

## Cyberspace and Content Creation Rights: Examining Civil and Criminal Liabilities

Sahar Yeganehpour Ghasemi<sup>1</sup>, Mahtab nikandish farahani<sup>2\*</sup>

1-M.A. Student in Law, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

2\* - M.A. Student in Law, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

### ABSTRACT

With the rapid expansion of digital technologies and social networks, content creation in cyberspace has become a crucial component of social and economic interactions while simultaneously generating significant legal implications for content creators. The main research question of this study is: what are the legal dimensions and civil and criminal liabilities arising from content creation in cyberspace, and how can legal frameworks balance freedom of expression with legal accountability? The necessity of this research lies in the rapid growth of content production, where many individuals and organizations are unaware of legal consequences, and this lack of awareness can lead to legal disputes and social harm. The aim of this article is to examine the legal aspects of content creation in cyberspace and identify the associated civil and criminal liabilities. The research method is descriptive-analytical, based on documentary studies and a review of relevant legal texts and judicial cases regarding content responsibility in cyberspace. The results indicate that content creators, both individuals and platforms, bear responsibilities under civil and criminal law, including preventing the dissemination of illegal, offensive, or rights-violating content and fulfilling obligations related to online publication. Furthermore, the study shows that raising awareness and establishing clear legal guidelines can enhance content creators' accountability while preserving freedom of expression. The innovation of this research lies in its simultaneous focus on both civil and criminal dimensions of content liability in cyberspace and providing a comprehensive analytical review of relevant legal and judicial documents.

#### Keywords:

Cyberspace, Content Creation Rights, Civil Liability, Criminal Liability, Freedom of Expression

**How to Cite:** yeganehpour ghasemi, S. and nickandish farahani, M. (2025). Cyberspace and Content Creation Rights: Examining Civil and Criminal Liabilities. *Cyber Law*, 1(4), 1-18.

DOI: 10.22054/jocl.2325.75063.2335

Journal of Cyber Law in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

© Authors



\* Corresponding Author: mahtab.nikandish.farahani@sku.ac.ir

## فضای سایبر و حقوق تولید محتوا: بررسی ابعاد مسئولیت مدنی و کیفری

سحر یگانه پور قاسمی<sup>۱</sup>، مهتاب نیک اندیش فراهانی<sup>۲\*</sup>

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

### چکیده

با گسترش روزافزون فناوری‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، تولید محتوا در فضای سایبر به یکی از ارکان مهم تعاملات اجتماعی و اقتصادی تبدیل شده است و همزمان پیامدهای حقوقی قابل توجهی برای تولیدکنندگان محتوا به همراه دارد. پرسش اصلی این پژوهش این است که چه ابعاد حقوقی و مسئولیت‌های مدنی و کیفری ناشی از تولید محتوا در فضای سایبر وجود دارد و چگونه می‌توان از طریق چارچوب‌های قانونی، تعادل میان آزادی بیان و پاسخگویی حقوقی را برقرار کرد. ضرورت این مطالعه از آن جهت است که با رشد سریع تولید محتوا، بسیاری از افراد و سازمان‌ها از پیامدهای حقوقی اقدامات خود آگاه نیستند و فقدان آگاهی می‌تواند منجر به نزاع‌های قانونی و آسیب‌های اجتماعی شود. هدف این مقاله بررسی ابعاد حقوقی تولید محتوا در فضای سایبر و شناسایی مسئولیت‌های مدنی و کیفری ناشی از آن است. روش پژوهش در این مقاله توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر مطالعه اسنادی و مرور متون قانونی و قضایی مرتبط با مسئولیت محتوا در فضای سایبر است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تولیدکنندگان محتوا، چه افراد حقیقی و چه پلتفرم‌ها، در چارچوب قوانین مدنی و کیفری دارای مسئولیت‌هایی هستند که شامل جلوگیری از انتشار محتوای مجرمانه، توهین‌آمیز یا مغایر با حقوق دیگران و رعایت تعهدات ناشی از انتشار آنلاین است. همچنین این مقاله نشان می‌دهد که آگاهی‌بخشی و ایجاد دستورالعمل‌های قانونی روشن، می‌تواند ضمن حفظ آزادی بیان، مسئولیت‌پذیری تولیدکنندگان محتوا را افزایش دهد. نوآوری این پژوهش در تمرکز همزمان بر دو بعد مدنی و کیفری مسئولیت محتوا در فضای سایبر و ارائه تحلیل تحلیلی-پیوسته از اسناد قانونی و قضایی مرتبط است.

### کلیدواژه‌ها:

فضای سایبر، حقوق تولید محتوا، مسئولیت مدنی، مسئولیت کیفری، آزادی بیان

### نحوه استناد:

یگانه پور قاسمی و سحر و نیک اندیش فراهانی، مهتاب. (۱۴۰۳). فضای سایبر و حقوق تولید محتوا: بررسی ابعاد مسئولیت مدنی و کیفری. حقوق سایبری، (۴) ۱، ۱۸-۱.

نشریه حقوق سایبری در توسعه و تکامل تحت مجوز کرییتیو کامنز انتساب - غیرتجاری ۴٫۰ بین‌المللی منتشر شده است.

©نویسندگان



\* ایمیل نویسنده مسئول: mahtab.nikandish.farahani@sku.ac.ir

## مقدمه

با گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و نفوذ شبکه‌های اجتماعی در تمامی عرصه‌های زندگی روزمره، فضای سایبر به محیطی حیاتی برای تولید و انتشار محتوا تبدیل شده است. این تحول، فرصت‌های بی‌سابقه‌ای برای تعاملات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی فراهم آورده، اما همزمان چالش‌های قانونی و مسئولیت‌های ناشی از تولید محتوا را نیز تشدید کرده است. تولیدکنندگان محتوا، اعم از افراد حقیقی و حقوقی، در این فضا با محدودیت‌ها و الزامات قانونی مشخصی روبه‌رو هستند و عدم آگاهی یا بی‌توجهی به این الزامات می‌تواند منجر به پیامدهای مدنی و کیفری شود (مسیحی، ۲۰۲۴، ص. ۴۵). در نظام حقوقی ایران، قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸، به‌عنوان مهم‌ترین چارچوب قانونی در این حوزه، مسئولیت تولیدکنندگان محتوا را مشخص کرده است. ماده ۱۴ این قانون تولید، ارسال، انتشار، توزیع، ذخیره‌سازی یا هرگونه فعالیت مالی مرتبط با محتوای مستهجن را جرم‌انگاری می‌کند و برای آن مجازات حبس از ۹۱ روز تا ۲ سال و جزای نقدی از ۵ میلیون تا ۴۰ میلیون ریال پیش‌بینی شده است (قانون جرایم رایانه‌ای، ۱۳۸۸، ماده ۱۴، ص. ۱۲). همچنین ماده ۱۹ این قانون مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی را در صورت ارتکاب جرایم رایانه‌ای در راستای منافع سازمانی تعیین می‌کند (همان، ص. ۱۸). تبصره ۱ ماده ۲۱، علاوه بر اقدامات مستقیم، هرگونه اقدام تسهیل‌کننده برای ارتکاب جرایم رایانه‌ای را نیز مشمول مسئولیت کیفری می‌داند. علاوه بر این، ماده ۲۳ قانون مزبور، انتشار محتوای توهین‌آمیز، تفرقه‌انگیز یا مغایر با امنیت عمومی را جرم‌انگاری کرده و برای تولیدکنندگان آن مسئولیت کیفری تعیین می‌کند (همان، ص. ۲۲). این مواد قانونی نشان‌دهنده اهمیت بالای مسئولیت تولید محتوا در فضای سایبر و ضرورت توجه دقیق به چارچوب‌های قانونی هستند.

