



University of Tehran Press

A Comparative Study of Institutions and Methods for Regulating the Protection of Children Against Social Media Harms in Iran, the United Kingdom, and the United

Mohammad Sadegh Farahani¹ | Bitakhosravi²

Maedeh Hashemkhani³ | Fereshteh Halvaei⁴

1. Post-doctorate in technology law, Tarbiat Modares University and Deputy Director of Legal and Parliamentary Affairs, National Cyberspace Center, Tehran, Iran. Email: farahani@majazi.ir
2. Corresponding Author; Law undergraguated student faculty of social and economic sciences Alzahra UniversiTehran, Iran. Email: bitakhosravi1381@gmail.com
3. Law undergraguated student faculty of social and economic sciences Alzahra UniversiTehran, Iran. Email: hashemkhanimaede@gmail.com
4. Law undergraguated student faculty of social and economic sciences Alzahra UniversiTehran, Iran. Email: fereshtehalvaei1381@gmail.com

Article Info	Abstract
Article Type: Research Article	The regulation of social media content has become increasingly significant in an era where individuals' lives are deeply intertwined with a multitude of media. This issue is particularly crucial when it comes to children and adolescents, who, for various reasons, require additional protection. This study, employing library research methods and adopting a descriptive-analytical approach with a comparative perspective, seeks to answer the question of what principles should govern the regulation of protection for children against the harms of social media. By examining the regulations of the domestic legal system and comparing them with those of two leading legal systems—in this field—namely the United Kingdom and the United States—it concludes that despite differences, certain principles are commonly utilized by regulatory bodies in all three countries. These include "regulating advertising," "designing age classifications," "establishing ethical restrictions," and "protecting children's privacy."
Pages: 1-30	
Received: 2024/02/03	
Received in Revised form: 2025/01/05	
Accepted: 2025/05/11	
Published online: -----	
Keywords: <i>Regulation, Media, Child, Adolescent, United States, United Kingdom.</i>	
How To Cite	Farahani, Mohammad Sadegh; Khosravi, Bitak; Hashemkhani, Maedeh; Halvaei, Fereshteh (2025). A Comparative Study of Institutions and Methods for Regulating the Protection of Children Against Social Media Harms in Iran, the United Kingdom, and the United. <i>Public Law Studies Quarterly</i> , -- (--), 1-30. DOI: https://doi.com/10.22059/JPLSQ.2025.370480.3459
DOI	10.22059/JPLSQ.2025.370480.3459
Publisher	The University of Tehran Press.





مطالعه تطبیقی نهادها و روش‌های تنظیم حمایت از کودکان در مواجهه با آسیب‌های رسانه‌های اجتماعی در ایران، انگلستان و ایالات متحده

محمدصادق فراهانی^۱ | بیتا خسروی^۲ | مائده هاشم‌خانی^۳ | فرشته حلوائی^۴

۱. پسادکتری حقوق فناوری دانشگاه تربیت مدرس و معاون حقوقی و امور مجلس مرکز ملی فضای مجازی، تهران، ایران. رایانامه: farahani@majazi.ir

۲. نویسنده مسئول؛ دانشجوی کارشناسی حقوق، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء تهران، ایران. رایانامه: bitakhosravi1381@gmail.com

۳. دانشجوی کارشناسی حقوق، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء تهران، ایران. رایانامه: hashemkhanimaede@gmail.com

۴. دانشجوی کارشناسی حقوق، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء تهران، ایران. رایانامه: fereshtehalvaei1381@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: پژوهشی صفحات: ۳۰-۱ تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۱۴ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۰/۱۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۲۱ تاریخ انتشار برخط: کلیدواژه‌ها: ایالات متحده، انگلستان، تنظیم‌گری، رسانه، کودک، نوجوان.	تنظیم محتوای رسانه‌های اجتماعی، در عصری که زندگی اشخاص به‌طور فزاینده‌ای با انبوهی از رسانه‌ها عجین شده است، امری پراهمیت و شایان توجه به‌شمار می‌رود و اعمال آن در خصوص کودکان و نوجوانان که بنا به دلایل گوناگون، نیازمند حمایت مضاعف‌اند، باید با حساسیت بیشتری دنبال شود. پژوهش پیش رو با بهره‌گیری از تحقیقات کتابخانه‌ای و اتخاذ روشی توصیفی-تحلیلی با رویکرد تطبیقی، در مقام پاسخ به این پرسش که بایسته‌های حاکم بر تنظیم حمایت از کودکان در مواجهه با آسیب‌های رسانه‌های اجتماعی چگونه است، با بررسی ضوابط نظام حقوقی داخلی و مقایسه آن با ضوابط دو نظام حقوقی پیش‌تاز در این عرصه یعنی انگلستان و ایالات متحده به این نتیجه دست یافته است که با وجود تفاوت‌ها، «ضابطه‌مندسازی تبلیغات»، «طراحی رده‌بندی سنی»، «پیش‌بینی محدودیت‌های اخلاقی» و «صیانت از حریم خصوصی کودکان» توسط نهادهای تنظیم‌گر هر سه کشور استفاده شده است.
استناد	فراهانی، محمدصادق؛ خسروی، بیتا؛ هاشم‌خانی، مائده؛ حلوائی، فرشته (۱۴۰۴). مطالعه تطبیقی نهادها و روش‌های تنظیم حمایت از کودکان در مواجهه با آسیب‌های رسانه‌های اجتماعی در ایران، انگلستان و ایالات متحده. <i>مطالعات حقوق عمومی</i>، -- (--)، ۱-۳۰. DOI: https://doi.com/10.22059/JPLSQ.2025.370480.3459
DOI	10.22059/JPLSQ.2025.370480.3459
ناشر	مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.



۱. مقدمه

بی تردید با گسترش ارتباط افراد با یکدیگر در داخل مرزهای جغرافیایی و حتی ورای مرزهای داخلی یک کشور از طریق ابزاری به نام رسانه^۱، ضرورت وجود یک نظام حقوقی مدون و منسجم برای تنظیم محتوای آن بیش از پیش حس می‌شود (اسدی و بابازاده، ۱۳۹۶: ۱). با وجود محاسن فراوان و فرصت‌های ارزشمندی که این ابزار در اختیار جوامع بشری قرار می‌دهد، آسیب‌هایی را به‌ویژه برای جوامعی مثل ایران به دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد فرهنگی، دینی و سیاسی در پی خواهد داشت (غلامی و هاشم‌زادگان، ۱۴۰۰: ۶۵۳). آنچه در تعیین ضوابط کلی حاکم بر تنظیم محتوای رسانه باید نمودار شود آن است که حدود و ثغور این تنظیم به حدی نباشد که نافی حقوق و آزادی‌های اساسی افراد همچون حق بر دسترسی آزاد به اطلاعات و آزادی بیان باشد (شهبازی، ۱۳۹۶: ۲۱۹).

در این میان، دسترسی به فضای مجازی و استفاده از آن برای پیگیری اهداف فردی و اجتماعی، در سطح بین‌المللی از لوازم زندگی توأم با کرامت بشر امروز قلمداد شده است و مواد ۱۹ میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی و ۱۵ میثاق بین‌المللی حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به حق مشارکت فرهنگی که متضمن دسترسی به فضای مجازی است، اشاره کرده‌اند و آن را به دو دلیل مستحق برخورداری از حمایت‌های نظام بین‌المللی حقوق بشر دانسته‌اند: اول اینکه آن را عنصری از عناصر آزادی بیان دانسته‌اند و دیگر اینکه آن را ابزار و بستری برای اعمال و اجرای سایر حقوق بشر شناخته و اذعان کرده‌اند که دسترسی به اینترنت در بطن حقوق دیگر نظیر رهایی از تبعیض، حق بر آموزش، حق بر سلامتی، حق بر تفریح و حق مشارکت در زندگی اجتماعی قرار دارد و جزئی از آنهاست (صفاری‌نیا، ۱۴۰۱: ۱۸۵).

رسانه به عنوان روش نوین توزیع محتوا به فرهنگ‌سازی، ایجاد هنجار، تأثیر بر جامعه‌پذیری و تحمیل دیدگاه‌های بازیگران کلان خود می‌پردازد و از چنان نفوذ و قدرتی بهره‌مند است که باید تحت اعمال قوانین حاکمیتی جهت تکوین نظم مطلوب و حفظ ارزش‌های جامعه قرار گیرد. از اواسط دهه ۹۰ شمسی، با گسترش پلتفرم‌های اجتماعی و فناوری اطلاعات و ارتباطات، انبوهی از رسانه‌های دیجیتال به وجود آمدند که ورود تنظیم‌گرانه دولت را راجع به آن، ایجاد می‌کرد. با تغییر رویکرد دولت از تصدی‌گری به تنظیم‌گری و اعمال حاکمیت ملی برای تنظیم فعالیت رسانه‌ها، نقش نهادهای تنظیم‌گر برجسته‌تر شد (اسماعیلیان و ناظمی، ۱۳۹۶: ۱) و سرانجام، مبتنی بر نظر تفسیری شورای نگهبان در خصوص اصول ۱۷۵ و ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و با حکم مقام رهبری در خصوص مسئولیت صداوسیما در صدور مجوز، سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر^۲ جهت

1. media

۲. زین پس «ساترا».

تنظیم‌گری رسانه و ارائه سازوکارهایی در راستای مهار یا هدایت رسمی فعالیت رسانه‌ها، تشکیل شد (قاسم‌زاده و محسنیان، ۱۴۰۲: ۶).

فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی آن، فرصتی منحصر به فرد برای تحقق حق کودکان در دسترسی به آزادی بیان و اطلاعات فراهم می‌کنند. بر اساس ماده ۱۳ کنوانسیون حقوق کودک، کودکان حق آزادی بیان دارند، از جمله آزادی جست‌وجو، دریافت و انتشار اطلاعات و افکار از طریق هر رسانه‌ای؛ همچنین ماده ۱۷ کنوانسیون بر نقش رسانه‌ها در ارائه اطلاعات مناسب و دسترسی کودکان به منابع گوناگون تأکید دارد. علاوه بر این، نظر تفسیری شماره ۲۵ کمیته حقوق کودک با عنوان «حقوق کودک در فضای مجازی» بر اهمیت سواد دیجیتال، حقوق فرهنگی و بهره‌مندی از اوقات فراغت و بازی در محیط آنلاین تأکید و دولت‌ها را ملزم به تنظیم سیاست‌ها و قوانین متناسب با شرایط دیجیتال کرده است.

در ادامه بر آنیم تا با روشی توصیفی-تحلیلی با رویکرد تطبیقی و بهره‌گیری از تحقیقات کتابخانه‌ای به این پرسش پاسخ دهیم که ضوابط و بایسته‌های حاکم بر تنظیم‌گری محتوای رسانه‌های اجتماعی برای کودکان چگونه است. فرضیه نوشتار حاضر آن است که پیش‌بینی نهادهای مسئول و نیز پیش‌بینی ضوابطی به‌منظور ممانعت از ارائه محتوای غیراخلاقی به کودکان در کشورهای مورد بررسی مشترک است.

نظر به اینکه تنظیم رسانه‌های اجتماعی در خصوص کودکان از مفاهیم نوپایی است که به‌تازگی مورد توجه قرار گرفته، آثار پژوهشی اندکی در این زمینه به رشته تحریر درآمده است. تنها دو اثر با عنوان «نقد سیاست‌های پالایش (فیلترینگ) در پیشگیری از بزه‌دیدگی نوجوانان در شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان محیطی نوین از جغرافیای انسانی» اثر سید محمود میرخلیلی و «تأثیرات رسانه بر هویت کودکان و نوجوانان» اثر شاهده زهرا ناطقی و مرضیه سادات سجادی، هریک جنبه‌هایی از مسئله تنظیم رسانه‌های اجتماعی در خصوص کودکان را بررسی کرده‌اند.

به‌منظور پاسخ به پرسش پژوهش، پس از ترسیم چارچوب نظری پژوهش، نهادهای تنظیم‌گر در سه کشور ایالات متحده، انگلستان و ایران را بررسی می‌کنیم و در نهایت به معرفی روش‌های تنظیم رسانه‌های اجتماعی برای کودکان خواهیم پرداخت.

چنانکه از عنوان پژوهش برمی‌آید، هدف نوشتار حاضر معرفی و احصای روش‌های تنظیمی است که به‌صورت سلبی به صیانت از حقوق کودکان در مواجهه با آسیب‌های رسانه‌های اجتماعی می‌پردازد و بررسی سایر روش‌ها مانند پیش‌بینی و تضمین «آزادی عقیده»، «آزادی بیان»، «دسترسی به اطلاعات»، «حق بر آموزش و تحصیل» و «حق بر تفریح، بازی و تعاملات» که از روش‌های ایجابی تأمین حقوق کودکان در این زمینه به‌شمار می‌رود، مجال مستوفی دیگری را می‌طلبد.

