

مسئولیت حقوقی استفاده ابزاری نادرست از رسانه سایبر نسبت به مخاطبان و مسئولیت همزمان مخاطب

علی عرب نجف‌آبادی^۱

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشکده الهیات دانشکدگان فارابی دانشگاه تهران
ali.arab5965889@gmail.com

چکیده

استفاده ابزاری نادرست از رسانه‌ها در فضای سایبر در صورتی که منجر به ورود ضرر و زیان به مخاطبان شود از موجبات احراز مسئولیت حقوقی است که این مسئولیت ممکن است در نتیجه توهین و پخش ادعاهای واهی، هتک حرمت، انتشار ویروس‌های رایانه‌ای، تبلیغات دروغین، بی‌مبالاتی در تولید نرم‌افزارها و مواردی از این قبیل ایجاد شود. با وجود اینکه فرامرزی بودن، دشواری‌های کنترل و هویت پنهان بازیگران حاضر در این فضا می‌تواند موجب دشواری اثبات مسئولیت افراد گردد، اما در حالت احراز از جنبه حقوقی بیشتر نظریه تقصیر در باب مبنای مسئولیت حقوقی رسانه‌ها و نظریه خطر در باب مبنای مسئولیت همزمان مخاطب از توجه بیشتری برخوردار است. در این میان و در راستای استفاده ابزاری نادرست از رسانه سایبر نسبت به مخاطبان، می‌توان به احراز مسئولیت در مقابل مخاطبین و بعضاً مسئولیت همزمان مخاطب اشاره نمود چرا که اگر استفاده از رسانه سایبر بر اساس سیاستی متناسب، معقول، منطقی و مبانی مستحکم صورت نگیرد نه فقط پیامدهای مطلوبی نخواهد داشت بلکه خود سبب ایجاد گرفتاری‌ها و معضلات اجتماعی و حقوقی زیادی خواهد گشت. بر همین اساس این مقاله از نوع نظری بوده و روش آن، توصیفی تحلیلی و کتابخانه‌ای می‌باشد و با مراجعه به اسناد، کتب و مقالات صورت گرفته است.

۱ مقدمه

رسانه‌های سایبری وسایلی هستند که پیام‌رسانی و انتقال اطلاعات موجود در جوامع را به مخاطبان خود انتقال می‌دهند. این رسانه‌ها که خود دارای شخصیت حقوقی می‌باشند، می‌توانند موجبات ضررهای مادی و معنوی را به مخاطبان وارد نمایند و متعاقب آن نیز برای مخاطبان امکان اثبات مسئولیت همزمان وجود دارد. رسانه‌ها میرا از مسئولیت نیستند چرا که بعضاً با استناد به آزادی‌های رسانه‌ای حریم خصوصی اشخاص نادیده گرفته می‌شود و به حرمت و حیثیت اشخاص یا اقوام یا اقلیت‌های دینی و مذهبی توهین می‌شود و یا با

استفاده نادرست از رسانه‌ها به افراد افترا زده می‌شود یا حتی داده‌هایی منتشر می‌شود که بر رویه رسیدگی در دادگاه‌ها تأثیر می‌گذارد و حتی در استفاده نادرست مذکور بدون اجازه اشخاص اثر علمی آنان منتشر می‌گردد و حتی بعضاً مشاهده شده است که با وجود احراز مسئولیت حقوقی در استفاده ابزاری نادرست از رسانه سایبر، قربانیان به علت خلاء قانونی یا نارسایی‌های موجود موفق به مطالبه خسارت خود نمی‌شوند. نگاهی هر چند اجمالی به نظام حقوقی ایران روشن می‌نماید که با وجود بهتر شدن وضعیت با تصویب قانون جرایم رایانه‌ای در سال ۱۳۸۸ همچنان خلأهای زیادی در پاسخگویی به نیازهای کنونی جامعه در این باره وجود دارد و لازم است قوانین اختصاصی حاکم بر فعالیت رسانه‌های همگانی و استفاده از آن‌ها تبیین گردد. در رابطه با مسئولیت مذکور اعم از مسئولیت حقوقی استفاده ابزاری نادرست از رسانه سایبر نسبت به مخاطبان و مسئولیت همزمان مخاطب، مبانی مختلفی اعم از فقهی و حقوقی وجود دارد که بررسی آن‌ها می‌تواند زوایای اهمیت این موضوع را بیش از پیش نشان دهد.

