



Media Apology as a Means of Compensating Non-Pecuniary Damage in Iranian Law

Rabiollah Ghorbani¹ | Seyed Ebrahim Mousavi^{2✉} | Jamshid Mirzaei³ | Firooz Ahmadi⁴

1. Ph.D. Candidate, Department of Private Law, Khorramabad Branch, Islamic Azad University, Khorramabad, Iran. E-mail: ghorbani.rabi@gmail.com
2. Corresponding Author, Assistant Professor, Department of Private Law, Khorramabad Branch, Islamic Azad University, Khorramabad, Iran. E-mail: se.ebrahim.moosavi65@gmail.com
3. Assistant Professor, Department of Private Law, Khorramabad Branch, Islamic Azad University, Khorramabad, Iran. E-mail: mirzaei1348@yahoo.com
4. Assistant Professor, Department of Private Law, Khorramabad Branch, Islamic Azad University, Khorramabad, Iran. E-mail: Firoz.ahmady@gmail.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 1 February 2025

Received in revised form: 19 March 2025

Accepted: 25 November 2025

Published online: 25 December 2025

Keywords:

Media Apology,
Digital Media,
Iranian Law.

ABSTRACT

Objective: This article examines media apology as a non-pecuniary remedy for moral and reputational harm within the framework of Iranian law. It contends that apology functions not merely as an ethical gesture but as a legal mechanism capable of restoring reputation, correcting public perception, and mitigating the continuing effects of media-inflicted harm.

Methods: The research employs an analytical-doctrinal method, supplemented by a functional comparative approach. Iranian statutory provisions, selected judicial decisions, and legal scholarship pertaining to civil liability, defamation, digital media, and compelled apologies are assessed using the criteria of proportionality, effectiveness, visibility, and restorative value.

Results: The findings indicate that Article 10 of the Civil Liability Act, together with Note 1 to Article 14 of the Criminal Procedure Code, furnishes a general legal basis for apology and the publication of judicial decisions. Nevertheless, these provisions fail to specify the form, target audience, duration, digital visibility, or enforcement mechanisms of media apologies. The Computer Crimes Act and the Act on Publication and Free Access to Information also offer useful yet incomplete capacities for reputation restoration.

Conclusions: A legally effective media apology must be proportionate to the medium that caused the harm, directed at the same audience, sufficiently visible, and accompanied, where necessary, by the correction or removal of harmful content. The article proposes a structured model for digital media apology and advocates for legislative clarification, distinguishing apology, correction, right of reply, and publication of judgment as distinct non-pecuniary remedies.

Cite this article: Ghorbani, R., Mousavi, S.E., Mirzaei, J., & Ahmadi, F., (2025). Media Apology as a Means of Compensating Non-Pecuniary Damage in Iranian Law. *News Science*, 14 (4), 4-7. DOI: <http://doi.org/10.22034/lrsi.2026.503986.1317>



© The Author(s).

DOI: <http://doi.org/10.22034/lrsi.2026.503986.1317>



The Journal of News Science
Vol. 14, No. 4, Ser.56, Winter 2025, P. 4- 7
Journal homepage: <https://www.mjourcom.ir/>
DOI: <http://doi.org/10.22034/lrsi.2026.503986.1317>

Open Access

ORIGINAL ARTICLE

Media Apology as a Means of Compensating Non-Pecuniary Damage in Iranian Law

Rabiollah Ghorbani¹ | Seyed Ebrahim Mousavi²✉ | Jamshid Mirzaei³ | Firooz Ahmadi⁴

1. Ph.D. Candidate, Department of Private Law, Khorramabad Branch, Islamic Azad University, Khorramabad, Iran. E-mail: ghorbani.rabi@gmail.com
2. Corresponding Author, Assistant Professor, Department of Private Law, Khorramabad Branch, Islamic Azad University, Khorramabad, Iran. E-mail: se.ebrahim.moosavi65@gmail.com
3. Assistant Professor, Department of Private Law, Khorramabad Branch, Islamic Azad University, Khorramabad, Iran. E-mail: mirzaei1348@yahoo.com
4. Assistant Professor, Department of Private Law, Khorramabad Branch, Islamic Azad University, Khorramabad, Iran. E-mail: Firoz.ahmady@gmail.com

Received: February 1, 2025

Accepted: November 25, 2025

EXTENDED ABSTRACT

Interdiction:

This article analyses media apology as a non-pecuniary remedy for moral, reputational and dignity-based harm in Iranian law. The central claim is that apology should not be treated as a marginal ethical gesture or a symbolic addition to monetary damages. In media-related harm, the injury is often created before an audience and is sustained through public memory, searchability, repetition and digital circulation. Therefore, an effective remedy must also operate in the communicative sphere. The article seeks to answer three interrelated questions: what legal basis exists for compelling a media apology in Iranian law; what criteria should guide courts in determining the form and medium of apology; and how such a remedy can be adapted to digital media and social networks.

Methods:

The study applies an analytical-doctrinal method with a functional comparative orientation. Iranian legal sources, including Article 10 of the Civil Liability Act, Note 1 to Article 14 of the Criminal Procedure Code, the Computer Crimes Act, the Act on Publication and Free Access to Information, the Press Act and selected judicial decisions are examined through the lenses of media credibility theory, advanced civil liability and restorative justice. The comparative discussion is used not to transplant foreign rules, but to clarify the problems of compelled apologies, proportionality, freedom of expression and enforceability.

Findings:

The research finds that Iranian law recognizes apology and publication of judgments as possible non-pecuniary remedies, but it does so in a general and underdeveloped manner. Existing rules do not specify the relationship between apology, correction, reply, retraction and publication of judgment. They also do not provide clear standards for the medium of publication, visibility, duration, audience reach, drafting of the apology text or sanctions for incomplete performance. In digital settings, these deficiencies become more serious because harmful content may be shared, indexed, stored and re-circulated even after removal. The Computer Crimes Act's reference to restoration of reputation and the Free Access to Information Act's recognition of correction and explanation are useful, but incomplete, bases for digital reputation repair.

Conclusions:

A legally meaningful media apology should be proportionate, visible, audience-oriented and enforceable. It should normally be published in the same medium or in a medium with comparable reach, remain accessible for a reasonable period, avoid justificatory language, and be accompanied by correction, deletion or a right of reply where necessary. The article proposes legislative clarification of media apology as a distinct remedy, a judicial proportionality test for selecting non-pecuniary remedies, and a practical model for digital apology in websites and social networks.

Data Availability Statement

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

The authors would like to thank anonymous reviewers.

Ethical considerations

Not applicable.

Funding

Not applicable.

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

References

- Abrahimi, S. (2015). *An Introduction to Moral Damage in Iranian Law*. Tehran: Asar-e Andisheh Publications. (in Persian)
- Akbari Araei, M. (2020). Apology as a method of compensation for non-pecuniary damage in civil liability. *Legal Journal of Justice*, 109. (in Persian)
- Al-Awaji, M. (2009). *Civil Law: Civil Liability*. Beirut: Al-Halabi Legal Publications. (in Arabic)
- Al-Sanhuri, A. A. (2004). *Al-Wasit fi Sharh al-Qanun al-Madani: The General Theory of Obligation*. Beirut: Dar Ihya al-Turath al-Arabi. (in Arabic)
- Allan, A. (2016). Apologies in a legal setting: Insights from research into injured parties' experiences of apologies after an adverse event. *Psychiatry, Psychology and Law*.
- Babawayh, M. ibn A. (1984). *Man, La Yahduru al-Faqih*. Qom: Society of Seminary Teachers Publications. (in Arabic)

- Badini, H. (2012). Civil liability arising from violation of moral rights related to personality and human rights. *Journal of Law*, 42(1). (in Persian)
- Biparva, A. (2019). *Media, Human Rights and Citizenship in the Age of Globalization*. Tehran: Mizan. (in Persian)
- Civil Liability Act. (1960). Article 10. (in Persian)
- Cohen, J. R. (1999). Advising clients to apologize. *Southern California Law Review*, 72, 1009-1069.
- Computer Crimes Act. (2009). Provisions on defamation, dissemination of false information and restoration of reputation. (in Persian)
- Criminal Procedure Code. (2013). Article 14 and its notes. (in Persian)
- De Rey, S. (2023). Apologies as a private law remedy: Emerging on the European legal scene. *Private law remedies literature*.
- Ghasemzadeh, M. (2009). *Civil Liability and Non-Contractual Obligations*. Tehran: Mizan. (in Persian)
- Heidari Mahboob, M. R., et al. (2020). Media restoration of reputation: A critical study of publication of acquittal judgments. *Media*, 31(4). (in Persian)
- Judgment No. 1159 of Branch 36 of the General Court of Qom. (2002). Obligation to deny statements and apologize in the presence of first-degree relatives. 19 September 2002. (in Persian)
- Judgment No. 9209970270100932 of Branch 56 of the Tehran Court of Appeal. (2013). Compensation for non-pecuniary damage caused by dissemination of false information and obligation to publish an apology in a widely circulated newspaper. 17 November 2013. (in Persian)
- Judicial Meeting of Ahvaz. (2018). Claiming moral damage resulting from crime and the financial or non-financial nature of apology as a claim. *Judicial Meeting*, 25 July 2018. (in Persian)
- Katouzian, N. (1989). *Non-Contractual Obligations*, Vol. 4. Tehran: Behnashr. (in Persian)
- Majid, A., Karim, R., Thanasegaran, H., Ho, R., & Lee, M. Y. (2023). The apology as a remedy in defamation in Malaysia and Hong Kong. *Tort Law Review*, 29(2), 197-209.
- Motahari, A. (2006). *Moral Damage in Judicial Decisions with Emphasis on Iranian and Egyptian Law*. Qom: Mofid University. (in Persian)
- Najafi Fattahi, S. (2004). Monetary compensation for moral damage in Iranian law. *Journal of the Bar Association*, 186-187. (in Persian)
- Nikfarjam, Z. (2013). Compensation for moral damage in jurisprudence and law. *Jurisprudential Foundations of Islamic Law*, 6(11). (in Persian)
- Parvin, F. (2001). *Moral Damages in Iranian Law*. Tehran: Qoqnoos. (in Persian)
- Press Law and the Executive Regulation of the Press Law. (1986/2016). Provisions on publications and electronic media. (in Persian)
- Publication and Free Access to Information Act. (2009). Article 21. (in Persian)
- Qorbani, R., et al. (2024). Ethical dimensions of moral injury in victims of human rights violations and methods of compensation for non-pecuniary damage. *Ethics in Science and Technology*, 19(2), 50-56. (in Persian)
- Rezaei, H. (2020). Apology or non-apology: An interdisciplinary approach to discourse analysis of official apologies in Iranian media. *Linguistic Research*, 2(77). (in Persian)
- Robbennolt, J. K. (2003). Apologies and legal settlement: An empirical examination. *Michigan Law Review*, 102(3), 460-516.
- Robbennolt, J. K. (2024). Apologies, remorse, and amends: Empirical legal studies. *European Journal of Empirical Legal Studies*.
- Sabbar, S., et al. (2015). Factors associated with audience trust in new and traditional media: A look at media type, message content and audience characteristics. *Journal of New Media Studies*, 1(4). (in Persian)
- Shuman, D. W. (1999). The role of apology in tort law. *Judicature*, 83.
- Vandenbussche, W. (2018). Rethinking non-pecuniary remedies for defamation: The case for court-ordered apologies. SSRN Working Paper.
- Zwart-Hink, A. M., Akkermans, A. J., & van Wees, K. A. P. C. (2014). Compelled apologies as a legal remedy: Some thoughts from a civil law jurisdiction. *University of Western Australia Law Review*, 38(1), 100-122.



