکور از جهت عدم تعیین تعداد نمایندگان سازمان صدا و سیما، وزارت اطلاعات، نیروی انتظامی، سازمان تبلیغات اسلامی و دادستانی کل کشور و همچنین از جهت نامشخص بودن جایگاه آن که زیر نظر چه شخص یا نهادی فعالیت می‌کند دارای ابهام است.

از همین رو لازم است عبارت «غیرمجاز» در متن ماده به «معاند» تغییر یابد و ضمن آنکه به برخی مشخصه‌های این نوع شبکه‌ها در قانون تصریح شود در نهایت اعلام مصادیق آنها را برعهده کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه (موضوع ماده (۷۵۰) قانون مجازات اسلامی (کتاب پنجم، تعزیرات و مجازات‌های بازدارنده) قرار داد.

۶. در متن ماده و همچنین تبصره «۳» برای جلوگیری از ابهام باید نوع مجازات‌ها تعیین شود و تا حد امکان از مجازات‌هایی با درجه واحد و یا حداکثر با اختلاف یک درجه استفاده شود.

۷. تبصره «۲» دارای ابهام بوده و مشخص نیست بیان چه حکمی را مد نظر داشته است.

تبصره «۳» - تولیدکنندگان، واردکنندگان و صاحبان کالا، صاحبان آثار هنری و ارائه‌دهندگان خدمات، مکلفند در قراردادهای منعقد شده با اشخاص حقیقی و حقوقی از جمله نمایندگی‌ها و شعب خود، ممنوعیت ارائه تبلیغ در شبکه‌های غیرمجاز را تصریح کنند، در غیر این صورت چنانچه تبلیغات آنان مشمول این ماده شود، به حداقل مجازات مذکور محکوم خواهند شد.

نظر کارشناسی

۱. مفهوم «صاحبان آثار هنری» در تبصره فوق مبهم است. ظاهراً منظور از «صاحبان آثار هنری» مالکان اثر هنری براساس مقررات و ضوابط مالکیت فکری فردی است که دارای حقوق مادی و معنوی اثر باشد چه اینکه طبق ماده (۱) قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ پدیدآورنده به «مؤلف و مصنف و هنرمند» گفته می‌شود و بالطبع حقوق مادی و معنوی ناشی از اثر فکری متعلق به این اشخاص خواهد بود و از این رو می‌توان آنها را صاحب اثر دانست. لذا لازم است این موضوع به صورت صریح‌تر آورده شود. در غیر این صورت نظر به مبهم بودن مفهوم «صاحبان آثار هنری» چه بسا بتوان کسانی را که مجموعه‌ای از آثار هنری را به منظور تهیه یک گالری جمع‌آوری کرده‌اند را نیز داخل در این مفهوم دانست.

۲. در صورت تصویب نهایی طرح با توجه به جرم‌انگاری موضوع ماده نیازی به تبصره نیست.

تبصره «۴»- در صورتی که یک یا چند شبکه ماهواره‌ای غیرمجاز، بدون درخواست صاحب کالا یا خدمات یا آثار هنری ایرانی و یا نماینده او، مبادرت به تبلیغ کالا یا خدمات یا اثر نماید، صاحبان کالا یا خدمات مکلفند به محض اطلاع و یا اعلام مراجع ذی‌ربط بابت پخش تبلیغ، اقدامات قانونی لازم را برای جلوگیری از پخش تبلیغات کالا یا خدمات یا اثر متعلق به خود را از طریق مراجع قضایی صالح به عمل آورند. در غیر این صورت به مجازات جزای نقدی مذکور در این ماده محکوم خواهند شد.

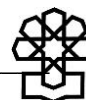
نظر کارشناسی

۱. مفاد حکم تبصره «۴» از این جهت که مشخص نیست دقیقاً افراد موضوع تبصره چه اقدامی را برای جلوگیری از پخش تبلیغات انجام دهند دارای ابهام است و طبیعتاً نمی‌توان ضمانت اجرای کیفری در این خصوص پیش‌بینی نمود مگر آنکه بتوان دقیقاً اقداماتی را که افراد مذکور باید انجام دهند احصا کرد.
۲. در این تبصره مشخص نیست منظور از «مجازات جزای نقدی مذکور»، کدام یک از مجازات درجه ۵ تا ۷ است.

تبصره «۵»- مراجع قضایی مکلفند ضمن صدور حکم محکومیت اشخاص مندرج در این ماده، نسبت به محکومیت مدیران و دست‌اندرکاران شبکه‌های ماهواره‌ای غیرمجاز به حداکثر مجازات‌های مندرج در این ماده اقدام نمایند.