۲ مبانی مسئولیت استفاده ابزاری نادرست از رسانه سایبر

در متون فقهی و حقوقی قواعد مختلفی در باب مبنای مسئولیت مطرح شده است که با توجه به عام بودن این قواعد، قابل تعمیم به حوزه رسانه نیز می‌باشند و علی‌القاعده این قواعد در حیطه‌های مختلف اعم از مسئولیت حقوقی و کیفری رسانه‌ها قابل استفاده می‌باشند و شامل مبانی فقهی و حقوقی است که در تقسیم‌بندی‌های ذیل قرار می‌گیرند.

۱.۲ مبانی فقهی

مبانی فقهی در احراز مسئولیت استفاده ابزاری نادرست از رسانه شامل موارد ذیل است:

الف: قاعده اتلاف و تسبیب

برخی از فقها قاعده اتلاف و تسبیب را به عنوان دو قاعده جداگانه بیان نموده‌اند و موجبات ضمان، آن‌ها را تلقی نموده‌اند (علامه حلی، ۱۴۱۸: ۷۶۲). حقوقدانانی مانند مرحوم کاتوزیان نیز همین عقیده را داشتند (کاتوزیان، ۱۳۸۶: ۱۵۶). اما برخی دیگر معتقدند اتلاف امکان دارد بالمباشره باشد یا بالسبب (شهیدثانی، ۱۴۱۶: ۱۶۲)؛ در نتیجه قاعده تسبیب، قاعده مستقلاً محسوب نمی‌شود بلکه فرعی از قاعده کلی اتلاف خواهد بود. به عقیده این گروه از فقها؛ این مسئله که متلف سبب یا مباشر یا نحو آن باشد، اهمیتی ندارد چرا که این دو به مرتبه خاصی تعلق ندارند، بلکه یکی سبب و آن دیگری سبب است (حسینی المراغی، ۱۴۱۷: ۴۳۵). به نظر می‌رسد نظر دوم در حیطه بحث این مقاله مناسب‌تر است. بر این اساس قاعده اتلاف اعم از بالمباشره یا بالتسبیب زمانی موجب مسئولیت است که رابطه سببیت عرفی بین زیان و عامل زیان

برقرار گردد. در اتلافی که به صورت مباشرت و مستقیم ناشی از استفاده ابزاری نادرست از رسانه باشد در اصل این رابطه محرز است و باید حکم به جبران خسارت داد. اما بعضاً در اتلاف بالتسبیب یعنی استفاده نادرست اگر به صورت غیرمستقیم موجبات ضرر را فراهم نموده باشد احراز تقصیر برای احراز سببیت عرفی باید وجود داشته باشد (مبین، ۱۳۸۷: ۱۰۲)، و در غیر این صورت تقصیر چه از طرف رسانه و چه از طرف مخاطب به صورت همزمان در مسئولیت مدنی دارای موضوعیت نمی باشد (حسینی سیستانی، ۱۴۱۴: ۳۹).

ب: قاعده لاضرر

در بحث قاعده لاضرر و ارتباط آن با موضوع این مقاله آنچه که اهمیت دارد این است که آیا قاعده لاضرر به تنهایی کافی است تا بتوان مسئولیت حقوقی استفاده ابزاری نادرست از رسانه سایبر را اثبات نمود و بتوان الزام به جبران خسارت داشت؟ برخی به این سوال پاسخ مثبت داده اند و عنوان داشته اند که این قاعده گویای حکم کلی قانون گذار مبنی بر جبران خسارت اعم از مادی و معنوی که به هر طریقی به دیگران وارد شده است، می باشد و به صورت قطع ضررهای ناشی از رسانه را نیز شامل می شود. در مقابل نیز برخی معتقدند که قاعده لاضرر جنبه ایجابی ندارد و نمی توان به استناد آن جبران ضرر را واجب تلقی نمود (شفیعی سروسستانی و همکاران، ۱۳۷۶: ۲۱).

