



Investigating the Principle of Irresponsibility Aspects in the Regulation of New Media

Seyed Ali Mohsenian

PhD. Student, Department of Public Law, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.
mohsenian.ali@gmail.com

Abstract

The aim of the current research is to investigate the different aspects of the principle of irresponsibility in the regulation of new media. The research method hired here, is descriptive-analytical and the results indicate that most of the researches having considered the issue of irresponsibility of social media have examined and concluded this issue from the view of the relationship of social media to the behavior of users within the media atmosphere. where some referred to paragraph 10 of article 2 of the resolution of the Supreme Council of Cyberspace regarding the policies and actions of social messengers, which states: "The responsibility for the actions of users in Social networks are the responsibility of the users and the providers of social messaging services are obliged to cooperate with the authorized authorities within the framework of the laws and regulations of the territory", they emphasize vividly on this issue. While presenting an all-inclusive theory regarding the responsibility of new media, along users, it depends on focusing other aspects of the media and analyzing their relations with the state, government, other social media and businesses under supervision of it. Also, in the approval of the High Commission for the regulation of policies and major requirements of supporting competition and dealing with the monopoly of cyberspace platforms, other aspects of the market considered. Ignoring the issue aforementioned will lead to the presentation of a theory that may have harmful results culturally, economically and politically. To cut the story short, the aspects are as follows: the responsibility of new media towards the behavior of entire users, and the responsibility of new media towards the national government. The premise of this article is to provide a policy recommendation for the regulation of media on the basis of correct analysis regards to the effective components in the relationship between the new media and the above issues. Considering the political economy, political sociology and comparative studies reflects that in other countries over the universe, such ways have to be paved and must be desired by decision makers.

Keywords: new media, irresponsibility, regulation.

Cite this article: Mohsenian, A. (2023). Investigating the Principle of Irresponsibility Aspects in the Regulation of New Media. *Philosophy of Law*, 2(2), p.147-162. <https://doi.org/10.22081/PHLQ.2024.62042.1014>

Received: 2023-04-03 ; **Revised:** 2023-05-29 ; **Accepted:** 2023-06-16 ; **Published online:** 2023-09-27

© The Author(s).

Article type: Research Article

Publisher: Baqir al-Olum University



بررسی ابعاد اصل عدم مسئولیت در مقررات گذاری رسانه‌های جدید

سید علی محسنیان

دانشجوی دکتری، گروه حقوق عمومی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. mohsenian.ali@gmail.com

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی ابعاد اصل عدم مسئولیت در مقررات گذاری رسانه‌های جدید است. روش پژوهش توصیفی - تحلیلی بوده و نتایج حاکی از آن است که، اکثر تحقیقاتی که به موضوع عدم مسئولیت رسانه‌های اجتماعی توجه کرده‌اند، این مسأله را از منظر مناسبات رسانه اجتماعی در قبال رفتار کاربران در محیط رسانه مورد بررسی قرار داده و نتیجه‌گیری نموده‌اند، تا جایی که برخی با استناد به بند ۱۰ ماده ۲ مصوبه شورای عالی فضای مجازی در خصوص سیاست‌ها و اقدامات پیام‌رسان‌های اجتماعی که تصریح می‌کند: «مسئولیت اقدامات کاربران در شبکه‌های اجتماعی برعهده خود کاربران بوده و ارائه‌دهندگان خدمات پیام‌رسان اجتماعی، موظف به همکاری با مقامات مجاز، در چارچوب قوانین و مقررات کشور است»، بر این موضوع تأکید می‌کنند. در حالی که ارائه نظریه کامل در خصوص مسئولیت رسانه‌های جدید، علاوه بر کاربران، در گرو توجه به سویه‌های دیگر این رسانه‌ها و تحلیل مناسبات آن با حاکمیت، سایر رسانه‌های اجتماعی و رسانه و کسب‌وکارهای ذیل آن رسانه نیز می‌باشد. کما اینکه در مصوبه کمیسیون عالی تنظیم مقررات در خصوص سیاست‌ها و الزامات کلان حمایت از رقابت و مقابله با انحصار سکوهای فضای مجازی به سویه‌های دیگر این بازار نیز توجه شده است. بی‌توجهی به این مهم موجب ارائه نظریه‌ای خواهد شد که چه‌بسا نتایج زیانباری به لحاظ فرهنگی، اقتصادی و سیاسی داشته باشد. به طور خلاصه این وجوه عبارتند از: مسئولیت رسانه‌های جدید در قبال رفتار کاربران، و مسئولیت رسانه‌های جدید در قبال حاکمیت ملی. پیش‌فرض این نوشتار آن است که ارائه توصیه سیاستی برای مقررات گذاری این رسانه‌ها در گرو تحلیل درست و توجه به مولفه‌های اثرگذار در نسبت میان رسانه جدید و محورهای فوق است. توجه به اقتصاد سیاسی، جامعه‌شناسی سیاسی و مطالعات تطبیقی نیز بیانگر آن است که در سایر کشورهای جهان نیز به صورت ناگفته به این ابعاد توجه شده و مورد نظر تصمیم‌گیران بوده است.

کلیدواژه‌ها: رسانه‌های جدید، عدم مسئولیت، مقررات گذاری.

استاد به این مقاله: محسنیان، سید علی (۱۴۰۲). بررسی ابعاد اصل عدم مسئولیت در مقررات گذاری رسانه‌های جدید. *فلسفه حقوق*، ۲(۲)، ص ۱۴۷-۱۶۲.

<https://doi.org/10.22081/PHLQ.2024.62042.1014>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۱۳؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۲/۰۳/۰۹؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۲۶؛ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۲/۰۷/۰۵

ناشر: دانشگاه باقرالعلوم (ع)

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان



۱. مبانی نظری مسئولیت رسانه‌های جدید

۱-۱. انتخاب میان دوگانه سردبیری و میزبانی

۱) **مسئولیت ویرایشگری:**^۱ آنچه در خصوص مسئولیت محتوا پیش از ظهور پلتفرم‌های آنلاین مطرح بوده، شامل مسئولیت ویرایشگری می‌شد. این نوع از مسئولیت، از دیرباز در نظام‌های حقوقی مختلف مطرح بوده و سابقه آن به درازای چاپ روزنامه و مجلات و... برمی‌گردد. بدین معنا که برای مدیر مسئول یک روزنامه یا مجله یا به طور کل رسانه، صرف‌نظر از نویسنده مطالب رسانه، یک مسئولیت مراقبت برای او تعریف می‌شود و در نتیجه در قبال چاپ مطالب مختلف در رسانه خود مسئول می‌باشد. کما اینکه اصلاحیه قانون مطبوعات ایران در سال ۱۳۷۹ به صراحت برای مدیر مسئول نشریه در برابر محتوای نشریه، یک مسئولیت کیفری مطلق شناسایی نموده است. مطابق تبصره ۷ ماده ۹ این قانون، مسئولیت مقالات و مطالبی که در نشریه منتشر می‌شود، برعهده مدیر مسئول است، ولی این مسئولیت نافی مسئولیت نویسنده و سایر اشخاصی که در ارتکاب جرم دخالت داشته باشند، نخواهد بود. همچنین در تبصره ۴ ماده ۹ همین قانون آمده که مسئولیت یکایک مطالبی که در نشریه به چاپ می‌رسد و دیگر امور در رابطه با نشریه، به عهده مدیر مسئول خواهد بود.