اهمیت این موضوع با توجه به رشد سریع فناوری‌های دیجیتال و تبدیل فضای سایبر به بستری برای فعالیت‌های اقتصادی و فرهنگی بیش از پیش آشکار می‌شود. تولید محتوا می‌تواند تأثیرات گسترده‌ای بر افکار عمومی، فرهنگ جامعه و امنیت ملی داشته باشد و در صورت سوءاستفاده یا انتشار محتوای غیرقانونی، پیامدهای حقوقی جدی برای تولیدکنندگان و پلتفرم‌ها ایجاد کند (بروزو، ۲۰۲۵، ص. ۱۱۲). همچنین، پیچیدگی تعاملات سایبری و انتشار سریع اطلاعات باعث شده است که مسئولیت حقوقی تولیدکنندگان محتوا به‌صورت مستقیم با چارچوب‌های مدنی و کیفری مرتبط شود و نیازمند تحلیل دقیق‌تر باشد. پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه نشان می‌دهند که توجه به مسئولیت حقوقی تولید محتوا در فضای سایبر در نظام حقوقی ایران و سایر کشورها موضوعی قابل توجه بوده است. مسیحی (۲۰۲۴) مسئولیت مدنی تولیدکنندگان محتوا را تحلیل کرده و به این نتیجه رسیده است که بسیاری از تولیدکنندگان با حد و مرزهای مسئولیت مدنی خود آشنا نیستند (ص. ۵۰). بروزو (۲۰۲۵) نیز با تمرکز بر مسئولیت مدنی و کیفری، خلأهای قانونی موجود در قانون جرایم رایانه‌ای را بررسی کرده و بر لزوم ایجاد چارچوب‌های شفاف برای پلتفرم‌ها تأکید کرده است (ص. ۱۱۵). نظری و همکاران (۲۰۱۹) مطالعه‌ای تطبیقی میان ایران و کشورهای اروپایی انجام داده و نشان داده‌اند که در نظام‌های اروپایی، نظارت بر محتوا و مسئولیت تولیدکننده با جزئیات بیشتری مشخص شده است (ص. ۷۸). پژوهش‌های دیگری مانند «مسئولیت کیفری افراد در قانون جرایم رایانه‌ای» (۲۰۱۶، ص. ۳۳)، «تحلیل حقوقی محتوای دیجیتال در فضای سایبر» (۲۰۱۸، ص. ۴۱) و «قوانین سایبری و مسئولیت پلتفرم‌ها» (۲۰۲۱، ص. ۵۹) نیز بر اهمیت تعیین دقیق مسئولیت‌های مدنی و کیفری تأکید کرده‌اند. این مطالعات نشان می‌دهند که اگرچه تحقیقات پیشین به بررسی ابعاد مختلف مسئولیت

پرداخته‌اند، اما تحلیل جامع و همزمان مدنی و کیفری مسئولیت محتوا در فضای سایبر در نظام حقوقی ایران کمتر انجام شده است.

با توجه به پیشینه موجود، خلأ اصلی پژوهش در تحلیل جامع و تطبیقی مسئولیت مدنی و کیفری تولید محتوا در فضای سایبر و بررسی تأثیر تغییرات اخیر فناوری بر این مسئولیت‌هاست. همچنین، مطالعات پیشین کمتر به تحلیل تبصره‌ها و جزئیات مواد قانونی پرداخته‌اند و نقش آن‌ها در شفاف‌سازی مسئولیت‌های حقوقی نادیده گرفته شده است. پرسش‌های اصلی این تحقیق عبارتند از: (۱) مسئولیت‌های مدنی و کیفری تولیدکنندگان محتوا در فضای سایبر در نظام حقوقی ایران چیست؟ (۲) خلأهای موجود در قوانین ایران برای مواجهه با تخلفات سایبری کدامند؟ (۳) چگونه می‌توان با توجه به تحولات فضای سایبر، چارچوب‌های قانونی مؤثرتری برای تعیین مسئولیت تولیدکنندگان محتوا ایجاد کرد؟

هدف اصلی مقاله تحلیل ابعاد مسئولیت حقوقی تولید محتوا در فضای سایبر در نظام حقوقی ایران و ارائه راهکارهایی برای بهبود چارچوب‌های قانونی موجود است. روش پژوهش توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر مطالعه اسنادی است؛ به این ترتیب که ابتدا مواد قانونی و تبصره‌های مرتبط بررسی می‌شوند، سپس با تحلیل این قوانین و مقایسه با نظام‌های حقوقی دیگر، خلأها شناسایی شده و در نهایت پیشنهادهایی برای اصلاح و بهبود چارچوب‌های قانونی ارائه می‌شود.

#### فضای سایبر

فضای سایبر به محیطی گسترده اطلاق می‌شود که تعاملات انسانی، تولید، پردازش و انتشار اطلاعات و محتوا در آن عمدتاً از طریق شبکه‌های رایانه‌ای، اینترنت و فناوری‌های ارتباطی نوین انجام می‌گیرد (مسیحی، ۲۰۲۴، ص. ۴۸). این فضا، برخلاف محیط‌های سنتی تعامل انسانی، دارای ویژگی‌هایی منحصر به فرد است که آن را به بستری کلیدی برای فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تبدیل می‌کند. نخستین ویژگی مهم، سرعت انتشار اطلاعات است؛ در فضای سایبر، محتوا در کسری از ثانیه می‌تواند به میلیون‌ها کاربر در سراسر جهان منتقل شود، که این امر پیامدهای گسترده‌ای برای تصمیم‌گیری‌های فردی و جمعی دارد (بروزو، ۲۰۲۵، ص. ۱۱۳). دومین ویژگی، گستردگی جهانی است؛ کاربران از نقاط مختلف دنیا می‌توانند به اطلاعات مشابه دسترسی پیدا کنند، که این امر فرصت‌ها و چالش‌های حقوقی، اقتصادی و فرهنگی را هم‌زمان ایجاد می‌کند (نظری و همکاران، ۲۰۱۹، ص. ۷۶). از منظر اقتصادی، فضای سایبر بستری برای ارائه خدمات دیجیتال، تجارت الکترونیک، تبلیغات و تولید محتوا به صورت گسترده فراهم کرده است. تولیدکنندگان محتوا می‌توانند بدون محدودیت جغرافیایی به بازارهای جهانی دسترسی داشته باشند و با هزینه کمتر، خدمات و محصولات خود را معرفی کنند (تحلیل حقوقی محتوای دیجیتال، ۲۰۱۸، ص. ۴۵). از منظر اجتماعی و فرهنگی، فضای سایبر نقش مهمی در شکل‌دهی افکار عمومی، تعاملات اجتماعی و انتقال فرهنگ ایفا می‌کند؛ محتوای منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند در مدت کوتاهی نگرش‌ها و رفتارهای گروهی را تحت تأثیر قرار دهد (قوانین سایبری و مسئولیت پلتفرم‌ها، ۲۰۲۱، ص. ۶۱).

همچنین، فضای سایبر به عنوان محیطی قانونی و حقوقی، مسئولیت‌های جدیدی برای تولیدکنندگان محتوا و پلتفرم‌ها ایجاد کرده است. قوانین داخلی مانند قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸، مسئولیت مدنی و کیفری ناشی از تولید و انتشار محتوا را مشخص کرده و برای افراد حقیقی و حقوقی چارچوب‌های قانونی تعیین می‌کند (قانون جرایم رایانه‌ای، ۱۳۸۸، ماده ۱۴-۲۳، ص. ۱۲-۲۲). پژوهش‌ها نشان می‌دهند که شناخت دقیق ویژگی‌های فضای سایبر و نقش آن در زندگی مدرن، شرط لازم برای تحلیل مسئولیت‌های حقوقی مرتبط با تولید محتوا است (بروزو، ۲۰۲۵، ص. ۱۱۹)؛

مسیحی، ۲۰۲۴، ص. ۵۱). می توان گفت فضای سایبر نه تنها محیطی برای تبادل اطلاعات و محتواست، بلکه بستری پیچیده است که ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حقوقی را به طور همزمان دربر می گیرد. بنابراین، درک ماهیت این فضا و تحلیل تعاملات انسانی در آن، پیش شرطی برای تدوین قوانین مؤثر، حفاظت از حقوق شهروندان و ارتقای بهره‌وری اقتصادی و فرهنگی محسوب می‌شود (نظری و همکاران، ۲۰۱۹، ص. ۸۰؛ تحلیل حقوقی محتوای دیجیتال، ۲۰۱۸، ص. ۴۹).

#### تولید محتوی

تولید محتوا فرایندی است که طی آن افراد یا سازمان‌ها اطلاعات، داده‌ها یا آثار خلاقانه را خلق، سازمان‌دهی و ارائه می‌کنند تا برای دیگران قابل استفاده باشد. این محتوا می‌تواند متنی، تصویری، صوتی، ویدئویی یا ترکیبی از این شکل‌ها باشد و هدف آن انتقال اطلاعات، آموزش، اطلاع‌رسانی، تبلیغات یا سرگرمی است.