نظر کارشناسی

۱. آنچه در خصوص جرم‌انگاری تبلیغ یعنی سفارش آگهی‌های تبلیغاتی ضرورت دارد در متن ماده بیان شده است در ادامه نیز همکاری اتباع ایرانی در شبکه‌های مزبور نیز جرم‌انگاری شده است از همین رو مدیران این شبکه‌ها چنانچه در قالب این موارد قرار گیرند که مقصود حاصل می‌شود در غیر این صورت حکم تبصره «۵» ماده‌واحد مبنی بر تکلیف مراجع قضایی نسبت به محکومیت مدیران شبکه‌های ماهواره‌ای غیرمجاز به حداکثر مجازات‌های مندرج در این ماده ضرورتی نداشته و چه بسا با توجه به اینکه ممکن است مدیران این شبکه‌ها اتباع غیرایرانی باشند لذا رفتار آنها چنانچه در قالب موارد مندرج در ماده (۵) قانون مجازات اسلامی قرار گیرد که صرفنظر از مفاد این قانون قابل تعقیب و مجازات هستند در غیر این صورت ضرورتی به جرم‌انگاری رفتار آنها وجود ندارد.
۲. ابهام دیگر این تبصره آن است که عبارت «دست‌اندرکاران» دارای ابهام و فاقد حدود مرز مشخص است.



تبصره «۶» - صدور حکم محکومیت مانع رسیدگی به دعوی اشخاص حقیقی و حقوقی زیان‌دیده ناشی از پخش تبلیغات غیرمجاز موضوع این ماده نخواهد بود.

تبصره «۷» - هر نوع همکاری با شبکه‌ها، رسانه‌ها و پلتفرم‌های موضوع ماده این قانون، به‌منظور تأمین و تولید محتوای (نوشتاری، دیداری و شنیداری) از مرحله نگارش تا ساخت و پخش توسط هر تبعه ایرانی در قالب تهیه‌کنندگی، بازیگری، کارگردانی، تصویربرداری، اجرا، صداگذاری، نویسندگی، تهیه موسیقی، تدوین، ساخت برنامه و آگهی و امثال آن، به میزان حسب مورد به یکی از مجازات‌های درجه ۵ تا ۷ مقرر در مواد (۱۹) و (۲۰) قانون مجازات اسلامی محوم می‌شوند.

تبصره «۸» - متخلفین از مقررات سازمان، با توجه به گستره انتشار، محتوای مخل اخلاق عمومی، مدت زمان پخش یا انتشار، خسارات وارده به اشخاص حقیقی و حقوقی و میزان تأثیر نقض احکام مندرج این ماده بر فرهنگ، آسایش و امنیت جامعه تحت پیگرد و اعمال جریمه‌های انتظامی مالی قرار می‌گیرد.

نظر کارشناسی

۱. هرچند در خصوص حقوق مصرف‌کننده‌ای که در اثر تبلیغات زیان‌دیده، مقررات مشخصی در قوانین دیگری از جمله ماده (۷) قانون حمایت از مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸^۱ و قانون ممنوعیت تبلیغات و معرفی محصولات و خدمات غیرمجاز و آسیب‌رسان به سلامت در رسانه‌های ارتباط جمعی داخلی و بین‌المللی و فضاهای مجازی ۱۳۹۷ موجود است با وجود این طرح مجدد آن در تبصره «۶» بلاشکال است، ولی لازم است حکم تبصره به‌صورت شفاف‌تری بیان شود.
۲. در تبصره «۷» که انواع همکاری با شبکه‌های موضوع این طرح را جرم‌انگاری نموده لازم است برای رعایت اصل قانونی بودن جرائم و مجازات‌ها کلیه مصادیق اعمال مجرمانه مد نظر طراحان احصا شود و از ذکر عبارت «و امثال آن» پرهیز شود. تبصره علی‌الاصول مبین استثنائات از حکم اصلی ماده است، در حالی که این تبصره استثنائی بر حکم ماده نیست و لازم است در قالب ماده مستقلاً آورده شود.
۳. مجازت‌های مندرج در تبصره «۷» دارای ابهام است لذا باید به‌صورت شفاف و دقیق‌تری نوشته شود.
۴. تبصره «۸» از چند جهت دارای ایراد است. اولاً عبارت «متخلفین از مقررات سازمان» در این تبصره دارای ابهام است و مشخص نیست منظور از «سازمان» کدام سازمان است. اگر منظور سازمان صدا و سیماست که الزام رسانه‌های موضوع این طرح به تبعیت از مقررات آن اجرایی نیست. ثانیاً حکم تبصره «۸» مبنی بر تحت پیگرد و اعمال جریمه انتظامی مالی قرار گرفتن متخلفان از مقررات سازمان نیز مبهم بوده و مغایر بند «۹» سیاست‌های کلی نظام قانونگذاری است.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

تبلیغات در شبکه‌ها و رسانه‌های ماهواره‌ای به‌علت صدماتی که ممکن است در اثر گمراه‌کننده یا خلاف واقع بودن به مصرف‌کننده وارد کند و همچنین به‌منظور سایر تأثیرات مخرب اجتماعی و اقتصادی تبلیغات در شبکه‌های ماهواره‌ای معاند، نیازمند تدوین ضمانت اجرایی است تا محاکم قضایی در مواجهه با چنین تبلیغاتی با استناد به آن حکم صادر کنند.