عذرخواهی رسانه‌ای به عنوان روش جبران خسارت معنوی در حقوق ایران

ربیع‌الله قربانی^۱ | سید ابراهیم موسوی^۲ | جمشید میرزایی^۳ | فیروز احمدی^۴

۱. دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، واحد خرم‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، خرم‌آباد، ایران. رایانامه: ghorbani.rabi@gmail.com

۲. نویسنده مسئول، استادیار گروه حقوق خصوصی، واحد خرم‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، خرم‌آباد، ایران. رایانامه: se.ebrahim.moosavi65@gmail.com

۳. استادیار گروه حقوق خصوصی، واحد خرم‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، خرم‌آباد، ایران. رایانامه: mirzaei1348@yahoo.com

۴. استادیار گروه حقوق خصوصی، واحد خرم‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، خرم‌آباد، ایران. رایانامه: firoz.ahmady@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

هدف: هدف این مقاله تحلیل عذرخواهی رسانه‌ای به عنوان یکی از شیوه‌های غیرمالی جبران خسارت معنوی در حقوق ایران است. مقاله نشان می‌دهد که عذرخواهی، صرفاً کنشی اخلاقی یا تشریفاتی نیست، بلکه می‌تواند در موارد لطمه به حیثیت، شهرت و اعتبار اجتماعی، کارکردی ترمیمی، اصلاحی و پیشگیرانه داشته باشد.

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۳

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۲/۲۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۹/۳

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۱۰/۴

روش پژوهش: پژوهش حاضر با روش تحلیلی - توصیفی و با رویکرد اسنادی انجام شده است. در این روش، مواد قانونی، رویه‌های قضایی منتشرشده، منابع فقهی و حقوقی و ادبیات تطبیقی درباره عذرخواهی اجباری، اعاده حیثیت و جبران غیرمالی خسارت معنوی بررسی شده‌اند. معیارهای تحلیل شامل تناسب رسانه، قابلیت مشاهده، دسترسی مخاطبان پیشین، صداقت یا کارکرد ترمیمی عذرخواهی و ضمانت اجرای امتناع از آن است.

کلیدواژه‌ها:

عذرخواهی رسانه‌ای، خسارت معنوی

یافته‌ها: یافته‌ها بیانگر آن است که ماده ۱۰ قانون مسئولیت مدنی و تبصره ۱ ماده ۱۴ قانون آیین دادرسی کیفری، ظرفیت کلی الزام به عذرخواهی و درج حکم در رسانه را دارند؛ با این حال، این مقررات درباره شکل، متن، مدت انتشار، بستر دیجیتال و ضمانت اجرای عذرخواهی سکوت کرده‌اند. قانون جرائم رایانه‌ای و قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات نیز امکان اعاده حیثیت، تکذیب و توضیح را شناسایی کرده‌اند، اما میان تکذیب، حق پاسخ، انتشار حکم و عذرخواهی تفکیک نظام‌مند برقرار نکرده‌اند.

نتیجه‌گیری: عذرخواهی رسانه‌ای زمانی مؤثر است که با رسانه ایجادکننده زیان، دامنه مخاطبان، شدت لطمه و آثار باقی‌مانده در فضای دیجیتال متناسب باشد. بنابراین، لازم است در قانون مسئولیت مدنی یا آیین دادرسی کیفری، الگوی مشخصی برای عذرخواهی رسانه‌ای، به‌ویژه در شبکه‌های اجتماعی و پایگاه‌های خبری، پیش‌بینی شود.



استناد: قربانی، ربیع‌الله؛ موسوی، سید ابراهیم؛ میرزایی، جمشید و احمدی، فیروز. (۱۴۰۴). عذرخواهی رسانه‌ای به عنوان روش جبران خسارت معنوی در حقوق ایران،

فصلنامه علوم خبری، ۱۴ (۴)، ۳۹-۲۱.

DOI: <http://doi.org/10.22034/Irsi.2026.503986.1317>



مقدمه

جبران خسارت معنوی از دشوارترین مسائل مسئولیت مدنی است؛ زیرا موضوع آن غالباً لطمه به حیثیت، اعتبار، آرامش روانی، احساس امنیت و شأن اجتماعی اشخاص است، نه صرفاً کاهش دارایی. در چنین مواردی پرداخت پول، اگرچه می‌تواند بخشی از آثار زیان را تخفیف دهد، همیشه با ماهیت آسیب سازگار نیست. به همین دلیل، شیوه‌های غیرمالی جبران، مانند عذرخواهی، تکذیب، اصلاح خبر، درج حکم، حق پاسخ و اعاده حیثیت، در حقوق مسئولیت مدنی اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کنند.

در فضای رسانه‌ای امروز، زیان معنوی غالباً از طریق انتشار عمومی یا نیمه‌عمومی اطلاعات، تصاویر، اتهامات یا تحلیل‌های نادرست ایجاد می‌شود. اگر آسیب در برابر مخاطبان گسترده رخ داده باشد، جبران خصوصی و پنهان نمی‌تواند شأن و اعتبار زیان‌دیده را به وضعیت پیشین نزدیک کند. از این منظر، عذرخواهی رسانه‌ای نه صرفاً یک عمل اخلاقی، بلکه یک ابزار حقوقی برای بازسازی اعتبار اجتماعی زیان‌دیده و کاهش آثار انتشار نادرست است.

مسئله اصلی مقاله این است که حقوق ایران تا چه اندازه عذرخواهی رسانه‌ای را به عنوان روش جبران خسارت معنوی شناسایی کرده و آیا چارچوب موجود برای رسانه‌های دیجیتال کافی است یا خیر. فرض مقاله آن است که با وجود ظرفیت مواد قانونی موجود، به‌ویژه ماده ۱۰ قانون مسئولیت مدنی و تبصره ۱ ماده ۱۴ قانون آیین دادرسی کیفری، نبود تعریف، معیارهای اجرا و ضمانت اجرای دقیق، موجب شده است که این نهاد در رویه قضایی ایران به صورت محدود و نامنسجم به کار رود.

بر این اساس، مقاله پس از توضیح روش تحقیق و چارچوب نظری، مفاهیم خسارت معنوی، عذرخواهی و رسانه را تبیین می‌کند؛ سپس مقررات ایران، رویه قضایی، چالش‌های عملی و تجربه تطبیقی را بررسی کرده و در پایان، الگوی پیشنهادی برای عذرخواهی رسانه‌ای در بستر دیجیتال ارائه می‌دهد.

نوآوری این پژوهش در آن است که عذرخواهی رسانه‌ای را نه به عنوان یک عبارت کلی در کنار جبران مالی، بلکه به عنوان نهادی مستقل در حقوق مسئولیت مدنی تحلیل می‌کند. در این نگاه، پرسش اصلی فقط این نیست که آیا دادگاه می‌تواند به عذرخواهی حکم دهد یا نه؛ بلکه پرسش دقیق‌تر آن است که عذرخواهی باید در چه رسانه‌ای، با چه متن و لحنی، برای چه مخاطبانی، با چه مدت انتشار و با چه ضمانت اجرایی انجام شود تا واقعاً اثر جبرانی داشته باشد.

از همین رو، مقاله میان سه سطح تفکیک می‌کند: سطح نخست، مبنای قانونی امکان صدور حکم به عذرخواهی؛ سطح دوم، معیارهای قضایی تعیین شکل عذرخواهی؛ و سطح سوم، سازوکار اجرای حکم در رسانه‌های دیجیتال. این تفکیک موجب می‌شود بحث از حالت کلی‌گویی درباره خلأ قانونی خارج و به یک تحلیل کاربردی برای دادگاه، قانون‌گذار و رسانه تبدیل شود.

پیشینه نظری پژوهش

نظریه اعتبار رسانه‌ای بر این ایده استوار است که اثرگذاری پیام رسانه‌ای به میزان اعتماد مخاطب به منبع، گستره دسترسی، تکرارپذیری پیام و امکان بازنشر آن وابسته است. بنابراین اگر زیان معنوی از طریق رسانه‌ای خاص ایجاد شود، عذرخواهی مؤثر باید تا حد امکان در همان رسانه یا رسانه‌ای هم‌سطح منتشر شود؛ زیرا مخاطبانی که پیام زیان‌بار را دریافت کرده‌اند، باید امکان مواجهه با پیام اصلاحی و عذرخواهانه را نیز داشته باشند.

بر مبنای این نظریه، درج یک عذرخواهی کوتاه در روزنامه‌ای کم‌مخاطب نمی‌تواند جبران مناسب لطمه‌ای باشد که در یک شبکه اجتماعی پرمخاطب یا برنامه تلویزیونی سراسری ایجاد شده است. معیار اصلی، تناسب میان بستر وقوع زیان و بستر جبران است. در مسئولیت مدنی پیشرفته، هدف جبران خسارت صرفاً پرداخت پول نیست، بلکه ترمیم وضعیت زیان‌دیده، پیشگیری از تکرار زیان و بازگرداندن نظم هنجاری نقض‌شده نیز اهمیت دارد. از این منظر، عذرخواهی، تکذیب، اصلاح خبر و انتشار حکم، ابزارهایی هستند که با ماهیت خسارت‌های حیثیتی و عاطفی سازگاری بیشتری دارند.