تولید محتوا در فضای سایبر فرآیندی چندبعدی است که شامل ایجاد، ویرایش، انتشار و اشتراک‌گذاری داده‌ها و اطلاعات توسط کاربران و پلتفرم‌های دیجیتال می‌شود (حسینی، ۲۰۲۳، ص. ۳۴). این محتوا می‌تواند متنی، صوتی، تصویری یا ترکیبی از آن‌ها باشد و هر نوع محتوا نقش ویژه‌ای در اطلاع‌رسانی، آموزش، تبلیغات، فرهنگ‌سازی و تعاملات اجتماعی ایفا می‌کند (کریمی، ۲۰۲۴، ص. ۵۱). محتوای متنی مانند مقالات و پست‌های شبکه‌های اجتماعی، امکان انتشار سریع اطلاعات و ایجاد بحث‌های عمومی را فراهم می‌آورد و نقش مؤثری در شکل‌دهی افکار عمومی دارد (رضایی و همکاران، ۲۰۲۲، ص. ۷۷). محتوای صوتی، از جمله پادکست‌ها و برنامه‌های رادیویی آنلاین، امکان انتقال سریع اطلاعات و آموزش از راه دور را فراهم می‌کند و به ایجاد تعاملات پویا میان کاربران کمک می‌کند (نوروزی، ۲۰۲۳، ص. ۴۵). محتوای تصویری، شامل ویدئوها و تصاویر گرافیکی، قدرت بصری بالایی دارد و در آموزش، تبلیغات و رسانه‌های خبری به‌طور گسترده مورد استفاده قرار می‌گیرد (جلالی، ۲۰۲۴، ص. ۸۹). ترکیب چندرسانه‌ای این محتواها امکان ارائه پیام‌های پیچیده و چندبعدی را فراهم می‌کند و می‌تواند همزمان جنبه‌های آموزشی، تبلیغاتی و فرهنگی را پوشش دهد (سهرابی، ۲۰۲۵، ص. ۶۲). به طور کلی، این انواع محتوا فرصت‌ها و چالش‌های متعددی برای کاربران و سازمان‌ها ایجاد می‌کنند، زیرا انتشار گسترده و سریع محتوا می‌تواند پیامدهای قانونی و اجتماعی به دنبال داشته باشد.

از منظر حقوقی، تولید محتوا در فضای سایبر مسئولیت‌هایی برای کاربران و پلتفرم‌ها ایجاد می‌کند. محتواهای منتشرشده ممکن است ناقض حقوق دیگران، توهین‌آمیز یا مغایر با قانون باشند، و بنابراین مشمول مسئولیت مدنی و کیفری می‌شوند (قانون جرایم رایانه‌ای، ۱۳۸۸، ماده ۱۴-۲۳، ص. ۱۲-۲۲). علاوه بر قوانین ملی، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که چارچوب‌های بین‌المللی، مانند کنوانسیون بوداپست و توصیه‌های OECD، مسئولیت تولیدکنندگان محتوا را در سطح جهانی تأکید می‌کنند و به هماهنگی حقوقی میان کشورها کمک می‌کنند (Anderson, ۲۰۱۹, p. ۴۷; Müller, ۲۰۲۰, p. ۳۳). از منظر اجتماعی و فرهنگی، تولید محتوا در فضای سایبر نقش مهمی در شکل‌دهی هویت دیجیتال، ارتقای سواد رسانه‌ای و تقویت تعاملات اجتماعی دارد (Ahmadi, ۲۰۲۲, p. ۶۵). محتوای آموزشی و فرهنگی می‌تواند فرصت‌های برابر آموزشی و فرهنگی ایجاد کند، در حالی که محتوای نادرست یا مضر می‌تواند منجر به تضعیف حقوق افراد و ایجاد تنش‌های اجتماعی شود (Kazemi & Farhadi, ۲۰۲۳, p. ۵۲).

بعد اقتصادی تولید محتوا نیز قابل توجه است؛ محتواهای تبلیغاتی و تجاری بخشی از مدل‌های کسب و کار دیجیتال هستند و برای پلتفرم‌ها و تولیدکنندگان محتوا ارزش اقتصادی ایجاد می‌کنند (Rahimi, ۲۰۲۴, p. ۴۱). تحلیل جامع انواع محتوا و اثرات آن‌ها بر حقوق، اجتماع و اقتصاد، می‌تواند چارچوب علمی و کاربردی برای قانون‌گذاری و مدیریت مسئولیت‌های حقوقی تولیدکنندگان محتوا فراهم کند (Mohammadi, ۲۰۲۳, p. ۷۸). بنابراین فضای سایبر به محیطی تبدیل شده است که ابعاد حقوقی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را همزمان دربرمی‌گیرد و شناخت دقیق آن، پیش‌شرط لازم برای تدوین قوانین مؤثر، مدیریت مسئولیت تولیدکنندگان محتوا و حفاظت از حقوق شهروندان است (حسینی، ۲۰۲۳، ص. ۳۹؛ جلالی، ۲۰۲۴، ص. ۹۱).

همچنین مسئولیت حقوقی تولید محتوا به دو دسته کلی تقسیم می‌شود:

مسئولیت حقوقی تولید محتوا به دو دسته کلی تقسیم می‌شود که شامل مسئولیت مدنی و مسئولیت کیفری است و هر کدام ابعاد و پیامدهای خاص خود را دارند. مسئولیت مدنی به معنای جبران خسارت ناشی از انتشار محتوایی است که حقوق دیگران را نقض می‌کند، توهین‌آمیز است یا مغایر با تعهدات قراردادی و قانونی است. این نوع مسئولیت شامل جبران خسارت‌های مادی و معنوی وارده به اشخاص ثالث می‌شود و بر اساس مواد ۳۳۰ و ۳۳۱ قانون مدنی ایران، هر فردی که بدون مجوز قانونی موجب ضرر به دیگری شود، موظف به جبران آن است (قانون مدنی، ۱۳۷۰، ماده ۳۳۰-۳۳۱، ص. ۸۸-۹۰؛ تحلیل حقوقی محتوای دیجیتال، ۲۰۱۸، ص. ۴۲). مسئولیت مدنی همچنین شامل خسارت ناشی از انتشار اطلاعات نادرست یا گمراه‌کننده، نقض حریم خصوصی و عدم رعایت تعهدات قراردادی است که می‌تواند توسط تولیدکنندگان محتوا و حتی پلتفرم‌های میزبانی محتوا ایجاد شود. در مقابل، مسئولیت کیفری شامل مجازات‌هایی است که قانونگذار برای جرایم مرتبط با محتوا پیش‌بینی کرده است. بر اساس ماده ۱۴ قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸، انتشار محتوای مستهجن، توهین‌آمیز یا مخل نظم عمومی جرم تلقی می‌شود و مرتکب آن مشمول حبس، جزای نقدی یا هر دو خواهد بود (قانون جرایم رایانه‌ای، ۱۳۸۸، ماده ۱۴ و ۲۳، ص. ۱۲-۲۲). علاوه بر این، ماده ۱۹ این قانون مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی را در صورتی که جرایم به نفع آن‌ها ارتکاب یابد، تعیین می‌کند و تأکید می‌کند که مسئولیت کیفری شخص حقوقی مانع مجازات افراد حقیقی نخواهد شد (همان، ماده ۱۹، تبصره ۲، ص. ۱۸). این چارچوب قانونی نشان می‌دهد که مسئولیت کیفری تنها به افراد حقیقی محدود نیست، بلکه مدیران پلتفرم‌ها و اشخاص حقوقی نیز مشمول آن هستند، به طوری که رعایت قوانین و مقررات به یک الزام حقوقی و اجتماعی تبدیل می‌شود.

حقوق آمره قانون اساسی ایران نقش تعیین‌کننده‌ای در تبیین حدود مسئولیت تولیدکنندگان محتوا دارد. به‌ویژه اصل ۲۲ قانون اساسی، آزادی بیان را در چارچوب موازین شرعی و قانونی تضمین می‌کند و بدین ترتیب نقطه تلاقی میان حق آزادی بیان و مسئولیت قانونی تولیدکنندگان محتوا را مشخص می‌سازد (قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۳، اصل ۲۲، ص. ۵). این اصل نشان می‌دهد که آزادی بیان مطلق نیست و تولیدکنندگان محتوا باید همواره حقوق دیگران را رعایت کرده و از انتشار محتوای مخل نظم عمومی، توهین‌آمیز یا ناقض حقوق دیگران پرهیز کنند. همچنین، تحلیل دگرترین حقوقی نشان می‌دهد که رعایت حقوق آمره، مبنای اصلی در تعیین مسئولیت مدنی و کیفری محتواس و از تعارض احتمالی میان آزادی بیان و مسئولیت قانونی جلوگیری می‌کند (بروزو، ۲۰۲۵، ص. ۱۱۵).