۱. «تبلیغات خلاف واقع و ارائه اطلاعات نادرست که موجب فریب یا اشتباه مصرف‌کننده از جمله از طریق وسایل ارتباط جمعی، رسانه‌های گروهی و برگه‌های تبلیغاتی شود، ممنوع می‌باشد.
تبصره - آیین‌نامه اجرایی این ماده توسط وزارت بازرگانی با همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی حداکثر ظرف مدت ۶ ماه تهیه و به تصویب هیئت وزیران خواهد رسید».

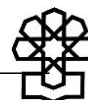
با توجه به مطالب مندرج در این گزارش و وجود خلأ قانونی در خصوص نحوه مواجهه قضایی با موضوع تبلیغ در شبکه‌های ماهواره‌ای معاند در نهایت می‌توان گفت قانونگذاری در زمینه ضرورت داشته و لازم است مقنن در این خصوص مقررات بازدارنده‌ای را پیش‌بینی نماید. در همین رابطه لازم است قلمرو طرح به موضوع شبکه‌های ماهواره‌ای معاند اختصاص یابد زیرا در خصوص مقرراتگذاری راجع به ابزارهایی که در بستر اینترنت مورد استفاده قرار می‌گیرند نیازمند پیش‌بینی قوانین جامع و دقیق‌تری هستیم که نمی‌توان در حال حاضر با مفاد طرح حاضر نسبت به این موضوع تعیین تکلیف کرد. همچنین با بررسی کارشناسی صورت گرفته برخی ابهامات و ایرادات مطرح شد که راهکارهای اصلاح آنها نیز بیان شد.

بدین ترتیب به منظور تعیین راهبردهای مرتبط با چگونگی ضابطه‌مند نمودن مقوله تبلیغات با هدف بهره‌مندی از آثار و پیامدهای مثبت این موضوع در جهت اهداف تجاری و اقتصادی و در عین حال اجتناب از آثار و پیامدهای سوء تبلیغات در شبکه‌های معاند می‌توان به دو دسته راهبردهای ایجابی و سلبی زیر اشاره کرد:

الف) راهبردهای ایجابی با هدف بهره‌مندی از آثار اقتصادی تبلیغات

۱. تسهیل دسترسی به اینترنت ملی از جهت قیمت و محتوا؛ با این اقدام بستر مناسب و ارزانی‌مندی برای دیده شدن کسب‌وکار بنگاه‌های کوچک و متوسط فراهم شده و تمایل آنها به استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای برای تبلیغات کاهش خواهد یافت.
۲. تقویت رسانه‌های کاربرمحور داخلی؛ در این صورت با ورود بخش خصوصی تعداد سکوها نیز افزایش پیدا کرده و اطلاع‌رسانی از طریق تبلیغ کالا و خدمات تسهیل می‌شود.
۳. راه‌اندازی تلویزیون تعاملی (IPTV)؛ با حل معضلاتی که در زمینه سرعت و هزینه اینترنت در سطح کشور وجود دارد بستر مناسب برای راه‌اندازی چنین ابزارهایی فراهم شده و در نتیجه به‌طور قابل توجهی میزان استفاده از ماهواره کاهش می‌یابد.
۴. برخورد ایجابی و پیش‌بینی تسهیلات برای خرید حقوق تلویزیونی تولیدات سینماگران و یا پخش انبوه تیزرهای آنها از شبکه‌های مختلف.