۲) **مسئولیت میزبانی:** این نوع از مسئولیت از زمان مطرح شدن رسانه‌هایی شکل گرفت که در تولید محتوا هیچ نقشی نداشتند و صرفاً گذرگاهی برای انتقال محتوا به‌شمار می‌رفتند و یا صرفاً انتقال داده‌ها را ممکن می‌ساخته‌اند. به عنوان مثال، انواع ارائه‌دهنده‌های خدمات اینترنتی که با اتصال به سرورهای اینترنت امکان انتقال داده‌ها را بین کاربران اینترنت ممکن می‌سازند (ISP)، پر واضح است که با توجه به عدم دخالت این ارائه‌دهندگان خدمات در محتواها و حجم بسیار بالای داده‌های منتقل شده توسط آنان، فرض مسئولیت برای این رسانه‌ها، عملاً ناعادلانه و غیرعملی می‌نماید.

۳) **رسانه‌های جدید در دوراهی مسئولیت سردبیری-میزبانی:** در اواسط دهه ۱۹۹۰ میلادی، قانونگذاران کشورهای مختلف تصمیم گرفتند که واسطه‌های آنلاین، باید از تحمل مسئولیت فعالیت‌های غیرقانونی که توسط کاربران استفاده کننده از خدمات آن‌ها و در بستر آن‌ها انجام می‌شود، مبرا شوند. این تصمیم، نخست در سال ۱۹۹۶ در فصل پنجم از قانون «ارتباطات از راه دور» ایالات متحده آمریکا که به قانون سلامت ارتباطات شهرت یافته است، أخذ شد. در ماده ۲۳۰ این قانون آمده است: «با هیچ ارائه‌دهنده یا کاربر خدمات رایانه‌ای تعاملی، نباید به عنوان ناشر یا سخنران اطلاعاتی که توسط یک ارائه‌دهنده محتوای اطلاعات دیگر ارائه می‌شود، برخورد شود». نکته قابل توجه در خصوص این ماده آن است که در عنوان ماده آمده است: «حمایت از سامری نیکوکار». به نوعی فلسفه این ماده و این مصونیت

از مسئولیت را می‌توان در این عبارت نغز جستجو کرد. مطابق انجیل لوقا «سامری نیکوکار»، فردی بود که به مردی که راهزنان اموال و لباس هایش را دزدیده بودند و او را مجروح نموده بودند، کمک می‌کند. این عنوان برای قوانینی در نظر گرفته می‌شود که شخص با حسن نیت درصدد خیر رساندن در جامعه است و از این رهگذر آسیبی به فردی وارد می‌شود. این قوانین برای این افراد، جهت منزلت نهادن بر نیت خیرشان، مصونیت از مسئولیت قائل می‌شوند. در خصوص مصونیت واسطه‌های آنلاین نیز، همین فلسفه مورد تایید قرار گرفت. واسطه‌های آنلاین با هدف رفع بخشی از نیازهای شهروندان و تسریع در رساندن خدمات به آن‌ها فعالیت می‌کنند و این حسن نیت محتاج حمایت قانونی است.

سپس در ادامه همین استدلال، در ماده ۵۱۲ قانون کپی‌رایت هزاره دیجیتال پی گرفته شد: «مسئولیت ناشی از انتشار محتوای ناقص حقوق مالکیت فکری، در صورتی که هیچ یک از شروط سه‌گانه ذیل تحقق نیافته باشد، برعهده ارائه‌دهنده خدمات نیست:

- ۱) ارائه‌دهنده خدمات نفع مستقیمی از انتشار پیام می‌برده است.
- ۲) ارائه‌دهنده خدمات از انتشار محتوا آگاهی داشته باشد.
- ۳) ارائه‌دهنده خدمات پس از دریافت اخطار نسبت به محتوای ناقص، آن را در سریع‌ترین زمان ممکن حذف نکرده باشد».

همین رویه در اروپا با تصویب قانون تجارت الکترونیک^۱ پی گرفته شد و کشورهای عضو اتحادیه اروپا مطابق این سند ملزم به گذراندن قوانینی در جهت عدم مسئولیت واسطه‌های آنلاین شدند. در نتیجه این‌طور به نظر می‌رسد که ابتدا، رویکرد عمده نسبت به پلتفرم‌های آنلاین، نفی مسئولیت و پرايشگري و توجه به مسئولیت میزبانی بوده است. ولی به تدریج با توجه به اصل توانایی و آگاهی، رویکردهای دیگری نسبت به عدم مسئولیت در مقررات‌گذاری رسانه‌های جدید ایجاد شده است.

۱-۲. نظریه‌های پیش‌رو برای مسئولیت در رسانه‌های جدید

هنگامی که از مسئولیت سخن گفته می‌شود، منظور چیست؟ «مسئولیت به معنای پیامد فعل یا ترک فعلی است که شخص حقیقی یا حقوقی انجام می‌دهد که آن فعل یا ترک فعل، مطابق قوانین مدنی یا کیفری، به عنوان عمل نادرست یا جرم تلقی شده است» (Birks, 2000).

۱) **نظریه مسئولیت مطلق:** در خصوص مسئولیت بی‌قید و شرط رسانه‌های جدید در قبال اعمال تولیدکنندگان محتوا، مبانی مختلفی در نظام‌های حقوقی کشورهای مختلف مورد توجه قرار گرفته است. بر مبنای این سیستم حقوقی، ارائه‌کنندگان خدمات اینترنتی مسئول هستند، بدون توجه به اینکه آیا آنها از وجود اطلاعات و یا اعمال غیرقانونی و زیانبار آگاهی داشته‌اند یا خیر، و یا اینکه آنها کنترلی بر آن

اطلاعات و اعمال داشته‌اند یا خیر (ابهری و میری، ۱۳۹۱، ص ۱۰). به بیان دیگر، در این نظام بدون توجه به دو عنصر دانایی (علم و آگاهی از وجود یک تخلف) و توانایی (امکان حذف و یا مسدودسازی محتوای متخلفانه) در برخورد با محتواهای غیرقانونی، معیار دانسته نشده است و در عوض، مبانی دیگری از جمله عنصر توانایی مالی یا توجه به بازیگری که سود نصیب آن می‌شود، مدنظر قرار گرفته است (Keating, 2001) که همانند قاعده فقهی (من له الغنم، فعلیه الغرم) (علوی قزوینی و مسعودیان‌زاده، ۱۳۹۳) در حقوق اسلامی است. از طرف دیگر، به علت دشواری‌هایی که در فضای سایبری نسبت به شناسایی عامل اصلی جرم یا زیان وجود دارد، راه ساده‌تر مسئول شناختن رسانه است. در این رهگذر اما، به نظر مسئولیت و تکلیفی مالایطاق برعهده رسانه بار می‌شود.