در تحلیل عملی، مسئولیت مدنی و کیفری تولید محتوا اغلب به صورت ترکیبی اعمال می‌شود؛ به این معنا که یک محتوا ممکن است هم موجب ضرر مالی یا معنوی شود و هم مصداق جرم کیفری باشد. به عنوان مثال، انتشار محتوای

توهین آمیز علیه یک فرد یا گروه می‌تواند مستلزم پرداخت خسارت به قربانی باشد و همزمان باعث صدور حکم کیفری علیه تولیدکننده محتوا گردد. این ترکیب مسئولیت‌ها، اهمیت رعایت چارچوب‌های قانونی و حقوقی در تولید محتوا را نشان می‌دهد و ضرورت آموزش و آگاهی تولیدکنندگان محتوا از حقوق و تکالیف خود را تأکید می‌کند (سهرابی، ۲۰۲۴، ص. ۶۸). به‌طور خلاصه، مسئولیت حقوقی تولید محتوا در ایران به دو دسته مدنی و کیفری تقسیم می‌شود که هر دو در کنار هم عمل می‌کنند و با حمایت از حقوق آمره قانون اساسی، چارچوبی برای حفظ تعادل میان آزادی بیان و مسئولیت قانونی ایجاد می‌کنند. این چارچوب حقوقی به‌ویژه در فضای سایبر که سرعت و گستردگی انتشار محتوا بالاست، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند و مبنایی برای تدوین سیاست‌ها و مقررات تکمیلی در حوزه تولید و انتشار محتوا فراهم می‌آورد.

#### تولید کنندگان و ارائه کنندگان محتوی

تولید کنندگان و ارائه کنندگان محتوا از منظر قانونی به دو گروه اصلی تقسیم می‌شوند که هر یک مسئولیت‌ها و وظایف خاص خود را دارند. تولید کنندگان محتوا کسانی هستند که به‌طور مستقیم محتوا را خلق، تدوین و ویرایش می‌کنند. این افراد شامل نویسندگان، خبرنگاران، خالقان آثار هنری دیجیتال، برنامه‌سازان و هر فردی می‌شوند که اطلاعات، داده‌ها یا آثار خلاقانه را به شکل متن، صوت، تصویر یا ویدئو تولید می‌کند (حسینی، ۲۰۲۳، ص. ۳۶). تولید کنندگان محتوا مسئول صحت، اعتبار و قانونمندی محتوای خود هستند و در صورت انتشار محتوای مغایر با قوانین یا ناقض حقوق دیگران، مشمول مسئولیت مدنی و کیفری خواهند بود. مسئولیت مدنی آن‌ها شامل جبران خسارت‌های مادی و معنوی است که به دیگران وارد شده و بر اساس مواد ۳۳۰ و ۳۳۱ قانون مدنی ایران تعیین می‌شود (قانون مدنی، ۱۳۷۰، ماده ۳۳۰-۳۳۱، ص. ۸۸-۹۰؛ تحلیل حقوقی محتوای دیجیتال، ۲۰۱۸، ص. ۴۶). در مقابل، ارائه کنندگان محتوا یا واسطه‌ها، نهادها و پلتفرم‌هایی هستند که محتوا را به مخاطبان عرضه می‌کنند، مانند شبکه‌های اجتماعی، وبسایت‌های خبری، سرویس‌های میزبانی ویدئو و پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری محتوا (رضایی و همکاران، ۲۰۲۲، ص. ۷۹). ارائه کنندگان محتوا مسئول نظارت بر محتوای منتشر شده و جلوگیری از انتشار محتوای مغایر با قانون و حقوق دیگران هستند. قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸، به صراحت مسئولیت کیفری پلتفرم‌ها و مدیران آن‌ها را مشخص کرده است؛ طبق ماده ۱۴ و ۱۹، ارائه کنندگان محتوا موظفند از انتشار محتوای مستهجن، توهین آمیز یا مخل نظم عمومی جلوگیری کنند و در صورت قصور، مشمول مجازات‌های کیفری و مدنی خواهند بود (قانون جرایم رایانه‌ای، ۱۳۸۸، ماده ۱۴ و ۱۹، ص. ۱۲-۱۸).

حقوق آمره قانون اساسی ایران، به ویژه اصل ۲۲، مبنای تبیین حدود مسئولیت تولید کنندگان و ارائه کنندگان محتواست. آزادی بیان در چارچوب موازین شرعی و قانونی تضمین شده و بدین ترتیب نقطه تلاقی میان حق آزادی بیان و مسئولیت قانونی تولید کنندگان و ارائه کنندگان محتوا مشخص می‌شود (قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۳، اصل ۲۲، ص. ۵). این اصل اهمیت رعایت حقوق دیگران و جلوگیری از انتشار محتوای مخل نظم عمومی، توهین آمیز یا ناقض حقوق را تأکید می‌کند.

تحلیل عملی نشان می‌دهد که اغلب محتواها در فضای سایبر همزمان تحت تأثیر مسئولیت مدنی و کیفری قرار می‌گیرند؛ به این معنا که یک محتوا ممکن است موجب ضرر مالی یا معنوی به افراد شود و همزمان مصداق جرم کیفری باشد. برای مثال، انتشار محتوای توهین آمیز علیه یک فرد یا گروه، می‌تواند موجب صدور حکم جبران خسارت و همزمان

مجازات کیفری تولیدکننده یا ارائه‌کننده محتوا گردد. این ترکیب مسئولیت‌ها، ضرورت رعایت دقیق چارچوب‌های قانونی و حقوقی و آموزش تولیدکنندگان و ارائه‌کنندگان محتوا در خصوص حقوق و تکالیفشان را نشان می‌دهد (سهرابی، ۲۰۲۴، ص. ۷۰؛ پروزو، ۲۰۲۵، ص. ۱۱۸). در نتیجه، تعریف قانونی تولیدکنندگان و ارائه‌کنندگان محتوا و تبیین مسئولیت‌های مدنی و کیفری آن‌ها، نه تنها برای حفاظت از حقوق افراد و رعایت قانون اساسی ضروری است، بلکه پایه‌ای برای سیاست‌گذاری، قانون‌گذاری و تدوین دستورالعمل‌های عملیاتی در فضای سایبر فراهم می‌آورد و تضمین می‌کند که آزادی بیان با مسئولیت قانونی همراه باشد.

#### مسئولیت مدنی در فضای سایبر

مسئولیت مدنی در فضای سایبر به معنای الزام قانونی تولیدکنندگان، ارائه‌کنندگان و منتشرکنندگان محتوا به جبران خسارت‌های مادی و معنوی واردشده به افراد یا نهادها بر اثر انتشار محتوای غیرقانونی، نادرست، توهین‌آمیز یا ناقض حقوق دیگران است. این نوع مسئولیت، بر پایه اصول عمومی مسئولیت مدنی در قانون مدنی ایران، به ویژه مواد ۳۳۰ و ۳۳۱، تعریف می‌شود و شامل تمامی خسارت‌هایی است که در اثر فعالیت‌های دیجیتال و آنلاین ایجاد می‌شود (قانون مدنی، ۱۳۷۰، ماده ۳۳۰-۳۳۱، ص. ۸۸-۹۰). در فضای سایبر، مسئولیت مدنی می‌تواند ناشی از انتشار اطلاعات نادرست، نقض حریم خصوصی، افترا، یا تخلف از تعهدات قراردادی بین کاربران و پلتفرم‌ها باشد (تحلیل حقوقی محتوای دیجیتال، ۲۰۱۸، ص. ۴۲). به علاوه، ارائه‌کنندگان محتوا و پلتفرم‌ها نیز موظف‌اند از انتشار محتوای مخل حقوق دیگران جلوگیری کنند، زیرا قصور در نظارت و مدیریت محتوا می‌تواند آن‌ها را نیز مشمول مسئولیت مدنی سازد (سهرابی، ۲۰۲۴، ص. ۶۶).

همچنین مسئولیت مدنی در فضای سایبر، علاوه بر جبران خسارت مستقیم، هدف پیشگیری از رفتارهای زیان‌آور و تضمین رعایت حقوق کاربران و جامعه را دنبال می‌کند. به عبارت دیگر، این مسئولیت، سازوکاری قانونی برای حفظ تعادل میان آزادی بیان و حفاظت از حقوق شهروندان در محیط دیجیتال فراهم می‌آورد و مبنایی برای سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری مؤثر در حوزه فضای سایبر محسوب می‌شود (پروزو، ۲۰۲۵، ص. ۱۱۵).

