

Examining the enforceability of virtual account contracts in the Iranian legal system

Mohadeseh mohtaj

Department of Private Law, Ka.C., Islamic Azad University, Karaj, Iran

Seyed pedram khandani

Department of Law, Ka.C., Islamic Azad University, Karaj, Iran

(Corresponding Author) dr.khandani@gmail.com

Mehrdad nazemi

Department of Law, Ka.C., Islamic Azad University, Karaj, Iran

Keywords:

Adhesion
Contract, Virtual
Account,
Contract,
Privacy, Virtual,
Ownership

Abstract

Today's world, which has been likened to a global village, has been greatly influenced by the significant and increasing expansion of communications in the third millennium, which is due to the existence of the cyberspace or virtual world. Entering this space requires the use of social networks and other messengers through which a person enters the world of virtual communication by creating a user account and using a password. It is due to the existence of this user account along with the IP that the discussion of ownership of the virtual account and subsequently considering the virtual account as a part of the user's property is discussed. In this regard, there are three major approaches: property and ownership approach, contract rights approach and privacy approach. According to the first approach, the virtual account is considered as the property of the user and is transferred to the heirs upon his death. According to the second approach, the user's relationship with the service provider is a contractual relationship. Therefore, according to the terms of the contract that has been accepted by the user, it is considered non-transferable. Appeal to privacy also has a result similar to contract theory. This research has investigated these types of contracts with an analytical-descriptive approach and using library resources And due to the fact that these types of contracts are classified as supplementary contracts and are against the law and public order and good morals, they are not enforceable



This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license:

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

بررسی قابلیت اجرای قراردادهای حساب مجازی در نظام حقوقی ایران

محدثه محتاج

گروه حقوق خصوصی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

سید پدرام خندانی

گروه حقوق، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران (نویسنده مسئول)

dr.khandani@gmail.com

مهرداد ناظمی

گروه حقوق، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

تاریخ پذیرش: ۲۴ فروردین ماه ۱۴۰۴

تاریخ دریافت: ۱۱ مرداد ماه ۱۴۰۳

چکیده

دنیای امروز که به دهکده جهانی تشبیه شده به شدت تحت تأثیر گسترش چشمگیر و فزاینده ارتباطات در هزاره سوم بوده است که همین حجم و تنوع ارتباطات مرهون وجود فضای سایبر یا عالم مجازی است. ورود به این فضا مستلزم استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سایر پیام‌رسان‌هایی است که شخص با ایجاد یک حساب کاربری و استفاده از رمز عبور وارد دنیای ارتباطات مجازی می‌شود. به اعتبار وجود همین حساب کاربری به همراه IP است که بحث مالیت حساب مجازی و متعاقباً محسوب شدن حساب مجازی به عنوان جزئی از دارائی کاربر به میان می‌آید. در این باره سه رویکرد عمده مطرح است رویکرد اموال و مالکیت، رویکرد حقوق قراردادهای و رویکرد حریم خصوصی. طبق اولین رویکرد حساب مجازی جزو دارایی کاربر محسوب و با فوت او به ورثه انتقال پیدا می‌کند. طبق دومین رویکرد رابطه کاربر با شرکت ارائه‌دهنده خدمات رابطه‌ای قراردادی است. به همین جهت طبق شروط قراردادی که مورد پذیرش کاربر نیز قرار گرفته است آن را غیرقابل انتقال می‌دانند. توسل به حریم خصوصی نیز نتیجه‌ای شبیه نظریه قراردادی دارد. این پژوهش با رویکرد تحلیلی - توصیفی و با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای به بررسی این نوع قراردادهای پرداخته است و باتوجه به اینکه این نوع قراردادهای در زمره قراردادهای الحاقی قرار می‌گیرند و مخالف قانون و نظم عمومی و اخلاق حسنه هستند؛ بنابراین قابلیت اجرایی ندارند.

واژگان کلیدی: قرارداد الحاقی، حریم خصوصی، حساب مجازی، قرارداد، مالکیت

مقدمه

فعالیت ما در فضای مجازی به وسیله ابزاری به نام حساب مجازی امکان پذیر است. حساب مجازی ابزاری است که به وسیله یک قرارداد میان شرکت ارائه دهنده خدمات و کاربر ایجاد می شود و بدین وسیله کاربر می تواند وفق ضوابط قراردادی در بستری که شرکت در اختیار آن قرار می دهد به فعالیت بپردازد که این فعالیت ها اعم از ایجاد، ارسال، دریافت، ذخیره، نمایش اطلاعات و خرید و فروش است.

حساب های مجازی را می توان در ۴ دسته شخصی، مالی، تجاری و رسانه های اجتماعی قرارداد (Perrone 185). در مواجهه نخست با حساب مجازی اولین پرسشی که به ذهن متبادر می گردد این است که آیا حساب مجازی مال است و در صورت مثبت بودن پاسخ مالکیت آن متعلق به چه کسی است؟ کاربر یا شرکت ارائه دهنده خدمات؟ برای یافتن پاسخ باید به سراغ تحلیل رویکرد قراردادی رفت. اهمیت بررسی این رویکرد زمانی مشخص می شود که بحث انتقال این حساب ها مطرح می گردد. اولین پرسشی که در زمان انتقال این گونه حساب ها مطرح می شود این است که آیا قراردادهای منعقد بین کاربر و شرکت ارائه دهنده خدمات می تواند به عنوان یک مانع عمل کنند و سبب عدم انتقال حساب به صورت ارادی یا قهری گردند یا خیر؟ پرسش یاد شده زمانی واجد اهمیت بیشتری می شود که حساب ارزش مالی یافته باشد و به عنوان یک حق مالی جزو ترکه به شمار آید. یک مطالعه اخیر نشان داد که به طور متوسط آمریکایی ها رد پای دیجیتالی^۱ یا فعالیت های خود در فضای مجازی را نزدیک به ۵۵۰۰۰ دلار ارزش گذاری می کنند (Watkins, 2014: 193).^۲

در موقعیت کنونی شرکت های ارائه دهنده خدمات رویکردهای متفاوتی در ارتباط با این موضوع دارند، برخی از آنجا که این حساب ها را همچنان متعلق به خود می دانند با فوت کاربر، حساب را منقضی شده می دانند (Cummings, 2014, 897) و برخی دیگر این امکان را فراهم کرده اند که حساب پس از فوت به وراثت برسد و یا در طول حیات، فرد بتواند آن را به دیگران منتقل کند (Gaed, 2016, 281). در حقوق آمریکا درباره حساب مجازی بسیار تحقیق شده است و پنج ایالت اوکلاهاما، کنتیکت، رود آیلند، آیداهو و ایندیانا همگی قوانینی را تصویب کرده اند (Hollon 2013, 1031). اما ادبیات حقوقی کشور ما در این خصوص ضعیف است. شرکت های ایرانی فعال در زمینه ایجاد حساب مجازی در شروط خود هیچ گونه مقرره ای درباره وضعیت انتقال حساب به کاربر ندارند، به عنوان مثال می توان از سایت پیکوفایل نام برد (میرشکاری، ۱۳۹۵: ۷۷). قوانین ما نیز تکلیفی برای حساب های کاربری مشخص ننموده اند تا جایی که در پیش نویس لایحه قانون حمایت از داده ها و حریم خصوصی در فضای مجازی که می توانست جای مناسبی برای طرح این موضوع باشد سخنی در این باره گفته نشده است. به نظر می رسد به دلیل خارجی بودن تابعیت اکثر شرکت های ارائه دهنده این گونه خدمات، قانون گذار به این موضوع بی توجه بوده است (میرشکاری و فتاحی کته لته، ۱۴۰۰: ۱۷۳). بنابراین، در این پژوهش سعی می شود به دو پرسش فوق پاسخ داده شود. در بخش اول مالیت و مالکیت حساب مجازی بررسی می گردد و در بخش دوم به بررسی ابعاد مختلف قراردادهای منعقد بین کاربر و شرکت های ارائه دهنده خدمات و اعتبار این قراردادها و همچنین نقش این شرکت ها خواهیم پرداخت.