ج: قاعده غرور

اکثر فقها قاعده غرور را به عنوان یکی از مصادیق اقوی بودن سبب بر مباشر دانسته اند (شهیدثانی، ۱۴۱۶: ۱۶۵). در استفاده ابزاری نادرست از رسانه سایبر قاعده غرور یکی از بیشترین مصادقها را دارد چرا که به طور مسلم این استفاده ها باعث می شود تا مخاطب به واسطه اطمینانی که به رسانه دارد، اقدام به انجام عملی نماید و در این حیطه متضرر و زیان دیده شود. در این حالت این امکان وجود دارد که رسانه مورد نظر را بر حسب قاعده غرور مسئول جبران خسارت وارده دانست و البته علم و قصد رسانه به نادرست بودن اخبار و اطلاعات پخش شده برای مسئول دانستن آن بر اساس قاعده غرور لازم و ضروری نیست، لذا استفاده هایی که در راستای تاسیس و سوء استفاده از اعتماد فرد باشد و یا مشتمل بر دروغ باشد، موجب ضمان فریب دهنده است.

۲.۲ مبانی حقوقی

مبانی حقوقی در احراز مسئولیت استفاده ابزاری نادرست از رسانه شامل موارد ذیل است:

الف: نظریه تقصیر مبنای مسئولیت حقوقی رسانه‌ها

بر اساس این نظریه، زیان دیده در حالتی می‌تواند عامل زیان را ملزم به جبران خسارت نماید که بتواند تقصیر او را ثابت نماید. به این معنا که چنانچه رفتار عامل زیان خطاکارانه باشد، محکوم به جبران خسارت وارده می‌شود و الا عمل وی مورد تأیید واقع شده و از جبران خسارت وارده معاف خواهد گردید (لوراسا، ۱۳۷۵: ۴۰).

بر مبنای این نظریه تنها دلیلی که می‌تواند مسئولیت کسی را نسبت به جبران خسارتی توجیه نماید، وجود رابطه علیت بین تقصیر او و ضرر است (کاتوزیان، ۱۴۰۰: ۱۸۳). با همین مبنا چنانچه رسانه‌ای در نتیجه عملکرد خود موجب ورود خسارتی به دیگران شود، تنها در حالتی باید خسارت وارده را جبران نماید که مقصر باشد؛ لذا بنابراین نظر، رسانه یا مدیرمسئول یک روزنامه مسئولیت ندارد. به نظر می‌رسد برای احراز مسئولیت حقوقی در استفاده ابزاری نادرست از رسانه سایبر برای احراز تقصیر خواننده در حالتی که قائل به نظریه تقصیر باشیم یا احراز نمودن تقصیر لازم باشد، باید با توجه به اوضاع و احوال قضیه را بررسی و با توجه به شرایط، حکم به تقصیر یا عدم تقصیر داد. دادرسی باید برای احراز عنصر تقصیر به نوع رسانه دقت داشته باشد و بداند که نوع رسانه و استفاده از آن می‌تواند در وقوع تقصیر یا عدم آن مؤثر باشد. شرایط مخاطب‌های یک رسانه سایبری نیز می‌تواند در احراز تقصیر یا عدم آن مؤثر باشد، البته در مواردی که در استفاده ابزاری نادرست از رسانه فرض تقصیر شده است، زیان دیده تنها باید وارد شدن زیان و رابطه سببیت بین آن و فعل خواننده را ثابت نماید و نیازی به اثبات تقصیر خواننده ندارد و در مقابل بر عهده خواننده است که به هر وسیله‌ای که می‌تواند اثبات نماید که مقصر نبوده است. این مصداق‌ها را می‌توان شامل موارد ذیل دانست:

- در مورد رسانه‌های سایبری که کارکردشان از منظر تأثیر جغرافیایی در درجه بالایی واقع شده است، امکان وارد شدن زیان ناشی از استفاده ابزاری نادرست بسیار بیشتر است و از مسئول آن همیشه این انتظار وجود دارد که نظارت لازم را در خصوص برنامه‌ها داشته باشد چرا که زیان برگرفته از استفاده‌های نادرست قابل پیش‌بینی بوده است و عدم توجه به این مسئله یک تقصیر عرفی است.
- در مورد رسانه‌های سایبری که کارکرد آن‌ها از نظر تأثیر مردمی از اهمیت زیادی برخوردار است، شناسایی این رسانه‌ها در هر جامعه‌ای نیازمند مطالعات جامعه‌شناسی و فرهنگ‌شناسی است. در هر حال، تمام رسانه‌ها برافکار و اعمال مردم تأثیر یکسان نداشته، از شدت وضعف برخوردارند.
- در مورد رسانه‌های سایبری که درباره تندرستی و سلامت انسان‌ها به فعالیت می‌پردازند، چنانچه یک برنامه تلویزیونی یا رادیویی که در خصوص ماده‌های دارویی، آرایشی و بهداشتی مطالبی را به اطلاع عموم می‌رساند، تأثیرات زیان‌بار یک توصیه یا تجویز نادرست پزشکی و بهداشتی بر سلامتی افراد جامعه را که باید مورد توجه قرار داد در نظر نداشته باشد. این رسانه‌ها باید دقت و توجه بیشتری در برنامه‌های خودشان داشته باشند و گزینه مسئولیت‌های حقوقی آنان به وضوح قابل احراز است.
- در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی سایبری که بین زمان تولید یا تهیه آن‌ها تا زمان پخش آن‌ها، امکان کنترل و بازبینی وجود داشته است، اما متصدیان امر از این عمل کوتاهی نموده‌اند؛ این عمل برابر

با بی احتیاطی و مشمول ماده اول قانون مسئولیت مدنی می باشد. به نظر می رسد در صورتی که به زندگی و حریم خصوصی اشخاص بر اثر استفاده ابزاری نادرست از رسانه سایبر لطمه وارد شود، فرض بر این است که رسانه مقصر می باشد، مگر اینکه خلاف این فرض با اثبات وجود یک نفع بسیار مهم عمومی اثبات گردد.

ب: نظریه خطر و احراز مسئولیت حقوقی مخاطب

نظریه خطر را می توان در زمره یک نظریه موسع یا عینی برشمرد. بر مبنای این نظریه ملاک و معیار مسئولیت، رابطه سببیتی می باشد که بین فعالیت شخص و زیان وارده به شخص دیگر وجود دارد. بر مبنای این نظریه، منبع مسئولیت تنها تقصیری نیست که فرد مرتکب می گردد، بلکه حتی خطری که به وسیله فعالیت خود مخاطب ایجاد گردیده است، نیز می تواند منبع مسئولیت محسوب شود. اغلب افراد در ایجاد این نوع فعالیت ها نفعی هم دارند و به دلیل همین منافع خود را گسترش می دهند. این فعالیت ها خطری را ایجاد می کند که به صورت بالقوه می تواند منجر به بروز خسارت شود. به عنوان مثال یک شرکت رسانه ای سایبری تبلیغاتی که از راه پخش آگهی بازرگانی به درآمدهای کلانی دست می یابد، باید در خطرات ناشی از فعالیت های رسانه ای خود نیز جوابگو باشد. بر حسب نظریه خطر، عامل این فعالیت باید در برابر این خسارت پاسخگو باشد، حتی اگر مرتکب تقصیری نشده باشد، مسئولیت اشخاص در برابر خسارات ناشی از اشیاء تحت حفاظت آنان نتیجه همین تحول بود.

۳ ارکان تحقق مسئولیت حقوقی استفاده ابزاری نادرست از رسانه سایبر نسبت به مخاطبان و مسئولیت همزمان مخاطب