۲. چارچوب نظری پژوهش

در این بخش، به تعریف مفاهیم کلیدی پژوهش که به کرات استعمال شده، یعنی رسانه و تنظیم‌گری، پرداخته خواهد شد تا با درک درست از این مفاهیم، زمینه برای ورود به بخش‌های آتی مهیا شود.

۱.۲. رسانه

واژه رسانه، معادل واژه لاتین medium در ادبیات فارسی قدمت چندانی ندارد و از جمله واژه‌های بدیع و نو محسوب می‌شود. اصولاً سه مؤلفه، محورهای اصلی در تعریف واژه «رسانه» را تشکیل می‌دهند که عبارت‌اند از: محتوا (پیام)، مخاطب و بستر ارتباطی (غلامحسین‌نژاد، ۱۳۹۹: ۱).

در محاورات و نوشته‌ها، گاهی اتفاق می‌افتد که کلمه رسانه و ابزار رسانه‌ای به جای یکدیگر به کار می‌روند. برای مثال در عین حال که تلویزیون یک رسانه جمعی محسوب می‌شود، به عنوان بستر ارتباطی هم به کار می‌رود. به طور کلی نمونه‌هایی از رسانه‌های جمعی عبارت‌اند از: سینما، رادیو، تلویزیون، اینترنت، کتاب، مجلات و... اما رسانه‌های ارتباطی، تنها به رسانه‌های جمعی محدود نماند و با توسعه فناوری اطلاعات، شکل دیگری از رسانه‌های ارتباطی به نام «رسانه‌های اجتماعی» هم شکل گرفت (تاجیک، ۱۳۹۹: ۳۱).

با اینکه رسانه‌های اجتماعی و جمعی می‌توانند از یک بستر ارتباطی همچون تلفن همراه، برای ارسال پیام بهره ببرند، اما تفاوت بارز آنها در این است که رسانه‌های اجتماعی زمینه ارتباط دوطرفه بین فرستنده پیام و مخاطب را فراهم می‌کند، در حالی که در رسانه‌های جمعی، این نوع از ارتباط وجود ندارد. در واقع رسانه‌های جمعی نوعی ارتباط یکطرفه را پوشش می‌دهد که صرفاً مخاطب، اطلاعات را دریافت می‌کند و نمی‌تواند با فرستنده پیام، تعامل داشته باشد.

۲.۲. تنظیم‌گری

تنظیم‌گری^۱ در معنای عام، انواع مداخلات دولت در جهت تحقق اهداف حاکمیت، به منظور ایجاد کنترل عمومی بر ارائه‌دهندگان خدمات، برای تضمین منفعت عمومی را در برمی‌گیرد که از اصلی‌ترین کارکردهای نظام حکمرانی نوین است (امامیان و همکاران، ۱۳۹۷: ۳).

تنظیم‌گری رسانه‌ای به تمامی ابزارهایی که طی آن سازمان‌های فعال در حوزه رسانه رسماً در عملکرد خود مهار یا هدایت می‌شوند، اطلاق می‌گردد (قاسم‌زاده و محسنیان، ۱۴۰۲: ۶). به عبارت دیگر تنظیم‌گری مجموعه اقداماتی است که برای دستیابی به اهداف سیاستی منحصربه‌فردی از اجزا و

1. Regulation.

مؤلفه‌های گوناگونی تشکیل شده است که همگی ماهیت واحدی به نام تنظیم‌گری را به ارمغان آورده‌اند. علی‌رغم تشتت و تکثر موجود در مورد تعریف مفهوم تنظیم‌گری در کشاکش تعاریف ارائه‌شده توسط صاحب‌نظران می‌توان گفت تنظیم‌گری در جایی متصور است که قوای برتر و مقبولى برای هدایت و کنترل وجود دارد. حال این کنترل ممکن است توسط دولت یا بخش خصوصی اعمال شود، چراکه با شکل‌گیری رویکرد خودتنظیمی، انحصار تنظیم‌گری در دست دولت شکست و امروزه علاوه بر دولت، بخش خصوصی نیز خط‌مشی خود را بر تنظیم محتوایی که منتشر می‌کند، اعمال می‌کند (حیدری، ۱۴۰۱: ۷۳-۷۴). ناگفته نماند که در سطح رسانه‌های جمعی نهادهای تنظیم‌گری، رویکرد خاصی را در خصوص رسیدگی به محتوای گوشتی همراه، ویدئوهای برخط و بازی‌های رایانه‌ای، از جمله خودتنظیم‌گری و تنظیم‌گری مشارکتی ابداع کرده‌اند و به کار می‌برند.

۳. نهادهای تنظیم‌گر رسانه‌های اجتماعی

کشورها برای اعمال تنظیم‌گری، نیازمند وجود ساختارها و نهادهایی هستند که رأساً و به‌طور اختصاصی، مقررات را اعمال و بر حسن اجرای آنها نظارت کنند. بدین ترتیب لزوم وجود این نهادها ایجاب می‌کند که به‌طور دقیق‌تر به بررسی آنها بپردازیم.

۳.۱. ایالات متحده آمریکا

نهاد تنظیم‌گر حوزه رسانه در ایالت متحده آمریکا، FCC^۱ (کمیسیون ارتباطات فدرال آمریکا) نام دارد. این کمیسیون، آژانس مستقل از دولت ایالات متحده است که به‌وسیله قانون (۴۷ U.S.C و 151). برای تنظیم مقررات ارتباطات بین‌ایالتی و بین‌المللی از طریق رادیو، تلویزیون، خطوط تلفن، ماهواره، و کابل در تمام ۵۰ ایالت آمریکا، توسط کنگره ایالات متحده^۲ و تحت نظارت آن، تأسیس شده است. کمیسیون ارتباطات فدرال، دارای وظیفه اجرا و تقویت قوانین و مقررات ارتباطات آمریکاست (About the FCC, 2023) و اهداف خود را در حوزه‌هایی اعم از پهنای باند، رقابت، فرکانس‌های رادیویی، رسانه، امنیت اجتماعی و امنیت داخلی در پیش دارد (federal communications commission, 2023). از میان اهداف برشمرده‌شده آنچه بیشتر در این مقاله حائز اهمیت است بحث رسانه و اقدامات دولت آمریکا در این خصوص است.

کمیسیون فدرال آمریکا، متشکل از هفت واحد کاری است که فعالیت‌های مربوط به مجوزها و سایر

1. Federal Communications Commission

2. United States Congress

پرونده‌ها را انجام می‌دهند. یکی از این واحدها، دفتر رسانه^۱ است که سیاست‌ها و برنامه‌های صدور مجوز مربوط به رسانه‌های الکترونیکی از جمله تلویزیون کابلی، شبکه‌های پخش رادیو و تلویزیون سراسری را در آمریکا توسعه می‌دهد و مدیریت می‌کند. همچنین امور بعد از صدور مجوز مربوط به خدمات ماهواره‌ای پخش مستقیم را هم می‌توان در حوزه صلاحیت‌های این واحد به‌شمار آورد (creech, 2007: 9-13).

یکی دیگر از واحدهای آن، دفتر مخابرات بی‌سیم^۲ است که امور تنظیم‌گری برنامه‌ها و سیاست‌های ارتباطات بی‌سیم داخلی از جمله اعطای مجوزهای مربوطه، پیشنهاددهی رقابتی برای مزایده‌ها و نظارت بر آنها و همچنین تنظیم مقررات خدمات ارتباطات بی‌سیم از جمله تلفن‌های همراه، امنیت عمومی و سایر خدمات تجاری و رادیویی خصوصی را اجرا می‌کند (creech, 2007: 9-13).

به‌طور کلی سیاستگذاری رسانه‌ای و مقررات رسانه‌ها در آمریکا و حیطه عمل FCC برگرفته از قانون ارتباطات ۱۹۹۶^۳ است. این قانون در زمره قوانین اجرایی^۴ آمریکاست که توسط کنگره به تصویب رسیده است و بدین سبب که مفاد آن استوار بر قانون اساسی ایالات متحده است، نمی‌تواند ناقض آن باشد (Creech, 2013: 8). سرفصل‌های قانون ارتباطات ۱۹۹۶ عبارت است از: خدمات ارتباطات^۵، خدمات پخش فراگیر^۶، خدمات کابلی^۷، اصلاح مقررات^۸، هرزگی و خشونت^۹، اثر و ارتباط با قوانین دیگر^{۱۰}، و مفاد متفرقه^{۱۱} (Telecommunications Act of 1996, 2023).

۲.۳. انگلستان

وجود ۹۰۵ سرویس تجاری خطی و ۲۰۰ سرویس تجاری غیرخطی در صنعت رسانه انگلستان، گواه بر آن است که انگلستان در حوزه رسانه از جمله کشورهای پیشرو است. تدوین اصول و قواعدی که بتواند ضمن پایبندی به مفهوم آزادی بیان، بین انبوه رسانه‌های انگلستان و اهداف و خط‌مشی‌های آن توازن ایجاد کند، از ضروریات است. به‌طور کلی ساختار تنظیم‌گری در انگلستان در سه دسته‌بندی کلی قرار

1. Media Bureau

2. Wireless Telecommunication Bureau

3. Telecommunication Act 1996

4. Statutory law

منظور از «قوانین اجرایی»، قوانین مصوب کنگره هستند و این عبارت، قوانین مصوب قوه مقننه را قوه مجریه و تصمیمات دادگاه‌ها مجزا می‌کند (Tanis, 2010).

5. Telecommunication Service

6. Broadcast services

7. Cable Services

8. Regulatory Reform

9. Obscenity and violence

10. Effect on Other Laws

11. Miscellaneous Provisions

می‌گیرد که عبارت است از: ساختار خودتنظیم‌گر، ساختار تنظیم‌گری مشارکتی و ساختار تنظیم مبتنی بر قانون. انگلستان در حوزه تنظیم‌گری رسانه با در نظر گرفتن حق آزادی بیان و محول کردن قسمت عمده تنظیم رسانه به مخاطبان رسانه‌های اجتماعی، رویکرد مداخله غیرمستقیم را در تنظیم حوزه رسانه برگزیده است (marsden, 2011: 71-89).

۳.۲.۱. آفکام

در سال ۲۰۰۱، ملکه الیزابت در جریان سخنرانی در پارلمان بریتانیا، ایجاد سازمانی با عنوان آفکام را اعلام کرد. این نهاد جدید که قرار بود جایگزین چندین سازمان موجود شود، به عنوان یک «اُبرتظیم‌کننده» برای نظارت بر رسانه‌های سنتی و مدرن و همچنین پست و مخابرات در نظر گرفته شد. در دسامبر ۲۰۰۳، آفکام راه‌اندازی شد و رسماً وظایفی را که قبلاً بر عهده پنج نهاد مختلف^۱ بود، به ارث برد. اما در واقع، قدرت و اختیارات آفکام به تدریج و در طول سال‌ها افزایش یافت، به‌ویژه قانون اقتصاد دیجیتال ۲۰۱۲ اختیارات و صلاحیت‌های آفکام را افزایش داد.

تمامی شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی فعال در بریتانیا باید از آفکام مجوز بگیرند، پخش‌کنندگان باید از شرایط قیدشده در مجوز خود پیروی کنند، در غیر این صورت همواره خطر لغو آن وجود دارد. آفکام همچنین «آیین‌نامه پخش رادیو و تلویزیون» را منتشر می‌کند؛ مجموعه‌ای از قوانین که همه محتوای پخش‌شده در تلویزیون و رادیو در سراسر خاک بریتانیا و قلمروهای خارجی و فرادریایی باید از آنها پیروی کنند. برای نمونه بر اساس این آیین‌نامه، پخش هرگونه محتوای نامناسب برای کودکان از ساعت ۵:۳۰ صبح تا ۲۱:۰۰ ممنوع است. فیلم‌های دارای درجه‌بندی ممتاز در صورت مجوز هیأت رده‌بندی سنی فیلم‌های بریتانیا، می‌توانند در هر زمانی از روز پخش شوند، مشروط بر اینکه یک سیستم محافظت‌شده با پین، برای محدود کردن دسترسی به افرادی که مجاز به مشاهده آن هستند، وجود داشته باشد. در سال ۲۰۱۰ آفکام مجوز چهار کانال تلویزیونی رایگان برای تبلیغ خدمات چت بزرگسالان در ساعات روز و محتوای بیش از حد صریح جنسی را لغو کرد.

از جمله وظایف آفکام عبارت است از: حمایت از مصرف‌کنندگان، نظارت بر محتوای صوتی-تصویری، رسیدگی و حکم دادن در زمینه حریم خصوصی (Ofcom, 2023).