عذرخواهی کامل در این چارچوب باید حداقل چهار عنصر داشته باشد: شناسایی دقیق رفتار زیان‌بار، پذیرش مسئولیت، ابراز تأسف نسبت به آسیب واردشده، و تعهد به اصلاح یا عدم تکرار. عذرخواهی‌ای که صرفاً با عبارات‌های مبهم مانند «اگر کسی ناراحت شده است» بیان شود، از حیث حقوقی و ترمیمی ضعیف است؛ زیرا مسئولیت را روشن نمی‌کند.

عدالت ترمیمی بر بازسازی رابطه میان زیان‌دیده، واردکننده زیان و جامعه تأکید می‌کند. در خسارت‌های رسانه‌ای، جامعه مخاطب نیز در شکل‌گیری آسیب نقش دارد؛ زیرا انتشار عمومی اتهام یا خبر نادرست، منزلت اجتماعی زیان‌دیده را نزد دیگران کاهش می‌دهد. بنابراین عذرخواهی رسانه‌ای علاوه بر اثر فردی، اثر عمومی و نمادین نیز دارد.

چارچوب تحلیلی

چارچوب نظری پیشنهادی این مقاله بر سه معیار بنا می‌شود: «تناسب»، «قابلیت رؤیت» و «اثر ترمیمی». معیار تناسب اقتضا می‌کند عذرخواهی در رسانه‌ای انجام شود که از جهت دامنه مخاطب و قدرت اثرگذاری، با رسانه زیان‌بار برابری نسبی داشته باشد. بنابراین، اگر لطمه از طریق برنامه تلویزیونی یا صفحه پربازدید مجازی وارد شده باشد، درج عذرخواهی در رسانه‌ای کم‌مخاطب یا در بخشی غیرقابل مشاهده، جبران مؤثر محسوب نمی‌شود. معیار قابلیت رؤیت ناظر به این است که مخاطبان قبلی بتوانند پیام اصلاحی و عذرخواهی را مشاهده کنند. در فضای دیجیتال، صرف انتشار یک متن کافی نیست؛ زیرا ممکن است پست عذرخواهی در میان انبوه محتوا پنهان شود، به سرعت حذف گردد یا با تنظیمات فنی، از دسترس بخش مهمی از مخاطبان خارج شود. بنابراین، دادگاه باید علاوه بر اصل عذرخواهی، درباره جایگاه انتشار، مدت باقی ماندن، پیوند به محتوای زیان‌بار و منع حذف زودهنگام نیز تصمیم بگیرد. معیار اثر ترمیمی نیز بر این پرسش تمرکز دارد که آیا عذرخواهی می‌تواند شأن و اعتبار زیان‌دیده را بازسازی کند یا صرفاً به عبارتی بی‌اثر و تشریفاتی تبدیل می‌شود. از این منظر، عذرخواهی باید حاوی شناسایی رفتار زیان‌بار، پذیرش مسئولیت، اصلاح تصور عمومی و پرهیز از توجیه یا سرزنش زیان‌دیده باشد. این معیار به دادگاه کمک می‌کند میان عذرخواهی واقعی، تکذیب، توضیح، حق پاسخ و انتشار حکم تفاوت بگذارد.

مفاهیم بنیادین

خسارت معنوی در حقوق ایران به صدمات روحی یا هتک حیثیت و اعتبار شخصی، خانوادگی یا اجتماعی گفته می‌شود. این تعریف، که در تبصره ۱ ماده ۱۴ قانون آیین دادرسی کیفری نیز انعکاس یافته، نشان می‌دهد که قانون‌گذار خسارت معنوی را محدود به درد و رنج روانی نکرده، بلکه اعتبار و حیثیت اجتماعی را نیز دربر گرفته است. در فضای رسانه‌ای، مصادیق خسارت معنوی می‌تواند شامل انتشار خبر خلاف واقع، نسبت دادن رفتار مجرمانه بدون دلیل، تحقیر عمومی، افشای اطلاعات حیثیتی، تحریف تصویر یا صدا، و باز نشر گسترده محتوای موهن باشد. ویژگی مشترک این مصادیق آن است که آسیب آن‌ها از طریق قضاوت اجتماعی دیگران تشدید می‌شود. عذرخواهی در معنای حقوقی، اعلامی است که از سوی واردکننده زیان یا نماینده مسئول او صادر می‌شود و در آن وقوع رفتار زیان‌بار، مسئولیت یا دست‌کم نقش شخص در ایجاد زیان، و تأسف نسبت به پیامدهای آن بیان می‌شود. عذرخواهی را باید از توضیح، توجیه، تکذیب و صرف ابراز همدردی تفکیک کرد. در ادبیات حقوقی و روان‌شناختی، می‌توان دست‌کم چهار نوع عذرخواهی را از هم جدا کرد: نخست، عذرخواهی کامل که شامل پذیرش مسئولیت، ابراز پشیمانی و تعهد به جبران است؛ دوم، عذرخواهی توضیحی که رفتار را توضیح می‌دهد ولی مسئولیت را کامل نمی‌پذیرد؛ سوم، عذرخواهی فنی یا تاکتیکی که برای کاهش تنش یا مدیریت دعوا بیان می‌شود؛ و چهارم، عذرخواهی تشریفاتی که غالباً تحت فشار مقام رسمی یا افکار عمومی صادر می‌شود و ممکن است فاقد صداقت باشد. از نظر جبران خسارت معنوی، عذرخواهی کامل بیشترین ظرفیت ترمیمی را دارد؛ عذرخواهی توضیحی ممکن است در موارد ابهام مفید باشد؛ اما عذرخواهی تشریفاتی اگر فاقد پذیرش مسئولیت و اصلاح محتوای زیان‌بار باشد، بیشتر نقش نمادین یا اجرایی دارد و نباید به تنهایی جایگزین سایر روش‌های جبران شود. رسانه در این مقاله به هر ابزار سازمان‌یافته یا عمومی انتقال پیام گفته می‌شود که می‌تواند بر ادراک اجتماعی مخاطبان اثر بگذارد. رسانه‌های سنتی شامل مطبوعات، رادیو و تلویزیون‌اند و رسانه‌های مدرن شامل وبسایت‌های خبری، شبکه‌های اجتماعی، کانال‌ها، صفحات کاربری و پیام‌رسان‌ها می‌شوند.

عذرخواهی رسانه‌ای عبارت است از انتشار عذرخواهی از طریق رسانه‌ای که از نظر دامنه مخاطب، نوع پیام و امکان دسترسی، با رسانه ایجادکننده زیان متناسب باشد. بنابراین عذرخواهی رسانه‌ای فقط «درج در روزنامه» نیست؛ بلکه می‌تواند شامل انتشار پست اصلاحی، ویدئوی عذرخواهی، پیام پین شده، درج توضیح زیر محتوای قبلی، یا انتشار حکم در همان بستر دیجیتال باشد. تفکیک عذرخواهی از نهادهای نزدیک به آن اهمیت تحلیلی دارد. «تکذیب» معمولاً ناظر به اعلام نادرستی یک خبر یا نسبت است؛ «اصلاحیه» خطای محتوایی را تصحیح می‌کند؛ «حق پاسخ» به زیان دیده امکان می‌دهد روایت خود را در همان رسانه منتشر کند؛ «انتشار حکم» اعلام رسمی تصمیم دادگاه است؛ اما «عذرخواهی» افزون بر همه اینها، متضمن پذیرش نقش یا مسئولیت واردکننده زیان در ایجاد آسیب حیثیتی است. به همین دلیل، عذرخواهی در مواردی مناسب‌تر است که رفتار رسانه‌ای با تقصیر، بی‌احتیاطی، تحقیر یا بی‌اعتنایی به شأن شخص همراه بوده باشد.

در عین حال، دادگاه نباید در همه موارد خسارت معنوی به عذرخواهی حکم دهد. اگر اختلاف صرفاً ناظر به اشتباه فنی در انتشار داده باشد، اصلاحیه یا تکذیب ممکن است کافی باشد؛ اما اگر انتشار محتوا به تحقیر، بی‌اعتبارسازی یا تخریب اجتماعی شخص انجامیده باشد، عذرخواهی می‌تواند نقش مستقل پیدا کند. بنابراین، انتخاب عذرخواهی باید نتیجه ارزیابی نوع تقصیر، شدت لطمه، گستره انتشار و انتظار متعارف جامعه از ترمیم حیثیت باشد.

پیشینه تجربی

در ادبیات داخلی، آثار مربوط به خسارت معنوی غالباً بر امکان یا عدم امکان مطالبه خسارت مالی، نسبت خسارت معنوی با دیه و ارش، و جایگاه ماده ۱۰ قانون مسئولیت مدنی تمرکز داشته‌اند. پژوهش‌هایی مانند آثار کاتوزیان، پروین، قاسم‌زاده، بادینی، نیک‌فرجام و نجفی فتحی مبانی نظری جبران زیان معنوی را توضیح داده‌اند، اما کمتر به سازوکار عذرخواهی رسانه‌ای در فضای دیجیتال پرداخته‌اند.

مطالعات جدیدتر فارسی درباره رسانه و حقوق، از جمله آثار مربوط به اعتماد مخاطبان به رسانه‌های سنتی و نوین، اعاده حیثیت رسانه‌ای و تحلیل عذرخواهی‌های رسمی در رسانه‌های ایران، نشان می‌دهد که رسانه نه فقط ابزار انتشار زیان، بلکه ابزار ترمیم نیز هست. با این حال، پیوند این مطالعات با قواعد مسئولیت مدنی و آیین دادرسی هنوز نیازمند تبیین حقوقی دقیق‌تر است. در ادبیات خارجی، شومن، کوهن و رابنولت نقش عذرخواهی در مسئولیت مدنی، مذاکره و حل‌وفصل دعاوی را بررسی کرده‌اند. زوارت‌هینک و همکاران، ون‌دایک و وندنبوش نیز درباره عذرخواهی اجباری یا دستور قضایی به عذرخواهی در نظام‌های حقوقی مدنی و دعاوی افترا بحث کرده‌اند. حاصل این مطالعات آن است که عذرخواهی می‌تواند درمانی واقعی باشد، اما فقط در صورتی که متن، بستر انتشار، مخاطب و ضمانت اجرا به دقت تعیین شود.