۱- مالیت حساب مجازی

در ابتدا مال مفهوم گسترده ای نداشته است و صرفاً شامل اعیانی می گشت که قابل بهره برداری و انتفاع باشد. ولی به مرور زمان و در طول سال ها، تعریف از دارایی به گونه ای تکامل یافته است که دارایی های غیرمادی و فکری را شامل می شود (Varnado, 2013: 719) و جامعه به تبع قانون آنها را اعتبار نموده است (محمدی، ۱۳۹۱: ۲). امروزه فقها به درستی معنای عرفی آن را مدنظر قرار داده و آنچه را از نظر عرف و عقلا مال محسوب می شود مال دانسته اند (شهلائی، ۱۳۹۵: ۳۷). در حقوق ما تعریفی از مال ارائه نشده است؛ بنابراین باید به تعاریف اساتید و حقوق دانان

^۱ Digital footprint

^۲ رد پای دیجیتال به معنی فعالیت های ما در فضای مجازی است و به دنبال داده هایی است که هنگام استفاده از اینترنت از خود باقی می گذاریم این شامل وبسایت هایی است که باز می کنید، ایمیل هایی که ارسال می کنید و اطلاعاتی که به صورت آنلاین ارسال می کنید. به طور کلی می توان فعالیت های دیجیتال یا مجازی را این گونه تعریف کرد: هر فایل و حساب، چه به صورت محلی و چه آنلاین ذخیره می شود. این شامل هر مورد دیجیتال مانند اطلاعات دیجیتال فرد، دارایی دیجیتال و حساب های دیجیتال است اقلام دیجیتالی ممکن است به سادگی وسیله ای برای دسترسی به سایر موارد دیجیتالی مانند پست الکترونیکی باشند، یا ممکن است مجموعه ای از عکس ها، فیلم ها، اسناد، کتاب ها، موسیقی یا چیزهای دیگر و حساب های رسانه های اجتماعی یا سایر مطالبی که فی نفسه ارزشمند نیستند؛ اما از منظر احساسی غیرقابل جایگزین هستند (Varnado 2013, 719).

در این زمینه مراجعه کرد. وقتی یک شخص برای خود یک حساب کاربری باز می‌کند این افتتاح حساب برای رفع یک نیاز است که این نیاز یا مادی است؛ مثلاً به منظور خرید یک وسیله یا معنوی است؛ مثلاً به منظور ارتباط گرفتن با شخص دیگر برای رفع دلنگی. همان‌طور که در تعریف مال آمده است، مال باید مفید باشد و نیازی را برآورده کند خواه آن نیاز مادی باشد یا معنوی و قابل اختصاص یافتن به شخص یا ملت معین (کاتوزیان، ۱۳۹۰: ۸)؛ بنابراین، حساب مجازی را می‌توان یک مال دانست؛ زیرا این حساب‌ها یا نیاز مادی ما را برآورده می‌کند یا نیاز معنوی ما را. حساب مجازی ما در سایت دیجی کالا نیازهای مادی را برطرف می‌کند و یا حساب‌های رسانه‌های اجتماعی اغلب نیازهای معنوی ما را برطرف می‌کنند؛ بنابراین با توجه به کارکرد و محتوای حساب مجازی می‌توان به آن خصیصه مادی یا معنوی بودن را داد. علاوه بر این، این اطلاعات به دلیل اینکه به وسیله یک شخص تولید، نوشته، بارگذاری، فروش و خریداری می‌گردند؛ بنابراین تمامی محتوای حساب‌های مجازی قابل انتساب به شخص است. زیرا یکی از اجزای تشکیل دهنده حساب مجازی، کاربر است که وی در واقع تولید محتوا می‌کند و این تولید محتوا طبق بند ۴۶ قانون اساسی متناسب به وی است. این ادعا که حساب مجازی به دلیل عدم وجود ارزش مالی مال محسوب نمی‌گردد غلط است؛ زیرا قابلیت تقویم پولی صرفاً مولفه‌ای برای تعریف یک مال نیست. همان‌گونه که یک آلبوم عکس فاقد ارزش پولی است؛ اما در تعلق آن به اموال و دارایی شخص نمی‌توان تردید داشت از طرف دیگر برخی حساب‌های مجازی دارای ارزش مالی قابل توجهی هستند؛ مانند حساب‌های مالی که در آن به خرید و فروش ارزهای دیجیتال می‌پردازیم؛ بنابراین حساب‌های مجازی را می‌توان به عنوان اموال و دارایی در نظر گرفت. در واقع مادر حساب مجازی با شخص و یک چیز که غیر ملموس و غیر مادی است و رابطه بین این دو سروکار داریم. در ادامه به بررسی این موضوع پرداخته خواهد شد که کاربر می‌تواند مالک حساب مجازی گردد یا خیر؟

۲- مالکیت حساب مجازی:

در مورد مالکیت کاربر نسبت به حساب مجازی همان‌طور که در مباحث قبل اشاره گردید با توجه به ماده ۴۶ قانون اساسی کاربر مالک محتوای حساب خود است؛ زیرا محتوا حاصل کار و تلاش کاربر است؛ بنابراین مطابق ماده ۳۰ قانون مدنی حق هرگونه انتفاع از ملک خود را دارد.^۲ علاوه بر این شرکت‌های ارائه دهنده خدمات نسبت به مالکیت محتوا هیچ ادعایی ندارند و در شروط خود به صراحت، مالک محتوای حساب را کاربر می‌دانند. از سوی دیگر بر اساس رویکرد حقوق اموال و مالکیت حساب مجازی جزو دارایی مالک محسوب می‌شود و تفاوتی بین اموال مادی و غیرمادی وجود ندارد و با اموال غیرمادی باید همانند اموال مادی برخورد شود همان‌گونه که یک عکس فیزیکی که توسط شخص الف گرفته شده جزو دارایی او محسوب می‌شود و متعاقباً قابل انتقال به ورثه وی است یک عکس دیجیتالی گرفته شده توسط شخص الف و بارگذاری آن در صفحات مجازی نیز همین خصوصیت را دارد؛ از این رو منطقی به نظر نمی‌رسد که فرد مالک باشد؛ اما از اداره اموال خود محروم گردد. در ادامه این موضوع بررسی خواهد شد که آیا شرکت‌ها اساساً این اختیار را دارند که با استفاده از قرارداد سرنوشت حساب کاربر را تعیین کنند یا خیر؟