۱. کمیسیون استانداردهای رادیویی و تلویزیونی، کمیسیون مستقل تلویزیون، دفتر مخابرات، اداره رادیو و آژانس ارتباطات رادیویی

۲.۲.۳. شورای ایمنی کودکان در اینترنت

به منظور استفاده هرچه بهتر کودکان از فضای تعاملی اینترنت و حفاظت از آنها، سند ایمنی کودکان در اینترنت در سال ۲۰۱۰ منتشر و در سال ۲۰۱۵ بازبینی شد. این سند یک دستورالعمل مهم در زمینه حفاظت از کودکان در بستر اینترنت است.

در سال ۲۰۰۷ یک روانشناس بالینی به نام تانیا بابرون، به دعوت گوردون براون، نخست‌وزیر وقت بریتانیا، به انجام تحقیقی درباره ایمنی کودکان مبادرت کرد. پژوهش وی با عنوان «کودکان ایمن در دنیای دیجیتال» در سال ۲۰۰۸ منتشر شد و در آن توصیه به ایجاد یک شورا برای امنیت کودکان در اینترنت کرد. این شورا در سال ۲۰۰۸ تأسیس شد و اکنون بیش از ۱۶۰ سازمان از جمله نمایندگان از ادارات دولتی مثل آموزش و پرورش، وزارت کشور، مؤسسات خیریه کودکان و دپارتمان رسانه و ورزش را در برمی گیرد (Uk council for child internetsafety, 2023).

۳.۳. ایران

هنگامی که سخن از نهادهای تنظیم‌گر محتوای رسانه در ایران می‌شود، آنچه باید به تفصیل بررسی شود، عملکرد سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و در ضمن آن نهاد ساترا به عنوان نهادی وابسته و تحت نظارت سازمان مزبور است، که تنظیم‌گری محتوای رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر را بر عهده دارد؛ از این رو در این پژوهش نیز به بررسی سازوکار آن در حوزه تنظیم‌گری پرداخته خواهد شد. سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران یک نهاد حاکمیتی و تنها متولی قانونی پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی است که بر حسب قانون اساسی^۱ اجازه فعالیت دارد. این سازمان ضمن اینکه فراگیرترین و پرنفوذترین رسانه خبری در ایران است، به دلیل ازدیاد مخاطبان خود در سراسر ایران می‌بایست سیاستگذاری و خط‌مشی‌های کارامدی را برای مجموعه رادیو و تلویزیون که از عناصر عمومی‌اند، در جهت نظارت بر برنامه‌های تقاضامحور^۲ در نظر بگیرد.

نظارت بر برنامه‌های صداوسیما در پنج سطح قابل بررسی است:

۱. در سطح نخست، مطابق قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران نصب و عزل رئیس سازمان صداوسیما از اختیارات رهبری است، از این رو عالی‌ترین وجه نظارت بر عملکرد صداوسیما در اختیار رهبری است؛
۲. در سطح دوم شورای نظارت بر صداوسیما که متشکل از شش فرد از هریک از قوای سه‌گانه یعنی دو نفر به نمایندگی از هر قوه است بر فعالیت صداوسیما نظارت می‌کند؛

۱. اصل ۱۷۵ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران

2. Video on demand

۳. در سطح سوم مرکز نظارت و ارزیابی سازمان صداوسیما موظف است بر برنامه‌های پخش‌شده از شبکه‌های گوناگون این سازمان نظارت کند؛

۴. در سطح چهارم اداراتی کلی با عناوین مختلف در هر یک از معاونت‌های رسانه ملی بر فعالیت‌های برنامه‌سازی و پخش شبکه‌ها نظارت می‌کنند؛

۵. در سطح پنجم واحد نظارت یا پخش شبکه‌ها، به بازبینی برنامه‌ها و بعد از پخش آنها می‌پردازد (خیامی، ۱۳۹۳: ۶۴).

به‌طور کلی مراحل نظارت بر محتوای برنامه‌های صداوسیما، به‌ترتیب عبارت‌اند از: پیش از تولید، حین تولید، پیش از پخش، حین پخش و پس از پخش (خیامی، ۱۳۹۳: ۶۵).

سازمان صداوسیما در راستای انجام وظایف خود توسط قوانین و مصوبات گوناگون مکلف به اجرای آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌هایی شده است که می‌توان به آیین‌نامه اجرایی ماده ۶ قانون حمایت از اطفال و نوجوانان به‌عنوان جامع‌ترین آنها اشاره کرد؛ این آیین‌نامه سازمان صداوسیما را ملزم کرده است برای تحقق رسالت خود، به انجام فعالیت‌هایی از قبیل طراحی و ایجاد نظام رده‌بندی سنی و محتوایی آثار و محصولات خود در برنامه‌های مربوط به کودکان و نوجوانان در پرتو مطالعات جامع و آسیب‌شناسی اثرات برنامه‌های موجود با لحاظ وضعیت فرهنگی و اجتماعی کشور، همکاری با دستگاه‌های مربوطه برای تولید آثار علمی، آموزشی و فرهنگی برای کودکان و نوجوانان، همچنین جلوگیری از تولید، پخش و تبلیغ هر برنامه یا محصول نامناسب و مضر به سلامت، تربیت و اخلاق کودکان و نوجوانان، به‌منظور جلوگیری از ورود هرگونه ضرر و خدشه به سلامت، تربیت، اخلاق یا حقوق اطفال و نوجوانان مبادرت ورزد.

با بررسی محتوای سند اصول و ضوابط حاکم بر انتشار محتوای کودک توسط اپراتورهای تلویزیونی تعاملی می‌توان دریافت که این سند از لحاظ نظری کاملاً هوشمندانه میان مطالب مربوط به کودکان و نوجوانان تمییز قائل شده است. مبنای این تمایز، ناتوانی کودک در تشخیص حسن و قبح محتوا و تقلیدگری صرف آنها در مواجهه با مطالب و آثار، نسبت به نوجوانان با قدرت استدلال بیشتر، است.

این تفکیک بدین نحو صورت گرفته است که برای مثال نمایش یأس و ناامیدی، قمار و مواردی از این قبیل، برای کودکان مطلقاً ممنوع بوده و به عکس برای نوجوانان به‌صورت مقید و با اهتمام به ضوابط مقرر به‌صورتی که جنبه آموزشی، تقبیحی و غیرالقایی مقرون به ارائه راه‌حل داشته باشد، بلامانع خواهد بود. به‌عبارت بهتر در تقابل با کودکان سختگیرانه‌تر و به عکس در خصوص نوجوانان رویکردی منعطف‌تر اتخاذ شده است.

همچنین طبق مصوبه شورای عالی فضای مجازی در خصوص صیانت از کودکان و نوجوانان در فضای مجازی^۱، سازمان صداوسیما باید اقدام به اطلاع‌رسانی، آموزش سواد فضای مجازی و ترویج محتوا

۱. بندهای ۱۲ و ۱۳ ماده ۴ مصوبه شورای عالی فضای مجازی در خصوص صیانت از کودکان

و خدمات موجود در محیط‌های مجازی صیانت شده کند. حمایت و نظارت و تبلیغ از ارائه‌دهندگان محتوا در بستر مجازی به صورت غیرانحصاری بر عهده سازمان صداوسیما قرار گرفته است، هرچند طبق این مصوبه این وظایف صرفاً بر عهده این نهاد نیست و نهادهای مربوطه دیگر را هم در برمی‌گیرد.

در خصوص برنامه‌های مختص کودکان و نوجوانان، با عنایت به اصل ۳ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و برای نیل به هدف والای مقرر در بند ۳ این اصل، می‌بایست در شبکه‌های مناسب کودک و نوجوان در صداوسیما، در بازه‌های مشخصی برنامه‌های آموزشی مختلف به تفکیک بازه‌های سنی کودک و نوجوان و برنامه‌هایی که کودک و نوجوان امروزی را که در اثر وابستگی به زندگی ماشینی و مجازی رو به تبیلی و کم‌فعالیتی نهاده‌اند، به نرمش و ورزش‌های قابل اجرا در منازل ترغیب کند.

همچنین با توجه به معیار بند ۱ این اصل و با اهتمام به بیان توأمان آموزش و پرورش در بند ۳، رسانه‌های جمعی از جمله صداوسیما به عنوان یکی از ارکان نظام جمهوری اسلامی باید بستری را برای پرورش اخلاق و رشد فضایل اخلاقی بر اساس آموزه‌های دین مبین اسلام به عنوان دین رسمی و حداکثری آحاد جامعه، برای کودکان در شبکه‌های مختص ایشان فراهم آورد. در نتیجه، علاوه بر وظایفی که سازمان صداوسیما ذاتاً بر عهده دارد، در خصوص کودک و نوجوان نیز، توسط قوانین و مصوبه‌های دیگر، تکالیفی بر عهده این نهاد قرار داده شده است.

با این حال، در حوزه صوت و تصویر فراگیر، رسالت تنظیم‌گری به نهاد زیرمجموعه سازمان صداوسیما به نام «ساترا» واگذار شده است. بر اساس مأموریتی که در پیوست حکم رئیس اسبق سازمان صداوسیما که در سال ۱۳۹۳ توسط مقام معظم رهبری ابلاغ شد و همچنین حکم معظم‌له در خصوص مسئولیت انحصاری سازمان صداوسیما در صدور مجوز، تنظیم مقررات و نظارت بر صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی، سازمان صداوسیما انتشار هرگونه فعالیت در حوزه ارائه خدمات رسانه‌ای صوتی و تصویری اعم از خطی و خدمات غیرخطی در فضای مجازی را در حوزه صلاحیت‌های قانونی خود می‌داند و در راستای اجرای مأموریت خود اقدام به فعالیت‌های اجرایی، نظارتی و رویه‌های شبه‌تقنینی (مقررات‌گذاری) مختلف در بازه‌های زمانی ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۲ کرده است (قاسم‌زاده و محسنیان، ۱۴۰۲: ۹).

شایان ذکر است در خصوص مبنای تشکیل این سازمان اختلاف نظرهای بسیاری وجود دارد، از جمله اینکه عده‌ای بر این عقیده‌اند که اولاً اینکه بنابر اصل ۸۵ قانون اساسی، تأسیس یک سازمان دولتی می‌بایست از مجرای مجلس شورای اسلامی باشد و در این خصوص، تاکنون قانونی به تصویب نرسیده است. مضافاً که در خصوص ساترا حکم رهبری استیجازه‌ای مستقیم مبنی بر تشکیل چنین نهادی را صادر نکرده و صرفاً اختیارات و وظایف سازمان صداوسیما را مشخص کرده است.

در مقابل، ساترا مدعی است که بر آن است که با انجام مأموریت خود سبب بالا بردن سلامت و کیفیت

خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی، تقویت و ارتقای جایگاه صنعت رسانه‌ای صوتی-تصویری جمهوری اسلامی ایران در رقابت‌های سنگین جهانی، حفاظت از مرزهای رسانه‌ای کشور و کاهش آسیب‌پذیری جامعه در مقابل هجمه‌های فرهنگی بیگانگان، جلوگیری از انحصار و تضمین رقابت سالم و در نهایت زمینه‌سازی تحقق الگوی رسانه‌ای در تمدن نوین اسلامی شود و حکم مقام معظم رهبری در کنار نظر تفسیری شورای نگهبان از اصل ۴۴ را جابر ایراد اصل ۸۵ به‌شمار می‌آورد (ساترا، ۱۴۰۲). با این حال، علی‌رغم فقدان قانون مشخص، این نهاد بنابر بیانیه خود جهت تأمین مصالح و منافع عمومی در عصر خدمات رسانه‌ای صوتی-تصویری فراگیر، وظایفی را بر خود تعریف کرده است که به شرح ذیل است:

- ساماندهی حوزه صوت و تصویر فراگیر در راستای حمایت از خدمات‌دهندگان و تأمین حقوق کاربران؛
- تسریع، تسهیل و شفاف‌سازی روند و فرایند اعطای مجوز به ارائه‌کنندگان خدمات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی؛
- افزایش کسب‌وکار و زمینه‌سازی تسهیل‌گری برای فعالان حوزه صوت و تصویر فراگیر؛
- رسیدگی به شکایات و تخلفات گزارش‌شده از سوی مردم در فضای مجازی؛
- تهیه، تنظیم و تصویب نظامنامه‌ها، روش‌های اجرایی، دستورالعمل‌های کاربردی؛
- حمایت و تحرک‌بخشی به حوزه تولید محتوا و خدمات و ایجاد نشاط اجتماعی برای افزایش تبادل اطلاعات ترافیک داخلی و کاهش ترافیک بین‌المللی؛
- افزایش مراجعه کاربران بین‌المللی و استفاده هرچه بیشتر کاربران ایرانی از برترین محتواهای جهان (ساترا، ۱۴۰۲).