۱.۳ وجود ضرر

برای احراز مسئولیت حقوقی استفاده ابزاری نادرست از رسانه سایبر نسبت به مخاطبان و مسئولیت همزمان مخاطب باید ضرر وارد شده باشد. این ضرر امکان دارد موجب نقض در اموال یا از دست دادن منافع مسلم و یا لطمه به سلامت و حیثیت و عواطف شخص شود (یزدانیان، ۱۳۸۶: ۹۱) ضرر را باید با توجه به موقعیت و اوضاع و احوالی که خواهان دارد سنجید و نه به طور کلی؛ به عنوان مثال محروم شدن یک فروشنده جزء از چند مشتری همیشگی اش بر اثر تبلیغات گمراه کننده رسانه سایبری، برای وی زیان بار خواهد بود، در حالی که برای یک فروشنده بزرگ، محروم شدن از چند مشتری چندان زیان بار به حساب نمی آید. در خصوص رسانه های گروهی سایبری هم مفهوم ضرر نباید چیزی متفاوت از آنچه که عنوان شد، باشد. اما از آن جایی که دامنه ایراد خسارت ناشی از اقدامات اصحاب رسانه در عموم موارد گسترده است، بنابراین

تعیین مفهوم ضرر نه تنها اهمیت بیشتری پیدا می‌نماید، بلکه موضوعی مشکل است زیرا که تشخیص مفهوم ضرر در حیطه فعالیت‌های رسانه‌ای، علی‌القاعده باید با کارکرد آن حوزه تبیین گردد. قوانین حوزه رسانه‌ها، تعریفی از مفهوم ضرر در این باره ارائه ننموده است، اما باید توجه نمود که فلسفه وجودی و قانونی هر یک از رسانه‌های جمعی از جمله رسانه‌های سایبری ماهیت و کارکرد آن و جامعه هدف آن رسانه، می‌تواند در تعیین نمودن مفهوم عرفی ضرر تأثیرگذار باشد. به عنوان نمونه خسارت ناشی از اقدام مجری سایت سایبری با خسارات ناشی از اقدامات یک خبرنگار در یک نشریه محلی، قاعدتا می‌تواند مفهوم ضرر در مقابل زیان دیده را تغییر دهد و عرف در این باره نقش مهم دارد.

استفاده ابزاری نادرست از رسانه سایبر نسبت به مخاطبان و مسئولیت همزمان مخاطب در حیطه ضرر مادی به دو صورت امکان دارد موجب احراز مسئولیت شود چرا که بعضا ممکن است این افعال موجب تلف شدن مالی شود که در حقوق از آن به عنوان اتلاف یاد می‌شود و بعضا ممکن است فعالیت‌های مذکور موجب ایجاد ضرر شود که آن را ضرر ناشی از تسبیب نامیده‌اند. قانون مدنی در ماده های ۳۲۸ و ۳۳۱ قانون مدنی به این موارد پرداخته است.^۱ در حیطه ضرر معنوی نیز شایان توجه است که دامنه شمول این نوع ضرر به ویژه در حیطه فعالیت‌های رسانه‌ای بسیار گسترده‌تر از ضررهای مادی است. به عنوان نمونه چنانچه سایت خبری سایبری اقدام به درج خبری خلاف واقعیت نماید و این خبر باعث ایراد خسارت به حیثیت و اعتبار شخص یا ارگانی شود، به نظر حکم به جبران خسارت امری مسلم باشد. در این باره باید گفت در کشورهای خارجی توجه به این نوع ضرر بسیار بیشتر از ایران است و جبران آن از موارد بسیار با اهمیت تلقی می‌شود اما متأسفانه در ایران در حیطه رسانه‌ها چه در حوزه عادی و چه سایبری درباره این نوع ضرر آن چنان که باید و شاید مورد توجه صورت نگرفته است. البته عده‌ای امکان یا عدم جبران ضرر معنوی با پول را با اشکالاتی مواجه می‌دانند که به قرار ذیل است:

- زیان معنوی، تبلور خارجی ندارد و ملموس نمی‌باشد، بنابراین قابل اندازه‌گیری مادی نمی‌باشد و هر تصمیمی در این خصوص مبتنی بر حدس و گمان است.
- شرافت و احساسات انسانی به دلیل این که از جنس مادیات نمی‌باشد، پس قابل جبران با پول نیست و ما به ازای مادی ندارد (بهرامی احمدی، ۱۳۸۸: ۷۷).