جهت توضیح مالایطاق بودن این تکلیف و عدم توجه به مقتضیات فضای مجازی، توجه به ماده زیر از آیین‌نامه اجرایی قانون مطبوعات، مصوب ۱۳۹۵ و تحلیل آن خالی از لطف نیست:

ماده ۲۸- مدیران مسئول رسانه‌هایی که به صورت چاپی یا لوح فشرده منتشر می‌شوند، موظفند بلافاصله پس از چاپ یا تکثیر هر شماره رسانه و همزمان با خروج هر شماره رسانه از چاپخانه یا مرکز تکثیر، دو نسخه را در تهران به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و در شهرستان‌ها به اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان مربوط ارسال و به صورت الکترونیک، گواهی رسید دریافت کنند.^۱

در این ماده به صورت مشخص، یکی از عناصر تفاوت فضای مجازی از غیر آن مشهود بوده و آن مسئله حجم داده‌هاست. در حجم پایین می‌توان نسخه‌ای فیزیکی از داده‌ها را برای بررسی مقام ناظر فرستاد، ولی با حجم داده‌هایی که در فضای مجازی با آن روبرو هستیم، عملاً این مهم فاقد وجه می‌نماید (روشندل اربطانی و صابر، ۱۳۹۱).

استدلال دیگری در خصوص بنیان نهادن اصل مسئولیت مطلق این است که ماهیت و ذات ارائه خدمات اینترنتی از سوی ارائه‌کنندگان خدمات اینترنتی خطرناک است. دلیل آنها برای این گفته آن است که خطرناک بودن عمل و یا نهادی بر مبنای آن استوار است. این مبانی عبارتند از: وجود ریسک بالای وقوع ضرر از سوی آن عمل و یا آن نهاد، بالا بودن میزان ضرر و زیان رخ داده، عدم توانایی آن نهاد برای از میان بردن ریسک وقوع ضرر حتی با اجرای مراقبت‌ها و اقدامات پیشگیرانه متعارف، مشخص نبودن نامناسب بودن محل فعالیت آن نهاد. در مورد ارائه‌کنندگان خدمات اینترنتی نیز امکان بالای وقوع ضرر، بالا بودن میزان ضرر رخ داده و عدم توانایی برای از میان بردن ریسک بالای وقوع خطر به ویژه پیش از دریافت اختطاریه‌ای، حاکی از وجود اعمال و اطلاعات غیرقانونی و زیانبار و یا کسب آگاهی از وجود عمل و یا اطلاعات خسارت‌بار، راه را برای اعمال این دیدگاه باز می‌کند (ابهری و میری، ۱۳۹۱).

۲) **مسئولیت مبتنی بر تقصیر:** مطابق با این نظریه، چون عدول از انجام فعل لازم، به استناد ماده ۹۵۳ قانون مدنی، تقصیر محسوب می شود (ملکوتی و ساورایی، ۱۳۹۵)، می بایست ابتدا یک فعل لازم به صورت تعهدی برای مراقبت (Plunkett, 2020, p. 24) تعریف شود، بدین معنی که یک تعهد نسبت به محتواهای مشخص در قبال زیان دیده‌های مشخص برای رسانه تعریف شود، سپس نشان داده شود که این تعهد توسط رسانه، انجام نپذیرفته است.

در خصوص این تعهد مراقبت دو نکته وجود دارد:

اول اینکه در این مورد چه در قوانین ایران چه در قوانین کشورهای دیگر، بویژه چنین مسئولیتی به طور عام مشخص نشده است، آنچه به نظر به صورت گسترده‌ای دارای اهمیت بوده و به طور خاص جهان به سمت وضع تعهدات برای رسانه‌های جدید در مورد آن خواهد پرداخت، مسائل مربوط به نشر عامدانه اطلاعات خلاف واقع، پورنوگرافی کودکان و اقدامات تروریستی است. در نتیجه این طور به نظر می‌رسد، بنا نهادن مسئولیتی عام بر دوش رسانه‌های جدید، اقدامی در جهت ضربه زدن به پویایی آن‌ها باشد، بویژه در کشورهایی با سطح پایین تری از دموکراسی، به ابزاری برای سرکوب بدل شود.

دومین نکته حائز اهمیت این است که چه میزان استفاده از روش‌های مراقبتی و پیشگیرانه کفایت می‌کند؟ در پاسخ به این پرسش گفته شده است، معیار متعارف برای پیش‌بینی این اقدام‌ها، می بایست در نظر گرفته شود و برخی دیگر عرف تجاری را معیار دانسته‌اند (Mann & Belzley, 2005). در این خصوص باید توجه شود که در نظر گرفتن این عرف عام و عرف تجاری با توجه به اندازه رسانه‌ها و بودجه آنان، با فرض وجود قوه قضائیه مستقل در یک کشور دموکراتیک، می تواند پاسخ مناسبی تلقی شود.

این مبنا، با تعریفی که بالاتر از مسئولیت بیان شد، سازگارتر است؛ زیرا در مبانی مسئولیت این چنین بیان می‌شود که یا باید فاعل، عامل بی‌واسطه زیان باشد^۲ که در این حالت بنا نهادن مسئولیت مطلق، می تواند در برخی فروض، منطقی و مبتنی بر اصول بنماید، ولی در فرضی که فاعل، عامل بی‌واسطه زیان نیست، می بایست تقصیر فاعل اثبات شود.^۳ در این خصوص رسانه‌های جدید، که صرفاً به عنوان واسطه در رساندن پیام‌های کاربران عمل می‌کنند، نقش واسطه‌ای داشته و در صورت محقق شدن جرم یا زیان مادی، این طور منطقی می‌نماید که از باب سببیت قابل تعقیب باشند.

۳) **نظریه عدم مسئولیت:** مقررات حقوق آمریکا (قانون حق مولف هزاره دیجیتال مصوب ۱۹۹۸) و اتحادیه اروپا (دستورالعمل حقوق تجارت الکترونیکی مصوب ۲۰۰۰) مبتنی بر نظام حقوقی عدم

1. Duty of care in negligence

۲. کاتوزیان، ناصر (۱۴۰۲)، الزام‌های خارج از قرارداد، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ چهارم، ص ۲۱۷، ماده

۳۲۸ قانون مدنی جمهوری اسلامی ایران.

۳. ماده ۳۳۱ قانون مدنی جمهوری اسلامی ایران.