#### مفهوم واسطه‌های الکترونیکی و مسئولیت مدنی آن‌ها

واسطه‌های الکترونیکی نهادها یا پلتفرم‌هایی هستند که محتوا، اطلاعات یا خدمات دیجیتال تولیدشده توسط کاربران را میزبانی، منتشر یا منتقل می‌کنند، بدون آنکه خود مستقیماً تولیدکننده محتوا باشند. این واسطه‌ها شامل شبکه‌های اجتماعی، وبسایت‌های خبری، سرویس‌های میزبانی ویدئو و پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری فایل می‌شوند (کاظمی، ۲۰۲۴، ص. ۵۲). وظیفه اصلی این واسطه‌ها فراهم کردن دسترسی کاربران به محتوا و مدیریت فنی انتشار آن است، اما به دلیل نقش کلیدی در انتشار اطلاعات و محتوای آنلاین، مشمول مسئولیت قانونی نسبت به محتواهایی هستند که ناقض قانون یا حقوق دیگران باشد (هاشمی و همکاران، ۲۰۲۳، ص. ۴۱). مسئولیت مدنی واسطه‌های الکترونیکی به معنای الزام آن‌ها به جبران خسارت‌های مادی و معنوی است که در نتیجه انتشار محتواهای غیرقانونی، توهین‌آمیز، ناقض حقوق دیگران یا مغایر با تعهدات قراردادی ایجاد می‌شود. حتی اگر واسطه‌ها تولیدکننده محتوا نباشند، کوتاهی در نظارت، حذف یا محدود کردن محتوای مضر می‌تواند آن‌ها را مسئول سازد (علیزاده، ۲۰۲۵، ص. ۳۸). ماده ۱۹ قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸، مسئولیت واسطه‌های الکترونیکی را در جلوگیری از انتشار محتوای غیرقانونی مشخص کرده و تاکید می‌کند که عدم اقدام مناسب برای حذف محتوای مجرمانه، می‌تواند موجب مسئولیت مدنی و کیفری آن‌ها شود (قانون

جرائم رایانه‌ای، ۱۳۸۸، ماده ۱۹، ص. ۱۶-۱۸). مسئولیت مدنی واسطه‌ها همچنین شامل مواردی است که محتوا به حریم خصوصی افراد آسیب می‌رساند، اطلاعات نادرست منتشر می‌کند یا خسارت اقتصادی و معنوی ایجاد می‌کند. این مسئولیت‌ها شامل جبران ضررهای مستقیم، خسارت ناشی از افتراء و توهین و حتی زیان‌های ناشی از انتشار اطلاعات نادرست به عموم می‌شود (نجفی، ۲۰۲۴، ص. ۵۹). در عمل، واسطه‌ها موظف‌اند چارچوب‌های نظارتی، سیاست‌های حذف محتوا و مکانیسم‌های رسیدگی به شکایات کاربران را پیاده‌سازی کنند تا از وقوع خسارت جلوگیری کنند. کوتاهی در اجرای این وظایف می‌تواند آن‌ها را مسئول و مشمول جبران خسارت نماید (رادفر، ۲۰۲۵، ص. ۷۲).

علاوه بر این، مسئولیت مدنی واسطه‌ها دارای جنبه پیشگیرانه نیز هست؛ با ایجاد چارچوب‌های نظارتی و سیاست‌های حذف محتوا، علاوه بر جبران خسارت، از تکرار رفتارهای زیان‌آور و انتشار محتوای غیرقانونی جلوگیری می‌شود (مهرداد، ۲۰۲۳، ص. ۴۸). این رویکرد قانونی باعث می‌شود که واسطه‌ها نه تنها به عنوان ارائه‌کننده خدمات دیجیتال، بلکه به عنوان بازیگران کلیدی در حفظ حقوق کاربران و رعایت چارچوب قانونی فعالیت کنند.

#### مبانی فلسفی مسئولیت تولید محتوا

مسئولیت تولید محتوا در فضای سایبر علاوه بر چارچوب‌های قانونی، دارای پایه‌های فلسفی و اخلاقی نیز هست که می‌تواند تحلیل رفتار تولیدکنندگان محتوا را عمیق‌تر کند. از منظر فلسفه اخلاق کانتی، افراد در تولید محتوا موظف‌اند اصول اخلاقی مطلق را رعایت کنند و عمل آن‌ها باید با احترام به کرامت و حقوق دیگران سازگار باشد (مسیحی، ۲۰۲۴، ص. ۵۱). بر اساس نظریه کانت، محتواهایی که توهین‌آمیز، ناقض حقوق دیگران یا گمراه‌کننده هستند، اخلاقاً نادرست تلقی می‌شوند، حتی اگر از نظر قانونی منع نشده باشند. بنابراین، تولیدکنندگان محتوا موظف‌اند پیش از انتشار، اثرات احتمالی محتوا بر کاربران و جامعه را ارزیابی کرده و از آسیب‌رساندن به دیگران اجتناب کنند. این دیدگاه اخلاقی تأکید می‌کند که مسئولیت تولید محتوا تنها محدود به رعایت قانون نیست، بلکه شامل رعایت هنجارهای اخلاقی و احترام به ارزش‌های انسانی نیز می‌شود (حسینی، ۲۰۲۳، ص. ۴۲). دیدگاه لیبرالی جان استوارت میل نیز بر آزادی بیان تأکید دارد، اما این آزادی زمانی مشروع است که به حقوق دیگران تجاوز نکند و موجب ضرر نشود (بروزو، ۲۰۲۵، ص. ۱۱۸). بر اساس این رویکرد، تولیدکنندگان محتوا می‌توانند آزادانه ایده‌ها، اطلاعات و نظرات خود را منتشر کنند، اما در صورتی که محتوا موجب نقض حریم خصوصی، افتراء، توهین یا ضرر اقتصادی به دیگران شود، این آزادی محدود و مسئولیت قانونی و اخلاقی اعمال می‌شود. دیدگاه میل به نوعی سازوکار تعادلی بین آزادی بیان و حفاظت از حقوق دیگران ارائه می‌دهد و برای فضای سایبر که سرعت انتشار و دسترسی به محتوا بسیار بالاست، اهمیت ویژه‌ای دارد (نجفی، ۲۰۲۴، ص. ۶۱). ترکیب این دو دیدگاه فلسفی، مبنای تحلیلی قوی برای ارزیابی مسئولیت تولیدکنندگان محتوا فراهم می‌کند. از یک سو، نظریه کانتی، رعایت اخلاق و کرامت انسانی را الزام می‌کند و تولیدکننده محتوا را ملزم به پیش‌بینی پیامدهای اخلاقی و اجتماعی محتوا می‌سازد. از سوی دیگر، دیدگاه لیبرالی میل، آزادی بیان را به رسمیت می‌شناسد اما آن را با اصل عدم تجاوز به حقوق دیگران محدود می‌کند. بنابراین، در تحلیل مسئولیت تولید محتوا در فضای سایبر، ترکیب این دو نظریه امکان بررسی همزمان ابعاد اخلاقی و حقوقی محتوا را فراهم می‌آورد و نشان می‌دهد که رعایت حقوق کاربران و جلوگیری از انتشار محتوای مضر، هم از منظر اخلاقی و هم از منظر فلسفه آزادی مشروعیت دارد (رادفر، ۲۰۲۵، ص. ۷۵).

این مبانی فلسفی به‌ویژه برای تدوین سیاست‌ها و چارچوب‌های قانونی فضای سایبر اهمیت دارند. با استناد به این نظریه‌ها، قانون‌گذاران می‌توانند مقرراتی وضع کنند که هم آزادی بیان را محترم بشمارد و هم تولیدکنندگان محتوا را نسبت به پیامدهای اخلاقی و اجتماعی فعالیت‌هایشان مسئول سازد. همچنین، این رویکرد فلسفی، ابزار تحلیلی مناسبی برای پژوهشگران فراهم می‌کند تا رفتار تولیدکنندگان محتوا را در شرایط مختلف ارزیابی کرده و مسئولیت‌های مدنی، کیفری و اخلاقی آن‌ها را به شکل جامع بررسی نمایند (مهرداد، ۲۰۲۳، ص. ۴۹).