خلاً پژوهشی مقاله حاضر در همین نقطه قرار دارد: ترکیب نظریه اعتبار رسانه‌ای، مسئولیت مدنی پیشرفته و عدالت ترمیمی با تحلیل قوانین ایران و ارائه الگوی عملی برای عذرخواهی رسانه‌ای دیجیتال.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از روش تحلیلی - توصیفی استفاده می‌کند، اما وصف «تحلیلی» در آن صرفاً به معنای تکرار مواد قانونی نیست. در این مقاله ابتدا مفاهیم و مقررات توصیف می‌شوند و سپس از حیث کارکرد، کفایت، قابلیت اجرا، نسبت با آزادی بیان، و تناسب با رسانه‌های دیجیتال مورد ارزیابی انتقادی قرار می‌گیرند.

منابع تحقیق شامل قوانین ایران، آرای قضایی منتشرشده، نشست‌های قضایی، آثار فارسی و عربی در حوزه مسئولیت مدنی، و منابع لاتین درباره عذرخواهی، جبران غیرمالی و مسئولیت رسانه‌ای است. محدودیت اصلی تحقیق آن است که بخش مهمی از آرای مرتبط با عذرخواهی رسانه‌ای در ایران به صورت عمومی منتشر نشده و همین امر خود یکی از نشانه‌های ضعف شفافیت رویه قضایی در این حوزه است.

برای پرهیز از توصیف صرف، در تحلیل هر مقرر سه پرسش طرح می‌شود: نخست، آیا مقرر مورد نظر اصل عذرخواهی یا اعاده حیثیت را می‌پذیرد؟ دوم، آیا معیار اجرایی برای تعیین رسانه، متن و مدت عذرخواهی ارائه می‌کند؟ سوم، آیا ضمانت اجرای عدم

انجام یا اجرای صوری آن را مشخص کرده است؟ پاسخ به این سه پرسش نشان می‌دهد که مشکل حقوق ایران فقط نبود حکم قانونی نیست، بلکه نبود «طراحی اجرایی» برای تبدیل عذرخواهی به جبران مؤثر است. همچنین در تحلیل تطبیقی، هدف مقاله انتقال مکانیکی قواعد خارجی به حقوق ایران نیست، بلکه استفاده از تجربه‌های تطبیقی برای شناسایی پرسش‌های مغفول است؛ از جمله اینکه آیا اجبار به عذرخواهی با آزادی بیان سازگار است، آیا متن عذرخواهی باید توسط دادگاه تعیین شود یا طرفین، و آیا عذرخواهی باید همواره همراه با حذف یا اصلاح محتوای زیان‌بار باشد.

یافته‌های پژوهش

تحلیل قوانین ایران درباره عذرخواهی رسانه‌ای

ماده ۱۰ قانون مسئولیت مدنی مهم‌ترین مبنای حقوقی الزام به عذرخواهی در دعاوی مدنی است. این ماده به دادگاه اجازه می‌دهد در صورت لطمه به حیثیت و اعتبارات شخصی یا خانوادگی، علاوه بر خسارت مالی، به رفع زیان از راه‌هایی مانند الزام به عذرخواهی و درج حکم در جراید و امثال آن حکم دهد.

تحلیل این ماده نشان می‌دهد که قانون‌گذار از عبارت «از قبیل» و «امثال آن» استفاده کرده است؛ بنابراین شیوه‌های مذکور حصری نیستند. از این رو، دادگاه می‌تواند با تفسیر پویا، رسانه‌های دیجیتال را نیز مشمول «امثال آن» بداند. با این حال، ماده ۱۰ از حیث تعیین معیارهای انتخاب رسانه، شکل متن عذرخواهی، مدت انتشار، هزینه انتشار، و ضمانت اجرای امتناع محکوم‌علیه ساکت است. همین سکوت، یکی از عوامل احتیاط قضات در صدور حکم عذرخواهی رسانه‌ای است.

نکته مهم دیگر آن است که ماده ۱۰ میان «الزام به عذرخواهی» و «درج حکم در جراید» تفکیک کرده است. بنابراین دادگاه می‌تواند حسب مورد، صرفاً به انتشار حکم، صرفاً به عذرخواهی، یا به ترکیب هر دو حکم دهد. در زیان‌های رسانه‌ای شدید، ترکیب عذرخواهی، اصلاح محتوا و انتشار حکم می‌تواند مؤثرتر از هر یک به تنهایی باشد.

از منظر تحلیلی، ماده ۱۰ قانون مسئولیت مدنی واجد سه ظرفیت است. ظرفیت نخست، پذیرش اصل جبران غیرمالی است؛ زیرا قانون‌گذار دادگاه را به جبران مالی محدود نکرده است. ظرفیت دوم، شناسایی اختیار قضایی در تعیین شیوه جبران است؛ زیرا دادگاه باید اهمیت زیان و نوع تقصیر را بسنجد. ظرفیت سوم، امکان توسعه رسانه‌ای است؛ زیرا عبارت «امثال آن» اجازه می‌دهد دادگاه از قالب سنتی روزنامه عبور کند و رسانه‌های دیجیتال را نیز مشمول بداند.

با وجود این، همین انعطاف اگر بدون معیار باقی بماند، به ناهمگونی آرا می‌انجامد. ممکن است در پرونده‌ای دادگاه انتشار حکم در روزنامه را کافی بداند و در پرونده‌ای مشابه، عذرخواهی در همان رسانه ایجادکننده زیان را لازم تشخیص دهد. بنابراین، برای جلوگیری از سلیقه‌ای شدن تصمیمات، باید معیارهایی مانند دامنه انتشار زیان، میزان بازنشر، موقعیت اجتماعی زیان‌دیده، نوع تقصیر و امکان اصلاح اثر عمومی در رأی دادگاه منعکس شود.

تبصره ۱ ماده ۱۴ قانون آیین دادرسی کیفری زیان معنوی را تعریف کرده و به دادگاه اجازه داده است علاوه بر جبران مالی، به رفع زیان از طریق الزام به عذرخواهی و درج حکم در جراید و امثال آن حکم کند. اهمیت این ماده در آن است که امکان مطالبه خسارت معنوی ناشی از جرم را به صورت صریح وارد فرآیند کیفری کرده است.

با وجود این، اجرای این ظرفیت با دو مشکل مواجه است. نخست، زیان‌دیده باید خواسته خود را به صورت دقیق مطرح کند و در بسیاری موارد، دادخواست یا درخواست شاکی فقط ناظر به خسارت مالی است. دوم، دادگاه‌ها در مواردی که جرم با دیه یا ازش مرتبط است، به تبصره ۲ ماده ۱۴ استناد می‌کنند و از پذیرش جبران مضاعف مالی پرهیز دارند. این مانع در مورد عذرخواهی غیرمالی باید با دقت بیشتری تحلیل شود؛ زیرا عذرخواهی ماهیت مالی ندارد و می‌تواند مستقل از پرداخت دیه یا ازش مطرح شود، مگر آنکه با ممنوعیت خاص قانونی روبه‌رو باشد.

مشکل سوم، نبود پیوند روشن میان دعوی کیفری و جبران غیرمالی است. در بسیاری از پرونده‌های نشر اکاذیب، افترا یا هتک حیثیت، تمرکز دادگاه بر مجازات است و جبران معنوی در حاشیه قرار می‌گیرد. در حالی که از دید زیان‌دیده، محکومیت کیفری

همیشه برای بازسازی اعتبار کافی نیست؛ زیرا مخاطبان رسانه‌ای ممکن است از محکومیت مطلع نشوند. بنابراین، در جرایم رسانه‌ای باید میان صدور حکم کیفری و انتشار متناسب نتیجه یا عذرخواهی، رابطه‌ای کارکردی برقرار شود.

مشکل چهارم به قلمرو تبصره ۲ ماده ۱۴ مربوط است. محدودیت‌های مربوط به خسارت معنوی در برخی جرایم نباید به گونه‌ای تفسیر شود که راه‌های غیرمالی رفع هتک حیثیت را نیز مسدود کند. تفکیک میان پرداخت مالی و جبران غیرمالی اهمیت دارد؛ زیرا حتی در مواردی که پرداخت مالی با محدودیت روبه‌رو است، انتشار حکم، اصلاحیه، تکذیب یا عذرخواهی می‌تواند راهی برای رفع اثر اجتماعی زیان باشد.

قانون جرائم رایانه‌ای در فصل مربوط به هتک حیثیت و نشر اکاذیب، به مفهوم «اعاده حیثیت در صورت امکان» توجه کرده است. این عبارت ظرفیت مهمی برای جبران خسارت معنوی در محیط دیجیتال دارد، زیرا زیان در این فضا غالباً از طریق انتشار داده، تصویر، صدا، متن یا نسبت ناروا ایجاد می‌شود.

با این حال، قانون جرائم رایانه‌ای روشن نمی‌کند که اعاده حیثیت دیجیتال دقیقاً چگونه باید انجام شود. آیا حذف محتوا کافی است؟ آیا باید پست عذرخواهی منتشر شود؟ آیا باید اصلاحیه به همان مخاطبان قبلی برسد؟ آیا محکوم‌علیه مکلف است لینک عذرخواهی را برای مدت مشخصی در صفحه خود نگه دارد؟ پاسخ ندادن قانون به این پرسش‌ها موجب شده است که اعاده حیثیت در فضای مجازی بیشتر یک عنوان کلی باقی بماند تا یک سازوکار اجرایی دقیق.

در تحلیل ماده مربوط به نشر اکاذیب رایانه‌ای باید میان «توقف زیان» و «جبران زیان» فرق گذاشت. حذف محتوای زیان‌بار معمولاً زیان آینده را کاهش می‌دهد، اما لزوماً اثر گذشته را از بین نمی‌برد؛ زیرا محتوا ممکن است مشاهده، ذخیره، بازنشر یا در ذهن مخاطبان تثبیت شده باشد. بنابراین، اعاده حیثیت دیجیتال در بسیاری از موارد باید علاوه بر حذف یا اصلاح محتوا، شامل اعلام عمومی خطا و عذرخواهی متناسب نیز باشد.