۴. روش‌های تنظیم‌گری

پس از بررسی نهادهای تنظیم‌گر در سه کشور مذکور، در این بخش به بررسی ضوابط و شیوه‌های تنظیم محتوا در زمینه‌های مختلف از جمله تبلیغات، محتوای نامناسب و مستهجن، رده‌بندی سنی و... پرداخته خواهد شد.

۱.۴. تبلیغات در حوزه کودکان

دائرةالمعارف جدید بریتانیا از تبلیغات به عنوان یک اعلان عمومی برای ترویج کالا، خدمات و ایده نام می‌برد که از طریق رسانه‌های مختلف مانند رادیو، تلویزیون و شبکه جهانی اینترنت صورت می‌پذیرد. علی‌هذا ضرورت حمایت از کودکان به‌طور قانونی، در حوزه تبلیغات، امری است که قانون‌گذاران در کشورهای مورد بحث این پژوهش، از دیرباز بدان اهتمام ورزیده‌اند (زرکلام، ۱۳۹۹: ۱).

۴.۱.۱. ایالات متحده آمریکا

یکی از دغدغه‌های مرتبط با کودکان، برنامه‌های تجاری و پخش تبلیغات حین کارتون‌ها و حضور شخصیت‌های کارتون محبوب در تبلیغات و... بود که FCC در این باره هم اقدام به وضع محدودیت‌های زمانی نسبت به این تبلیغات کرد، بدین نحو که در هر ساعت تنها ۱۰ تا ۱۲ دقیقه امکان پخش این تبلیغات وجود داشت (Creech, 2013: 216).

طبق قوانین آمریکا هر تبلیغی باید کاملاً شفاف باشد و از عبارات نادرست، گمراه‌کننده یا فریبنده نباید در تبلیغ‌ها استفاده کرد (Federal Trade Commission Act, 1914).

از دیگر قوانین تبلیغاتی می‌توان به کدهای ذیل اشاره کرد:

- ممنوعیت پخش تبلیغات، تا قبل از ساعت ۹ شب؛
 - ۸۵ درصد مخاطبان باید بیش از ۲۱ سال سن داشته باشند؛
 - بازیگران تبلیغات تجاری باید بیش از ۳۰ سال سن داشته باشند؛
 - از چهره‌های محبوب جوانان، نباید کسی تبلیغ کند؛
 - در تبلیغات نباید نشان داده شود که الکل از استرس می‌کاهد یا قوای جنسی را افزایش می‌دهد.
- همچنین در آمریکا قواعدی برای عدم استفاده از سیگار در برنامه‌ها، فیلم‌ها و تبلیغات تجاری وجود دارد و در مواردی که ناچار به پخش این موارد هستند باید به طرق مختلف، عواقب آن را بگویند و نباید هیچ‌گونه جنبه آموزشی داشته باشد (Creech, 2007: 237).

۴.۱.۲. انگلستان

در انگلستان در حوزه تنظیم تبلیغات رسانه‌ها با محوریت کودکان، اقدامات بسیاری صورت گرفته است که این امر خطیر به عهده نهادهای خودتنظیمگر ASA و CAP است که این دو نهاد تصمیمات خود را در قالب کد و به‌منظور تأیید، به افکام تقدیم می‌کنند.

مسئولیت تنظیم‌گری حوزه تبلیغات در رسانه‌های اجتماعی و اینترنت و همچنین رسانه‌های تصویری و پخش فراگیر بر عهده نهادهای خودتنظیمگر ASA و CAP است. این دو نهاد، تصمیمات خود را در قالب کد که به تأیید افکام می‌رسد منتشر می‌کند.

از آنجا که محور پژوهش حاضر کودکان هستند، به تفسیر کدهای فصل پنجم از قواعد رفتاری تبلیغات با محوریت کودکان پرداخته خواهد شد. مراد از کودک در این کدها، افراد زیر ۱۶ سال هستند. نحوه‌ای که کودکان به ارتباطات بازاریابی واکنش نشان می‌دهند و آن را درک می‌کنند، به عواملی از جمله سن، تجربه و زمینه‌ای که پیام در آن عرضه می‌شود بستگی دارد. در تدوین کدها، ASA و CAP این عوامل را در نظر گرفته‌اند: (The cap code, 2023).

الف) صدمه

ارتباطات بازاریابی که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم متوجه کودکان است، نباید مشتمل بر مواردی باشد که به آسیب روحی یا جسمی یا اخلاقی کودکان منجر شود. کودکان نباید به ارتباطات گرفتن با افراد ناشناس یا رفتن به مکان‌های غریبه تشویق شوند. اگر در تبلیغات از کودکان استفاده می‌شود، نباید آنها را در موقعیت‌های خطرناک یا در حال ارتکاب رفتاری پرخطر نشان دهند. همچنین نشان دادن آنها در خیابان بدون فرد مراقب ممنوع است، مگر در مورد کودکانی که بتوانند بدون حضور مراقب امنیت خود را تأمین کنند. کودکان نباید تشویق به انجام کارهایی شوند که برای آنها مخاطره‌آمیز بوده و آنها را در موقعیت حساس قرار می‌دهد.

ب) زودباوری و فشار ناعادلانه

تبلیغات نباید به‌گونه‌ای باشد که کودکان در صورت عدم خرید آن محصول احساس حقارت کنند. در ارائه یک محصول، تبلیغ باید طوری طراحی شده باشد که امکان ارزیابی سبزی، کارایی و کیفیت محصول برای کودک فراهم بوده و تمایز بین واقعیت و فانتزی مشخص باشد. در دسترسی یک کودک معمولی به کالای تبلیغ‌شده نباید اغراق کرد. همچنین تبلیغات نباید به‌گونه‌ای باشد که کودکان را به ایجاد مزاحمت برای والدین تشویق کند یا قدرت والدین را تضعیف کند. تبلیغ نباید کودکان را به‌طور مستقیم ترغیب به خرید آن کالا یا تحت فشار قرار دادن والدین کند (The Cap Code, 2023).

۳.۱.۴ ایران

در قانون ایران نخستین بار ماده ۹ آیین‌نامه امور اعلانات مصوب ۱۳۴۸/۰۱/۲۸، که با استناد به ماده ۱۰ لایحه قانونی مطبوعات مصوب ۱۳۳۴ به تصویب هیأت وزیران رسیده بود، با توجه به ضرورت تقنین مقررات در حوزه تبلیغات برای کودکان، به تصویب رسید و لازم‌الاجرا شد.

با وجود این نظام حقوقی ایران دارای نواقصی در ارتباط با تبلیغات کودکان و نوجوانان است که علی‌ای حال در سال ۱۳۷۲ طبق مصوبه مجلس شورای به عضویت کنوانسیون حقوق کودک درآمده و ماده واحده مربوطه نیز به تأیید شورای نگهبان رسیده است.

ماده ۲۴ پیش‌نویس لایحه قانون تبلیغات که عمده اصول آن بر مصادیق مواد ۶۴ تا ۸۱ مجموعه ضوابط تولید آگهی‌های رادیویی و تلویزیونی مبتنی است، با هدف حمایت از حقوق کودکان و نوجوانان، مواردی را که در مقام مخاطب با کودکان، تبلیغ آنها ممنوع‌اند، برشمرده است.

مطابق این ماده، ضمن اینکه نمایش بازی‌های خطرناک، صحنه‌های دلخراش و آزاردهنده در

تبلیغات منع شده است، تبلیغات نباید به گونه‌ای باشند که کودکان و نوجوانان را به گونه‌ای مغلوب خود کنند که آنها تشویق به خرید کالایی شوند و یا در صورت نداشتن آن کالا احساس حقارت و کمبود کنند. به نظر می‌رسد مهم‌ترین مسئله در نظام حقوقی جمهوری اسلامی ایران، فقدان قوانین و مصوبات لازم‌الاجرا در این بخش است. بر خلاف بسیاری از موارد که شاهد تعدد و بعضاً تشدد و تناقض در مصوبات هستیم، تبلیغات ناظر بر کودکان به رغم اهمیت بالایی که از حیث کیفیت و محتوای تبلیغات و میزان مجاز پخش دارد، متأسفانه فاقد ضوابط و چارچوب مشخص و روشن است.

۲.۴. رده‌بندی سنی محتوای فیلم‌ها

لزوم رده‌بندی سنی محتوای فیلم‌ها از آنجایی نشأت می‌گیرد که کودکان به دلایل فیزیولوژیک، قادر به ادراک و پردازش درست از محتواهای پخش شده نیستند. این امر کشورهای مختلف را بر آن داشت، تا با رده‌بندی سنی، از آسیب‌های احتمالی پخش محتوای نامناسب مانند الگو گرفتن کودکان از شخصیت‌های منفی، تکرار امور خطرناک، سوءاستفاده از کودکان و... جلوگیری کنند.

۲.۴.۱. آمریکا

در آمریکا، انجمن تصاویر متحرک^۱، از سیستم رده‌بندی فیلم‌ها استفاده می‌کند. این نوع رده‌بندی که انجمن انجام می‌دهد، اختیاری و داوطلبانه است و به لحاظ قانونی به صورت یک اجبار نیست به این معنی که فیلم‌ها می‌توانند بدون داشتن این رده‌بندی هم اکران شوند، البته برخی از سینماها از اکران فیلم‌هایی که در دسته «NC-۱۷» قرار می‌گیرند، خودداری می‌کنند (wikipedia, 2023).

رده‌بندی MPA به شرح زیر است:

تماشاگران عمومی (G): تمامی سنین در این گروه پذیرفته شده‌اند و تماشای محتوای آن، سبب رنجش خاطر والدین نمی‌شود.

با سرپرستی والدین توصیه می‌شود (PG):^۲ ممکن است حاوی محتوایی باشد که برای کودکان نامناسب است. به همین دلیل به والدین توصیه می‌شود که بر این مسئله راهنمایی و نظارت داشته باشند. تذکر قاطع به والدین (PG-13):^۳ ممکن است حاوی برخی محتویات نامناسب برای کودکان زیر ۱۳ سال باشد، پس از والدین تقاضا می‌شود تا محتاطانه نسبت به این محتوا برخورد کنند.

1. Motion picture Association of America (MPA)

2. General audiences

3. Parental guidance suggested

4. Parents strongly cautioned

محدود (R)^۱: تماشای این دسته از محتویات برای افراد زیر ۱۷ سال باید با همراهی و نظارت والدین باشد. بهتر است والدین پیش از اعلام اجازه خود مبنی بر تماشای محتویات این دسته، اطلاعات بیشتری درباره آن کسب کنند.

فقط بزرگسالان (NC-17)^۲: تماشای محتوای این دسته، به هیچ وجه برای مخاطبان ۱۷ سال و کمتر پذیرفته نمی شود و فقط شامل محدوده سنی بزرگسال است. (Motion Picture Association, 2023).

۲.۲.۴. انگلستان

یکی از رویکردهایی که انگلستان در عرصه تنظیم گری به کار گرفته است، رده بندی سنی برای تماشای محتوای فیلم هاست. از این رو با دسته بندی فیلم ها با علائم مربوط، سن مجاز و مناسب برای تماشای هر محتوای سینمایی را مشخص، و بدین نحو میان گروه های مختلفی که مخاطب فیلم ها قرار می گیرند، تفکیک قائل می شوند. طبق رتبه بندی هیأت مزبور، فیلم ها در رتبه U برای تمامی سنین مناسب است و این علامت برای این دسته از فیلم ها استفاده می شود. در این دسته از فیلم ها باید تمیز بین خوب و بد، واضح و از الفاظ مثبت، استعمال شود و این دسته از فیلم ها مناسب کودکان بالای چهار سال است. در رتبه PG، فیلم هایی جای دارند که به لحاظ محتوا کمی سنگین تر از دسته U بوده و ممکن است کنایه و اشاره ملایمی به رفتار جنسی داشته باشند. این دسته از فیلم ها مناسب کودکان بالای ۸ سال است. در رتبه ۱۲، فیلم ها و ویدئوها به کودکان زیر ۱۲ سال فروخته نمی شود. رتبه ۱۵ برای کودکان بالای پانزده سال مجاز است از آن حیث که در محتوا رفتارهایی وجود دارد که حتی برای کودکانی که قوه تمیز دارند نامناسب است مثل خودکشی. فیلم های رتبه ۱۸ به هیچ عنوان برای کودکان زیر ۱۸ سال مناسب نیست، چراکه محتوای صریح جنسی و خشونت شدید در این دسته از فیلم ها وجود دارد (British Board of Film Classification, 2023).