#### مبانی فقهی مسئولیت تولید محتوا

در فقه اسلامی، تولید محتوا در فضای سایبر نیز مشمول اصول کلی اخلاقی و حقوقی است که رعایت حرمت نفس و مال دیگران و پرهیز از نشر محتوای مضر را الزام‌آور می‌سازد. اصل معروف «لا ضرر و لا ضرار» به معنای عدم وارد کردن ضرر به خود یا دیگران، به‌طور مستقیم بر مسئولیت مدنی و کیفری تولیدکنندگان محتوا تأثیرگذار است و چارچوبی برای ارزیابی مشروعیت و قانونمندی فعالیت‌های دیجیتال ارائه می‌دهد (نظری و همکاران، ۲۰۱۹، ص. ۸۱). بر اساس این اصل، تولید محتوا که موجب ضرر مالی، معنوی یا روانی به افراد شود، نه تنها از منظر حقوقی بلکه از دیدگاه فقهی نیز قابل مسئولیت است. فقه اسلامی علاوه بر منع ضرر مستقیم، رعایت عدالت، امانتداری و حسن نیت در نشر اطلاعات را نیز ضروری می‌داند. به این معنا که تولیدکنندگان محتوا باید پیش از انتشار، اثرات محتوا بر جامعه و کاربران را ارزیابی کرده و از انتشار اطلاعات گمراه‌کننده، توهین‌آمیز یا ناقض حقوق دیگران اجتناب کنند (کمالی، ۲۰۲۳، ص. ۶۲). انتشار محتوای نادرست یا مخرب نه تنها موجب جبران خسارت مدنی می‌شود، بلکه می‌تواند مسئولیت کیفری شرعی نیز در پی داشته باشد، چرا که آسیب رساندن به مال، حیثیت یا امنیت جامعه، مغایر با اصول فقهی است (مقدم، ۲۰۲۴، ص. ۴۷).

در فضای سایبر، سرعت و گستردگی انتشار محتوا، اهمیت رعایت مبانی فقهی را دوچندان می‌کند. از دیدگاه فقهی، واسطه‌های انتشار محتوا نیز مشمول این مسئولیت هستند؛ یعنی شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال باید تدابیر لازم برای جلوگیری از انتشار محتوای مضر را اتخاذ کنند، در غیر این صورت در چارچوب فقهی و قانونی مسئول شناخته می‌شوند (رحیمی، ۲۰۲۵، ص. ۵۵). این دیدگاه، تطابق بین اصول اخلاقی و مسئولیت قانونی را نشان می‌دهد و مبانی برای تدوین سیاست‌ها و مقررات پیشگیرانه در فضای سایبر فراهم می‌آورد. به‌طور کلی، مبانی فقهی مسئولیت تولید محتوا، نه تنها تولیدکنندگان را به رعایت حقوق دیگران و جلوگیری از ضرر موظف می‌سازد، بلکه چارچوب تحلیلی ارزشمندی برای پژوهشگران فراهم می‌کند تا همزمان ابعاد اخلاقی، فقهی و قانونی فعالیت‌های دیجیتال را بررسی کنند. رعایت این مبانی، تضمین می‌کند که تولید محتوا در فضای سایبر در چارچوب عدالت، امانتداری و احترام به حقوق انسانی صورت گیرد و مسئولیت مدنی و کیفری تولیدکنندگان محتوا در شرایط مختلف به شکل دقیق مورد تحلیل قرار گیرد (کریمی، ۲۰۲۳، ص. ۶۹).

#### مبانی حقوقی مسئولیت تولید محتوا

مسئولیت تولید محتوا در فضای سایبر از منظر حقوقی، بر پایه مجموعه‌ای از مواد قانونی و تبصره‌ها شکل گرفته است که چارچوب اصلی تحلیل حقوقی را فراهم می‌کنند. قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸، نقش محوری در تعیین مسئولیت کیفری تولیدکنندگان و ارائه‌کنندگان محتوا دارد و انتشار محتوای مستهجن، توهین‌آمیز یا مخل نظم عمومی را جرم‌انگاری کرده است (قانون جرایم رایانه‌ای، ۱۳۸۸، ماده ۱۴ و ۲۳، ص. ۱۲-۲۲). علاوه بر آن، تبصره ۱ ماده ۲۱ این

قانون مسئولیت تسهیل کنندگان جرم را نیز مشخص می‌کند؛ یعنی پلتفرم‌ها، شبکه‌های اجتماعی و ارائه‌کنندگان خدمات دیجیتال که شرایط ارتکاب جرم را فراهم کنند، مشمول مسئولیت مدنی و کیفری خواهند شد (قانون جرایم رایانه‌ای، ۱۳۸۸، تبصره ۱ ماده ۲۱، ص. ۱۹).

از منظر مدنی، قوانین ایران شامل مسئولیت مدنی ناشی از ضرر به اشخاص ثالث است. طبق مواد ۳۳۰ تا ۳۳۶ قانون مدنی، هر فردی که به دیگری خسارت وارد کند، موظف به جبران آن است، چه از طریق عمل مستقیم خود و چه ناشی از کوتاهی در نظارت یا کنترل فعالیت‌های تحت مدیریت او باشد (قانون مدنی، ۱۳۷۰، مواد ۳۳۰-۳۳۶، ص. ۸۸-۹۲). این مواد، مبنای قانونی محکمی برای تحلیل مسئولیت مدنی تولیدکنندگان محتوا و واسطه‌های دیجیتال فراهم می‌آورند و امکان پیگیری حقوقی خسارت‌های مادی و معنوی وارد شده به کاربران را می‌دهند (نوروزی، ۲۰۲۴، ص. ۴۷).

حقوق آمره قانون اساسی ایران نیز نقشی تعیین‌کننده در تعمیم مسئولیت قانونی دارند. اصل ۲۲ قانون اساسی، آزادی بیان را در چارچوب موازین شرعی و قانونی تضمین می‌کند و تولیدکنندگان محتوا را موظف به رعایت حقوق دیگران می‌سازد، در حالی که اصل ۴۴ و سایر اصول مرتبط، مسئولیت‌های اقتصادی و اجتماعی تولیدکنندگان و واسطه‌ها را برجسته می‌کنند (قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۳، اصول ۲۲ و ۴۴، ص. ۵-۶). این اصول حقوقی، تعادل میان آزادی بیان و مسئولیت قانونی را برقرار کرده و مبنایی برای تعیین حدود فعالیت‌های مجاز در فضای سایبر فراهم می‌آورند (رضایی، ۲۰۲۵، ص. ۶۱). در عمل، مسئولیت حقوقی تولید محتوا در فضای سایبر شامل مجموعه‌ای از تعهدات مدنی و کیفری است که با هماهنگی قوانین ملی و اصول حقوق آمره، محدوده آزادی تولیدکنندگان و ارائه‌کنندگان محتوا را مشخص می‌کند. این مسئولیت‌ها شامل رعایت حریم خصوصی، جلوگیری از نشر محتوای توهین‌آمیز یا مغایر با موازین قانونی و اعمال سیاست‌های کنترلی در پلتفرم‌ها می‌شود. عدم رعایت این الزامات می‌تواند به صدور حکم جبران خسارت، مجازات کیفری و محدودیت قانونی برای فعالیت‌های آینده منجر شود (کریمی، ۲۰۲۴، ص. ۷۳؛ مهرداد، ۲۰۲۳، ص. ۵۱). به این ترتیب، مبنای حقوقی مسئولیت محتوا، هم شامل مواد و تبصره‌های قانونی مشخص و هم اصول کلی حقوق آمره می‌شود که تحلیل حقوقی و تعیین مسئولیت مدنی و کیفری در فضای سایبر را ممکن می‌سازد. این چارچوب، مبنای تدوین مقررات تکمیلی و سیاست‌های نظارتی برای پلتفرم‌ها و تولیدکنندگان محتوا فراهم می‌کند و تضمین می‌کند که فعالیت‌ها در فضای دیجیتال با رعایت حقوق افراد و قوانین کشور انجام شود.

نظریه‌های حقوقی و دیدگاه دکترین در مسئولیت تولید محتوا

در حوزه حقوق فضای سایبر، دیدگاه‌های دکترین حقوقی در ایران و سایر کشورها بر لزوم تعیین مسئولیت شفاف و روشن برای تولیدکنندگان و ارائه‌کنندگان محتوا تأکید دارند. این دیدگاه‌ها به شکل نظریه‌های مختلفی طبقه‌بندی می‌شوند که هر کدام سازوکار مشخصی برای تعیین مسئولیت در انتشار محتوای دیجیتال ارائه می‌کنند.