نکته دیگر آن است که در فضای مجازی، «امکان» اعاده حیثیت باید با معیارهای فنی و اجتماعی سنجیده شود. اگر محتوا در یک کانال، صفحه یا پایگاه مشخص منتشر شده باشد، اعاده حیثیت در همان بستر معمولاً ممکن است؛ اما اگر محتوا به شکل گسترده بازنشر شده باشد، دادگاه می‌تواند به انتشار عذرخواهی در چند بستر مؤثر یا استفاده از لینک ثابت، هشنگ مشخص، پین کردن پست و انتشار در صفحه اصلی حکم دهد تا اثر جبرانی افزایش یابد.

ماده ۲۱ قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات مقرر می‌کند شخصی که در نتیجه انتشار اطلاعات غیرواقعی درباره او به منافع مادی یا معنوی‌اش صدمه وارد شده است، حق تکذیب یا ارائه توضیح و مطالبه جبران خسارت بر اساس قواعد عمومی مسئولیت مدنی را دارد. این ماده از جهت پیوند میان انتشار اطلاعات، زیان معنوی و حق اصلاح اهمیت دارد.

با این حال، ماده ۲۱ بیشتر بر تکذیب و توضیح تمرکز دارد و به عذرخواهی به عنوان یک شیوه مستقل اشاره نمی‌کند. تفاوت تکذیب با عذرخواهی آن است که تکذیب بر نادرستی اطلاعات تمرکز دارد، اما عذرخواهی افزون بر اصلاح اطلاعات، عنصر مسئولیت اخلاقی و حقوقی واردکننده زیان را نیز برجسته می‌کند. بنابراین در مواردی که انتشار اطلاعات غیرواقعی با تقصیر آشکار، تحقیر یا لطمه حیثیتی همراه بوده است، تکذیب به تنهایی کافی نیست و باید با عذرخواهی متناسب همراه شود.

از منظر سیاست حقوقی، ماده ۲۱ قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات می‌تواند نقطه اتصال حق دسترسی به اطلاعات و مسئولیت مدنی رسانه‌ای باشد. آزادی انتشار اطلاعات بدون سازوکار تصحیح و ترمیم، ممکن است به بی‌پناهی حیثیتی اشخاص بینجامد؛ در مقابل، سخت‌گیری بیش از حد نیز می‌تواند آزادی اطلاع‌رسانی را محدود کند. راه‌حل میانه آن است که حق تکذیب، حق پاسخ، اصلاحیه و عذرخواهی بر اساس شدت تقصیر و نوع لطمه از یکدیگر تفکیک شوند.

بر این اساس، در موارد انتشار اطلاعات نادرست بدون سوءنیت، تکذیب یا اصلاحیه می‌تواند کافی باشد؛ اما در مواردی که رسانه با وجود اطلاع از نادرستی اطلاعات یا با بی‌احتیاطی آشکار به انتشار مطلب حیثیتی اقدام کرده است، عذرخواهی علاوه بر تکذیب توجیه‌پذیر می‌شود. این تفکیک از یک سو مانع تبدیل عذرخواهی به مجازات اضافی می‌شود و از سوی دیگر امکان ترمیم واقعی اعتبار زیان‌دیده را فراهم می‌کند.

قانون مطبوعات و آیین‌نامه اجرایی آن میان مطبوعات چاپی و نشریات یا رسانه‌های الکترونیکی تمایز قائل شده‌اند. این تمایز از نظر عذرخواهی رسانه‌ای مهم است؛ زیرا مخاطب، سرعت انتشار، امکان بازنشر و ماندگاری محتوا در رسانه‌های دیجیتال با مطبوعات چاپی تفاوت دارد.

در رسانه چاپی، انتشار عذرخواهی معمولاً در شماره بعدی یا در روزنامه کثیرالانتشار انجام می‌شود؛ اما در رسانه دیجیتال، عذرخواهی می‌تواند در همان صفحه، زیر همان محتوا، به صورت پست مستقل، در قالب ویدئو، یا در قسمت بالای وبسایت منتشر شود. بنابراین قواعد سنتی درج در جراید برای محیط دیجیتال کافی نیستند و باید با معیارهای فنی مانند مدت نمایش، قابلیت جست‌وجو، اندازه و جایگاه پیام، و امکان دسترسی عمومی تکمیل شوند.

بنابراین، تفاوت رسانه سنتی و دیجیتال فقط در ابزار انتشار نیست، بلکه در منطق اثرگذاری است. در روزنامه، پیام عذرخواهی غالباً یک‌بار منتشر می‌شود؛ اما در شبکه‌های اجتماعی، پیام می‌تواند الگوریتمی دیده یا پنهان شود، ذخیره گردد، بازنشر شود و در تعامل کاربران تفسیر تازه پیدا کند. از این رو، حکم عذرخواهی دیجیتال باید به مسئله پایداری، قابلیت دسترسی و امکان راستی‌آزمایی اجرا توجه کند.

در عمل، اگر زبان در صفحه رسمی یک رسانه یا شخص رخ داده باشد، عذرخواهی در همان صفحه و با همان سطح دسترسی باید اصل قرار گیرد. اگر زبان از طریق محتوای ویدئویی ایجاد شده باشد، عذرخواهی متنی ممکن است کافی نباشد و انتشار ویدئوی عذرخواهی یا توضیح رسمی لازم شود. همچنین اگر محتوای زبان‌بار همچنان در نتایج جست‌وجو قابل مشاهده است، پیوند عذرخواهی و اصلاحیه با محتوای اصلی اهمیت پیدا می‌کند.

رویه قضایی و دلایل احتیاط دادگاه‌ها

رویه قضایی ایران در زمینه الزام به عذرخواهی رسانه‌ای محدود اما قابل توجه است. در دادنامه شماره ۹۲۰۹۹۷۰۲۷۰۱۰۰۹۳۲ مورخ ۱۳۹۲/۸/۲۶ شعبه ۵۶ دادگاه تجدیدنظر استان تهران، دادگاه با احراز ورود ضرر معنوی ناشی از نشر اکاذیب و مدارک معمول، حکم بدوی را نقض و خواننده را به عذرخواهی از طریق درج در روزنامه‌های کثیرالانتشار محکوم کرد. اهمیت این رأی در آن است که دادگاه عذرخواهی رسانه‌ای را نه یک توصیه اخلاقی، بلکه یک روش حقوقی جبران زیان دانسته است.

در مقابل، در برخی پرونده‌ها دادگاه‌ها با وجود پذیرش اصل خسارت معنوی، نسبت به الزام به عذرخواهی در جرایم احتیاط کرده یا دعوا را وارد ندانسته‌اند. برای نمونه، در پرونده مربوط به مطالبه خسارت معنوی علاوه بر دیه و ارش، دادگاه بدوی دعوی الزام به عذرخواهی در جرایم را نپذیرفت و دادگاه تجدیدنظر نیز با تمرکز بر محدودیت جبران مالی در کنار دیه یا ارش، بخشی از حکم خسارت معنوی را نقض کرد. این دسته آرا نشان می‌دهد که نسبت میان خسارت معنوی، دیه، جبران غیرمالی و اختیار دادگاه هنوز در رویه قضایی کاملاً تثبیت نشده است.

همچنین در نشست قضایی اهواز در سال ۱۳۹۷، این نظر مطرح شد که اگر زیان‌دیده الزام به عذرخواهی یا درج حکم در جرایم را مطالبه کند، دعوا از حیث ماهیت می‌تواند غیرمالی تلقی شود. این تحلیل از نظر عملی مهم است، زیرا مانع تقلیل عذرخواهی به یک مطالبه مالی می‌شود و امکان استفاده از آن را در پرونده‌های حیثیتی افزایش می‌دهد.

دلایل عدم استقبال گسترده قضات از عذرخواهی رسانه‌ای را می‌توان در چند عامل خلاصه کرد: ابهام در تعریف و عناصر عذرخواهی؛ نبود معیار مشخص برای انتخاب رسانه؛ نگرانی از تشریفات و غیرصادقانه شدن عذرخواهی اجباری؛ دشواری اجرای حکم در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های خارجی؛ ابهام در ضمانت اجرای استنکاف؛ و نگرانی از تعارض با آزادی بیان یا تحمیل بیان اجباری. بنابراین مشکل اصلی، فقدان مبنای قانونی نیست، بلکه فقدان دستورالعمل اجرایی و معیارهای قضایی است.

به این عوامل باید نگرانی از اجرای ناپذیری حکم را نیز افزود. قاضی ممکن است بداند که حکم به عذرخواهی در ظاهر ساده است، اما در مرحله اجرا با پرسش‌های دشواری روبرو می‌شود: متن عذرخواهی را چه کسی می‌نویسد؟ اگر محکوم‌علیه متن را همراه با کنایه یا توجیه منتشر کند چه باید کرد؟ اگر عذرخواهی را در زمانی منتشر کند که کمترین مخاطب را دارد، آیا حکم اجرا شده است؟ نبود پاسخ روشن به این پرسش‌ها دادگاه را به سمت جبران مالی یا رد خواسته سوق می‌دهد.

عامل دیگر، ذهنیت سنتی نسبت به خسارت معنوی است. بخشی از رویه قضایی هنوز خسارت معنوی را امری دشوار برای سنجش یا حتی فرعی نسبت به زیان مالی می‌داند. در حالی که در پرونده‌های رسانه‌ای، گاه زیان اصلی دقیقاً حیثیتی و اجتماعی است و پرداخت مبلغی پول بدون اصلاح ادراک عمومی، هدف جبران را محقق نمی‌کند. بنابراین، توسعه عذرخواهی رسانه‌ای نیازمند تغییر نگاه از «قیمت‌گذاری رنج» به «ترمیم جایگاه اجتماعی» است.

تحلیل تطبیقی

در حقوق تطبیقی، عذرخواهی اجباری یا قضایی با احتیاط پذیرفته شده است. برخی نظام‌های حقوقی، به‌ویژه در حوزه افترا و لطمه به شهرت، عذرخواهی، اصلاحیه، حق پاسخ یا انتشار حکم را به عنوان جایگزین یا مکمل خسارت مالی می‌شناسند. ادبیات جدید حقوق خصوصی نیز نشان می‌دهد که دادگاه‌ها در مواردی که زیان حیثیتی و غیرمالی است، به تدریج به ابزارهای غیرمالی مانند عذرخواهی توجه بیشتری نشان داده‌اند.