مسئولیت هستند؛ یعنی بیش از آنکه بخواهند مبانی و یا قواعد کلی برای مسئولیت واسط‌های الکترونیکی را بیان نمایند، تنها شرایطی که به موجب آنها، این واسط‌ها می‌توانند از مسئولیت معاف گردند، بیان می‌کنند (ابهری و میری، ۱۳۹۱). در این نظریه، فرض بر این گذاشته می‌شود که اگر رسانه‌های جدید، صرفاً گذرگاهی برای عبور اطلاعات باشند، نمی‌بایست مسئولیتی متوجه آنان گردد، زیرا اگر این گذرگاه انتخاب نمی‌شد، گذرگاه دیگری به عنوان بستر مورد استفاده قرار می‌گرفت و موضوعیتی برای گذرگاه نمی‌توان قائل شد. ثانیاً، فرض بر این است که با توجه به حجم فوق‌العاده بالای مطالب و محتواهایی که همه‌روزه در رسانه‌های جدید منتشر می‌شود، عملاً پیش‌بینی نظارت و ایجاد مسئولیت برای آنان، علاوه‌بر آنکه موجب کندی رشد آنان و ضربه اقتصادی به جامعه می‌شود، می‌تواند از جریان آزاد اطلاعات در جامعه جلوگیری کند. مفاهیمی مانند safe harbor، با ترجمه بندرگاه‌های امن از دل همین نظریه به وجود آمد؛ به این معنا که در زمینه مسئولیت، با در نظر گرفتن شرایطی، مسئولیت از واسط‌های اینترنتی سلب شود. این نظریه تا حدود زیادی به مسئولیت مبتنی بر تقصیر در فرضی که تعهد مراقبت به صورت تعهدی محدود بر واسط‌ها بار می‌شود، شباهت دارد، چه اینکه، در نظام‌های حقوقی مختلف که صحبت از عدم مسئولیت واسط‌ها شده است، این عدم مسئولیت، با فرض رعایت حداقل‌هایی (تعهد مراقبت) در نظر گرفته شده و اگر این حداقل‌ها رعایت نشود، خیری از عدم مسئولیت نخواهد بود.

۴) گذر از نظریه عدم مسئولیت: از زمان تصویب قوانین مربوط به لنگرگاه امن^۱ در ایالات متحده، انتقادات به این قوانین آغاز شد. یکی از مسائلی که انتقادات به نظام لنگرگاه امن را به صورت جدی تشدید کرد، موضوع اقدامات محل امنیت ملی مانند اقدامات تروریستی و... بود که در بستر پلتفرم‌های آنلاین پی‌ریزی شد (Barnes, 2004). نکته حائز اهمیت در این باره این بود که فلسفه مورد استناد در خصوص عدم مسئولیت پلتفرم‌ها آن بود که پلتفرم‌ها به دلیل عدم آگاهی از محتواهای بارگذاری شده توسط کاربران و نیز عدم توانایی بر کنترل شمار زیادی از اطلاعات، مسئول دانستن پلتفرم‌ها، به نظر خارج از دایره انصاف بود. اما در حال حاضر پلتفرم‌های آنلاین با بهره‌مندی از سرمایه‌های هنگفت و تعداد کارمندان به نسبت بالا و نیز توسعه فناوری‌های نوین همانند هوش مصنوعی و... دو فلسفه مذکور یعنی عدم آگاهی و عدم توانایی در کنترل محتوا، عملاً زیرسوال می‌رود. بنابراین، امروزه تلاش می‌شود تا تقسیم‌بندی پلتفرم منفعل (به معنی پلتفرمی که در محتوای اطلاعات منتشره دخالتی نمی‌کند) از میان برداشته شود و پلتفرم‌ها در قبال محتواهایی که منتشر می‌کنند، مسئولیت‌های خاصی را بپذیرند.

۱-۳. تجارب کشورهای منتخب

(۱) تجربه اتحادیه اروپا: در نظام حقوقی اتحادیه اروپا، دستورالعمل شماره ۳۱/۲۰۰۰ شورا و پارلمان

اروپایی جامعه اروپا راجع به برخی جنبه‌های حقوقی خدمات جامعه اطلاعاتی و تجارت الکترونیکی در بازار اینترنتی به نام «دستورالعمل راجع به تجارت الکترونیکی» مصوب سال ۲۰۰۰، محدودیت‌ها و معافیت‌هایی برای مسئولیت واسطه‌های اینترنتی پیش‌بینی شده است.^۱ این معافیت‌ها نه تنها در مورد مسئولیت ناشی از نقض کپی‌رایت، بلکه به دلیل خصوصیت نداشتن، در سایر موارد از قبیل مسئولیت ناشی از هتک حرمت یا مسئولیت کیفری نیز قابل اعمال هستند. مطابق با این دستورالعمل، ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی در صورت داشتن کارکردهایی نظیر کانال عبور، ذخیره موقت و میزبانی نسبت به محتوای تولید، نشر و توزیع شده مسئولیتی ندارند. لذا، یکی از فعالیت‌های مشمول معافیت در این دستورالعمل، خدمات میزبانی است. مطابق با ماده (۱۴) این دستورالعمل، در مواردی که موضوع خدمات، استقرار اطلاعاتی است که توسط دیگری تولید شده و در واقع ارائه‌دهنده خدمات، وظیفه میزبانی مشتریان خود را دارد، مسئولیتی از جهت این فعالیت ندارد. به طور دقیق‌تر مطابق ماده (۱۴) دستورالعمل تجارت الکترونیکی اتحادیه اروپا، ارائه‌دهنده خدمات میزبانی چنانچه اطلاع از فعالیت یا اطلاعات غیرقانونی و اوضاع و احوال دقیقی که از آنها می‌توان انجام اقدامات غیرقانونی را استنباط کرد، نداشته و یا به محض آگاهی از نقض قوانین و وجود محتوای غیرقانونی وفق دستور مرجع ذیصلاح قانونی، اقدام لازم و سریع جهت حذف یا لغو دسترسی به اطلاعات را انجام دهد، در قبال ذخیره اطلاعات مسئول نخواهد بود.

مقررات مشابهی را می‌توان در خصوص مسئولیت ارائه‌دهندگان خدمات میزبانی در حقوق انگلستان نیز یافت. چنانکه مشاهده می‌شود، پیش‌فرض وضع این مقررات آن است که میزبان‌ها اصولاً نظارتی بر اعمال و مطالب کاربران خود ندارند و بدین ترتیب مسئولیتی نیز در قبال اعمال و رفتار آنها نخواهند داشت. امروزه مهم‌ترین و به‌روزترین سندی که در خصوص مسئولیت ارائه‌دهنده‌های خدمات اینترنتی در قبال اقدامات کاربران می‌بایست مورد بررسی قرار گیرد، قانون خدمات دیجیتال^۲ است که هنوز به مرحله تصویب نرسیده و آخرین پیش‌نویس آن در دسامبر ۲۰۲۰ منتشر شده است. بررسی این سند نکات قابل توجهی دارد:

در ماده (۳) این پیش‌نویس، اصل عدم مسئولیت پلتفرم‌ها همچنان مورد تأکید قرار گرفته و با فقدان سه حالت زیر علی‌الاصول نمی‌بایست مسئولیتی متوجه پلتفرم باشد:

۱. در صورتی که یک ارائه‌دهنده خدمات اینترنتی شروع‌کننده انتقال محتوا نبوده باشد.

1. Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ('Directive on electronic commerce').

2. Digital service act

۲. گیرنده محتوای ارسالی را به صورت مشخص، تعیین نکرده باشد.

۳. محتواهای مورد نظر را انتخاب یا ویرایش نکرده باشد.

در ماده (۷) این پیش‌نویس همچنین، اصل مهمی بنیان نهاده می‌شود که حائز اهمیت است: «هیچ الزامی به صورت کلی (نه موردی) در خصوص بازبینی اطلاعاتی که بر بستر پلتفرم‌ها بارگذاری می‌شود، نمی‌بایست بر پلتفرم‌ها بار شود».

در ماده (۸) در مورد حذف محتوای غیرقانونی از بستر پلتفرم‌ها صحبت شده است: «پلتفرم می‌بایست براساس دریافت دستور در خصوص یک محتوای خاص (جزئی) غیرقانونی، که نهاد حائز صلاحیت قضایی یا اداری صادر کرده است، و دستور فوق مشخصاً براساس قانون کشور متبوع یا اتحادیه اروپا صادر شده است، نهاد صادرکننده دستور را از اقدامات خود در مطابقت از دستور صادره بدون تأخیر غیرموجه مطلع کند، علی‌الخصوص نوع اقدامی که صورت گرفته و زمان آن اقدام می‌بایست در این مستند ذکر شود».

دستور فوق می‌بایست واجد ویژگی‌های زیر باشد:

- به صورت دقیق با ارجاع به قانون علت غیرقانونی بودن محتوای مذکور ذکر شده باشد.

- می‌بایست آدرس دقیق تارنمای اینترنتی (URL) و اگر لازم است جزئیات بیشتری در مورد اطلاعاتی که می‌بایست حذف شود، ذکر گردد.

- اطلاعات مربوط به جبران خسارت پلتفرم یا دریافت‌کننده محتوا.

در ماده ۱۴: (۱) پلتفرم می‌بایست مکانیزمی طراحی کند که مطابق آن هر فرد یا نهادی بتواند آن‌ها را از وجود محتوایی که به گمان آنان به طور غیرقانونی در بستر پلتفرم انتشار یافته، مطلع سازد، این مکانیزم باید سهل الوصول بوده و تمامی مراحل آن به صورت الکترونیکی قابل انجام باشد.

(۲) سازوکاری که مطابق بند (۱) می‌بایست تعبیه شود، باید به گونه‌ای باشد که امکان تشخیص محتوای غیرقانونی برای اپراتور پلتفرم که گزارشات به او ارسال می‌شود و قرار بر این است که او اقدام مقتضی در برابر آن‌ها را انجام دهد، فراهم باشد. برای سهولت این امکان تشخیص، رعایت نکات زیر ضروری است: الف. توضیح مختصر درباره عللی که فرد یا نهادی، محتوایی در بستر پلتفرم را غیرقانونی تشخیص داده‌اند.

ب. محتوای غیرقانونی موجود در آدرس تارنمای اینترنتی یا هر توضیح لازمی که نشانگر موقعیت دقیق محتوای مورد اشاره باشد، به این معنا که اپراتور بتواند به طور دقیق موقعیت محتوای ادعایی را مورد بررسی قرار دهد.

ج. نام و رایانامه فرد یا نهادی که معتقد است محتوایی غیرقانونی بر بستر پلتفرم عرضه شده است، به صورت استثناء در خصوص محتواهای مربوط به مواد (۳) تا (۷) سند DIRECTIVE 2011/92/EU که در

خصوص جرایم جنسی علیه کودکان است، ذکر نام و ایمیل اجباری نمی‌باشد.
د. تاییدیه‌ای که می‌بایست مطابق آن فرد یا نهاد گزارش‌دهنده، صحت و دقت اطلاعات و ادعاهای خود و همچنین حسن نیت خود را تایید کند.

(۲) تجربه ایالات متحده آمریکا: در نظام حقوقی آمریکا، بخشی از «قانون کپی رایب در هزاره دیجیتال»^۱ تحت عنوان «قانون محدودیت مسئولیت ناشی از کپی رایب برخط» به وضع مقرراتی در خصوص معافیت‌ها و استثنائات راجع به مسئولیت ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی در موارد نقض کپی رایب توسط کاربران پرداخته است. در این قانون ارائه‌کننده خدمات شامل هر شخصی است که عملیات انتقال، ارسال یا برقراری ارتباط در فرایند ارتباطات دیجیتالی برخط برای انتقال یا ارسال محتوا حسب درخواست و انتخاب کاربر و بدون هیچ‌گونه تغییر در محتوا به همان شکلی که دریافت یا ارسال شده است را انجام می‌دهد. براساس قانون یاد شده، ارائه‌دهندگان خدمات در صورت وجود شرایط خاص، در چند مورد از مسئولیت معاف هستند که این موارد معافیت تحت عنوان بندرگاه‌های امن در نظام حقوقی آمریکا شهرت پیدا کرده‌اند. یکی از چهار بندرگاه امن در قانون کپی رایب در عصر دیجیتال، عبارت است از استقرار اطلاعات بر روی سیستم‌ها یا شبکه‌ها حسب درخواست کاربران (یعنی میزبانی). به موجب این قانون، ارائه‌دهنده خدمات بابت نقض کپی رایب توسط دیگران که ناشی از ذخیره اطلاعات بوده و این اطلاعات حسب درخواست و هدایت کاربر بر روی شبکه یا سیستم تحت کنترل ارائه‌دهنده خدمات، مستقر و نگهداری شده است، مسئول نخواهد بود. این معافیت مشروط به نداشتن علم واقعی (حسب دستور مرجع ذیصلاح قانونی) به اینکه اطلاعات موجود در شبکه یا سیستم و یا فعالیتی که از اطلاعات مزبور استفاده می‌کند، موجب نقض کپی رایب می‌شود و عدم آگاهی از اوضاع و احوال و شرایط متقنی که مبین نقض کپی رایب هستند. از طرفی باید در نظر داشت که در نظام حقوقی آمریکا به موجب قانون کپی رایب هزاره دیجیتال، ارائه‌دهندگان خدمات دسترسی و میزبانی، فاقد وظیفه نظارت بر محتوا هستند.