۳- رویکرد قراردادی

طرف‌داران رویکرد قراردادی به این دلیل که حساب مجازی به واسطه یک قرارداد بین شرکت‌های ارائه دهنده خدمات و کاربر به وجود می‌آید عقیده دارند که باید آن را تحت رژیم قانون قراردادها تفسیر نمود. رویکرد قراردادی از یک محدودیت اولیه رنج می‌برد. حقوق کاربران توسط آنچه ارائه دهندگان خدمات در شرایط توافق نامه‌های خود بیان می‌کنند محدود می‌شود. اگر کاربران به طور مثبت بر روی شرایط ارائه دهنده خدمات کلیک نکنند، نمی‌توانند به وبسایت دسترسی داشته باشند. با این حال، اکثر کاربران حتی متوجه نمی‌شوند که با چه چیزی موافقت می‌کنند. این امر مشکلات زیادی را به همراه دارد، به این دلیل که کاربران اغلب متوجه نمی‌شوند که بسیاری از شرایط برای منافع ارائه دهنده خدمات بسیار مطلوب هستند. مثلاً در شرایط قرارداد ذکر شده بعد از فوت کاربر حساب وی بسته خواهد شد و این امر از این جهت به نفع شرکت‌ها است که آنها بدون توجه به اهمیت اطلاعات کاربر چه از لحاظ مادی یا معنوی صرفاً به این دلیل که انتقال اطلاعات برای آنها هزینه بر است به بهانه حفاظت از حریم خصوصی اقدام به مسدود کردن حساب می‌نمایند. این شرایط توافق نامه خدمات در نهایت حریم خصوصی یک فرد متوفی را در اختیار یک ارائه دهنده خدمات قرار می‌دهد که ممکن است خواسته‌های متوفی را در مورد چگونگی رفتار با حریم خصوصی خود پس

^۱ هر کس مالک حاصل کسب و کار مشروع خویش است و هیچ کس نمی‌تواند به عنوان مالکیت نسبت به کسب و کار خود امکان کسب و کار را از دیگری سلب کند.

^۲ هر مالکی نسبت به مایملک خود حق همه‌گونه تصرف و انتفاع دارد مگر در مواردی که قانون استثناء کرده باشد.

از مرگ نادیده بگیرد. اکثر ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی هم چنین به اشتراک‌گذاری یا انتقال جزئیات ورود به حساب را به شخص دیگری ممنوع می‌کنند، صرف‌نظر از رابطه او با کاربر. این نوع قراردادها دارای ۴ جز هستند. شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات، کاربر، متن قرارداد و امضا الکترونیکی.

۳-۱ شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات

شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات یا همان osp ها^۱ در واقع سازنده اپلیکیشن‌ها می‌باشند و آنها را در اختیار کاربران قرار می‌دهد تا با ثبت نام در آنها یک حساب کاربری برای خود افتتاح کنند و در آن به فعالیت بپردازند یا به منظور ذخیره آهنگ و... از آنها استفاده کنند. نکته قابل توجه در مورد اکثر این اپلیکیشن‌ها این است که به نوعی هر کدام ویژگی‌های خاص خود را دارند و از هر کدام فقط یک اپلیکیشن با این ویژگی‌ها است و همین موضوع سبب انحصار آنها شده است و به عنوان یک کالای انحصاری به آن نگریسته می‌شود. در اساسنامه این شرکت‌ها خط مشی و سیاست واحدی نمی‌توان یافت و هر کدام مقررات خاص خود را دارند (McCarthy 2015, 384). ولی در مورد نحوه برخورد شرکت‌ها یا وب‌سایت‌ها با دارایی‌های دیجیتال می‌توان آنها را در ۴ دسته قرار داد (Banta 2014, 799).

دسته اول: شرکت‌هایی که به صراحت انتقال حساب را پس از مرگ یا انتقال را به‌طور کلی ممنوع می‌کنند؛ مانند یاهو.

دسته دوم: شرکت‌هایی که به کاربر اجازه تصمیم‌گیری در مورد حساب در زمان حیات یا پس از مرگ را می‌دهد؛ مانند گوگل که اجازه می‌دهد انتقال دارایی‌های دیجیتال از طریق توافق خصوصی انجام شود (عیناً، ص ۸۴۴).

دسته سوم: شرکت‌هایی که انتقال حساب به ورثه را مجاز می‌دانند؛ مانند وردپرس و بلاگ (Conner 2010, 301).

دسته چهارم: در مورد اینکه آیا یک حساب می‌تواند پس از مرگ منتقل شود، سکوت می‌کند که می‌توان به ارائه‌دهندگان خدمات در ایران اشاره نمود. در اپلیکیشن‌های ایرانی هیچ اشاره‌ای به این موضوع نشده است.

۳-۲ کاربر

کاربر فردی است که با جستجو در فضای مجازی و باتوجه به نیاز خود به سراغ یکی از این اپلیکیشن‌ها یا وب‌سایت‌ها می‌رود و با افتتاح حساب به فعالیت در فضای مجازی می‌پردازد. مسئله‌ای که در مورد کاربران مهم است هویت واقعی آنان است. آیا کاربران در این قرارداد با هویت واقعی خود وارد می‌شوند یا خیر؟ زیرا در این‌گونه قراردادها مانند قراردادهای سنتی که افراد چهره‌به‌چهره یکدیگر را ملاقات می‌کنند در اینجا چنین چیزی وجود ندارد. نکته دیگری که در مورد این‌گونه قراردادها قابل تأمل است و نیز جزو شروط اساسی برای انعقاد یک معامله است اهلیت طرفین است. ماده ۱۹۰ ق.م.د در بند دوم به این موضوع اشاره دارد. برخی از این حساب‌ها شرط سنی ۱۸ سال را گذاشته‌اند؛ مانند فیس‌بوک ولی باز هم چطور می‌توان پذیرفت که این شرط صددرصد اجرا می‌شود؟ چه‌بسا کاربر می‌تواند اطلاعات ناصحیح وارد کند به همین دلیل باید به این نکته نیز توجه کرد که این یک قرارداد است و چنانچه باتوجه به قوانین و احوال شخصیه هر کشور افراد زیر سن قانونی این قراردادها را قبول کنند به استناد بند ۲ ماده ۱۹۰ ق.م.د این قرارداد دچار اشکال است و می‌توان به آن خدشه وارد کرد.

۳-۳ محتوای قرارداد

تحقیقات اخیر نشان داده است تنها حدود هفت درصد از مردم در واقع شرایط کامل را می‌خوانند. خواندن آن نیز حدود ۲۰۰ تا ۲۵۰ ساعت طول می‌کشد. با خواندن کامل تمام این شرایط و سیاست‌ها، کاربران ممکن است به طور کامل درک نکنند که قصد و نیت ارائه‌دهندگان خدمات چیست و با این اطلاعات چه کاری می‌توانند انجام دهند. باین‌حال، حتی اگر کاربران تمام شرایط را درک کنند، ممکن است جایگزین دیگری وجود نداشته باشد؛ بنابراین آنها هیچ انتخابی جز پذیرش شرایط ندارند (Chu 2015, 255). علاوه بر این افرادی هم که می‌خوانند ممکن است به دلیل اصطلاحات فنی یا حقوقی که در متن آن وجود دارد متوجه معنی آن نشوند و اگر به زبانی غیر از زبان بومی کاربر باشد که مشکل دوجندان می‌شود. در قانون مدنی ماده ۱۹۰ شرایطی را برای انعقاد یک قرار داد صحیح ذکر کرده که بند اول آن به قصد و رضای طرفین اشاره دارد. در این‌گونه قراردادها قصد کاربر و رضایت وی مشخص نیست و اساساً جایی برای ابراز قصد واقعی کاربر وجود ندارد و شرایطی هم برای چانه زنی ندارند (Roy 2010, 376). در واقع کاربر در شرایط اضطراری مجبور به این کار می‌شود بنابراین شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات به صورت یک جانبه شرایط قراردادی را برای کاربر دیکته می‌کنند. به همین دلیل برخی این قراردادها را به عنوان قراردادهای غیر قابل مذاکره

¹ Service provider

می دانند^۱ و آن را قابل اجرا نمی دانند (Tarney 2012, 773). بنابراین با توجه به توضیحات بالا می توان گفت این گونه قراردادها در دسته قراردادهای الحاقی جای می گیرند و بنابراین برای تفسیر این گونه قراردادها لازم است قوانین قراردادهای الحاقی لحاظ گردد.