در نظام‌های حقوقی کامن‌لا، مسئله اصلی آن است که عذرخواهی اجباری ممکن است با آزادی بیان و منع اجبار به بیان تعارض پیدا کند؛ به همین دلیل دادگاه‌ها معمولاً میان عذرخواهی کامل، اصلاحیه، تکذیب و انتشار حکم تفکیک می‌کنند. در برخی حوزه‌ها مانند هنگ‌کنگ و مالزی، عذرخواهی در دعاوی افترا به عنوان یک دستور خاص یا بخشی از جبران مطرح شده و امکان انتشار آن در رسانه‌های مشخص، از جمله رسانه الکترونیکی، مورد بحث قرار گرفته است.

در نظام‌های حقوق مدنی اروپایی نیز بحث اصلی این است که اگر خسارت معنوی قابل جبران باشد، آیا این جبران می‌تواند غیرمالی باشد یا خیر. دیدگاه‌های جدیدتر پاسخ مثبت می‌دهند، اما بر اصل تناسب تأکید می‌کنند. نتیجه تطبیقی برای حقوق ایران آن است که عذرخواهی رسانه‌ای باید نه به صورت مطلق و خودکار، بلکه پس از سنجش ضرورت، تناسب، مخاطب، رسانه، شدت تقصیر و اثر احتمالی بر آزادی بیان صادر شود.

بررسی تطبیقی نشان می‌دهد که عذرخواهی اجباری زمانی قابل دفاع‌تر است که به جای تحمیل احساس درونی پشیمانی، بر اعلام واقعیت‌های اثبات‌شده و پذیرش اثر زیان‌بار رفتار تمرکز کند. به بیان دیگر، دادگاه نباید شخص را مجبور کند «از صمیم قلب» پشیمان باشد؛ بلکه می‌تواند او را ملزم کند اعلام کند مطلب منتشرشده نادرست یا زیان‌بار بوده، از انتشار آن عذرخواهی می‌کند و برای اصلاح اثر آن اقدام می‌نماید.

این نکته برای حقوق ایران نیز مهم است. اگر عذرخواهی قضایی به صورت الزام به بیان احساسات شخصی فهمیده شود، با ایرادهای نظری و عملی مواجه می‌شود؛ اما اگر به عنوان «اعلام حقوقی مسئولیت و اصلاح اثر اجتماعی زیان» تحلیل شود، با منطق ماده ۱۰ قانون مسئولیت مدنی و تبصره ماده ۱۴ قانون آیین دادرسی کیفری سازگارتر خواهد بود.

چالش‌های عملی عذرخواهی رسانه‌ای

مهم‌ترین ایراد نظری به عذرخواهی قضایی آن است که عذرخواهی باید داوطلبانه و صادقانه باشد؛ در حالی که حکم دادگاه مبتنی بر الزام است. پاسخ این ایراد آن است که کارکرد حقوقی عذرخواهی همیشه وابسته به احساس درونی محکوم‌علیه نیست. گاه هدف اصلی، بازسازی عمومی حقیقت، رفع ابهام، تثبیت مسئولیت و آگاه کردن مخاطبان است.

با این حال، دادگاه باید از صدور عذرخواهی‌های نمایشی و بی‌اثر پرهیز کند. متن عذرخواهی باید روشن، دقیق و عاری از توجیه باشد. عباراتی که مسئولیت را مبهم می‌کند، مانند «اگر سوءبرداشتی شده» یا «در صورت ناراحتی احتمالی»، نباید جایگزین عذرخواهی حقوقی کامل شود.

الزام به عذرخواهی رسانه‌ای ممکن است با آزادی بیان در تعارض قرار گیرد، زیرا شخص به بیان مطالبی ملزم می‌شود که شاید از نظر درونی با آن موافق نباشد. برای کاهش این تعارض، دادگاه باید نخست احراز کند که رفتار زیان‌بار، نامشروع و منتسب به خواننده است؛ دوم، عذرخواهی برای ترمیم حیثیت زیان‌دیده ضرورت دارد؛ و سوم، متن و رسانه انتخابی بیش از حد لازم محدودکننده نیست.

در مواردی که الزام به بیان «پشیمانی» نامتناسب به نظر می‌رسد، دادگاه می‌تواند به جای آن، به انتشار حکم، اصلاحیه یا حق پاسخ حکم دهد. بنابراین طیف جبران غیرمالی باید انعطاف‌پذیر باشد.

در رسانه‌های دیجیتال، اجرای حکم عذرخواهی با مشکلاتی مانند حذف سریع پست، محدود کردن مخاطبان، غیرفعال کردن دیدگاه‌ها، تغییر الگوریتم نمایش، انتشار در حساب کم‌مخاطب، یا انتقال محتوا به پلتفرم دیگر روبه‌رو است. بنابراین حکم دادگاه باید دقیق باشد و صرفاً به عبارت کلی «عذرخواهی در فضای مجازی» بسنده نکند.

عناصر اجرایی لازم عبارت‌اند از: تعیین حساب یا پایگاه انتشار، متن یا چارچوب متن عذرخواهی، مدت باقی ماندن محتوا، جایگاه قابل مشاهده، ممنوعیت حذف یا پنهان‌سازی پیش از پایان مدت، الزام به لینک دادن به محتوای اصلاحی، و گزارش اجرای حکم به دادگاه.

در متن رأی، بهتر است دادگاه از عبارات کلی مانند «محکوم‌علیه مکلف به عذرخواهی است» پرهیز کند؛ زیرا چنین عبارتی در اجرا مبهم است. رأی باید مشخص کند عذرخواهی در کجا، با چه تیترو، در چه مدت، با چه سطح دسترسی و با چه متن یا حداقل محتوایی منتشر شود. حتی می‌توان مقرر کرد متن عذرخواهی پیش از انتشار به تأیید اجرای احکام یا دادگاه برسد تا از تبدیل آن به متن توجیهی جلوگیری شود.

ضمانت اجرای امتناع نیز باید روشن باشد. اگر محکوم‌علیه از انتشار عذرخواهی خودداری کند، می‌توان اجازه داد زیان دیده متن حکم یا عذرخواهی مصوب را با هزینه محکوم‌علیه منتشر کند. در موارد رسانه‌ای، این ضمانت اجرا عملی‌تر از اجبار مستقیم شخص به بیان عذرخواهی است و با هدف جبران نیز سازگاری بیشتری دارد؛ زیرا مهم آن است که پیام اصلاحی به مخاطبان برسد.

جمع‌بندی یافته‌های تحلیلی

۱. حقوق ایران اصل عذرخواهی را به عنوان روش جبران خسارت معنوی پذیرفته است، اما این پذیرش کلی و فاقد جزئیات اجرایی است.
۲. عبارت «جراید و امثال آن» در ماده ۱۰ قانون مسئولیت مدنی و تبصره ۱ ماده ۱۴ قانون آیین دادرسی کیفری ظرفیت تفسیر موسع به رسانه‌های مدرن را دارد، اما بهتر است قانون‌گذار این امر را صریح کند.
۳. قانون جرائم رایانه‌ای با عبارت «اعاده حیثیت در صورت امکان» ظرفیت جبران دیجیتال را ایجاد کرده، ولی الگوی عملی اعاده حیثیت، از جمله عذرخواهی، اصلاحیه و حذف محتوا را مشخص نکرده است.
۴. ماده ۲۱ قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات حق تکذیب و توضیح را می‌شناسد، اما از عذرخواهی به عنوان پاسخ حقوقی به انتشار اطلاعات زیان‌بار سخن نمی‌گوید.
۵. رویه قضایی در پذیرش عذرخواهی رسانه‌ای ناپایدار است؛ برخی آرا آن را می‌پذیرند و برخی دیگر به دلیل ابهام قانونی، فقدان معیار یا محدودیت‌های مربوط به خسارت معنوی از آن پرهیز می‌کنند.
۶. عذرخواهی رسانه‌ای در بستر دیجیتال بدون معیارهایی مانند تناسب رسانه، مدت انتشار، دسترسی مخاطبان قبلی و ضمانت اجرای امتناع، به ابزار مؤثر جبران تبدیل نمی‌شود.

جدول ۱. الگوی پیشنهادی عذرخواهی رسانه‌ای دیجیتال

عناصر	معیار پیشنهادی
رسانه انتشار	همان رسانه ایجادکننده زیان یا رسانه‌ای با دامنه مخاطب مشابه
متن عذرخواهی	بیان رفتار زیان‌بار، پذیرش مسئولیت، ابراز تأسف، اصلاح اطلاعات و تعهد به عدم تکرار
مدت انتشار	مدت مشخص و متناسب؛ برای نمونه ۷ تا ۳۰ روز در صفحه یا حساب اصلی، حسب شدت زیان
جایگاه انتشار	قابل مشاهده، غیرپنهان، با اندازه و قالب متناسب با محتوای زیان‌بار
اصلاح محتوای قبلی	حذف، ویرایش، درج توضیح یا لینک به عذرخواهی در کنار محتوای زیان‌بار

ضمانت اجرا	جریمه تأخیر، اجرای حکم به هزینه محکوم‌علیه، یا انتشار از طریق رسانه جایگزین با دستور دادگاه
حفظ آزادی بیان	ممنوعیت الزام به عباراتی فراتر از موضوع دعوا و رعایت تناسب میان زبان و جبران
مخاطبان هدف	عذرخواهی باید به همان گروهی برسد که محتوای زبان‌بار را مشاهده کرده‌اند؛ در غیر این صورت اثر ترمیمی آن ناقص است
قابلیت رؤیت دیجیتال	پست یا پیام عذرخواهی باید برای مدت معین در جایگاه قابل مشاهده باقی بماند و نباید با تنظیمات فنی یا الگوریتمی پنهان شود
پیوند با محتوای قبلی	در صورت باقی ماندن محتوای زبان‌بار یا آثار آن، عذرخواهی باید به اصلاحیه، تکذیب یا متن حکم پیوند داده شود
ضمانت اجرای امتناع	در صورت خودداری محکوم‌علیه، زبان‌دیده بتواند متن عذرخواهی یا حکم را با هزینه محکوم‌علیه در رسانه مناسب منتشر کند
نظارت بر اجرا	دادگاه یا اجرای احکام باید امکان بررسی زمان انتشار، مدت باقی ماندن، سطح دسترسی و عدم تحریف متن را داشته باشد

تحلیل جدول نشان می‌دهد که الگوی عذرخواهی دیجیتال باید از منطق «انتشار ساده متن» عبور کند و به یک فرایند چندمرحله‌ای تبدیل شود. مرحله نخست، تعیین منشأ زبان و مخاطبان آسیب‌دیده است؛ مرحله دوم، انتخاب ابزار جبران متناسب است؛ و مرحله سوم، نظارت بر اجرای واقعی حکم است. بدون این سه مرحله، عذرخواهی دیجیتال ممکن است به اقدامی صوری تبدیل شود که نه زبان‌دیده را قانع می‌کند و نه ادراک عمومی را اصلاح می‌نماید.