۲.۲.۴. ایران

ایران همچون انگلیس و آمریکا، مبادرت به طبقه بندی فیلم ها کرده تا از این طریق افراد به سمت تماشای فیلم مناسب سن خود بروند این طبقه بندی با توجه به دستورالعمل مربوطه^۳ به قرار ذیل است: -گروه ۹+: این فیلم دارای الفاظ یا صحنه های نامناسب برای کودکان است و تماشای آن برای کودکان زیر ۹ سال توصیه نمی شود.

1. restricted

2. No one 17 and under admitted (adults only)

۳. آیین نامه درجه بندی سنی فیلم های سینمایی

- گروه ۱۲+: این فیلم دارای صحنه‌های نسبتاً خشونت‌آمیز یا دلهره‌آور یا استعمال دخانیات و یا الفاظ نامناسب است و تماشای آن برای افراد زیر ۱۲ سال توصیه نمی‌شود.
- گروه ۱۵+: این فیلم دارای صحنه‌های خشونت‌آمیز، ترسناک یا استعمال مواد مخدر یا روابط خلاف عرف جامعه و یا زبان تند و نامناسب است و تماشای آن برای افراد زیر ۱۵ سال توصیه نمی‌شود.
- گروه ۱۸+: این فیلم دارای صحنه‌های افراطی از خشونت یا صحنه‌های استعمال مواد مخدر یا صحنه‌هایی تداعی‌کننده روابط زناشویی و یا الفاظ و حرکات نامناسب است و تماشای آن برای افراد زیر ۱۸ سال ممنوع است.

۳.۴. محتوای مستهجن

یکی دیگر از مواردی که دولت‌ها در خصوص آن، به تنظیم‌گری و وضع قانون پرداخته‌اند، محتوای مستهجن است. به دلیل آثار مخربی که اشاعه و نشر محتوای نامناسب و مستهجن در پی دارد، کودکان باید با سیاستگذاری و مقررات‌گذاری درست، مصون از مشاهده این گونه محتواها باشند، چراکه به دلیل سن کم، قادر به کنترل هیجانات خود نیستند.

۱.۳.۴. آمریکا

آنچه سبب شد آمریکایی‌ها برای اولین بار، مباحث در خصوص رسانه و به خصوص اینترنت در عرصه کودک را مطرح کنند، تشویش و نگرانی ناشی از مطالب مستهجن و غیراخلاقی مانند پورنوگرافی کودکان و حفاظت از آنان به عنوان قشر حساس جامعه بود که سبب صورت گرفتن برخی اقدامات از سوی دادگاه‌های عالی شد و در نهایت به تصویب قوانینی در حوزه کودکان منجر شد که هر کدام به نوبه خود در عداد قوانین مشهور و باسابقه جهان قرار گرفتند.

۱.۳.۴.۱. قانون حفاظت از کودکان در اینترنت (COPPA)

این قانون محتوایی که برای زیر سن قانونی نامناسب باشد اعم از هرگونه ارتباط، تصویر، فیلم، فایل، مقاله، ضبط، نوشتن و یا هر ماده‌ای از هر نوع که حاوی بی‌حیایی و بی‌عفتی و درصدد ترویج بی‌اخلاقی و شهوت‌رانی و انواع پورنوگرافی و امور مغایر با استانداردهای جامعه باشد، منع می‌کند (liberty council, 2023). در این قانون، مدارس و کتابخانه‌هایی که برخوردار از بودجه دولتی بودند، موظف شده بودند که در دسترسی به اینترنت از برنامه e-rate کمیسیون ارتباطات فدرال، وزارت آموزش یا مؤسسه خدمات موزه و کتابخانه استفاده کنند تا راهبرد سلامت اینترنت برای کودکان به اجرا دربیاید (جلالی فراهانی، ۱۳۸۶: ۲۷).

این قانون که در سال ۱۹۹۸ نوشته شد، بر آن بود که سطح بالاتر و وسیع‌تری نسبت به قانون استانداردهای اخلاقی ۱۹۹۶ به اجرا دریاورد، ولی به دلیل ادعای اتحادیه‌های آزادی مدنی آمریکایی و انجمن کتابخانه‌های آمریکا بر نقض برخی از قواعد قانون اساسی، توسط دادگاه‌های عالی و تجدیدنظر آمریکا، رد شد و نتوانست اجرا شود و چارچوب قانون استانداردهای اخلاقی پابرجاست (liberty council, 2023).

۲.۱.۳.۴. کد ایالات متحده آمریکا

هدف از تصویب این قانون، محدود کردن محتوای مستهجن رایانه‌ای و اینترنتی بوده است و در آن هرگونه به‌کارگیری ابزار بین‌ایالتی یا خارجی یا خدمات رایانه‌ای با هدف فروش یا نشر محتوای مستهجن یا انتقال این مفاهیم به کودکان زیر ۱۶ سال، ممنوع است و اطلاق این قانون را می‌توان علاوه بر کودکان، ساری و جاری بر بزرگسالان نیز دانست (جلالی فراهانی، ۱۳۸۶: ۲۵). همچنین در فصل ۱۱۰ عنوان هجدهم این قانون، به ضمانت اجرای مدنی و کیفری تولید، نگهداری، نشر و فروش هرزه‌نگاری کودکان پرداخته شده است.

قانون پیشگیری از هرزه‌نگاری اطفال، هرزه‌نگاری را تصویری از صغیر می‌داند که در آن، در حال انجام عمل صریح جنسی است یا دست‌کم این‌گونه به‌نظر می‌رسد (The child pornography prevention Act of 1996, 2023).

به‌طور کلی سیاست‌های قانونی و رگولاتوری آمریکا در این حوزه را می‌توان در شش مورد خلاصه کرد:

- تعقیب و پیگرد جدی محتوای مستهجن غیرقانونی و تحمیل ضمانت اجرای کیفری و مدنی؛
- تحمیل مسئولیت برای نگهداری محتوای مستهجن غیرقانونی اینترنتی؛
- گزینه‌هایی برای کنترل دسترسی صغار به محتوای مستهجن؛
- الزام به نگهداری سوابق؛
- کمک گرفتن از اشخاص عادی برای شناسایی محتوای زیانبار؛
- رهیافت خودتنظیمی.

۲.۳.۴. انگلستان

طبق قانون انتشار محتوای مستهجن ۱۹۵۹، انتشار محتوای مستهجن (به‌خصوص پورنوگرافی) در هر قالبی اعم از صوت، تصویر، متن ممنوع است؛ خواه منتشرکننده در انتشار این محتوا به دنبال کسب منفعت برای خود یا دیگری باشد خواه به دنبال کسب منفعت نباشد. بر اساس این قانون، انتشار هر نوع مطلبی اعم از تصویر، فیلم، صوت، متن و... که با تأثیر گذاشتن بر افراد آنها را به سمت انحراف بکشاند

ممنوع اعلام می‌شود. این قانون تفاوتی بین کودکان و بزرگسالان قائل نشده است. شایان ذکر است که بند ۱ ماده ۱۰، آزادی بیان را حق هر انسانی می‌داند، اما قانون انتشار محتوای مستهجن بر این امر تخصیص زده و کسی آزاد در انتشار محتوای ناپسند به خصوص پورنوگرافی نیست و مجازات انتشار این محتوا ۳ تا ۵ سال زندان است (Obscene publications Act 1959, 1959).

۴.۳.۳.۴ ایران

در ایران، مطابق تبصره ۱ بند «ب» ماده ۳ قانون نحوه مجازات اشخاصی که در امور سمعی و بصری فعالیت‌های غیرمجاز می‌کنند، محتوای «مبتذل» به آثاری اطلاق می‌شود که دارای صحنه‌ها و صور قبیح بوده و مضمون مخالف شریعت و اخلاق اسلامی را تبلیغ و ترویج کند. همچنین، در تبصره ۶ بند «الف» همان ماده، محتوای «مستهجن» به آثاری گفته می‌شود که شامل نمایش برهنگی زن و مرد، اندام تناسلی یا نمایش آمیزش جنسی باشد.

انتشار محتوای مبتذل و مستهجن در این قانون جرم‌انگاری شده و برای مرتکبان آن مجازات‌های سنگینی در نظر گرفته شده است. افزون بر این، به دلیل حساسیت بالای گروه کودک و نوجوان، قانونگذار در ماده ۱۰ قانون حمایت از اطفال و نوجوانان نیز تدابیری جهت حفاظت حداکثری این گروه اتخاذ کرده است. بر اساس بند ۶ این ماده، در دسترس قرار دادن یا ارائه محتوای مستهجن یا مبتذل به طفل یا نوجوان جرم بوده و مرتکب به یک یا چند مجازات درجه هشت قانون مجازات اسلامی محکوم خواهد شد.

علاوه بر مقررات داخلی، اسناد بین‌المللی نیز بر منع هرگونه بهره‌کشی جنسی از کودکان تأکید دارند.^۱ در این زمینه، پروتکل الحاقی به کنوانسیون حقوق کودک در خصوص فروش، فحشا و هرزه‌نگاری کودکان به طور خاص کشورها را به اتخاذ تدابیر قانونی و اجرایی لازم برای مقابله با هرزه‌نگاری کودکان ملزم می‌کند. بنابراین، مقررات داخلی ایران نیز در راستای اجرای تعهدات بین‌المللی خود، اقدام به جرم‌انگاری این‌گونه رفتارها کرده است.^۲

در سند صیانت از کودکان و نوجوانان در فضای مجازی^۳، مجموعه اقدامات ایجابی و سلبی را که به منظور ایجاد شرایط مناسب برای استفاده مفید، سالم و تعالی‌بخش کودکان و نوجوانان از فضای مجازی و مراقبت از آنان در برابر آسیب‌های ناشی از آن انجام می‌شود صیانت می‌خواند. جامعه هدف این طرح، همه افراد کمتر از ۱۸ سال هستند که در قلمروی حاکمیت جمهوری اسلامی ایران قرار دارند. در

۱. ماده ۱ پروتکل الحاقی به کنوانسیون حقوق کودک در خصوص فروش، فحشا و هرزه‌نگاری کودکان.

۲. ماده ۶؛ ماده ۸ پروتکل الحاقی به کنوانسیون حقوق کودک در خصوص فروش، فحشا و هرزه‌نگاری کودکان.

۳. مصوب شورای عالی فضای مجازی

این سند محیط صیانت شده، زیست بومی بر بستر شبکه ملی اطلاعات که سطح مشخص و تعریف شده از دسترسی به اطلاعات، ارتباطات و خدمات را بر اساس سن و جنس و دیگر ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی خردسال، کودک و نوجوان را فراهم می‌کند (خبرگزاری دانشجو، ۱۴۰۰).

۴.۴. حریم خصوصی کودکان

حریم خصوصی یکی از مبانی مهم آزادی بیان و آزادی اطلاعات است که در اسناد بین‌المللی مختلفی چون میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی، اعلامیه جهانی حقوق بشر و قوانین اساسی دول مختلف از جمله قانون جمهوری اسلامی ایران، بدان تصریح و لزوم حمایت از آن بیان شده است (انصاری، ۱۳۹۶: ۱۳۸). حق بر حریم خصوصی از حقوق لاینفک بشر است که هیچ‌کس حق تعرض به آن را ندارد کودکان و نوجوانان نیز از این قاعده مستثنا نبوده و به علت فقدان رشد در آنها، دولت‌ها باید وظیفه حمایت از حق بر حریم خصوصی کودکان و نوجوانان را با قانونگذاری صریح و در نظر گرفتن ضمانت اجرای مناسب به عمل آورند.

۴.۴.۱. آمریکا

قانون حفاظت از حریم خصوصی کودکان^۱ در سال ۱۹۹۸ به تصویب رسید و مختص گردآوری، نگهداری و بهره‌برداری یا افشای اطلاعات شخصی کودکان زیر ۱۳ سال در پلتفرم‌ها، نرم‌افزارها و وبسایت‌های تجاری که به آنها اختصاص دارد، است و این امور را ممنوع تلقی کرده است (UKCCIS, 2015). این قانون، اطلاعات شخصی یا اطلاعات شناسایی شخصی را شامل موارد ذیل می‌داند: نام، آدرس، آدرس ایمیل، شماره تماس، شناسه‌های مداوم دارای قابلیت شناسایی کاربران در گذر زمان و در بین وبسایت‌های مختلف و هر نوع اطلاعاتی را که به شناسایی، مکان‌یابی و ارتباط با کودکان منجر شود (children's online protection Act, 1998).

بر اساس این قانون رضایت تأییدشده والدین برای جمع‌آوری داده‌های کودکان ضروری است و برای کسب اطمینان از اجرای درست و اعمال ممنوعیت‌های وضع شده در این زمینه، این قانون، به کمیسیون تجارت فدرال (FTC) اجازه داد تا اقداماتی را در جهت وضع ضوابطی در زمینه چگونگی و شرایط اطلاع‌رسانی و اخذ رضایت والدین انجام دهد و از جمله مقرراتی که در این حوزه وضع شد، می‌توان به وجوب آشکار و واضح بودن اطلاع‌رسانی و رضایت والدین و درج مقررات اطلاع‌رسانی، به صورت شفاف و قابل درک اشاره کرد (children's online protection Act, 1998).