۳-۴ امضا الکترونیکی

امضا به معنای به پایان رساندن و نافذ دانستن امری در عالم خارج است و در معنای مصطلح شامل نام، نام خانوادگی یا علامت خاصی است که هویت ایجادکننده آن را معرفی می کند. از نظر حقوقی امضا مبین قصد انشا و اراده فرد در ایجاد یک عمل حقوقی به شمار می رود به طوری که ایجاد یک سند بدون امضای آن فاقد هر گونه اثر حقوقی خواهد بود. اگرچه ویژگی های فوق در مورد اسناد کتبی و امضای سنتی بیان شده لیکن می توان امضای الکترونیکی را نیز از شرایط اساسی نفوذ سند الکترونیکی دانست (رضازاده، ۱۳۹۱: ۳). قانون تجارت الکترونیکی در بیان شرایط امضای الکترونیکی مطمئن چنین مقرر می دارد که امضای نام برده باید خاص بوده و بیانگر هویت امضاکننده باشد. همچنین مطابق ماده فوق، امضای الکترونیکی باید به وسیله شخص خود او (شخص امضاکننده) و با اراده تام او صادر شده باشد. متصل شدن این نوع امضا با داده پیام، باید طوری باشد که هرگونه تغییر و دست کاری، قابل شناسایی و قابل تشخیص باشد (صفوی، ۲۰۲۲: ۱۱۰). بنابراین، طبق قانون ایران (ماده ۷ ق.ت.ا) امضای الکترونیکی پذیرفته شده است و ماهیت شکل سنتی و الکترونیکی آن یکی است و مبین قصد و اراده انشا است.

۴-بررسی قراردادهای الحاقی

در قراردادهای معمول رسم بر این است که طرفین در مورد یک قرارداد با یکدیگر مذاکره می کنند و از شرایط یکسانی برخوردارند ولی به دلیل تحولات عظیم اقتصادی نوع جدیدی از قراردادها به نام قراردادهای الحاقی به وجود آمده اند. ضرورت پرداختن به این مسئله از این جهت است که قراردادهای منعقد بین شرکت های ارائه دهنده خدمات و کاربر به دلیل عدم مذاکره طرفین در مورد مفاد قرارداد و یکجانبه بودن آن می توان در دسته این قراردادها گنجانده؛ بنابراین با بررسی قراردادهای الحاقی این نتیجه حاصل می شود که آیا قراردادهای منعقد بین شرکت و کاربر نافذ است یا خیر؟ و آیا این قراردادها قدرت اجرایی دارند یا خیر؟

۴-۱ مفهوم قراردادهای الحاقی

اصطلاح «قرارداد الحاقی» یا «انضمامی» ابتدا در حقوق فرانسه و توسط استاد حقوق «سالی» حقوق دان مشهور فرانسوی در کتاب «اعلام اراده» ابداع شده است (مجید الوند، ۱۳۹۷: ۲۶). برخی از حقوق دانان هم نام های دیگری را برای این قراردادها برگزیده اند، مثلاً بعضی آن را «عقود تحمیلی» نامیده اند، زیرا شروط و مفاد آن به طرف مقابل تحمیل می شود و او مجبور به پذیرش آن است (قافی ۲۰۰۴، ۶۱-۸۸). قراردادهای الحاقی به طور کلی به عنوان یک قرارداد استاندارد تعریف می شود که توسط یک طرف که قدرت چانه زنی برتر دارد به طرف دیگر که تنها توانایی رد یا پذیرش آن را دارد تحمیل می شود (Dickens 2007, 379).

۴-۲ ویژگی های قراردادهای الحاقی:

اولین ویژگی قراردادهای الحاقی را می توان ضروری بودن متعلق آن دانست به این معنی که اگر آن کالا یا خدمت جزو نیازهای ضروری ما نباشد جزو قراردادهای الحاقی نیست همین وصف ضروری بودن است که در حقوق ایران می توان آن را در زیر مجموعه معاملات اضطراری قرارداد. در همین ارتباط دکتر کاتوزیان می گویند: در این گونه اعمال، پیشنهادکننده توانایی تحمیل همه شرایط دلخواه را دارد و دیگری از روی اضطرار باید آن را بپذیرد. همه در جامعه کم و بیش دچار ضرورت های زندگی هستند و به اضطرار به معاملاتی که نمی خواهند، تن در می دهند. چنان که می توان گفت تمام قراردادها کم و بیش در اثر اضطرار واقع می شود. قانون گذار نیز باتوجه به این حقیقت، عیب رضا را در این گونه موارد نادیده می گیرد و معامله ناشی از اضطرار را نافذ می داند (قافی، ۲۰۰۴: ۶۶). این نکته نیز قابل توجه است که ضروری بودن یا نبودن یک امر را عرف مشخص می کند. چه بسا خدمت یا کالایی در گذشته ضروری نبوده؛ ولی امروزه جزو کالاهای ضروری است؛ مانند حساب های مجازی. حساب ایمیل را در نظر بگیریم امروزه بسیاری از پیام ها و کدها و یا حتی نامه های اداری به حساب های ایمیل ما ارسال می گردد و با پیشرفت تکنولوژی نیاز ما هر روز به این نوع حساب ها و پیام رسان ها ضروری تر می گردد؛ زیرا ما با استفاده از نوع پیام رسان ها یا اپلیکیشن ها با دنیای اطراف ارتباط می گیریم و اطلاعات دریافت می کنیم به بیان دیگر امروزه نوع ارتباطات متفاوت گردیده است؛ مثلاً به جای استفاده از تلفن ما از تماس تصویری

¹ contrat d'adhésion

استفاده می‌کنیم و این اپلیکیشن‌ها اگر اهمیت بیشتری از تلفن برای ما نداشته باشد قطعاً از اهمیت کمتر برخوردار نیست؛ بنابراین این حساب‌ها امروزه جزو نیازهای اساسی ما به حساب می‌آید و این اپلیکیشن‌ها دارای وصف خدمات ضروری هستند.

ویژگی بعدی قراردادهای الحاقی داشتن قدرت اقتصادی برتر و انحصاری طرف پیشنهاددهنده و نابرابری طرفین عقد دانست در واقع طرفین از نظر قوت و قدرت با هم برابر نیستند و یکی قوی و دیگری ضعیف است.

همان‌طور که گفته شد این ویژگی خللی به صحت عقد وارد نمی‌آورد؛ چون جزء شرایط اساسی برای صحت عقود نمی‌باشد. بلکه این امر باعث می‌شود که قدرت برتر اداره عقد را به دست گیرد و به‌نوعی اراده خود را تحمیل کند.

ویژگی بعدی این‌گونه قراردادها این است که این قراردادها علاوه بر اینکه به‌صورت از پیش نوشته شده تنظیم شده دارای شروطی است که به نفع پیشنهاددهنده است و برای همه افراد به‌صورت یکسان ارائه می‌شود.