در پاسخ به این اشکالات باید گفت در ضررهای مادی نیز همیشه تعیین نمودن میزان دقیق خسارت امکان‌پذیر نمی‌باشد و بر اساس عرف و نظریه کارشناسی میزان آن روشن می‌شود پس ضرر معنوی را هم می‌توان با استفاده از این مسئله روشن نمود. ضمناً همیشه جبران ضرر معنوی با پول نمی‌باشد و در مواردی حکم به جبران ضرر معنوی با پول امکان دارد که از منظر عقلی نیز درست باشد و قبیح تلقی نشود اما به طور

^۱ ماده ۳۲۸ قانون مدنی: هر کس مال غیر را تلف کند ضامن آن است و باید مثل یا قیمت آن را بدهد اعم از این که از روی عمد تلف کرده باشد یا بدون عمد و اعم از این که عین باشد یا منفعت و اگر آن را ناقص یا معیوب کند ضامن نقص قیمت آن مال است. ماده ۳۳۱: هر کس سبب تلف مالی بشود باید مثل یا قیمت آن را بدهد و اگر سبب نقص یا عیب آن شده باشد باید از عهده نقص قیمت آن برآید. (حقوق مذکور در این ماده انتقال به غیر است و انتقال گیرنده از نظر استفاده از این حقوق قائم مقام انتقال دهنده برای استفاده از بقیه مدت از این حق خواهد بود.)

عمده ضررهای معنوی از طریق غیرمالی جبران می‌شود. به عنوان مثال چنانچه فردی با استفاده نادرست از رسانه در محیط سایبری اقدام به دروغ‌پردازی علیه تولیدات شرکتی نمود و این موضوع موجبات لطمه‌های مختلفی برای آن شرکت گردید، ضمن محکومیت به جبران نمودن ضررهای مادی وارده، دادگاه می‌تواند او را ملزم به عذرخواهی و توضیح واقعیت در بخش‌های دیگر همان برنامه پخش شده در محیط سایبر نماید.

۲.۳ ارتکاب فعل زیان‌بار

مسئولیت حقوقی در حیطه فعالیت‌های سایبری نیز، همانند سایر موارد نیازمند ارتکاب فعل زیان‌بار می‌باشد. عمده افعال زیان‌بار در استفاده ایزاری نادرست از رسانه سایبر، به حیثیت و آبرو و شخصیت اشخاص باز می‌گردد و امکان دارد در برخی موارد نیز منجر به ضرر مادی به فرد گردد. به عنوان مثال در حیطه ارتکاب فعل زیان‌بار در محدوده موضوع این مقاله می‌توان به تجاوز نمودن به حریم خصوصی مخاطب اشاره نمود که متأسفانه این عمل در ایران بارها اتفاق افتاده است و شاهد پخش مسائل بسیار خصوصی برخی افراد در محیط سایبری بوده‌ایم که مصداق بارز تجاوز به حریم خصوصی افراد تلقی می‌شود. به عنوان مثال استفاده از رسانه سایبری برای پخش عروسی یک فرد معروف نقض حریم خصوصی بوده و به طور قطع منتشر کننده آن مرتکب فعل زیان‌بار شده است و دارای مسئولیت حقوقی خواهد بود. بعضاً نیز ممکن است در رسانه سایبر اقدام به هتک حرمت گردد که منجر به از بین رفتن آبروی فرد یا حیثیت و جایگاه خانوادگی وی شود که در این باره نیز مسئولیت قابل احراز است. این هتک حرمت دارای مصداق‌های متعددی است که از آن جمله می‌توان به افتراء، توهین و نشر اکاذیب اشاره نمود. به عنوان مثال افتراء در رسانه‌های سایبری می‌تواند موجب مسئولیت کیفری و مدنی رسانه خاطی باشد. البته در عمده موارد هر دو نوع مسئولیت شامل حال فرد می‌شود. مثلاً چنانچه گوینده‌ای در رسانه سایبر یکی از مسئولان کشور را مفسد اخلاقی معرفی نماید نه تنها مسئولیت کیفری دارد بلکه دارای مسئولیت حقوقی نیز خواهد بود (آقائی‌نیا، ۱۳۸۴: ۳۶). توهین و نشر اکاذیب هم بر همین رویه است.