1. Children Online Privacy Protection Act (coppa)

گفتنی است که این قانون در موارد خاصی، جمع‌آوری اطلاعات، بدون نیاز به اخذ رضایت از سوی والدین را پذیرفته است. بر اساس قوانین جدید در این حوزه باید تلاش شود تا راه‌های مختلف تعیین سن افراد به کار گرفته شود. برای مثال یکی از جدیدترین روش‌ها دریافت عکس فرد از طریق وب‌کم و مقایسه آن با عکس شناسنامه است (united state congress, 2023).

بر اساس شواهد موجود و استناد جستن به جرمه‌های سنگین تحمیل‌شده بر متخلفان این حوزه ضمانت اجرای قوی این قانون را به خوبی می‌توان دریافت. برای مثال در یکی از موارد، شرکتی در سال ۲۰۰۶ به دلیل نقض این قانون، در ثبت‌نام کودکان زیر ۱۳ سال، بدون اخذ رضایت والدین، محکوم به پرداخت مبلغ ۱۰۰۰۰۰ دلار، به عنوان جریمه شد (wikipedia, 2023).

۲.۴.۴. انگلستان

انگلستان از جمله کشورهای پیشرو در زمینه حفاظت از کودکان در برابر آسیب‌های فضای مجازی بوده و برای حقوق کودکان در این زمینه ارزش زیادی قائل شده است. در همین زمینه انگلستان در سال ۲۰۲۱ قانون «طرح سن مناسب» را با هدف نظارت بر عملکرد سرویس‌های آنلاین در خصوص داده‌های کودکان اجرا کرد.

شرکت‌ها ملزم‌اند طبق قانون گزینه‌هایی را به‌طور پیش‌فرض در اختیار کودکان قرار دهند و امنیت آنها را فراهم کنند و اگر چنین نکنند باید عدم استفاده کودکان از سرویس‌شان را اثبات کنند.

در قانون طرح سن مناسب، ۱۵ استاندارد کلی مطرح شده است که به تشریح آن پرداخته خواهد شد:

۱. بر اساس استانداردهای تعیین‌شده توسط این قانون، وبسایت‌ها باید به‌گونه‌ای طراحی شود که منافع کودکان در آن در نظر گرفته شده باشد. هرچند به‌نظر می‌رسد استعمال لفظ منفعت، بدون تعیین حدود و ثغور آن، مصادیق متعددی را در برمی‌گیرد و بهتر بود منظور از اینکه چه نوع منفعتی مدنظر تنظیم‌گر بوده به‌صراحت بیان می‌شد، اما احتمالاً منظور از منفعت در اینجا، عدم وقوع ضرر برای کودکان است؛

۲. سرویس‌های ارائه‌دهنده خدمات صرفاً با کاربران کودک سروکار ندارد، بلکه افراد بالغ نیز از سرویس آنها استفاده می‌کنند. در نتیجه این سرویس‌ها دو راه پیش روی دارند: یا اینکه با تعیین سن کاربران از طریق روش‌های تعیین سن، استانداردهای استفاده کودکان را برای کاربرانی که کودک تشخیص داده می‌شوند اعمال کند یا آنکه استانداردهای کودک را برای همه کاربران اعمال کند؛

۳. برخلاف بزرگسالان، رویه اخذ اطلاعات از کودکان باید مبتنی بر جمع‌آوری حداقلی داده از کودکان باشد. بر همین اساس آنها باید از کودک بپرسند که قصد فعال‌سازی کدام قسمت از برنامه را دارد تا اساس دریافت اطلاعات را بر آن بگذارند؛

۴. اصل بر این است که اطلاعات کودکان به هیچ عنوان و در هیچ شرایطی افشا نشود، مگر در موردی که دلیل قانع کننده وجود داشته باشد. البته بهتر آن است که مصادیق دلیل قانع کننده به صورت حصری بیان می شود تا از تفسیر موسع آن جلوگیری می شود؛

۵. آنچه در حوزه حریم خصوصی، از دستاوردهای مهم این طرح محسوب می شود، این مورد است که خدمات آنلاین باید در مورد نظارت والدین به کاربر کودک، اطلاعات دهند و اگر والدین بر آن برنامه نظارت می کنند باید با یک علامت واضح، این امر به کودک اطلاع داده شود؛

۶. قابلیت آنالیز و تجزیه و تحلیل داده های کودکان باید به طور پیش فرض خاموش باشد؛

۷. این طرح، شرکت های فناوری را، از روش هایی که کودکان را به پخش اطلاعات شخصی غیرضروری خود در بستر اینترنت می کند، منع کرده است؛

۸. برنامه مورد استفاده کودکان باید فضایی را برای بازتاب نگرانی های کودکان در فضای اینترنت فراهم کند.

به طور کلی، از مجموع الباقی استانداردهای کلی مطرح شده، که ذکر کامل و جامع تمامی آنها در جای خود مفید فایده است، می توان پی برد که سیاست کلی بر پیشگیری از خطرهای احتمالی پردازش داده های کودکان، در اختیار قرار دادن اطلاعات کامل و با زبانی ساده در خصوص حریم خصوصی به کودکان، حفظ منفعت و عدم تضرر کودکان، اعمال محدودیت سنی و اصول محتوایی، محافظت حداکثری بر حریم خصوصی کودکان، خاموش بودن گزینه پیش فرض موقعیت مکانی، اعمال دستورالعمل ها بر اسباب بازی های متصل به اینترنت و ... است.

۴.۴.۳. ایران

حریم خصوصی افراد، همان حریمی است که عرف و قانون باید بدان احترام بگذارند و در برابر ورود و تعرض سایر افراد مصون بماند. ^۱ به منظور حفاظت و حراست از حریم خصوصی اشخاصی که تابع یک نظام حقوقی اند، در قوانین و آیین نامه های گوناگونی این حق به رسمیت شناخته شده^۲ و برای التزام به آن، ضمانت اجرایی در نظر گرفته شده است؛ برای درک بهتر این امر می توان به موادی از قانون مجازات اسلامی متوسل شد^۳ که حراست از اطلاعات شخصی اشخاص از جمله نامه و تلگراف و صوت و تصویر را امری بدیهی دانسته و بدان پرداخته است. افزون بر این به همان میزان که طبق قانون انتشار و

۱. اصل ۲۵ قانون اساسی، ماده ۳ آیین نامه اجرایی قانون نحوه اهدا جنین به زوجین نابارور، مواد ۴۰، ۶۲، ۹۷ و ۱۰۱ قانون آیین دادرسی کیفری؛ ماده ۵ قانون حمایت از آمران به معروف و ناهیان از منکر.

۲. مواد ۵۸۲، ۵۷۰ و ۶۶۹ قانون مجازات اسلامی

دسترسی آزاد به اطلاعات، به اشخاص اجازه دسترسی به اطلاعات داده شده، برای جلوگیری از تزامم دو هدف مهم که عبارت‌اند از حق بر دسترسی به اطلاعات و حق بر حریم خصوصی، از تقاضای افراد برای دریافت اطلاعات مربوط به حریم خصوصی ممانعت صورت می‌گیرد، مگر با تجمیع شرایط مندرج در قانون^۱. از آنجا که محور اصلی بحث در مقاله حاضر، کودکان هستند، باید اشاره شود که پاسداری از حریم خصوصی کودکان به عنوان تابعان محجور یک نظام حقوقی ضرورت این امر را دوچندان می‌کند.

حق بر حریم خصوصی به عنوان یکی از حقوق کودکان در ماده ۱۶ کنوانسیون حقوق کودک نیز مطرح شده است. این ماده دو گروه از افراد، والدین و اشخاص بیگانه را، با بیان عدم امکان دخالت خودسرانه و یا غیرقانونی در حریم خصوصی کودک منع کرده است (ابراهیمی و پورمسجدیان، ۱۳۹۹: ۱۲).

حقوق کودکان به عنوان یکی از بنیادی‌ترین حقوق بشر، باید در سیاستگذاری‌های کلان جامعه لحاظ شود تا سعادت جامعه، تحکیم و حفظ نهاد خانواده تأمین شود. حمایت قانون از حقوق کودکان در فضای مجازی نیز تابع همین اصل است حمایت از کودکان در فضای مجازی مستلزم اقدامات تقنینی در جرم‌انگاری رفتارهای بزهکارانه با استفاده از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و یا جبران خسارات جسمی و روحی وارده به کودک و لطامات روحی به وی به واسطه هتک حیثیت عرفی کودک از این راه است (ابراهیمی و پورمسجدیان، ۱۳۹۹: ۱۲).

در قانون داخلی کشورمان تعریف معینی درباره حریم خصوصی افراد وجود ندارد و قانون اساسی تنها به ذکر مصادیقی از آن اکتفا کرده است و در مصوبات حقوق کودکان، قانونگذار مصادیق حریم خصوصی کودکان را تنها در جایی که عنصر قانونی دخیل باشد مورد توجه قرار داده و درباره میزان نفوذ والدین در این فضا هیچ مرزی را تعیین نکرده است (شجاع سنگچولی، ۱۳۹۹: ۱).

تلاش‌های بین‌المللی در جهت حمایت از کودک، به عنوان آسیب‌پذیرترین عضو خانواده، به تصویب کنوانسیون حقوق کودک منجر شد که ایران در سال ۱۳۷۲ طی ماده واحده‌ای به شرط عدم مغایرت مفاد آن سند با موازین شرعی و حقوق داخلی به آن پیوسته است (عباسی کلیمانی، ۱۳۹۹: ۱). بنابراین حریم خصوصی کودک از جمله حقوق غیرقابل تعرض آنها بوده و ذیل پیمان‌نامه حقوق کودک هیچ‌گونه تبعیضی از حیث نژاد، رنگ، جنسیت، زبان، مذهب، عقاید سیاسی، ملیت و... متوجه حقوق کودکان نخواهد بود.

کودک و نوجوان مطابق این کنوانسیون حق ابراز عقیده آزاد و دسترسی به اطلاعات را دارند؛ بنابراین این حقوق باید در پرتو حمایت از حریم خصوصی آنها شکوفا شود؛ همچنین این کشورها به عملکرد مهم رسانه‌های گروهی واقف بوده و بنابراین علاوه بر تضمین دسترسی کودک به اطلاعات و مطالب، در

۱. مواد ۱۴ و ۱۵ قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات؛ مواد ۱۱ و ۳۸ آیین‌نامه اجرایی قانون مطبوعات

جهت حمایت از حقوق آنها در برابر تمام اشکال خشونت‌های جسمی، روحی و سوءاستفاده‌های جنسی در موارد مقتضی حریم خصوصی کودک را نیز تضمین کنند.^۱

۵.۴. افراد دارای معلولیت

برآوردها حاکی از ابتلای حدود ۱۵ درصد از جمعیت جهان به انواع معلولیت‌هاست که حدود ۲۶ درصد آنها طبق آمار ارائه‌شده توسط یونیسف، کودکان و نوجوانان هستند. این معلولیت در قالب محدودیت‌هایی نمودار می‌شود، اما به‌هیچ‌وجه نمی‌توان این محدودیت را به‌مثابه مانعی در جهت دستیابی معلولان به حقوق قانونی خود دانست.

موضوع حقوق کودکان دارای ناتوانی جسمی و یا ذهنی چالش‌هایی را برای دولت‌ها ایجاد کرده و آنها را واداشته است تا در زمینه‌های مختلف به‌مثابه کودکان سالم برای آنها حقوقی را برشمارند که در کنوانسیون حقوق کودک و کنوانسیون افراد دارای معلولیت، به حقوق کودکان و نوجوانان دارای معلولیت پرداخته شده است. علاوه بر این در خصوص تنظیم‌گری محتوای رسانه برای کودکان و نوجوانان دارای معلولیت با عنایت به دو کنوانسیون مذکور در قوانین کشورها از جمله سه کشور مورد بررسی، فعالیت‌های تقنینی به شرح ذیل صورت گرفته است.