بنابراین، از مباحث گفته شده می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که قراردادهای بین شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات و کاربران (TOSA)^۱ را می‌توان در دسته قراردادهای الحاقی لحاظ نمود؛ زیرا این شرکت‌ها دارای قدرت برتر اقتصادی و همچنین انحصار هستند همچنین هر کدام از این شرکت‌ها خدماتی را ارائه می‌دهند که در نوع خود تک و منحصر هستند و نمی‌توان اپلیکیشن دیگری با این خصوصیات را پیدا کرد؛ مثلاً تلگرام و واتس‌آپ دارای بیشترین مخاطب هستند و به همین دلیل بیشترین افرادی که ما می‌خواهیم با آنها ارتباط بگیریم در این اپلیکیشن‌ها دارای حساب هستند و امروزه با پیشرفت روزافزون فضای مجازی و نوع جدید ارتباط و مکالمات بین افراد این حساب‌ها به‌عنوان کالا و خدمات ضروری محسوب می‌شود. علاوه بر این موارد شرکت‌های ارائه‌دهنده گرداننده اصلی این قراردادها هستند و به‌نوعی قرارداد را تحمیل می‌کنند و کاربر دو انتخاب دارد یا قبول یا رد و گزینه‌ای برای گفتگو یا چانه‌زنی ندارد؛ بنابراین باتوجه به اینکه قراردادهای بین شرکت‌ها و کاربر دارای ویژگی‌های قراردادهای الحاقی است می‌توان آنها را در این دسته قراردادها جایابی کرد.

۴-۳ اعتبار قرارداد

در این مبحث بررسی خواهیم کرد که قراردادهای منعقد بین شرکت و کاربر دارای اعتبار است یا خیر؟ در بخش قبل به این موضوع پرداختیم که یکی از دلایلی که فرد مجبور به پذیرش این‌گونه قراردادها می‌گردد اضطراب کاربر برای رفع نیاز ضروری خود است؛ بنابراین به جاست که این دسته قراردادها را از مصادیق معاملات مضطر بدانیم و از این مسیر به بررسی میزان اعتبار این‌گونه قراردادها بپردازیم.

در ادامه تفکیک بین معاملات اضطراری و سوءاستفاده از این معاملات ضروری است در معاملات اضطراری فرد فقط ممکن است رضایت قلبی نداشته باشد و ارائه‌دهنده خدمات معامله را در شرایط کاملاً متعارف تنظیم نموده و شرایط اخلاقی و عادلانه را رعایت می‌کند. غیراخلاقی بودن زمانی به وجود می‌آید که تشکیل قرارداد از نظر عرف و رویه قضایی ناعادلانه باشد (Banta 2016, 1099). قانون مدنی در ماده ۲۰۶ حکم معاملات اضطراری را بیان می‌کند و آن را در دسته معاملات صحیح تلقی می‌کند. این ماده بیان می‌کند که معاملات به‌صرف اضطرار باطل نیستند و مقررات معاملات مکرر بر آن جاری نمی‌شود؛ اما در مورد اینکه اگر علاوه بر اضطراب امور دیگری در آن نقش داشته باشد؛ مانند سوءاستفاده از شرایط اضطرار سکوت کرده است. شاید بتوان معاملات TOSA را نمونه‌ای از سوءاستفاده از شرایط اضطرار برشمرد در این‌گونه معاملات شرکت‌ها از شرایط انحصاری خود سوءاستفاده کرده و شرایط ناعادلانه و غیرمنصفانه را در قرارداد جای می‌دهند در واقع در این معاملات هیچ قرارداد داری دیجیتال مذاکره نمی‌شود، شرکت‌ها تمام شرایط قراردادها را تعیین می‌کنند که می‌توانند در هر زمان تغییر کنند و شرکت‌ها به‌طور غیرمنطقی تمام بندهای قرارداد را طراحی می‌کنند. مانند اینکه حساب‌ها با مرگ خاتمه می‌یابند. درحالی‌که این داری‌ها برای کاربران و یا بازماندگان آنها دارای ارزش مادی یا معنوی است به‌طوری‌که کاربران آمریکایی داری‌های دیجیتال خود را به‌طور متوسط تقریباً ۵۵۰۰ دلار ارزش گذاری کردند (McCarthy 2015, 384). حتی اگر داری‌های دیجیتال هیچ ارزش پولی نداشته باشند، می‌توانند ارزش عاطفی را برای دوستان و خانواده داشته باشند. در واقع این شرکت‌ها با تغییر قوانین بر نحوه مدیریت داری‌های افراد تاثیر می‌گذارند. این قرار دادها افراد را از حق مالکیت در داری‌های دیجیتال محروم می‌کند و ماهیت سیستم مالکیت ما را تغییر می‌دهند. در قانون ایران همان‌طور که ذکر شد قانون‌گذار در این مورد سکوت نموده؛ ولی برخی حقوق‌دانان برای حل این مسئله راهکارهایی ارائه داده‌اند.

¹ Terms of service agreement

یکی از راه‌حل‌هایی که مطرح شده این است که شخص مضطر که از وضعیت او بهره‌برداری ناروا شده و مورد غبن فاحش قرار گرفته، برای جبران خسارت خود، حق دارد معامله را به استناد خیار غبن فسخ کند (صفایی، ۱۳۵۱: ۲۹). راه‌حل دیگر اعمال قاعده لاضرر است؛ چون در موارد سوءاستفاده از اضطرار، مقتضی اعمال قاعده لاضرر که ورود خسارت و ضرر باشد، موجود است، و نیز مضطر به اختیار و رضایت خود اقدام به ضرر خود نکرده؛ بلکه برای نجات از وضعیت درماندگی به معامله تن داده، پس ممانعی هم برای اعمال قاعده لاضرر وجود ندارد، به‌خصوص در موردی که طرف به‌عمد وضعیت اضطراری را ایجاد نموده تا مضطر را مجبور به پذیرش معامله غیرعادلانه کند؛ زیرا ایراد ضرر در این فرض کاملاً مشهود است، و این عمل هم از جهت تکلیفی حرام است و هم از جهت وضعی دارای اثر بوده و موجب بطلان و عدم نفوذ حق می‌گردد (عبدی‌پور، ۱۳۷۶: ۱۰۲ و ۱۰۸). در میان مقررات موضوعه، فقط ماده ۱۷۹ قانون دریایی ایران که از قانون فرانسه اخذ شده است به طور صریح به سوءاستفاده از اضطرار اشاره نموده و حکم آن را بیان کرده است. این ماده با عنوان «امکان تغییر یا فسخ قرارداد کمک و نجات» در این باره مقرر می‌دارد: هر قرارداد کمک و نجات که در حین خطر و تحت تأثیر آن منعقد شده و شرایط آن به تشخیص دادگاه غیرعادلانه باشد ممکن است به تقاضای هر یک از طرفین به‌وسیله دادگاه باطل یا تغییر داده شود (حسین قافی، ۲۰۰۴: ۷۸).