قسمت ۲۳۰ از قانون «ارتباطات شایسته»^۲ مصوب سال ۱۹۹۶ که بخشی از قوانین اینترنت در ایالات مهم آمریکا است، در بخش (ث ۱) فراهم‌کنندگان و استفاده‌کنندگان «خدمات‌های کامپیوتری مبتنی بر ارتباط متقابل» را مسئول محتوایی که کاربران ثالث منتشر کرده‌اند، نمی‌داند. «با هیچ فراهم‌کننده خدمت و یا استفاده‌کننده از خدمت متقابل مثل منتشرکننده محتوا و اطلاعات، برخورد نخواهد شد». به این ترتیب، وقتی ارائه‌دهندگان خدمات کامپیوتری، کنترلی بر تصحیح در مبحث انتشار محتوا ندارند، مسئولیتی پیرامون محتوا نخواهند داشت. این وضعیت دقیقاً مقابل وضعیت ناشران سنتی قرار دارد

۱. قانون کپی رایب هزاره دیجیتال (DMCA) Digital Millennium Copyright Act مصوب ۱۹۹۸

2. Communications Decency Act

که در آن چون توانایی انتخاب و تصحیح محتوا وجود داشت، ناشر مسئول شناخته می‌شد. حقیقت این است که برخلاف ناشران غیر برخط، بسیاری از واسطه‌های آنلاین نمی‌توانند قبل از توزیع محتوا، آن را بررسی نمایند. در واقع اگر بخواهند این کار را انجام دهند، برای آن‌ها بسیار هزینه‌بر و کند خواهد بود و در پلتفرم‌های توزیع ویدیوی همزمان، این کار تقریباً غیرممکن است. با این حال در نظام حقوقی آمریکا نمی‌توان گفت توزیع‌کنندگان برخط محتوا دقیقاً همان حقوق را دارند، حمل‌کننده پیام عادی (صرف در اختیار داشتن یک محتوا و نه انتشار آن) به عهده آن‌هاست. مقررات‌گذاران از پلتفرم‌های آنلاین انتظار دارند که به طور متعارف از ارائه خدماتی که سوءاستفاده‌گرانه است و منتج به اعمال مجرمانه می‌شود، جلوگیری نمایند. با افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی و به خصوص فیس‌بوک، توئیتر، یوتیوب و غیره برای دروغ‌پراکنی و ایجاد نفرت، شرایط تغییر کرده و سناتورهای دموکرات قصد دارند بند ۲۳۰ قانون شایستگی ارتباطات مصوب سال ۱۹۹۶ را تغییر داده و قانون فناوری امن را جایگزین آن کنند، تا شرکت‌های اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی برای شناسایی افراد متخلف و نفرت‌پراکن مسئول باشند. ماهیت این قانون به گونه‌ای خواهد بود که طرح و اثبات شکایات حقوقی از شبکه‌های اجتماعی را در دادگاه تسهیل می‌کند و شرکت‌های فناوری آمریکا از هم‌اکنون بیم دارند که کسب و کارشان با تصویب این قانون مختل شده و مانعی تازه بر سر راه فعالیت‌های آنها شکل بگیرد. براساس قانون فناوری امن، شکایت از شبکه‌های اجتماعی به علت میزبانی تبلیغات نامناسب، آسیب زدن به کاربران با کلاهبرداری یا فروش محصولات معیوب و تقلبی، آزار رساندن و زورگیری، انتشار اخبار دروغ و غیره در دادگاه‌ها، به سادگی ممکن خواهد بود.^۲ هرچند لازم به ذکر است که به دلیل انتقاداتی که به این قانون شده است، تصویب آن در حاله‌ای از ابهام قرار دارد و پس از خوانده شدن قانون در صحن علنی سنا، به کمیسیون فرهنگی، علمی و حمل و نقل ارجاع شده است.^۳

۲. مسئولیت رسانه‌های جدید در حقوق ایران

در خصوص مسئولیت رسانه‌های جدید در ایران، روند سیاست‌گذاری و قانونگذاری را می‌توان به نحو زیر دنبال کرد:

۲-۱. اصل عدم مسئولیت در قبال رفتار کاربران

به موجب بند (۱۰) ماده (۲) مصوبه سیاست‌ها و اقدامات ساماندهی پیام‌رسان‌های اجتماعی، مسئولیت

1. Safe Tech act

۲. تعقیب شبکه‌های اجتماعی در آمریکا به خاطر مطالب کاربران تسهیل می‌شود (۱۳۹۹/۱۲/۱۹).

۳. سنای آمریکا، قابل دسترسی در:

اقدامات کاربران در شبکه‌های اجتماعی، برعهده خود کاربران بوده و ارائه‌دهنده خدمت پیام‌رسان اجتماعی، موظف به همکاری با مقامات مجاز، در چارچوب قوانین و مقررات کشور است.

اصول و الزاماتی که قانونگذار ایرانی برای رسانه‌های جدید شناسایی کرده است:

۱) نگهداری و حفاظت از داده‌های ترافیک و اطلاعات کاربران: ماده (۳۳) قانون جرایم رایانه‌ای ذیل

عنوان نگهداری داده‌ها و در راستای استنادپذیری و اعتباربخشی به داده‌ها مقرر می‌دارد که: «ارائه‌دهندگان خدمات میزبانی داخلی موظف هستند اطلاعات کاربران خود را حداقل تا شش ماه پس از خاتمه اشتراک و محتوای ذخیره شده، و داده ترافیک حاصل از تغییرات ایجاد شده را حداقل تا پانزده روز نگهداری کنند».^۱ این امر در ماده (۵) آیین‌نامه اجرایی ماده (۵۴) قانون جرایم رایانه‌ای نیز تکرار شده و در تبصره (۱) تاکید شده است که «ارائه‌دهندگان خدمات میزبانی موظفند سامانه‌های رایانه‌ای خود را به نحوی تنظیم کنند که هرگونه تغییر اعم از اصلاح یا حذف محتوا و داده ترافیک حاصل از آن را ذخیره نماید».^۲ این مواد قانونی در جهت جلوگیری از پاک کردن ردپای مجرمانه از بستر واسط‌ها صورت گرفته و می‌توان آن را به عنوان تعهدی در جهت سالم‌سازی و پاک‌سازی از جرم در جامعه در نظر گرفت.

۲) تکلیف ارائه‌دهندگان خدمات میزبانی به ممانعت از دسترسی به محتوای مجرمانه مطابق دستور

کارگرو یا به موجب دستور قضایی: ماده (۲۳) قانون جرایم رایانه‌ای مقرر می‌کند: «ارائه‌دهندگان خدمات میزبانی موظفند به محض دریافت دستور کارگروه (کمیته) تعیین مصادیق مذکور در ماده فوق یا مقام قضایی رسیدگی‌کننده به پرونده، مبنی بر وجود محتوای مجرمانه در سامانه‌های رایانه‌ای خود، از ادامه دسترسی به آن ممانعت به عمل آورند. چنانچه عمداً از اجرای دستور کارگروه (کمیته) یا مقام قضایی خودداری کنند، منحل خواهند شد. در غیر این صورت، چنانچه در اثر بی‌احتیاطی و بی‌مبالاتی زمینه دسترسی به محتوای مجرمانه مزبور را فراهم کنند، در مرتبه نخست به جزای نقدی از بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا یکصد میلیون (۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال و در مرتبه دوم به یکصد میلیون (۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا یک میلیارد (۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال و در مرتبه سوم به یک تا سه سال تعطیلی موقت محکوم خواهند شد».