۵.۴.۱. آمریکا

از آنجا که افراد دارای معلولیت، بزرگ‌ترین گروه اقلیت را در هر کشوری تشکیل می‌دهند، چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی، دولت‌ها را بر آن داشته است که با تصویب قانون، به حمایت از این قشر آسیب‌پذیر بپردازند. در ایالات متحده آمریکا، طبق قانون آمریکایی‌های معلول^۲، هیچ‌گونه تبعیضی در برخورداری از فرصت‌های اجتماعی نباید بین شهروند عادی و شهروند دارای معلولیت آمریکایی لحاظ شود. اگرچه به‌طور صریح در این قانون، به حمایت از معلولان در بعد رسانه‌ای اشاره نشده، اما مفاد این قانون به‌صورت ضمنی اشاره بر این امر دارد که باید امکانات و زیرساخت‌های لازم برای هر نوع بهره‌مندی فراهم شود که در بطن این حمایت، اختصاص دادن فرصت ویژه به معلولان در برنامه‌های تلویزیونی با نظر گرفتن شرایط خاص آنها، فرصت دیده شدن در رسانه‌ها، عدم تحقیر یا تبعیض در برنامه‌های رسانه‌های اجتماعی نسبت به این طیف از افراد و مواردی از این دست وجود دارد. دیدبان حقوق بشر آمریکا همچنین خواستار حمایت گستره‌تر در اسناد بین‌المللی از معلولان شده است (the American with disabilities Act, 2024).

۱. مواد ۱۲، ۳۶، ۲، ۱۷، ۱۹ کنوانسیون حقوق کودک

2. American disabilities Act

در کنوانسیون حمایت از کودکان نیز به طور جزئی به حمایت از کودکان معلول اشاره شده است که ایالات متحده آمریکا به این کنوانسیون پیوسته است (convention of the right of child, 2023).

۲.۵.۴. انگلستان

انگلستان با پیوستن به کنوانسیون بین‌المللی حقوق افراد دارای معلولیت بر مفاد این کنوانسیون صحت نهاده است. چنانکه در منشور سازمان ملل به کرامت و ارزش ذاتی و حقوق لاینفک برابر همه اعضای جامعه بشری به عنوان پایه آزادی و عدالت و صلح در جهان اشاره شده است و با تأکید بر جهانی بودن، غیرقابل تقسیم بودن و مستقل بودن تمام حقوق انسانی و آزادی‌های پایه، همچنین نیاز معلولان به تضمین برخورداری بدون تبعیض از همه این حقوق و آزادی‌ها، اهمیت موضوع معلولیت جزئی لاینفک از راهبردهای وابسته به توسعه پایدار است و کودکان معلول می‌بایست از جمیع حقوق انسانی و آزادی‌های برابر با سایر کودکان برخوردار شوند و الزامات آن بر مبنای اصول کلی کنوانسیون حقوق کودک که عبارت‌اند از: اصل عدم تبعیض، اصل رعایت مصالح عالیه کودکان، اصل حق بر حیات، رشد و بقا و اصل حق بر شنیده شدن اتخاذ شود.^۱

مطابق ماده ۲ کنوانسیون بین‌المللی حقوق معلولان، زبان گفتاری و اشاره، نمایش متن، خط بریل، ارتباطات لامسه‌ای، حروف درشت، ارتباطات نوشتاری و شنیداری چندرسانه‌ای قابل دسترسی، زبان ساده، خوانش متن، روش‌های تقویت‌کننده و جایگزین، روش‌ها و وسایل ارتباطات شامل اطلاعات و فناوری ارتباطات در دسترس می‌بایست برای حصول ارتباط میان افراد دارای معلولیت و دنیای رسانه در جوامع عضو صورت پذیرند. همچنین مطابق بند «ج» ماده ۳ کنوانسیون مذکور، یکی از مبنای آن دسترسی است که با توجه به مطلق بودن آن می‌توان دریافت که دسترسی به هر آنچه برای بقا در جامعه به تناسب اقتضائات روز جامعه لازم است از جمله خدمات بهداشتی، رفاهی، آموزشی، فرهنگی و... که از عموم آن می‌توان به دسترسی به رسانه و ابزارهای ارتباطی و رسانه نیز اشاره نمود.

در ماده ۷ این کنوانسیون منحصراً به کودکان معلول اشاره و دولت‌های عضو را مکلف کرده تا تمام اقدامات لازم برای برخورداری کامل آنها از حقوق مساوی با سایر کودکان را فراهم کرده است و برای آنها قائل به حق ابراز عقیده آزادانه در تمام موضوعات مربوط به خود مطابق با معلولیت و ملاحظات سنی به عمل آورد.

۳.۵.۴. ایران

بسیاری از معلولان توانایی‌هایی دارند که چه بسا افراد سالم از آنها محروم‌اند، اما این افراد در حقیقت،

۱. مواد ۲، ۳، ۶، ۱۲، کنوانسیون بین‌المللی حقوق افراد دارای معلولیت

اقلیت جامعه را تشکیل می‌دهند، اما این نکته نباید سبب نادیده گرفتن حقوق بر حقی که آنها بر اساس قوانین دارند، شود.

در متن قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، اشاره صریحی بر حقوق معلولان نشده است. اما به‌طور کلی و در خلال برداشت‌ها از سایر اصول از جمله اصول ۱۹ و ۲۰ این قانون، مبنی بر برخورداری همه مردم از حقوق مساوی و قرارگیری همه آحاد ملت، تحت لوای قانون و موازین اسلام، بدون روا داشتن هرگونه تبعیض و همچنین مقدمه قانون اساسی، که انسان‌ها را واجد کرامت ذاتی می‌داند، می‌توان حقوقی را برای این قشر از جامعه در نظر گرفت (گرچی ازندریانی و شیرزاد نظری، ۱۳۹۷: ۶). با وجود این، قانونگذار کشور ما در حوزه حقوق معلولان منفعل نبوده و اقدام به تقنین و تدوین قوانینی از جمله قانون حمایت از معلولان و همچنین قانون تصویب کنوانسیون حقوق افراد دارای معلولیت کرده است.

نظر به موضوع پژوهش حاضر که عبارت است از حقوق کودکان در حوزه رسانه‌ای، ما به برخی قوانین مرتبط به این عنوان و در رابطه با کودکان دارای معلولیت به تفصیل، خواهیم پرداخت.

در ماده ۳۰ قانون تصویب کنوانسیون حقوق افراد دارای معلولیت، به این موضوع پرداخته شده که دولت‌های عضو این کنوانسیون باید زمینه را برای دسترسی افراد معلول به برنامه‌های تلویزیونی، فیلم، تئاتر و سایر فعالیت‌های فرهنگی و... فراهم آورند، از ظرفیت‌های فکری، هنری و توانایی‌های بالقوه این افراد به‌نحو احسن بهره ببرند، افراد معلول را برای شرکت در فعالیت‌های ورزشی تشویق و امکانات لازم را تا حد امکان برای آنان فراهم کنند و همچنین هویت زبانی و فرهنگی این افراد از جمله ایما و اشاره و فرهنگ ناشنویان به رسمیت شناخته شود.

همچنین در ماده ۲۱ قانون جامع حمایت از معلولان، به شرح وظایف صداوسیما پرداخته و آن را به اختصاص دادن حداقل دو ساعت برنامه مرتبط با معلولان مکلف کرده است.

۵. نتیجه و پیشنهادها

بر اساس یافته‌های نوشتار حاضر مشخص شد که نظر به اهمیت تنظیم محتوای رسانه‌های اجتماعی در حوزه کودک، هر سه کشور ایالات متحده، انگلستان و ایران در حوزه نهادی، از سال‌ها پیش سازمان‌هایی را به عنوان متولیان این امر در نظام حقوقی خود پیش‌بینی کرده‌اند. «دفتر رسانه در کمیسیون ارتباطات فدرال آمریکا» از سال ۱۹۹۶، «آفکام» به‌عنوان تنظیم‌گر عام از سال ۲۰۰۱ و «شورای ایمنی کودکان در اینترنت» به‌عنوان تنظیم‌گر خاص امنیت رسانه‌ای کودک از سال ۲۰۰۸ در انگلستان و در نهایت صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و ساترا از سال ۱۳۹۴ این مهم را بر عهده داشته‌اند.

همچنین در خصوص روش‌های تنظیم‌گری مشخص شد که در خصوص «تبلیغات حوزه کودک» ضوابطی چون «تعیین محدوده زمانی تبلیغ و ارائه آن»، «شفافیت و عدم فریبندگی»، «محدودیت سنی در مخاطبان و بازیگران تبلیغ» و «محدودیت در تبلیغ دخانیات و مواد سکرآور» در ایالات متحده، «ممنوعیت تشویق کودک به رفتارهای مخاطره‌آمیز»، «ممنوعیت تبلیغات منجر به زودباوری در کودکان» و «ممنوعیت تبلیغات منتهی به ایجاد مزاحمت برای والدین» در انگلستان و «ممنوعیت نمایش محتوای خطرناک، دلخراش و آزاردهنده»، «ممنوعیت تبلیغات مغلوب‌کننده اراده کودک» و «ممنوعیت تبلیغات منتهی به احساس حقارت کودک در صورت عدم توان خرید کالا» در ایران از جمله روش‌های تنظیم حوزه تبلیغات در رابطه با کودکان به‌شمار می‌آیند. همچنین «رده‌بندی سنی محتوای فیلم‌ها» و «ممانعت از انتشار محتوای خلاف عفت عمومی» از ضوابط مشترک میان سه کشور محسوب می‌شود هرچند ضابطه دیگر یعنی «صیانت از حریم خصوصی کودکان»، تاکنون مورد توجه هنجارگذاران ایرانی نبوده است. بر عکس، در حوزه کودکان معلول، قانونگذار ایرانی بر خلاف دو کشور دیگر، اقدام به هنجارگذاری داخلی در این زمینه کرده تکالیفی چون «اختصاص بازه زمانی ویژه به معلولان در برنامه‌های هر هفته» و «پخش آگهی‌های آموزشی ویژه معلولان» را بر صداوسیما بار کرده است. در پایان، ضوابط ذیل به‌منظور ارتقای نظام حمایت از کودکان در مواجهه با آسیب‌های رسانه‌های اجتماعی در ایران پیشنهاد می‌شود:

- تصویب اساسنامه سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در مجلس شورای اسلامی؛
- به‌کارگیری سبک «تفصیلی-تشریحی» در تنظیم ضوابط ارائه محتوا بجای سبک «ایجازی-اختصاری» کنونی و پیشگیری از کلی‌گویی در قوانین و مقررات؛
- تنظیم مقررات ناظر بر ارائه محتوا در رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده کودکان در هر چهار حوزه حریم «دیداری»، «گفتاری»، «شنیداری» و «نوشتاری» با تأکید بر ابعاد «اقتصادی»، «اجتماعی»، «فرهنگی»، «تربیتی» و «روانشناختی»؛
- تأمین حاکمیت فضای مجازی کشور با ایجاد ظرفیت‌های جدید بین‌المللی یا استفاده از ظرفیت مجامع عمومی بین‌المللی واجد قرابت فرهنگی با ایران همچون شانگهای و بریکس در تنظیم استانداردهای فعالیت سکوهاى خارجی؛

تکمیل مواجهه سلبی در تنظیم ضوابط با ارائه سازوکارهای ایجابی چون:

می‌بایست ذیل بند «ج» ماده ۶ قانون حمایت از اطفال و نوجوانان مصوب سال ۱۳۹۹ تکلیفی برای آموزش و پرورش مبنی بر الزام نهاد مذکور بر آموزش حقوق کودک با استفاده از ظرفیت‌های آموزشی همچون درس سواد رسانه‌ای در دوره متوسطه برای دانش آموزان و پیش‌بینی و اجرای برنامه‌های آموزشی عمومی برای والدین آنها وضع شود؛

قانون حمایت از اطفال و نوجوانان مصوب سال ۱۳۹۹، باید به منظور تشویق کودکان و نوجوانان به مشارکت فعال در تولید و انتشار محتوا به جای تبدیل آنها به مصرف‌کننده‌های صرف رسانه‌ها ضمن ایجاد فضای گفت‌وگو و تبادل نظر بین کودکان، نوجوانان، والدین، مربیان و سیاستگذاران در مورد مسائل مرتبط با رسانه‌ها، الزاماتی ناظر بر سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مقرر دارد تا موجب رشد تفکر نقادانه در کودک و نوجوان در مواجهه با محتوای رسانه‌ها شود؛ تشویق و حمایت از فعالان حوزه رسانه به منظور تولید محتوای استاندارد.