در نهایت نظر نویسنده این است که درست است که ماده ۱۰ قانون مدنی اصل آزادی قراردادهای را پذیرفته است و طبق این ماده این قراردادهای در صورتی نافذ است که مخالف صریح قانون نباشد؛ بنابراین این ماده با موانعی همراه است. ماده ۹۷۵ قانون مدنی بیان می‌دارد که مخالفت با دو اصل نظم عمومی و اخلاق حسنه قابلیت اجرا قراردادهای را از بین می‌برد؛ بنابراین قراردادهایی که مخالف قانون و نظم عمومی و اخلاق حسنه باشند نافذ نخواهند بود؛ بنابراین، می‌توان این دسته از قراردادهای را هم مخالف قانون دانست؛ زیرا به‌موجب ماده ۸۳۷ قانون مدنی، در نظام حقوقی جمهوری اسلامی ایران محروم کردن وراثت از ارث امکان ندارد. صاحب‌مال یا شخص مورث در صورتی که تصمیم بگیرد از رسیدن اموالش به وراثت بعد از فوت ممانعت به عمل آورد، باید تکلیف اموال خود را در زمان حیاتش مشخص کند. در قراردادهای موجود این حق از دارنده حساب سلب می‌شود و او هیچ‌گونه اختیاری برای اداره اموال خود ندارد و بعد از فوت وی حساب خاتمه پیدا می‌کند. همچنین مستنبط از مواد ۹۵۹ و ۹۶۰ قانون مدنی افراد نمی‌توانند از حقوق خود به‌طور کلی صرف‌نظر کنند چه رسد که فرد دیگری آنها را از حقوق خود محروم کند و از طرف دیگر این مقررات مخالف نظم عمومی جامعه و همچنین اخلاق حسنه است به این دلیل که قوانین ارث جزو قوانین پذیرفته شده در جامعه است و مسلماً این دسته از مقررات و شروط موجب اختلال در جامعه هستند و در نظر جامعه پذیرفته نیست و این چنین قراردادهایی که از اضطرار افراد سوءاستفاده می‌کند و شرایطی غیرمنصفانه را بر آنها تحمیل می‌کند قطعاً مخالف اخلاق حسنه هستند. این گونه قراردادهای در حقیقت قوانین جامعه را تغییر می‌دهند و در حال تغییر سیاست‌های عمومی جامعه هستند؛ بنابراین حتی اگر این گونه قراردادهای معتبر باشند به دلیل تناقض با سیاست‌های عمومی جامعه و مخالفت با قوانین محکوم به عدم نفوذ یا عدم قابلیت اجرا هستند. هرگونه شروط قراردادی که انتقال را ممنوع می‌کند، باید باطل شود به این دلیل که شروط ممنوعیت قراردادهای در انتقال دارایی‌ها اساساً قوانینی نظیر قانون ارث را تغییر می‌دهد (Nekit, 2020). شایان ذکر است که در عمل هم دادگاه‌ها کمتر توجهی به شروط این قراردادهای می‌کنند و قراردادهای را در جهت تأمین منافع کاربر و بازماندگان تفسیر می‌کنند. برای نمونه در قضیه برگ در مقابل لیندن ریسرچ^۱؛ خواهان پس از اخراج از سکند لایف^۲، درصد آن برآمد تا با طرح دعوا علیه شرکت لیندن^۳ به‌عنوان شرکت ارائه‌کننده سکند لایف^۴، اموال مجازی خود را مسترد کند؛ اما شرکت مزبور با استناد به شرط داوری اجباری موجود در توافق‌نامه بین کاربر و این شرکت که مورد پذیرش وی هم قرار گرفته بود، قصد داشت تا داوری را به اجرا بگذارد؛ اما در نهایت دادگاه توافق‌نامه مزبور را قرارداد الحاقی در نظر گرفت و حکم به بطلان آن داد. عمده استدلال دادگاه این بود که شرایط این قرارداد و از جمله شرط داوری اجباری شرطی کاملاً غیرمنصفانه است که به‌صورت کاملاً یک‌جانبه و به نفع شرکت و به ضرر کاربر است. همچنین در پرونده Ajemian v Yahoo! Inc، یک مجری به دنبال دسترسی به حساب ایمیل متوفی بود و شرکت این گونه استدلال کرد که باتوجه به شروط قراردادی، حساب، بعد از مرگ کاربر مسدود می‌شود. در نهایت دادگاه این گونه استدلال کرد که دلیلی وجود ندارد که اثبات کند شرایط قرارداد به طور منطقی

¹ Bragg v. Linden Research

² Second life

³ Linden

^۴ سکند لایف و یا زندگی دوم، یک دنیای مجازی سه‌بعدی است که در سال ۲۰۰۳ در آزمایشگاه شرکت لیندن در ایالات متحده آمریکا، به وجود آمده است.

کاربران می‌توانند پس از نصب نرم‌افزار آن و پذیرش موافقت‌نامه ارائه شده، توسط شرکت لیندن وارد چنین دنیایی شوند و از مزایای آن بهره ببرند.

پذیرفته شده است؛ زیرا قدرت چانه‌زنی وجود نداشته است و این قراردادها به صورت یک‌جانبه منعقد شده و ممکن است کاربر از شرایط قرارداد مطلع نبوده است و در نهایت اجازه دسترسی به حساب را صادر کرد (Banta 2014, 821).

۵- نقش شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات:

به عنوان یک قاعده کلی، حقوق نویسنده در ایمیل او باید معادل حقوق او در نامه‌های خصوصی وی باشد. جایی که پیام‌های ارسال شده یا دریافت شده در اختیار شخص ثالث (مانند ارائه‌دهنده خدمات ایمیل) برای حفاظت قرار می‌گیرد، یک رابطه بین دارنده حساب و ارائه‌دهنده خدمات ایجاد می‌شود که این رابطه را می‌توان تحت عنوان عقد ودیعه تفسیر نمود.

۵-۱ عقد ودیعه:

ماده ۶۰۷ قانون مدنی عقد ودیعه را این گونه بیان نموده است: عقد ودیعه عقدی است که به موجب آن یک نفر مال خود را به دیگری می‌سپارد تا مجاناً آن را نگه دارد. در مورد حساب‌های مجازی، صاحب حساب در درجه اول ارائه‌دهنده خدمات را برای انتقال یا دریافت اموال درگیر می‌کند، طبق عقد ودیعه، هنگامی که یک کاربر دارایی‌های دیجیتال را با استفاده از یک سرویس آنلاین (به عنوان مثال حساب ایمیل یا سایت شبکه اجتماعی) ایجاد می‌کند، کاربر یا مودع این اطلاعات شخصی را به عنوان مال ودیعه به ارائه‌دهنده خدمات یا مستودع اعطا می‌کند. با این حال، حقوق مالکیت با خالق یا مودع باقی می‌ماند (Chu 2015, 255). بنابراین، این ذینفع است، نه ارائه دهنده خدمات، که ممکن است تصمیم نهایی در مورد حفظ یا از بین بردن این اطلاعات را بگیرد. در این فرض ارائه‌دهنده خدمات مسئولیت به امانت گرفتن اطلاعات را به عنوان متعهد بر عهده می‌گیرد. به عنوان مثال اگر فردی یک حساب جی‌میل باز کند کاربر به عنوان امانت‌گذار، مالک حساب و محتوای آن باقی می‌ماند و گوگل به عنوان متعهد است.

۵-۲ یکی دیگر از مقایسه‌های مفید را می‌توان بین ذخیره‌سازی ایمیل در سرور ارائه‌دهنده خدمات ایمیل و ذخیره‌سازی اموال در صندوق امانات بانک یا یک انباردار انجام داد. وقتی شما انباری را از آقای الف اجاره می‌کنید یا از او می‌خواهید تا کالایی را به مکان مشخصی حمل کند، آیا الف مالک اموالی می‌شود که شما در انبارش گذاشته‌اید؟ طبیعتاً، چنین نیست. شما همچنان مالک کالا هستید و الف نمی‌تواند ادعای مالکیت داشته باشد. بر همین اساس، وقتی شما در حساب مجازی خویش، عکسی را ذخیره می‌کنید یا نامه‌هایی را ارسال می‌کنید، شرکت مورد بحث مالک آن عکس یا نامه نخواهد شد (میرشکاری، ۹۷: ۶۴). این شرکت‌ها در سیاست‌های خود بیان می‌کنند که شما مالک محتوایی هستید که ایجاد می‌کنید؛ بنابراین تنها مالک می‌تواند برای سرنوشت اطلاعات و حساب خود تصمیم بگیرد که آن را باقی بگذارد یا از بین ببرد. زیرا شرکت تنها نقش یک امین را ایفا می‌کند و طبق ماده ۶۱۲ ق.م باید در حفظ آن بکوشد نه اینکه به آن خاتمه داده یا از انتقال آن جلوگیری نماید. برای مثال زمانی که یک کاربر ایمیلی را ارسال می‌کند انتظار وی از شرکت ارائه‌دهنده این است که پیام او را منتقل کند نه اینکه مالک آن پیام گردد (Watkins 2014, 193). نکته قابل توجه در حساب‌های مجازی توجه به قصد کاربری باشد قطعاً قصد کاربر در زمان افتتاح حساب این نیست که مالکیت اموال خود را به شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات انتقال دهد. بنابراین بهتر است که نقش شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات را در قالب یک امین تفسیر کنیم که همانند یک انباردار مسئولیت حفظ دارایی ما را دارد و هر زمان که مالک درخواست کرد اموال را در اختیار وی یا افراد ذی حق قرار دهد.