از این ماده این‌طور می‌توان استنباط نمود که به عنوان یک اصل کلی در حقوق ایران برای واسط‌های اینترنتی، اصل بر عدم مسئولیت است و تنها در زمانی که کمیته تعیین مصادیق مجرمانه، محتوایی را غیرقانونی تشخیص داد، در آن زمان می‌توان از مسئولیت سخن گفت که در این زمان دیگر مسئولیتی که

۱. مرکز پژوهش‌های مجلس جمهوری اسلامی ایران، قابل دسترس در: <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/135717>

۲. آیین‌نامه جمع‌آوری و استنادپذیری ادله الکترونیکی. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. قابل دسترس در:

<https://rc.majlis.ir/fa/law/show/897504>

متوجه به واسطه‌ها می‌شود، ناشی از اقدامات کاربران نیست، بلکه ناشی از عدم انجام دستور قضایی است. همچنین در تبصره ماده (۲۳) قانون جرایم رایانه‌ای اینچنین آمده است: «ارائه‌دهندگان خدمات میزبانی موظفند به محض آگاهی از وجود محتوای مجرمانه، مراتب را به کارگروه (کمیته) تعیین مصادیق اطلاع دهند». در این خصوص می‌توان به چند نکته توجه نمود، اول آنکه مطابق این تبصره مسئولیتی برای واسطه‌ها در جهت اعمال کاربران فرض نشده است. دوم اینکه، حدود مورد نیاز برای کسب آگاهی مشخص نشده است. در نتیجه در کارآمدی تبصره فوق تردید زیادی وجود دارد.

۳) ایجاد سازوکار لازم برای تشخیص اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع و حذف آن: مصوبه الزامات پیشگیری و مقابله با نشر اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع در فضای مجازی^۱ ضمن تعریف درگاه نشر^۲ و سکوی نشر^۳، تکالیف و الزاماتی از جهت پیشگیری و مقابله با نشر اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع در فضای مجازی برای رسانه‌های جدید ارائه نموده است. مطابق ماده (۷)، درگاه‌های نشر موظف هستند برای مواجهه با پیامدهای نشر اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع، اقدامات زیر را انجام دهند:

۱-۷. سازوکار لازم برای تشخیص اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع دریافتی قبل از انتشار، اعم از رویه‌های انسانی و یا ماشینی موسوم به تعدیل محتوا^۴ و یا اتصال به سامانه‌های راستی‌آزمایی^۵ مرجع ایجاد شده در کشور ایجاد کنند.

۲-۷. به محض اطلاع از انتشار اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع، نسبت به حذف و درج توضیحات اقدام کرده و از رویه‌ها و سامانه‌های گزارش‌دهی فوری به مراجع قانونی ذیربط استفاده نمایند.

ماده ۸- سکوهای نشر موظف هستند علاوه بر ایجاد سازوکار و رویه‌های اجرایی موثر و سامانه‌های هوشمند شناسایی و حذف فوری اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع، نسبت به ارائه خدمات مورد نیاز در درگاه‌های نشر در چارچوب این مصوبه اقدام کنند.

با عنایت به توضیحات فوق روشن می‌شود که رسانه‌های جدید نه در قبال محتوای کاربران، بلکه به دلیل الزامات و تکالیفی که قانونگذار برای آن مشخص نموده، مسئول بوده و میان مسئولیت محتوا و رسانه

۱. مصوبه جلسه شماره ۶۸ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۶ شورای عالی فضای مجازی.

۲. درگاه نشر: موجودیت فضای مجازی اعم از کانال، صفحه، وبسایت، برنامه و بات یا ربات که در دسترس عموم بوده و در آن اطلاعات، اخبار و محتوای خبری منتشر یا باز نشر می‌شود و بیش از پنج هزار مخاطب دارد.

۳. سکوی نشر: هر سامانه و زیرساختی که قابلیت ایجاد و مدیریت فنی و مقرراتی درگاه‌های نشر را دارد.

4. Content Moderation

5. Fact Checking

تفکیک وجود دارد و شاهد این مدعا بند (۲-۲) ماده (۲) مصوبه الزامات پیشگیری و مقابله با نشر اطلاعات جعلی است که مسأله تفکیک و تعیین مسئولیت صاحبان درگاه‌ها و سکوها‌های نشر و اشخاص حقیقی و حقوقی تولیدکننده و انتشاردهنده اخبار، اطلاعات و محتوای خبری خلاف واقع را مطرح نموده است. مقررات‌گذار ایرانی در حوزه محتواهای خلاف واقع و جعلی، برای رسانه‌های جدید به صورت فعال سطحی از مسئولیت را شناسایی نموده است.

۲-۲. مسئولیت رسانه‌های جدید در قبال حاکمیت ملی

در رابطه با مسئولیت رسانه‌ها در قبال حاکمیت ملی کمتر توجه و به آن پرداخته شده است. آنچه در این رهگذر اهمیت پیدا می‌کند و بحث از آنجا آغاز می‌شود، تلاقی حق بر آزادی بیان با حق بر حاکمیت ملی و تمامیت ارضی است. در واقع محدودیت‌های ناشی از حق بر آزادی بیان در حوزه عمومی این چالش را ایجاد می‌کند که مسئولیت یک رسانه در قبال نشر یک محتوای آسیب‌زننده به امنیت ملی و تمامیت ارضی چه حدود و ثغوری دارد. به عنوان مثال، اگر یک رسانه درصدد این برآید که در کشوری که میان دو قومیت تش بالایی وجود دارد، خبری مبتنی بر توهین یک نفر از یک قوم به قوم دیگر را منتشر کند (هرچند خبر تماماً درست باشد و علاوه بر درست بودن، خود آن رسانه نیز در پیشامد آن نقشی نداشته باشد) می‌تواند منجر به یک نسل‌کشی شبیه آنچه در رواندا اتفاق افتاد، شود. مسئول دانستن رسانه‌های جدید در عصر حاضر با نفوذ رسانه‌های متکثر در همه عرصه‌ها و شبکه‌های اجتماعی و نیز سرعت فزاینده انتشار اخبار، کار پیچیده‌ای است. چالش‌های این مسئولیت آنجا فزاینده می‌شود که قابلیت‌هایی مانند پخش زنده و در دسترس قرار دادن و یافتن محتوا از طریق سازوکارهای شبکه‌های اجتماعی مانند هشتک‌گذاری و ارسال دسته‌جمعی^۱ و... نیز امروزه در اختیار رسانه‌های جدید قرار گرفته است.