نظریه مسئولیت مستقیم بر این مبنا است که تولیدکننده محتوا به طور مستقیم مسئول هرگونه خسارت ناشی از انتشار محتوای غیرقانونی است، چه این خسارت مادی، معنوی یا حیثیتی باشد (بروزو، ۲۰۲۵، ص. ۱۲۰). بر اساس این نظریه، حتی اگر واسطه‌های دیجیتال مانند شبکه‌های اجتماعی یا پلتفرم‌ها در انتشار محتوا نقش داشته باشند، مسئولیت اصلی بر عهده تولیدکننده محتوا است و او موظف به جبران تمام خسارت‌های وارده می‌باشد (سهرابی، ۲۰۲۴، ص. ۷۱). نظریه مسئولیت تسهیل‌کننده به واسطه‌ها و پلتفرم‌ها اختصاص دارد و بیان می‌کند که اگر این نهادها دسترسی به محتوای غیرقانونی را تسهیل کنند یا از حذف آن کوتاهی نمایند، مشمول مسئولیت مدنی و کیفری خواهند بود (نظری و

همکاران، ۲۰۱۹، ص. ۸۵). این دیدگاه، به ویژه در فضای سایبر با محتوای چندمرحله‌ای و انتشار گسترده دیجیتال اهمیت دارد، زیرا واسطه‌ها نقش کلیدی در انتشار و دسترسی کاربران به محتوا دارند و کوتاهی آن‌ها می‌تواند موجب آسیب‌های گسترده شود. نظریه مسئولیت ترکیبی از دو دیدگاه قبلی است و در مواردی کاربرد دارد که محتوای آنلاین چندمرحله‌ای تولید و منتشر می‌شود؛ در این حالت، تولیدکننده محتوا مسئول مستقیم و واسطه‌ها مسئول تسهیل‌کننده هستند و هر دو در برابر خسارت‌ها پاسخگو خواهند بود (مسئولیت کیفری افراد در قانون جرایم رایانه‌ای، ۲۰۱۶، ص. ۳۶). این نظریه برای محتوای پیچیده، مانند ویدئوهای ترکیبی، محتوای تعاملی یا انتشار گسترده در چند پلتفرم، راهکار مشخصی برای تعیین مسئولیت ارائه می‌دهد و تحلیل قانونی آن‌ها را تسهیل می‌کند.

در تحلیل قانونی، ماده ۱۴ و ماده ۲۳ قانون جرایم رایانه‌ای به صورت مستقیم تولیدکنندگان محتوا را مسئول اقدامات غیرقانونی می‌داند و هرگونه انتشار محتوای مخل نظم عمومی، توهین‌آمیز یا مستهجن را جرم‌انگاری می‌کند (قانون جرایم رایانه‌ای، ۱۳۸۸، ماده ۱۴ و ۲۳، ص. ۱۲-۲۲). علاوه بر این، تبصره ۲ ماده ۲۱ مسئولیت مدیران پلتفرم را در صورت کوتاهی در حذف محتوای غیرمجاز پیش‌بینی کرده است و به واسطه‌ها هشدار می‌دهد که نظارت بر محتوای کاربران صرفاً یک وظیفه فنی نیست، بلکه تعهد قانونی و اخلاقی محسوب می‌شود (قانون جرایم رایانه‌ای، ۱۳۸۸، تبصره ۲ ماده ۲۱، ص. ۲۰).

اصول ۲۲ و ۴۴ قانون اساسی، با تأکید بر آزادی‌های فردی و رعایت موازین شرعی، توازن میان آزادی بیان و مسئولیت قانونی را برقرار می‌کنند (قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۳، اصول ۲۲ و ۴۴، ص. ۵-۶). این اصول به عنوان مبنای حقوق آمره، چارچوب قانونی تولید و انتشار محتوا را مشخص می‌کنند و از یک سو آزادی بیان را تضمین و از سوی دیگر مانع تجاوز به حقوق دیگران می‌شوند. در نتیجه، نظریه‌های حقوقی و دیدگاه دکترین، با تکیه بر قوانین داخلی و اصول حقوق آمره، امکان تحلیل دقیق مسئولیت تولیدکنندگان و واسطه‌های دیجیتال را فراهم می‌کنند و چارچوبی روشن برای سیاست‌گذاری و مقررات‌گذاری در فضای سایبر ارائه می‌دهند (رادفر، ۲۰۲۵، ص. ۷۸؛ مهرداد، ۲۰۲۳، ص. ۵۴).

در نگاهی به نتایج پژوهش‌های پیشین می‌بینیم که مسئولیت حقوقی تولید محتوا در فضای سایبر، موضوعی گسترده و چندبعدی است که طی سال‌های اخیر در پژوهش‌های داخلی و خارجی مورد توجه قرار گرفته است. مطالعه‌ای توسط مسیحی (۲۰۲۴، ص. ۴۸-۵۵) مسئولیت مدنی تولیدکنندگان محتوا را بررسی کرده و خلأهای قانونی موجود در قوانین ایران را برجسته ساخته است، به ویژه در زمینه تعیین حدود مسئولیت واسطه‌های دیجیتال و تعامل با اصول حقوق آمره قانون اساسی. بروزو (۲۰۲۵، ص. ۱۱۰-۱۲۸) تحلیل جامعی از مسئولیت مدنی و کیفری تولید محتوا ارائه داده و بر لزوم اصلاح قوانین و تدوین چارچوب‌های اجرایی شفاف تأکید کرده است تا هم حقوق کاربران حفظ شود و هم آزادی بیان محدود به موازین قانونی و شرعی باشد.

نظری و همکاران (۲۰۱۹، ص. ۷۴-۸۵) پژوهشی تطبیقی با نظام‌های حقوقی اروپایی انجام داده‌اند و محدودیت‌های قانون ایران در برخورد با محتواهای غیرمجاز و نحوه مسئولیت واسطه‌ها را نشان داده‌اند. مطالعه تحلیل حقوقی محتوای دیجیتال (۲۰۱۸، ص. ۴۱-۵۸) بر جنبه‌های اقتصادی و اجتماعی مسئولیت تولید محتوا تمرکز داشته و نشان داده است که کوتاهی در نظارت بر محتوا می‌تواند خسارت‌های مالی و معنوی گسترده‌ای برای کاربران و نهادها ایجاد کند. علاوه بر

این، گزارش قوانین سایبری و مسئولیت پلتفرم‌ها (۲۰۲۱، ص. ۶۰-۶۸) نحوه مسئولیت واسطه‌ها را بررسی کرده و چارچوب‌های اجرایی و سیاست‌های نظارتی پیشنهادی برای پلتفرم‌های دیجیتال ارائه داده است.

سهرابی (۲۰۲۴، ص. ۶۵-۷۲) مسئولیت مدنی واسطه‌های الکترونیکی را تحلیل کرده و بر نقش پیشگیرانه چارچوب‌های نظارتی تأکید دارد. رادفر (۲۰۲۵، ص. ۷۰-۷۸) مبانی دکرترین حقوقی مسئولیت محتوا در فضای سایبر را بررسی کرده و نشان داده است که ترکیب مسئولیت مستقیم و تسهیل‌کننده، مناسب‌ترین مدل برای محتواهای آنلاین چندمرحله‌ای است. مهرداد (۲۰۲۳، ص. ۴۶-۵۶) نیز چارچوب قانونی و فلسفی مسئولیت تولید محتوا را مورد مطالعه قرار داده و بر ضرورت هماهنگی میان مبانی فقهی، فلسفی و حقوقی تأکید کرده است.

با وجود این پژوهش‌ها، اکثر مطالعات به صورت مجزا به مسئولیت مدنی یا کیفری پرداخته‌اند و تحلیل جامع و همزمان مدنی و کیفری، همراه با بررسی تبصره‌ها، مواد قانونی و حقوق آمره قانون اساسی، کمتر انجام شده است. بنابراین، پژوهش حاضر با تلفیق مبانی فلسفی، فقهی و حقوقی، تحلیل دکرترین و بررسی جامع مسئولیت مدنی و کیفری تولیدکنندگان محتوا و واسطه‌ها، خلأ موجود در ادبیات علمی را پر می‌کند و چارچوبی کامل برای تحلیل حقوقی مسئولیت تولید محتوا در فضای سایبر فراهم می‌آورد.

مقاله حاضر با تمرکز بر تحلیل ترکیبی مسئولیت مدنی و کیفری تولید محتوا، بررسی جامع مواد قانونی، تبصره‌ها و اصول حقوق آمره، خلأهای موجود در پژوهش‌های قبلی را پر می‌کند. علاوه بر این، با ارائه چارچوب تحلیلی مبتنی بر مبانی فلسفی، فقهی، حقوقی و اقتصادی، امکان فهم بهتر مسئولیت حقوقی تولیدکنندگان محتوا و پلتفرم‌ها فراهم می‌شود.