۶- دلایل شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات برای خاتمه‌دادن به حساب کاربری

به طور کلی عمده دلایل شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات برای عدم انتقال حساب‌های مجازی را می‌توان در دودسته قرارداد که عبارت‌اند از: هزینه‌های بالای انتقال و حفظ حریم خصوصی. در ادامه به بررسی آنها می‌پردازیم.

۶-۱ هزینه‌های بالای انتقال

اکثر شرکت‌ها ادعا می‌کنند که انتقال محتویات حساب‌ها به ورثه کاربر کاری هزینه بر است که در مقابل این ادعا راه‌حل موجود این است که می‌توان در مقابل دریافت این خدمت هزینه دریافت نمود (Banta, 2016: 1099). در این صورت فردی که بخواهد این اطلاعات را داشته باشد با یک حساب‌و‌کتاب می‌تواند به این نتیجه برسد که آیا پرداخت این هزینه برای او صرفه اقتصادی یا معنوی دارد و آیا می‌خواهد این اطلاعات را داشته باشد یا خیر؟

۶-۲ حریم خصوصی

شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات این ادعا را دارند که ما به دلیل حفاظت از حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها تمایل به انتقال حساب به دیگران را نداریم. در واقع کاربران در زمان حیاتشان این قرارداد را منعقد می‌کنند که بعد از مرگ، حساب ما خاتمه یابد که در رد این دلیل گفتیم که اکثر کاربران شرایط را مطالعه نمی‌کنند. در واقع شروط قراردادی به‌شدت به نفع ارائه‌دهنده خدمات است که پیش‌نویس شرایط را تهیه کرده است. هدف اصلی قانون حفظ حریم خصوصی ارتباطات الکترونیک آمریکا مصوب ۱۹۸۶ حمایت از مصرف‌کننده است (Wilkins, 2010: 1037)؛ بنابراین به نظر نمی‌رسد عدم انتقال دارایی‌های کاربر و از بین بردن آنها توسط شرکت‌ها به نفع کاربران باشد. مخصوصاً زمانی که حساب‌ها دارای ارزش مالی قابل توجهی باشند. برخی از ارائه‌دهندگان حتی ادعای مالکیت نسبت به حساب‌های کاربری دارند و این‌گونه استدلال می‌کنند که این کار برای محافظت از حریم خصوصی کاربر لازم است (Buitelaar, 2017: 129-142). در واقع عقب‌نشینی شرکت‌ها در پشت پرچم حریم خصوصی در امتناع از انتقال دارایی‌های دیجیتال به ذی‌نفعان تا حدودی مشکوک است. آنها ممکن است بیشتر علاقه‌مند به کاهش قرارگرفتن در معرض مسئولیت و هزینه‌های خود نسبت به حمل‌ونقل باشند؛ بنابراین، آنها از حریم خصوصی برای پیشبرد اهدافشان استفاده می‌کنند و در جایی که لازم باشد به این سیاست خود عمل نمی‌کنند. ارائه‌دهندگان خدمات داور مناسبی برای حفاظت از حریم خصوصی نیستند. چنین تصمیم مهمی باید توسط یک صاحب حساب گرفته شود یا اگر او تصمیم نگیرد قانون باید تعیین تکلیف کند. هیچ دلیلی وجود ندارد که چرا دارایی‌های دیجیتال ما باید حفاظت بیشتری نسبت به دارایی‌های ملموس ما داشته باشند. صاحب حساب ممکن است قصد داشته باشد حساب‌ها و ایمیل‌های خود پس از مرگش را حذف کند یا این‌حال، این باید یک تصمیم برای دارنده حساب باشد، نه یک ارائه‌دهنده خدمات؛ بنابراین، به نظر نمی‌رسد که این ادعاها پشتوانه منطقی داشته باشند؛ زیرا تمام این ادعاها قابل نقد هستند و همان‌طور که گفته شد شرکت‌ها به این دلایل برای پیشبرد اهداف خود متوسل شده‌اند و با کمی تأمل می‌توان راه‌حلی برای آنها در نظر گرفت که در بالا به آنها اشاره شد. هر چند با قبول چنین ادعاهایی مانند حفاظت از حریم خصوصی کاربر باز هم نمی‌توان این حق را برای شرکت‌ها قائل شد که اقدام به از بین بردن کلیه حساب‌های کاربری نمایند. چه‌بسا بسیاری از حساب‌ها فاقد اطلاعات خصوصی و بلکه دارای ارزش مالی بالایی هستند در اینجا نه تنها بحث حریم خصوصی مطرح نمی‌باشد؛ بلکه شرکت‌ها با حذف حساب‌ها عملاً اقدام به ضرر ورثه کاربر یا ذی‌نفعان دیگر می‌نمایند و بنابراین بهتر است در این خصوص کار به افراد ذی‌صلاح مانند مدیرترکه یا مجری سپرده شود تا حساب‌هایی را که حاوی اطلاعات خصوصی هستند حذف و مابقی را انتقال دهد.