۲-۲-۱. عناصر مسئولیت در قبال حاکمیت ملی

۱) **سونیت:** سونیت در فرض حاضر به این معناست که رسانه، یا دانسته اقدام به انتشار خبری کرده که می‌دانسته موجب آسیب به امنیت ملی و تمامیت ارضی خواهد شد، یا باید می‌دانسته که این اتفاق رخ می‌دهد. به این معنا که یا اقدام به انتشار با سوءنیت همراه بوده، یا با بی‌احتیاطی و بی‌مبالاتی؛ و یک رسانه نوعی با نیروی کار این رسانه و پتانسیل‌های آن می‌توانسته از خطرات انتشار این خبر در جامعه اطلاع پیدا کند و از نشر این خبر جلوگیری نماید.

۲) **آسیب‌های وارده به امنیت ملی و تمامیت ارضی قطعی باشد:** با این توضیح که صرف وجود یک مسئله تش‌زا در امنیت ملی، نباید موجب این شود که از انتشار هر نوع خبری در خصوص این موضوع در رسانه‌ها جلوگیری گردد. در قانون شبکه‌های اجتماعی ترکیه این موضوع پیش‌بینی شده است.

۳. نتیجه‌گیری

رسانه‌های جدید تأثیرات بسیاری بر اقتصاد کلان و افزایش درآمد دارند. به همین دلیل مسئولیت‌های مدنی و کیفری که در قوانین ممکن است برای آن‌ها پیش‌بینی شود، اگر چنان باشد که قدرت خلاقیت، نوآوری و جذب کاربر و شبکه‌سازی را از آنان سلب کند، در واقع ضربه‌ای به اقتصاد کشورها وارد آمده است. بنابراین، قانون‌گذاران و مفسران قانون که بیشتر قضات را تشکیل می‌دهند، باید به این مهم دقت داشته باشند. مطالعه تطبیقی قوانین سایر کشورها، از جمله اتحادیه اروپا، چین و آمریکا حاکی از آن است که در صورتی رسانه‌های اجتماعی مسئولیت خواهند داشت که اطلاع آن‌ها از محتوای مجرمانه و ناقض حق، احراز شود. گرچه امروزه با پیشرفت تکنولوژی، به طور سرسام‌آوری انتظار دولت‌ها در مورد کنترل رسانه‌های اجتماعی بر محتوایی که در آن‌ها ارسال می‌شود را بیشتر کرده است. اما تا زمانی که نتوان ادعا کرد که تکنولوژی‌ها و ابزاری که پلتفرم‌ها در دست دارند، با تقریب مناسبی عاری از خطا خواهند بود، بار کردن مسئولیت بر پلتفرم‌ها با توجیه استفاده آن‌ها از تکنولوژی قابل دفاع به نظر نمی‌رسد. بنابراین، به نظر می‌رسد پلتفرم‌هایی که تنها بندرگاهی امن محسوب می‌شوند، در صورتی که بر طبق موازین، تقصیر آن‌ها و یا اطلاعشان از انجام عمل مجرمانه و نقض حق، وجود نداشته باشد، از مسئولیت مدنی و کیفری بری خواهند بود. همچنین باید توجه داشت، مسئولیت انواع رسانه‌های اجتماعی در نسبت با مسئولیت کاربران نیز در وضعیت یکسانی قرار ندارند و هر یک با توجه به امکان محتوا در وضعیت حقوقی متمایز از یکدیگر بوده و شاید بتوان بر مبنای میزان سردبیری، طیف‌بندی زیر را برای آنها قایل بود: آی.پی. تیوی^۱، وی.او.دی.ها،^۲ یو.جی.سی،^۳ شبکه‌های اجتماعی، پیام‌رسان‌های اجتماعی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. IPTV
2. VOD
3. UGC

منابع

- آیین‌نامه جمع‌آوری و استنادپذیری ادله الکترونیکی. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. قابل دسترسی در: <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/897504>
- ابه‌ری، حمید؛ میری، حمید (۱۳۹۱). پژوهشی تطبیقی پیرامون مسئولیت مدنی ارائه‌کنندگان خدمات اینترنتی با تاکید بر حقوق آمریکا و اتحادیه اروپا. *پژوهش حقوق خصوصی*، (۱۱).
- ابه‌ری، حمید؛ میری، حمید (۱۳۹۰). مطالعه تطبیقی مبانی مسئولیت مدنی ارائه‌کنندگان خدمات اینترنتی. *پژوهش‌های حقوق تطبیقی*، ۱۵ (۷۳).
- تعقیب شبکه‌های اجتماعی در آمریکا به خاطر مطالب کاربران تسهیل می‌شود (۱۳۹۹/۱۲/۱۹). قابل دسترسی در: <https://paydarymelli.ir/fa/print/62844>
- روشندل اربطانی، طاهر؛ صابر، منوچهر (۱۳۹۱). ارتباط میان فرهنگ و فناوری اطلاعات و ارتباطات و آسیب‌های فرهنگی اینترنت. *مطالعات بین‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ (رسانه و فرهنگ)*، (۲)۲.
- علوی قزوینی، سید علی؛ مسعودیان‌زاده، سید ذبیح‌اله (۱۳۹۳). قاعده «من له الغنم فعلیه الغرم». *پژوهشنامه اندیشه‌های حقوقی*، شماره ۴.
- علوی قزوینی، سید علی؛ مسعودیان‌زاده، سید ذبیح‌اله (۱۳۹۳). قاعده «من له الغنم فعلیه الغرم». *پژوهشنامه اندیشه‌های حقوقی*، شماره (۴).
- کاتوزیان، امیرناصر (۱۴۰۲). *الزام‌های خارج از قرارداد*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ سوم.
- ملکوئی، رسول؛ ساورایی، پرویز (۱۳۹۵). درآمدی بر مسئولیت مدنی در فضای سایبر. *پژوهش حقوق خصوصی*، (۱۵)۴.
- Barnes, D.A. (2004). Deworming the Internet. *Texas l. rev.*, 83(1).
- Birks, P. (2000). Rights, Wrongs, and Remedies. *Oxford Journal of Legal Studies*, 20(1). <https://doi.org/10.1093/ojls/20.1.1>
- Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ('Directive on electronic commerce').
URL= <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32000L0031>
- Keating, G.C. (2001). The Theory of Enterprise Liability and Common Law Strict Liability. *Vanderbilt Law Review*, 54(3).
- Mann, R.J. & Belzley, S.R. (2005). The Promise of Internet Intermediary Liability. *William & mary law review*, vol. 47.
- Plunkett, J. (2020). *The Duty of Care in Negligence*. Hart Publishing.