۳.۳ رابطه سببیت

سومین رکن مسئولیت مدنی وجود رابطه سببیت می‌باشد؛ یعنی برای محقق شدن مسئولیت حقوقی باید بین فعل زیان‌بار و وجود ضرر، رابطه سببیت وجود داشته باشد؛ یعنی ورود ضرر به یک شخص اعم از حقیقی یا حقوقی که توانایی انجام مسئولیت را دارد، قابل انتساب باشد تا آثار مسئولیت بر وی تحمیل گردد. در حوزه فعالیت‌های رسانه‌ای نیز باید برای مسئول شناختن رسانه سایبر یا فرد متخلف، باید فعل زیان‌بار و ضرر حادث شده رابطه سببیت احراز گردد. رسانه‌های سایبری همانند دیگر اشخاص حقوقی می‌توانند دارای شخصیت حقوقی باشند و این موضوع در غالب موارد در حالت احراز رابطه سببیت، مسئولیت را بر عهده رسانه و شخصیت حقوقی او قرار خواهد داد نه شخص حقیقی مگر این که رابطه سببیت روشن کننده مسئولیت شخص حقیقی مانند خبرنگار، مجری و... باشد. قانون تجارت درباره شخصیت حقوقی بخشیدن به

موسسه‌های دولتی مانند رسانه‌های دولتی عنوان می‌دارد که موسسات و تشکیلات دولتی و بلدی به محض ایجاد و بدون احتیاج به ثبت دارای شخصیت حقوقی می‌شوند. حال اگر رسانه‌ای سایبری دولتی به حساب بیاید، به محض ایجاد و بدون نیاز به ثبت در مرجع ثبت، دارای شخصیت حقوقی می‌شود، اما در حالتی که رسانه‌ای برای مقاصد غیرتجاری تشکیل شود. براساس ماده ۵۸۴ قانون تجارت، از تاریخ ثبت در دفتر خاصی که قوه قضائیه تعیین کرده است، دارای شخصیت حقوقی می‌شود. بنابراین براساس ماده‌های یاد شده، عمده رسانه‌ها اعم از عادی و رسانه‌ای از قبیل روزنامه، تلویزیون، نشریات جاری کشور دارای شخصیت حقوقی بوده و در حالت ایراد خسارت به اشخاص، می‌توان خسارت وارده را از آن‌ها در حالت وجود شرایط مسئولیت، مطالبه نمود.

۴ نتیجه‌گیری

رسانه‌های سایبری امروزه عضو غیر قابل انکاری از زندگی بشر هستند که با استناد به محتوای پیام خود بر جوه مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و آموزشی جامعه اثر می‌گذارند. فعالیت رسانه‌های مذکور نیز بعضاً امکان دارد سبب ایراد ضرر مادی یا معنوی به اشخاص حقیقی یا حقوقی شوند. از این رو مسئولیت حقوقی استفاده ابزاری نادرست از رسانه سایبر نسبت به مخاطبان و مسئولیت همزمان مخاطب در مقابل زیان‌هایی که ممکن است بر اثر فعالیت آن‌ها بر اشخاص مختلف وارد شود، امری ضروری است. یافته‌های این مقاله نشان می‌دهد که در زمینه مسئولیت مذکور، قاعده ضمان و جبران خسارت مبنای اصلی می‌باشد که البته پراکندگی و عدم وجود انسجام یا جامعیت لازم قوانین موضوعه در باب رسانه‌های سایبری مانع از این می‌شود که این رسانه‌ها، الزامات لازم را شناخته و آن را رعایت نمایند یا دادرس قادر باشد منابع مسئولیت آن‌ها را پیدا نموده و التزام به جبران خسارت برپایه آن‌ها را بنا نماید. همچنین روشن شد که انواع ضرر ناشی از این نوع مسئولیت حقوقی اعم از مادی و معنوی است و با توجه به مطالب در مجموع این نتیجه روشن است که رسانه‌های سایبری به دلیل کارکردهای متفاوت و عمومی بودن، چنانچه شخصی را اعم از حقوقی یا حقیقی یا دولتی یا خصوصی متحمل ضرر و زیان اعم از مالی و معنوی نماید باید درصدد جبران زیان وارده برآیند. ضمناً پیشنهاد می‌شود با توجه به این که هدف از وضع قواعد مسئولیت حقوقی، جبران خسارت وارده به افراد می‌باشد، بنابراین ضروری است تا اشخاص مسئول در برابر زیان دیده به علت کثرت افراد فعال در حوزه رسانه مشخص گردد. به عنوان نمونه مقنن در مورد انعکاس خبر کذب در یک رسانه سایبری، چه کسی یا کسانی را در برابر زیان دیده و به چه صورت مسئول جبران خسارت می‌داند؟ مدیرمسئول، سردبیر، مجری، کارگردان، تهیه کننده و... اشخاصی هستند که در قالب شخص حقیقی می‌توانند مسئول قرار گیرند، علاوه بر این که خود رسانه سایبری نیز در عمده موارد دارای شخصیت حقوقی است و بنابر قانون ممکن است مسئول خسارت وارده باشد. آیا زیان زندگان بنابر ماده ۱۴ قانون مسئولیت مدنی در برابر زیان دیده مسئولیت تضامنی خواهند داشت یا خیر؟ لازم است این موارد به صراحت روشن و تفکیک گردد.