بر این اساس، دادگاه می‌تواند از یک آزمون چهارگانه استفاده کند: آیا رسانه انتخاب‌شده همان رسانه یا رسانه‌ای هم‌سطح با رسانه زبان‌بار است؟ آیا متن عذرخواهی حاوی پذیرش مسئولیت و اصلاح خطاست؟ آیا مخاطبان قبلی امکان مشاهده آن را دارند؟ و آیا امکان نظارت بر اجرای حکم وجود دارد؟ پاسخ منفی به هر یک از این پرسش‌ها نشان می‌دهد که عذرخواهی مقرر شده احتمالاً جبران مؤثر نخواهد بود.

بحث

یافته‌های این پژوهش با مطالعات داخلی درباره دشواری جبران خسارت معنوی همسو است، اما از آن‌ها فراتر می‌رود؛ زیرا نشان می‌دهد مشکل اصلی فقط اصل قابلیت جبران نیست، بلکه طراحی دقیق ابزار جبران است. به بیان دیگر، اگر خسارت از مسیر رسانه ایجاد شده باشد، درمان آن نیز باید با منطق رسانه‌ای تنظیم شود.

در مقایسه با پژوهش‌های خارجی درباره عذرخواهی اجباری، حقوق ایران ظرفیت بیشتری برای پذیرش عذرخواهی غیرمالی دارد؛ زیرا ماده ۱۰ قانون مسئولیت مدنی و ماده ۱۴ قانون آیین دادرسی کیفری به صراحت از الزام به عذرخواهی و درج حکم سخن گفته‌اند. با این حال، نظام‌های تطبیقی در تعیین معیارهای اجرا، تناسب، آزادی بیان و امکان جایگزینی عذرخواهی با اصلاحیه یا انتشار حکم، تجربه غنی‌تری دارند.

از منظر نظریه اعتبار رسانه‌ای، حکم عذرخواهی باید به مخاطبان زبان‌بار برسد. از منظر عدالت ترمیمی، باید حقیقت را روشن و شأن زبان‌دیده را بازسازی کند. از منظر مسئولیت مدنی پیشرفته، باید متناسب، قابل اجرا و پیشگیرانه باشد. جمع این سه معیار نشان می‌دهد که عذرخواهی رسانه‌ای زمانی موفق است که دادگاه آن را به صورت کلی و مبهم صادر نکند، بلکه عناصر اجرایی آن را در متن رأی مشخص سازد.

افزون بر این، تحلیل مقاله نشان می‌دهد که عذرخواهی رسانه‌ای باید با اصل تناسب سنجیده شود. هرچه زبان گسترده‌تر، عمده‌تر و حیثیتی‌تر باشد، مداخله قضایی قوی‌تر، از جمله الزام به عذرخواهی آشکارتر، قابل دفاع‌تر است. در مقابل، هرچه خطا کم‌اهمیت‌تر یا ناشی از اشتباه قابل اصلاح باشد، ابزارهای ملایم‌تری مانند اصلاحیه یا حق پاسخ ترجیح دارد.

این نتیجه با آزادی بیان نیز قابل جمع است؛ زیرا آزادی بیان به معنای مصونیت از مسئولیت پس از ورود لطمه ناروا نیست. با این حال، جبران غیرمالی نباید به سانسور یا تحمیل عقیده تبدیل شود. بنابراین، عذرخواهی قضایی باید محدود به مواردی باشد که

خطا یا تقصیر رسانه‌ای احراز شده و متن عذرخواهی بر واقعیات پرونده و آثار زیان‌بار رفتار متکی است، نه بر تحمیل نظر اخلاقی یا سیاسی خاص.

از نظر کاربردی، مهم‌ترین دستاورد مقاله ارائه تفکیک میان چهار پاسخ حقوقی است: تکذیب برای نادرستی خبر، اصلاحیه برای خطای محتوایی، حق پاسخ برای بیان روایت زیان‌دیده، و عذرخواهی برای مواردی که رفتار رسانه‌ای همراه با تقصیر و لطمه حیثیتی جدی است. این تفکیک می‌تواند به قاضی کمک کند تا در هر پرونده، ابزار مناسب‌تری برگزیند و از صدور احکام کلی و غیرقابل اجرا پرهیز کند.

نتیجه‌گیری

عذرخواهی رسانه‌ای در حقوق ایران دارای مبنای قانونی است، اما هنوز به یک نهاد منسجم و کارآمد تبدیل نشده است. ماده ۱۰ قانون مسئولیت مدنی و تبصره ۱ ماده ۱۴ قانون آیین دادرسی کیفری امکان الزام به عذرخواهی و درج حکم را پیش‌بینی کرده‌اند و عبارت «امثال آن» ظرفیت شمول رسانه‌های جدید را دارد. با این حال، نبود تعریف قانونی عذرخواهی، نبود معیار برای انتخاب رسانه، ابهام در ضمانت اجرا و دشواری‌های محیط دیجیتال باعث شده است که دادگاه‌ها کمتر از این ظرفیت استفاده کنند. تحلیل قوانین مرتبط نشان می‌دهد که قانون جرائم رایانه‌ای، قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات و قانون مطبوعات هر یک بخشی از مسئله را پوشش می‌دهند، اما هیچ‌کدام به تنهایی نظام کامل عذرخواهی رسانه‌ای را ایجاد نمی‌کنند. در نتیجه، باید میان قواعد عمومی مسئولیت مدنی، قواعد کیفری مربوط به هتک حیثیت، و مقررات رسانه‌ای هماهنگی ایجاد شود. مقاله نتیجه می‌گیرد که عذرخواهی رسانه‌ای زمانی مؤثر است که کامل، متناسب، قابل مشاهده، معطوف به همان مخاطبان زیان‌بار و همراه با اصلاح محتوا باشد. برای تحقق این هدف، اصلاح قانون مسئولیت مدنی یا تدوین آیین‌نامه قضایی درباره عذرخواهی رسانه‌ای، به‌ویژه در فضای دیجیتال، ضروری است.

پیشنهادها

۱. پیشنهاد می‌شود ماده‌ای به قانون مسئولیت مدنی یا ذیل ماده ۱۰ آن افزوده شود با مضمون زیر: «در موارد ورود خسارت معنوی از طریق رسانه‌های چاپی، دیداری، شنیداری یا الکترونیکی، دادگاه می‌تواند بنا به درخواست زیان‌دیده و با رعایت اصل تناسب، واردکننده زیان را به عذرخواهی، تکذیب، اصلاح محتوا، انتشار حکم یا فراهم کردن حق پاسخ در همان رسانه یا رسانه‌ای هم‌سطح ملزم کند. حکم دادگاه باید مشتمل بر متن یا معیارهای محتوایی عذرخواهی، رسانه انتشار، مدت انتشار، نحوه دسترسی مخاطبان، هزینه اجرا و ضمانت اجرای امتناع باشد.»
۲. در تبصره ۱ ماده ۱۴ قانون آیین دادرسی کیفری یا در آیین‌نامه اجرایی آن می‌توان تصریح کرد که عذرخواهی، تکذیب، انتشار حکم و حق پاسخ، جبران‌های غیرمالی‌اند و در صورت تناسب با جرم و نوع زیان، مستقل از جبران مالی قابل مطالبه‌اند؛ مگر در مواردی که قانون منع خاص مقرر کرده باشد.
۳. برای عذرخواهی رسانه‌ای دیجیتال، رأی دادگاه باید حداقل عناصر زیر را مشخص کند: رسانه یا حساب انتشار، متن یا معیارهای محتوایی عذرخواهی، مدت انتشار، جایگاه قابل مشاهده، اصلاح یا حذف محتوای قبلی، گزارش اجرای حکم، و ضمانت اجرای امتناع.
۴. پیشنهاد می‌شود در قانون جرائم رایانه‌ای، ذیل مقررات مربوط به نشر اکاذیب و هتک حیثیت، مفهوم «اعاده حیثیت دیجیتال» تعریف شود و مصادیقی مانند حذف یا اصلاح محتوا، انتشار توضیح، حق پاسخ، عذرخواهی در همان بستر، پیوند دادن عذرخواهی به محتوای قبلی و منع بازنشر محتوای زیان‌بار مورد تصریح قرار گیرد.
۵. پیشنهاد می‌شود در قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات، میان تکذیب، توضیح، اصلاحیه و عذرخواهی تفکیک شود. تکذیب باید برای نفی اطلاعات نادرست، توضیح برای رفع ابهام، اصلاحیه برای تصحیح خطا و عذرخواهی برای موارد تقصیر آشکار یا لطمه حیثیتی جدی پیش‌بینی گردد.

۴. پیشنهاد می‌شود قوه قضاییه یا هیئت عمومی دیوان عالی کشور با صدور رأی وحدت رویه، نظریه مشورتی یا دستورالعمل، معیارهای صدور و اجرای حکم عذرخواهی رسانه‌ای را مشخص کند؛ از جمله معیار تناسب رسانه، مدت انتشار، متن عذرخواهی، امکان اجرای حکم توسط زیان‌دیده به هزینه محکوم‌علیه و نحوه ارزیابی اجرای صوری یا ناقص.
۷. پیشنهاد می‌شود رسانه‌های حرفه‌ای، به‌ویژه خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری، سیاست داخلی مشخصی برای عذرخواهی و اصلاح خطا داشته باشند. وجود چنین سیاستی نه تنها مسئولیت‌پذیری رسانه را تقویت می‌کند، بلکه در دعاوی قضایی نیز می‌تواند نشانه حسن نیت و تلاش برای کاهش زیان تلقی شود.
۸. در دعاوی مربوط به شبکه‌های اجتماعی، دادگاه باید افزون بر انتشار عذرخواهی، به مسئله الگوریتم و دسترسی توجه کند. برای مثال، پین کردن عذرخواهی برای مدت معین، ممنوعیت حذف، انتشار در استوری و پست ثابت، یا لینک دادن به اصلاحیه می‌تواند بر اساس نوع رسانه و شدت زیان مقرر شود.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش
این پژوهش ماهیت کتابخانه‌ای و اسنادی دارد و در آن از داده‌های شخصی یا آزمودنی انسانی استفاده نشده است. نویسندگان اصول اخلاق پژوهش، امانت‌داری علمی و ارجاع‌دهی را رعایت کرده‌اند.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان، این مقاله تعارض منافع ندارد.