ب) بسته پیشنهادی تقنینی در جهت تعیین ضمانت اجرای برای مواجهه با تبلیغات در شبکه‌های ماهواره‌ای معاند اهمیت تصویب مقررات لازم‌الاجرا در خصوص فعالیت‌های تبلیغاتی در شبکه‌های ماهواره‌ای و ضرورت قاعده‌مند نمودن چنین فعالیت‌هایی بر کسی پوشیده نیست؛ زیرا آثار سوء ناشی از چنین تبلیغاتی آنقدر گسترده است که رسانه، صنعت تبلیغات، مصرف‌کننده و حتی کانون‌های آگهی را تحت‌الشعاع قرار دهد. بنابراین مقامات قضایی در مواجهه با چنین پدیده‌ای نیاز به مقرراتی دارند که در مرحله صدور حکم بتوانند با استناد به آن تصمیم مقتضی را اتخاذ نمایند. در عین ضرورت وجود چنین مقرراتی و تصویب چنین طرح‌های پیشنهادی لزوم اصلاح و رفع ایراداتی که گفته شد ضروری می‌نمایند. مهم‌ترین ابهامی که مطرح شد مفهوم و حدود و ثغور «غیرمجاز» در متن ماده‌واحد است. در این طرح معیاری برای غیرمجاز بودن شبکه یا رسانه و... ارائه نشده است. در همین رابطه می‌توان از عبارت شبکه‌های معاند



استفاده کرد و ضمن تعیین برخی ویژگی‌های این شبکه‌ها، تعیین مصادیق آن را به کارگروه تعیین محتوای مصادیق مجرمانه جرائم رایانه‌ای محول نمود.

متن پیشنهادی اصلاحی طرح

عنوان: طرح الحاق دو ماده به قانون ممنوعیت به‌کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره (۱۳۷۳) با اصلاحات و الحاقات بعدی

ماده (۱): متن زیر به‌عنوان ماده (۱۲) به قانون ممنوعیت به‌کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره (۱۳۷۳) با اصلاحات و الحاقات بعدی الحاق می‌شود:

هرگونه سفارش تبلیغ کالا و خدمات به شبکه‌های ماهواره‌ای معاند به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم ممنوع است. مرتکب به مجازات حبس درجه ۵ یا ۶ موضوع ماده (۱۹) قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲/۲/۱ محکوم می‌شود. تبصره «۱»- شبکه ماهواره‌ای معاند شبکه‌ای است که با تولید و پخش برنامه‌های مختلف قصد براندازی جمهوری اسلامی یا هرگونه اقدام علیه امنیت ملی یا منافع یا مصالح کشور را دارد. کمیته تعیین محتوای مصادیق جرائم رایانه‌ای موضوع ماده (۷۵۰) قانون مجازات اسلامی (کتاب پنجم تعزیرات و مجازات‌های بازدارنده) ظرف یک ماه از تصویب این قانون، مصادیق شبکه‌های مذکور را تعیین و از طرق مقتضی اعلام و در صورت لزوم نسبت به به‌رزورسانی آن اقدام می‌نماید. تبصره «۲»- حکم این ماده نافی مجازات‌های مقرر در سایر قوانین برای مواردی که در اثر تبلیغ زیان و آسیبی به اشخاص وارد می‌گردد نیست.

ماده (۲): متن زیر به‌عنوان ماده (۱۳) به قانون ممنوعیت به‌کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره (۱۳۷۳) با اصلاحات و الحاقات بعدی الحاق می‌گردد:

هریک از اتباع ایرانی که با شبکه‌های ماهواره‌ای معاند به‌منظور تأمین و تولید محتوای (نوشتاری، دیداری و شنیداری) از مرحله نگارش تا ساخت و پخش در قالب تهیه‌کنندگی، بازیگری، کارگردانی، تصویربرداری، اجرا، صداگذاری، نویسندگی، تهیه موسیقی یا تدوین و ساخت برنامه و آگهی همکاری نماید به مجازات حبس یا جزای نقدی درجات ۵ یا ۶ محکوم می‌شود. چنانچه برای همکاری و جوهی نیز دریافت کرده باشد معادل دو برابر وجوه دریافتی به جزای نقدی وی اضافه می‌شود.

منابع و مأخذ

۱. مجموعه قوانین و مقررات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت حقوقی، امور مجلس و استان‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، خانه کتاب، چاپ چهارم مهرماه ۱۳۸۹.
۲. یعقوبی و همکاران. تأملی درباره «قانون ممنوعیت به‌کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره» و چالش‌های فقهی و حقوقی آن، حقوق اسلامی، دوره ۱۳، ش ۴۸، ۱۳۹۵.
۳. لطفی، واهب. «عواقب مخرب و منفی ازدیاد عناوین مجرمانه در نظام کیفری کنونی»، فصلنامه قانون یار، دوره ۳، ش ۱۱، ۱۳۹۸.
۴. جاویدی، مجتبی. سیاست جنایی جمهوری اسلامی ایران در استفاده از تجهیزات دریافت از ماهواره، مطالعه تطبیقی در حقوق بین‌الملل و حقوق کشورهای مصر، عربستان و چین، دانشگاه امام صادق، چاپ اول، ۱۳۹۲.
5. <https://ad.farhang.gov.ir/fa/news/572603/>