نتیجه گیری

از مباحث مطرح شده می‌توان به این نتیجه رسید که بیشتر ارائه‌دهندگان خدمات در فضای مجازی اعم از ایمیل، شبکه‌های اجتماعی و غیره سعی دارند با انعقاد قراردادهای الحاقی و تحمیل شروط خود بر کاربر و توسل به بهانه‌هایی از قبیل لزوم رعایت امنیت و حفظ حریم خصوصی از انتقال مالکیت حساب مجازی به کاربر جلوگیری و با حفظ مالکیت آن برای خود فقط به کاربر حق انتفاع از حساب کاربری و متعلقات و مزایای آن را برقرار نمایند و به این وسیله پس از فوت کاربر مانع از توارث حساب به وراث او شوند. اما چنین به نظر می‌رسد که ارائه‌دهندگان خدمات بیشتر نقش امین را برای حفظ اطلاعات و محتویات حساب مجازی باید بازی کنند. صرف‌نظر از ایرادات و انتقاداتی که بر سیاست ارائه‌دهندگان خدمات وارد می‌باشد شایسته است با تصویب مقررات آمره این‌گونه شروط تحمیلی و غیرمنصفانه از قراردادهای الحاقی مربوطه حذف شوند تا کاربر آزادی بیشتری در انعقاد قرارداد و بهره‌مندی از مزایای حساب مجازی داشته باشد. البته اشکالی ندارد که پس از پذیرش مالکیت کاربر نسبت به حساب مجازی ارائه‌دهنده خدمات در قالب یک عمل حقوقی نظیر وصیت، شبیه به یک وصی این اختیار را داشته باشد که پس از فوت کاربر و استفاده نکردن وراث او از آن حساب تا مدت مشخصی بتواند حساب مجازی را به فرد دیگری واگذار نماید. برای نمونه می‌توان به شرکت گوگل اشاره نمود. گوگل در سال ۲۰۱۳ با پیش‌بینی یک قالب شبیه به وصیت، به کاربر این اختیار را می‌دهد تا اطلاعات حسابش، در صورت غیرفعال بودن حساب او برای مدت مشخصی، در اختیار دیگری قرار گیرد. این قابلیت که موسوم به مخاطب مورداعتماد^۱ یا مدیر حساب غیرفعال^۲ است، به صاحب حساب، این اختیار را می‌دهد تا انتخاب کند که گوگل پس از سپری شدن چه مدتی از عدم فعالیت، حساب را غیرفعال در نظر بگیرد. همچنین کاربر انتخاب می‌کند که پس از غیرفعال بودن حساب، اطلاعات مندرج در آن، توسط گوگل حذف گردد و یا در اختیار کاربر دیگری قرار گیرد. در صورتی که صاحب حساب تمایل به اشتراک‌گذاری محتوای حساب به کاربر خاص را داشته باشد، می‌تواند با درج اطلاعات مخاطب خود به گوگل، دستور به اشتراک‌گذاری اطلاعات حساب را بدهد. همین‌طور سرویس‌های آنلاین متعددی تحت عنوان اعتماد حفاظت از دارایی‌های دیجیتال^۳ وجود دارند که به کاربران اجازه می‌دهند اطلاعات مهمی همچون فایل‌ها، گذرواژه‌ها و دستورالعمل‌ها ذخیره شوند و به محض فوت صاحبان آن، برای اشخاصی که از قبل معین کرده‌اند و به اطلاع آنها رسانده‌اند ارسال گردند. در صورت انتقال حساب مجازی نیز یکی از مشکلاتی که در ارث‌بردن حساب مجازی مطرح می‌شود مسئله وجود وراث متعدد است مشکل اصلی این است که وراث متعدد چگونه می‌توانند به‌صورت اشتراکی و جمعی از یک حساب استفاده نمایند؛ چون این امر با اصل محرمانگی اطلاعات و داده‌ها در تضاد است. در این مورد نیز می‌توان راه‌حل‌های متفاوتی پیشنهاد داد؛ مثلاً یک مجری یا امین انتخاب شود و با بررسی اطلاعات آنهایی که جنبه شخصی یا محرمانه دارند حذف گردند و مابقی در اختیار وراث قرار گیرد. ولی همگی اینها نیازمند تصویب قوانین مدون می‌باشد؛ بنابراین در پایان پیشنهاد می‌شود با تصویب و اجرای قوانین و مقررات روزآمد در خصوص مسئله قراردادهای حساب مجازی تعیین تکلیف شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

¹Trusted Contact²Inactive account manager³ DAP Trust

منابع

۱. رضازاده، محمدامین. خباز خدایی، حجت. (۱۳۹۱). امضای الکترونیک و اعتبار آن در حقوق بین‌الملل و ایران. همایش ملی حقوق بین‌الملل در آیین علوم روز، ۱.
۲. شهلائی، مریم. (۱۳۹۹). بیع اموال غیرمادی در حقوق ایران بامطالعه تطبیقی در فقه امامیه و حقوق مصر، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه آزاد واحد شهر قدس.
۳. صفایی، سید حسین. (۱۴۰۱). دوره مقدماتی حقوق مدنی، چاپ اول، تهران، مدرسه عالی حسابداری.
۴. صفوی، سید سعید فولادی، کیان. گنج‌خانه، محمد & واحدی، سید سیاوش. (۱۴۰۱). بررسی امضای الکترونیکی در قانون ایران و فرانسه، ماهنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران، ۵، ۸، صص ۱۱۰۷-۱۱۲۰.
۵. عبدی‌پور، ابراهیم. (۱۳۷۶). مطالعه تطبیقی مفهوم و آثار اضطراب در حقوق مدنی، چاپ اول، تهران، دفتر تبلیغات اسلامی.
۶. قافی، حسین. (۱۳۸۳). ماهیت و میزان اعتبار قرارداد الحاقی، حقوق اسلامی، ۱، ۲، صص ۸۸-۶۱.
۷. کاتوزیان، ناصر. (۱۳۹۰). اموال و مالکیت، تهران، نشر میزان.
۸. محمدی، پژمان & اسدی، روح‌الله. (۱۳۹۱). ماهیت انتقال مالکیت اموال غیرمادی غیر فکری، دانش و پژوهش حقوقی، ۱۰، ۱، صص ۹۴-۱۱۶.
۹. میرشکاری، عباس و فتاحی کته لته، علیرضا. (۱۴۰۰). وصیت حساب‌های مجازی، پژوهش‌های حقوقی، ۴۷، ۲۰، صص ۱۹۴-۱۶۵.
۱۰. میرشکاری، عباس. (۱۳۹۷). ارث حساب‌های مجازی، دوفصلنامه علمی دانش حقوق مدنی، ۷، ۲، صص ۹۰-۷۱.
۱۱. الوند، مجید. بتول، آهنی. (۱۳۹۷). بررسی قراردادهای الحاقی در تجارت الکترونیکی، آرشیوملی، ۱۶، ۴، صص ۴۶-۳۴.
12. Banta, N. M. (2014). *Inherit the cloud: the role of private contracts in distributing or deleting digital assets at death*, *Fordham L. Rev*, 83, 799,
13. Banta, N. M. (2016). *Property interests in digital assets: The rise of digital feudalism*, *Cardozo L. Rev*, 38, 1099,
14. Buitelaar, J. (2017). *Post-mortem privacy and informational self-determination*, *Ethics and Information Technology*, 19(2), 129-142.
15. Chu, N. (2015). *Protecting privacy after death*, *Nw. J. Tech. & Intell. Prop*, 13, 255,
16. Conner, J. (2010). *Digital life after death: The issue of planning for a person's digital assets after death*. *Est. Plan. & Cmty. Prop. LJ*, 3, 301,
17. Cummings, R. G. (2014). *The Case against Access to Decedents' E-mail: Password Protection as an Exercise of the Right to Destroy*, *Minn. JL Sci. & Tech*, 15, 897,
18. Dickens, R. L. (2007). *Finding common ground in the world of electronic contracts: the consistency of legal reasoning in clickwrap cases*, *Marq. Intell. Prop. L. Rev*, 11, 379,
19. Gaied, M. (2016). *Data after death: an examination into heirs' access to a decedent's private online account*, *Suffolk UL Rev*, 49, 281,
20. Hollon, J. R. (2013). *Tweets from the grave: Social media life after death*, *Ky. LJ*, 102, 1031,
21. McCarthy, L. (2015). *Digital assets and intestacy*, *BUJ Sci. & Tech. L*, 21, 384,
22. Nekt, K. (2020). *Legal aspects of the use of social media accounts: current state and perspectives*, *The Lawyer Quarterly*, 10(3),

23. Perrone, M. (2012). *What Happens When We Die: Estate Planning of Digital Assets* CommLaw Conspectus, 21, 185,
24. Pinch, R. (2014). *Protecting digital assets after death: Issues to consider in planning for your digital estate*, Wayne L. Rev, 60, 545,
25. Roy, M. D. (2010). *Beyond the digital asset Dilemma: Will online services revolutionize estate planning*, Quinnipiac Prob, LJ, 24, 376,
26. Tarney, T. G. (2012). *A call for legislation to permit the transfer of digital assets at death*, Cap, UL Rev, 40, 773.
27. Varnado, S. S. (2013). *Your digital footprint left behind at death: An illustration of technology leaving the law behind*, La. L. Rev, 74, 719.
28. Watkins, A. F. (2014). *Digital properties and death: What will your heirs have access to after you die*, Buff? L. Rev, 62, 193 122.
29. Wilkens, M. (2010). *Privacy and security during life, access after death: Are they mutually exclusive*, Hastings LJ, 62, 1037.