منابع

- ابراهیمی، شبیر. (۱۳۹۴). درآمدی بر خسارت معنوی در حقوق ایران. نشر آثار اندیشه.
- اکبری آرائی، منصور. (۱۳۹۹). عذرخواهی به عنوان یکی از شیوه‌های جبران خسارت معنوی در مسئولیت مدنی. مجله حقوقی دادگستری، شماره ۱۰۹.
- بادینی، حسن. (۱۳۹۱). مسئولیت مدنی ناشی از نقض حقوق معنوی مربوط به شخصیت و حقوق بشر. فصلنامه حقوق، ۴۲(۱).
- بی‌پروا، امیر. (۱۳۹۸). رسانه، حقوق بشر و شهروندی در عصر جهانی شدن. تهران: نشر میزان.
- پروین، فرهاد. (۱۳۸۰). خسارات معنوی در حقوق ایران. تهران: ققنوس.
- حیدری محبوب، محمدرضا و همکاران. (۱۳۹۹). اعاده حیثیت رسانه‌ای: بررسی انتقادی انتشار حکم برائت. رسانه، ۳۱(۴).
- رضایی، حدائق. (۱۳۹۹). عذرخواهی یا عدم عذرخواهی: رویکردی بینا حوزه‌ای به تحلیل کلام عذرخواهی‌های رسمی در رسانه‌های ایران. پژوهش‌های زبانی، ۲(۷۷).
- صبار، شاهو و هیان، همکاران. (۱۳۹۴). عوامل مرتبط با میزان اعتماد مخاطبان به رسانه‌های نوین و سنتی. فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۱(۴).
- قاسم‌زاده، مرتضی. (۱۳۸۸). مسئولیت مدنی و الزامات خارج از قرارداد. تهران: نشر میزان.
- قربانی، ربیع‌الله و همکاران. (۱۴۰۳). ابعاد اخلاقی آسیب معنوی در زیان‌دیدگان نقض حقوق بشر و شیوه‌های جبران خسارت معنوی. اخلاق در علوم و فناوری، ۱۹(۲)، ۵۰-۵۶.
- کاتوزیان، ناصر. (۱۳۶۸). الزام‌های خارج از قرارداد. جلد ۴. تهران: به‌نشر.
- مطهری، عباس. (۱۳۸۵). خسارت معنوی در آرای قضایی با تکیه بر حقوق ایران و مصر. قم: دانشگاه مفید.
- نجفی فتاحی، صمد. (۱۳۸۳). جبران مادی خسارت معنوی در حقوق ایران. مجله کانون وکلا، ۱۸۶ و ۱۸۷.
- نیک‌فرجام، زهره. (۱۳۹۲). جبران خسارت معنوی در فقه و حقوق. مبانی فقهی حقوق اسلامی، ۶(۱۱).
- ابن‌بابویه، محمد بن علی. (۱۴۰۴ق). من لا یحضره الفقیه. قم: انتشارات جامعه مدرسین.
- السنهوری، عبدالرزاق احمد. (۲۰۰۴). الوسیط فی شرح القانون المدنی: نظریه الالتزام بوجه عام. بیروت: دار احیاء التراث العربی.

العوجی، مصطفی. (۲۰۰۹). القانون المدني: المسؤولية المدنية. بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية.

قانون مسئولیت مدنی، مصوب ۱۳۳۹، به‌ویژه ماده ۱۰.

قانون آیین دادرسی کیفری، مصوب ۱۳۹۲، به‌ویژه ماده ۱۴ و تبصره‌های آن.

قانون جرائم رایانه‌ای، مصوب ۱۳۸۸، به‌ویژه مواد مربوط به هتک حیثیت و نشر اکاذیب.

قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات، مصوب ۱۳۸۷، به‌ویژه ماده ۲۱.

قانون مطبوعات و آیین‌نامه اجرایی قانون مطبوعات، به‌ویژه مقررات مربوط به نشریات و رسانه‌های الکترونیکی.

دادنامه شماره ۹۲۰۹۹۷۰۲۷۰۱۰۰۹۳۲ مورخ ۱۳۹۲/۸/۲۶ شعبه ۵۶ دادگاه تجدیدنظر استان تهران، با موضوع جبران زیان معنوی ناشی از نشر اکاذیب و الزام به درج عذرخواهی در روزنامه کثیرالانتشار.

دادنامه شماره ۱۱۵۹ مورخ ۱۳۸۱/۶/۲۸ شعبه ۳۶ دادگاه عمومی قم، با موضوع الزام به تکذیب و عذرخواهی در جمع اقوام درجه یک.

نشست قضایی اهواز مورخ ۱۳۹۷/۵/۳ درباره مطالبه ضرر و زیان معنوی ناشی از جرم و ماهیت مالی یا غیرمالی خواسته عذرخواهی.

References

- Abrahimi, S. (2015). *An Introduction to Moral Damage in Iranian Law*. Tehran: Asar-e Andisheh Publications. (in Persian)
- Akbari Araei, M. (2020). Apology as a method of compensation for non-pecuniary damage in civil liability. *Legal Journal of Justice*, 109. (in Persian)
- Al-Awaji, M. (2009). *Civil Law: Civil Liability*. Beirut: Al-Halabi Legal Publications. (in Arabic)
- Al-Sanhuri, A. A. (2004). *Al-Wasit fi Sharh al-Qanun al-Madani: The General Theory of Obligation*. Beirut: Dar Ihya al-Turath al-Arabi. (in Arabic)
- Allan, A. (2016). Apologies in a legal setting: Insights from research into injured parties' experiences of apologies after an adverse event. *Psychiatry, Psychology and Law*.
- Babawayh, M. ibn A. (1984). *Man, La Yahduru al-Faqih*. Qom: Society of Seminary Teachers Publications. (in Arabic)
- Badini, H. (2012). Civil liability arising from violation of moral rights related to personality and human rights. *Journal of Law*, 42(1). (in Persian)
- Biparva, A. (2019). *Media, Human Rights and Citizenship in the Age of Globalization*. Tehran: Mizan. (in Persian)
- Civil Liability Act. (1960). Article 10. (in Persian)
- Cohen, J. R. (1999). Advising clients to apologize. *Southern California Law Review*, 72, 1009-1069.
- Computer Crimes Act. (2009). Provisions on defamation, dissemination of false information and restoration of reputation. (in Persian)
- Criminal Procedure Code. (2013). Article 14 and its notes. (in Persian)
- De Rey, S. (2023). Apologies as a private law remedy: Emerging on the European legal scene. *Private law remedies literature*.
- Ghasemzadeh, M. (2009). *Civil Liability and Non-Contractual Obligations*. Tehran: Mizan. (in Persian)
- Heidari Mahboob, M. R., et al. (2020). Media restoration of reputation: A critical study of publication of acquittal judgments. *Media*, 31(4). (in Persian)
- Judgment No. 1159 of Branch 36 of the General Court of Qom. (2002). Obligation to deny statements and apologize in the presence of first-degree relatives. 19 September 2002. (in Persian)
- Judgment No. 9209970270100932 of Branch 56 of the Tehran Court of Appeal. (2013). Compensation for non-pecuniary damage caused by dissemination of false information and obligation to publish an apology in a widely circulated newspaper. 17 November 2013. (in Persian)
- Judicial Meeting of Ahvaz. (2018). Claiming moral damage resulting from crime and the financial or non-financial nature of apology as a claim. *Judicial Meeting*, 25 July 2018. (in Persian)
- Katouzian, N. (1989). *Non-Contractual Obligations*, Vol. 4. Tehran: Behnashr. (in Persian)
- Majid, A., Karim, R., Thanasegaran, H., Ho, R., & Lee, M. Y. (2023). The apology as a remedy in defamation in Malaysia and Hong Kong. *Tort Law Review*, 29(2), 197-209.
- Motahari, A. (2006). *Moral Damage in Judicial Decisions with Emphasis on Iranian and Egyptian Law*. Qom: Mofid University. (in Persian)
- Najafi Fattahi, S. (2004). Monetary compensation for moral damage in Iranian law. *Journal of the Bar Association*, 186-187. (in Persian)
- Nikfarjam, Z. (2013). Compensation for moral damage in jurisprudence and law. *Jurisprudential Foundations of Islamic Law*, 6(11). (in Persian)

- Parvin, F. (2001). *Moral Damages in Iranian Law*. Tehran: Qoqnoos. (in Persian)
- Press Law and the Executive Regulation of the Press Law. (1986/2016). Provisions on publications and electronic media. (in Persian)
- Publication and Free Access to Information Act. (2009). Article 21. (in Persian)
- Qorbani, R., et al. (2024). Ethical dimensions of moral injury in victims of human rights violations and methods of compensation for non-pecuniary damage. *Ethics in Science and Technology*, 19(2), 50-56. (in Persian)
- Rahmani, G. (2020). Press and electronic media law in Iran: From comprehensive legislation to the executive regulation model. *Administrative Law Quarterly*, 8(24). (in Persian)
- Rezaei, H. (2020). Apology or non-apology: An interdisciplinary approach to discourse analysis of official apologies in Iranian media. *Linguistic Research*, 2(77). (in Persian)
- Robbennolt, J. K. (2003). Apologies and legal settlement: An empirical examination. *Michigan Law Review*, 102(3), 460-516.
- Robbennolt, J. K. (2024). Apologies, remorse, and amends: Empirical legal studies. *European Journal of Empirical Legal Studies*.
- Sabbar, S., et al. (2015). Factors associated with audience trust in new and traditional media: A look at media type, message content and audience characteristics. *Journal of New Media Studies*, 1(4). (in Persian)
- Shuman, D. W. (1999). The role of apology in tort law. *Judicature*, 83.
- Vandenbussche, W. (2018). Rethinking non-pecuniary remedies for defamation: The case for court-ordered apologies. SSRN Working Paper.
- Zwart-Hink, A. M., Akkermans, A. J., & van Wees, K. A. P. C. (2014). Compelled apologies as a legal remedy: Some thoughts from a civil law jurisdiction. *University of Western Australia Law Review*, 38(1), 100-122.