مراجع

- [۱] آقائی نیا، حسین (۱۳۸۴). جرائم علیه اشخاص، چاپ اول، تهران، انتشارات میزان.
- [۲] بهرامی احمدی، حمید (۱۳۸۸). مسئولیت مدنی، چاپ اول، تهران، انتشارات میزان.
- [۳] شفیعی سروستانی، ابراهیم و همکاران، قانون دیات و مقتضیات زمان، چاپ اول، انتشارات مرکز تحقیقات استراتژیک ریاست جمهوری.
- [۴] کاتوزیان، ناصر (۱۴۰۰). حقوق مدنی، ایقاع، نظریه عمومی، ایقاع عمومی، چاپ هشتم، تهران، انتشارات گنج دانش.
- [۵] کاتوزیان، ناصر (۱۴۰۰). قواعد عمومی قراردادها، چاپ سی و نهم، تهران، انتشارات میزان.
- [۶] کاتوزیان، ناصر (۱۳۸۶). الزام‌های خارج از قرارداد (ضمن قهری)، مسئولیت مدنی، چاپ ششم، تهران، انتشارات میزان.
- [۷] لوراسا، میشل (۱۳۷۵). مسئولیت مدنی، چاپ اول، مترجمان: حسین صفایی و محمد اشتری، تهران، انتشارات حقوقدان.
- [۸] مبین، حجت (۱۳۸۷). نظریه قابلیت استناد به عنوان مبنای مسئولیت مدنی در فقه امامیه و حقوق ایران با مطالعه تطبیقی در حقوق فرانسه، تهران، دانشگاه امام صادق.
- [۹] مصطفوی، مصطفی (۱۳۸۴). احسان، منبع مسئولیت، سال دوم، مجله فقه و حقوق.
- [۱۰] یزدانیان، علیرضا (۱۳۸۶). حقوق مدنی، قواعد عمومی مسئولیت مدنی، چاپ اول، جلد اول، تهران، انتشارات میزان.
- [۱۱] الجبعی العاملی، زین الدین بن علی (شهیدثانی) (۱۴۱۶). مسالک الافهام فی تنقیح شرائع الاسلام، الطبعة الاولى، قم، مؤسسه المعارف الاسلامیه.
- [۱۲] حسینی سیستانی، علی (۱۴۱۴). قاعده لاضرر و لاضرار، الطبعة الاولى، قم، مکتب آیت الله العظمی السید سیستانی.
- [۱۳] حسینی المراغی، میرعبدالفتاح (۱۴۱۷). العناوین، الطبعة الاولى، جلد دوم، قم، مؤسسه النشر الاسلامی.
- [۱۴] علامه حلی، حسن بن یوسف بن علی مطهر (۱۴۱۸). قواعد الاحکام، قم، المکتبة المرتضویة لاحیاء الآثار الجعفریة.
- [۱۵] مکارم شیرازی، ناصر (۱۴۱۷). القواعد الفقیهة، الطبعة الثالثة، قم، مدرسة الامام امیرالمومنین (ع).