منابع

۱. فارسی

الف) کتاب‌ها

۱. امامیان، سیدمحمدصادق (۱۴۰۱). *تنظیم‌نامه؛ یادداشت‌هایی در تنظیم‌گری رسانه*. چ اول، تهران: سیدمحمدصادق امامیان.
۲. انصاری، باقر (۱۳۹۶). *حقوق رسانه*. چ یازدهم. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

ب) مقالات

۳. ابراهیمی، سیدنصراله؛ پورمسجدیان، فاطمه (۱۳۹۹). واکاوی حقوقی حمایت از حریم خصوصی کودک در فضای مجازی با نگاهی به قوانین ایران و معاهدات بین‌المللی. *نشریه مطالعات زن و خانواده*، ۸(۴)، ۸۲-۱۰۲.
۴. اسدی، عباس؛ بابازاده‌مقدم، حامد (۱۳۹۶). اصول پالایش (فیلترینگ) پایگاه‌های اطلاع‌رسانی اینترنتی. *نشریه مطالعات رسانه‌های وین*، ۳(۹)، ۱۶۴-۱۹۲.
۵. اسماعیلیان، ملیحه؛ ناظمی، امیر (۱۳۹۷). ارائه الگویی برای نهاد تنظیم‌گر رسانه‌های نوین صوتی-تصویری بر پایه روش تصمیم‌گیری پابرجا. *فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی*، ۸(۲۶)، ۱۱۹-۱۳۶.
۶. اصغرزاده، محمد؛ کریمی، رضا (۱۳۹۱). کودک و رسانه: تهدیدها و فرصت‌ها. *فصلنامه علمی-تخصصی کودک و نوجوان و رسانه*، ۱(۴)، ۶۵-۸۶.
۷. تاجیک، محمدعلی (۱۳۹۹). تعریف رسانه سنتی افراط و تفریط. *نشریه مدیریت رسانه*، ۸(۵۲)، ۲۹-۴۰.
۸. جلالی فراهانی، امیرحسین (۱۳۸۶). *تأملی بر فیلترینگ ۲. مطالعه تطبیقی سایر کشورها*. دفتر مطالعات ارتباطات و فناوری‌های نوین، شماره مسلسل ۸۴۴۲.
۹. جوکار، قاسم (۱۳۸۶). بررسی تأثیر تلویزیون بر کودکان. *نشریه معرفت*، ۱۶(۶)، ۱۰۷-۱۱۵.
۱۰. حیدری، مهرداد (۱۴۰۱). تنظیم‌گری فضای مجازی در جست‌وجوی معنا. *نشریه علوم انسانی اسلامی*، ۴۰(۴)، ۷۲-۸۱.
۱۱. خیامی، عبدالکریم (۱۳۹۳). خطامشی‌گذاری عمومی و سیاست‌های نظارت بر برنامه‌های صداوسیما. *فصلنامه دین و سیاست فرهنگی*، ۱(۲)، ۶۱-۸۲.

۱۲. زمانیان، مرتضی؛ محمدزاده، احسان؛ ذوالفقاری، امیراحمد؛ امامیان، سیدمحمدصادق (۱۳۹۷). *نظام ملی تنظیم‌گری و ارتباط آن با نظام حکمرانی*، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۵۹۴۰، ۵-۲.
۱۳. شجاع سنگچولی، مهرویه (۱۳۹۹). حق حریم خصوصی کودکان در حقوق موضوعه ایران و کنوانسیون حقوق کودک. *حقوق و مطالعات نوین*، ۱(۱)، ۱-۱۷.
۱۴. شهبازی، آرامش (۱۳۹۶). در تکاپوی حقوق بین‌الملل اینترنت. *فصلنامه پژوهش عمومی*، ۱۸(۵۴)، ۶۷۷-۶۵۳.
۱۵. عباسی کلیمانی، فاطمه (۱۳۸۹). بررسی مقایسه‌ای قوانین و مقررات ایران با کنوانسیون حقوق کودک. *فصلنامه علمی ترویجی فقه و حقوق خانواده (ندای صادق)*، ۱۵(۵۳)، ۹۶-۱۱۷.
۱۶. غلامحسین نژاد، شهناز (بی‌تا). رسانه‌های اجتماعی. *نشریات علمی دانشگاه فردوسی مشهد*، ۲۱(۵۰)، ۳۲-۲۷.
۱۷. غلامی، علی؛ هاشم‌زادگان، علیرضا (۱۴۰۰). نقد و بررسی مبانی فقهی سیاست جمهوری اسلامی ایران در پالایش فضای مجازی (فیلترینگ). *دوفصلنامه علمی دین و ارتباطات*، ۲۸(۲)، ۶۷۷-۶۵۳.
۱۸. قاسم‌زاده، مرتضی؛ محسنیان، سیدعلی (۱۴۰۲). *بررسی ابعاد مسئله تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی و ارائه پیش‌نویس قانونی*، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۹۲۵۴، ۳۳-۶.
۱۹. ازندریانی، علی‌اکبر؛ شیرزادنظرلو، زهرا (۱۳۹۷). جایگاه حقوق معلولین در حوزه شهری، *فصلنامه مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی*، ۲۶(۸)، ۶.

ج) منابع الکترونیک

۲۰. بی‌نا (۱۳۹۴). درباره ما. ساترا. مشاهده در ۱۴۰۳/۱۰/۰۶ <https://satra.ir/>
۲۱. بی‌نا (۱۳۷۹). نظریات تفسیری شورای نگهبان. مشاهده در ۱۴۰۳/۱۰/۰۶ <https://www.shora-gc.ir/>
۲۲. بی‌نا (۱۴۰۰). مبنای قانونی تأسیس ساترا چیست. خبرگزاری عصر ایران. مشاهده شده در ۱۴۰۳/۱۰/۰۶ از <http://www.asriran.com/fa/amp/news/831066>.
- بی‌نا، بی‌تا. طرح سن مناسب در انگلستان. خبرگزاری عصر ایران. مشاهده در ۱۴۰۲/۰۹/۰۸ از <http://asriran.ir>
۲۴. بی‌نا، بی‌تا. درباره ما. ساترا. مشاهده در تاریخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۸ از <http://satra.ir/2020/2720>
۲۵. بی‌نا (۱۴۰۰). مدیریت آزادی برای صیانت از کودک و نوجوانان در فضای مجازی، *خبرگزاری دانشجو*. مشاهده در تاریخ ۱۴۰۲/۰۹/۱۴ از <http://snn.ir>

۲. انگلیسی

A) Books

1. Creech.K.C.(2013). *Electro media law and regulation*. 6th edition, Newyork:Routledge. DOI: <http://doi.org/10.4324/9780203114124>
2. Marsden.C.T. (2011). *Internet co-regulation European Law regulatory and legitimacy in cyber space*. Newyork: Cambridge University Press. DOI:

<http://doi.org/10.1017/CBO9780511763410>

3. Tanis, K. (2010). *Research Guides: US Government Legal Information*: Statutory Law.

B) Websites

4. United States Congress. (1998). Communications Decency Act. In Telecommunications Act of 1996. <http://www.congress.gov>
5. UKCCIS. (2015). Child Safety Online. A Practical Guide for Providers of Social Media and Interactive Services. UK. Retrieved from: <http://gov.uk>
6. Obscene publication (2019, Dec 10) retrieved From: <http://www.cps.gov.uk>
7. Ofcom (2023, Jan 25) retrieved from: <http://www.ofcom.org.uk:home>
8. About USA and CAP (2023, Dec 4) retrieved from: <http://Www.asa.org.uk>
9. British Board of film classification (2023, Dec 4) retrieved from: <http://www.bbfc.co.uk>
10. About the FCC. (2023, December 16). Retrieved from Federal Communications commission: <http://www.fcc.gov>
11. Children Online Privacy Protection Act. (2023, December 16). Retrieved from: <http://www.federalserve.gov>
12. Federal Trade Commission Act. (2023, December 16). Retrieved from Federal Communications commission: <http://www.ftc.gov>
13. Telecommunications Act of 1996. (2023, December 16). Retrieved from Federal Communications Commission: <http://www.fcc.gov>
14. Wikipedia. (2023, december 16). Motion Picture Association FilmRating System. Retrieved from Wikipedia: https://en.m.wikipedia.org/wiki/Motion_Picture_Association
15. Motion Picture Association. (2023, December 17). Retrieved from Motion Picture Association: <http://www.motionpictures.org>
16. The Child Pornography Prevention Act of 1996. (2023, December 17). Retrieved from: <http://ir.lawnet.fordham.edu>
17. Uk council for child internet safety (ukccis) (2023, Dec22) retrieved from government in: <http://gov.uk>
18. convention of rights of the child.(2024, 3 july).Retrieved from: <http://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-child>
19. The American with Disabilities Act of 1990.(2024, 3 july).Retrieved from: <http://www.ada.gov/law-and-regs/ada/>.
20. Children with Disabilities (2024, 3 july).Unicef data.retrieved from: <http://data.unicef.org/topic/child-disability/overview/>

References in Persian:**A) Books**

1. Ansari, B. (2017). *Media rights*. 11th edition, Tehran: Organization for the study and editing of University humanities books ([In Persian](#)).
2. Imamian, S. M. S. (2022). *Regulating: notes on media regulation*. first edition, Tehran: Seyed Mohammad Sadeq Emamian ([In Persian](#)).

B) Articles

3. Abbasi-Kalimani, F. (2008). *A comparative study of Iran's laws and regulations with the Convention on the Rights of the Child*. Scientific Quarterly for the Promotion of Family Law and Jurisprudence (Nadai Sadeq), 15(53), 117-96 ([In Persian](#)).
4. Asadi, A., & Babazadeh Moghaddam, H. (2016). Principles of Internet Information Database Filtering. *Journal of New Media Studies*, 3(9), 163-194 ([In Persian](#)).
5. Asgharzadeh, M., & Karimi, R. (1391). *Children and Media: Threats and Opportunities*, *Quarterly Scientific-specialist child, youth and media*, 1(4), 65-86 ([In Persian](#)).
6. Ebrahimi, S. N., & Pourmasjedian, F. (2021). legal protection of child's privacy in cyberspace with an overview of Iranian Laws and International conversation, *The Quarterly journal of woman and Family studies*. *The journal of woman and Family studies*, 8(4), 82-102 ([In Persian](#)).
7. Gholamhosseinnejad, S. (n.d.). Social Media. *Ferdowsi University Mashhad Scientific Publications*, 21(50), 27-32 ([In Persian](#)).
8. Gholami, Ali; Hashemzadegan, A. (2021). Criticism of the Jurisprudential Foundations of the Policy of the Islamic Republic of Iran in Filtering the Virtual Space. *two-quarter Scientific Journal of Religion and Communication*, 28(2), 653-677 ([In Persian](#)).
9. Gorji, A., & Shirzad Nazarloo, Z. (2018). The status of the rights of persons with disabilities in the field of urban rights. *Quarterly journal of strategic studies of public policy*, 26(8), 6 ([In Persian](#)).
10. Heydari, M. (2022). *Organization of virtual space; in search of meaning*, *Sadra Journal of Islamic Humanities*, (No. 40), 72-81 ([In Persian](#)).
11. Ismailian, M., Nazimi, A. (2017). Presentation of a model for the regulatory organization of modern audio-visual media based on the sustainable decision-making method. *Quarterly magazine of strategic studies of public policy*, 8(26), 119-136 ([In Persian](#)).
12. Jalali Farahani, A. H. (2016). Reflection on Filtzing 2. Adaptation study of other countries. *Department of Communications and New Technologies Studies*, serial number 8442 ([In Persian](#)).
13. Jokar, Q. (2016). Evaluation of the effect of television on children. *Ma'eraft magazine*, 16(6), 107-115 ([In Persian](#)).
14. Khayami, A. K. (2013). General policy making and monitoring policies of radio programs. *Religion and Cultural Policy Quarterly*, 1(2), 61-82 ([In Persian](#)).
15. Qasemzadeh, M., & Mohsenian, S. A. (2023). Examining the dimensions of the regulation of audio and video media services covering the virtual space and presenting a legal draft. *Research Center of the Islamic Council*, serial number 19254, 32-6 ([In Persian](#)).
16. Shahbazi, A. (2016). In Search of International Internet Laws. *General Research*

- Quarterly*, 18(54),653-677 (In Persian).
17. Shoja Sangholi, M. (2019). Children's right to privacy in the subject laws of Iran and the Convention on the Rights of the Child. *General Research Quarterly*, (1), 1-17 (In Persian).
 18. Tajik, M. A. (2019). Definition of Traditional Media; Extremes and Extremes. *Journal of Media Management*, 8(52). 29-40 (In Persian).
 19. Zamanian, M., Mohammadzadeh, A., Zulfaqari, A. A. & Imamian, S.M. S. (2017). National system of regulation and its relationship with the ruling system. *Islamic Council Research Center*, serial number 15940,5-2 (In Persian).

C) Electronic Resources

20. Anonymous(n.d.). Appropriate age plan in England.Iran: Iran's Asr news agency. www.asriran.ir (In Persian).
21. Anonymous (n.d.). about us.Iran: Satra. <http://satra.ir/2020/2720> (In Persian).
22. Anonymous (2021).Freedom management for the protection of children and adolescents in cyberspace.Iran: daneshjoo news agency. <http://snn.ir> (In Persian).