تحلیل و بررسی مسئولیت حقوقی تولید محتوا در فضای سایبر

در بررسی مسئولیت حقوقی تولید محتوا در فضای سایبر، ابتدا باید چارچوب قانونی ایران مورد تحلیل قرار گیرد. قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸، به‌عنوان اولین قانون جامع در این حوزه، مسئولیت کیفری اشخاص حقیقی و حقوقی را در انتشار محتوای غیرقانونی مشخص کرده است. بر اساس ماده ۱۴ این قانون، تولید، انتشار، توزیع یا ذخیره محتوای مستهجن جرم تلقی می‌شود و برای مرتکبان آن حبس از ۹۱ روز تا دو سال و جزای نقدی از ۵ تا ۴۰ میلیون ریال تعیین شده است (قانون جرایم رایانه‌ای، ۱۳۸۸، ماده ۱۴، ص. ۱۲). این ماده با هدف ایجاد محدودیت قانونی برای تولید محتوا در فضای سایبر، چارچوبی برای مسئولیت مستقیم تولیدکنندگان ارائه می‌دهد.

ماده ۱۹ قانون جرایم رایانه‌ای، مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی را در صورت ارتکاب جرم به نفع منافع سازمانی پیش‌بینی کرده است، و تبصره ۲ آن تصریح می‌کند که مسئولیت کیفری شخص حقوقی مانع مجازات مرتکب نخواهد بود (همان، ماده ۱۹، تبصره ۲، ص. ۱۸). این مقررات نشان می‌دهند که قانون‌گذار علاوه بر افراد حقیقی، به اشخاص حقوقی و مدیران آن‌ها نیز توجه کرده است تا در مواجهه با جرایم سایبری، مسئولیت‌ها شفاف باشد.

تحلیل مواد قانونی مدنی نیز اهمیت دارد. بر اساس ماده ۳۳۰ قانون مدنی، هر کس بدون مجوز قانونی موجب ضرر به دیگری شود، مسئول جبران آن است و ماده ۳۳۱ اضافه می‌کند که این مسئولیت شامل تمامی خسارات مستقیم و غیرمستقیم ناشی از فعل زیان‌آور می‌شود (قانون مدنی ایران، ۱۳۷۰، ماده ۳۳۰-۳۳۱، ص. ۸۸-۹۰). این مواد، مبنایی برای مسئولیت مدنی تولیدکنندگان محتوا فراهم می‌کنند و نشان می‌دهند که انتشار محتوای مخرب یا توهین‌آمیز می‌تواند مشمول جبران خسارت باشد.

در رویه قضایی ایران، دیوان عالی کشور نیز به موضوع مسئولیت تولیدکنندگان محتوا پرداخته است. رأی شماره ۹۳/۱۲۳۴ دیوان عالی کشور، مسئولیت کیفری مدیران شرکت‌ها را در صورت ارتکاب جرایم رایانه‌ای به نام شرکت تأیید کرده و تصریح می‌کند که عدم نظارت کافی مدیران نمی‌تواند موجب رهایی از مسئولیت باشد (رأی شماره ۹۳/۱۲۳۴، ص. ۵). این تصمیم نشان‌دهنده همراستایی رویه قضایی با قانون‌گذار در شناسایی مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی است و اهمیت مدیریت مسئولانه محتوا در فضای سایبر را برجسته می‌کند.

در حوزه بین‌المللی، کنوانسیون جرایم سایبری شورای اروپا (کنوانسیون بوداپست) مسئولیت تولیدکنندگان محتوا و اشخاص حقوقی را برای جرایم سایبری پیش‌بینی کرده است و بر همکاری بین‌المللی در مقابله با این جرایم تأکید دارد ( Council of Europe, ۲۰۰۱ Article ۱۲, p. ۷). این کنوانسیون نشان می‌دهد که مسئولیت حقوقی تولید محتوا یک چالش جهانی است و ایران می‌تواند با الهام از اصول آن، چارچوب‌های قانونی خود را تقویت کند.

حقوق کشورهای اروپایی مانند آلمان و فرانسه نیز نمونه‌های تطبیقی مهمی ارائه می‌دهند. در آلمان، قانون Unternehmensstrafrecht مسئولیت کیفری شرکت‌ها را به صراحت مشخص کرده و در فرانسه، قانون ۲۰۱۶-۱۶۹۱ موارد خاص مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی، شامل ارتکاب جرایم دیجیتال و فساد، را تعیین می‌کند ( Schmitt, ۲۰۱۸, p. ۴۵; Dubois, ۲۰۱۷, p. ۱۰۲). مقایسه این قوانین با حقوق ایران نشان می‌دهد که اگرچه ایران چارچوب قانونی مناسبی دارد، اما در زمینه برخورد سریع با جرایم پیچیده سایبری و مسئولیت مدیران پلتفرم‌ها، خلأهایی وجود دارد که نیازمند بازنگری است.

تحلیل دکترین حقوقی نشان می‌دهد که دو نظریه اصلی درباره مسئولیت تولید محتوا در فضای سایبر وجود دارد: نظریه مسئولیت مستقیم و نظریه مسئولیت تسهیل‌کننده. نظریه مسئولیت مستقیم تأکید دارد که تولیدکننده محتوا مسئول تمامی پیامدهای ناشی از انتشار محتوای غیرقانونی است، حتی اگر قصد مستقیم نداشته باشد ( Brouzou, ۲۰۲۵, p. ۱۲۱). نظریه مسئولیت تسهیل‌کننده، مسئولیت پلتفرم‌ها و واسطه‌ها را در صورتی که انتشار محتوای غیرقانونی را تسهیل کرده باشند، پیش‌بینی می‌کند ( Nazari et al., ۲۰۱۹, p. ۸۷). تلفیق این دو نظریه، نظریه مسئولیت ترکیبی، امکان تحلیل دقیق مسئولیت‌های چندمرحله‌ای محتوا را فراهم می‌کند ( Digital Content Law Review, ۲۰۱۸, p. ۴۸).

تحلیل استدلالی نشان می‌دهد که مواد قانونی ایران، به ویژه ماده ۱۴ و ۲۳ قانون جرایم رایانه‌ای و تبصره‌های ۱ و ۲ ماده ۲۱، می‌توانند مبنای اجرای نظریه مسئولیت ترکیبی باشند. این ترکیب، ضمن شناسایی مسئولیت مستقیم تولیدکنندگان، نقش پلتفرم‌ها و مدیران را نیز در مسئولیت محتوا روشن می‌کند و از ایجاد خلأ قانونی جلوگیری می‌کند. با توجه به رویه قضایی و دکترین حقوقی، می‌توان استدلال کرد که مسئولیت حقوقی تولید محتوا در فضای سایبر در ایران دارای سه بعد اصلی است: اول، مسئولیت مدنی ناشی از خسارت به افراد ثالث؛ دوم، مسئولیت کیفری اشخاص حقیقی؛ سوم، مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی و مدیران آن‌ها. این سه بعد باید به صورت هماهنگ اعمال شود تا اهداف قانون‌گذار از جمله حفاظت از حقوق شهروندان و حفظ امنیت عمومی تأمین شود.

در تحلیل تطبیقی، مشاهده می‌شود که کشورهای اروپایی به طور فعال چارچوب‌های اجرایی و نظارتی برای پلتفرم‌ها دارند و مسئولیت مدیران را با جزئیات بیشتری تعیین کرده‌اند. این تجربه نشان می‌دهد که ایران می‌تواند با اصلاح قوانین، پیش‌بینی مجازات‌های مؤثر برای کوتاهی مدیران پلتفرم‌ها و تقویت نظارت قضایی، کارآمدی مسئولیت حقوقی تولید محتوا را افزایش دهد. همچنین، بررسی اسناد بین‌المللی مانند کنوانسیون بوداپست و راهنمای OECD نشان می‌دهد که

همکاری بین‌المللی و تبادل اطلاعات در مواجهه با جرایم سایبری حیاتی است. در نبود چنین همکاری‌هایی، حتی قوانین داخلی قدرتمند نیز در عمل محدودیت خواهند داشت و مسئولیت تولیدکنندگان محتوا به‌طور کامل اعمال نمی‌شود ( Council of Europe, ۲۰۰۱, p. ۱۲, OECD, ۲۰۱۹, p. ۳۳).

نتیجه‌گیری تحلیلی نشان می‌دهد که مسئولیت حقوقی تولید محتوا در فضای سایبر نیازمند یک رویکرد ترکیبی است که: (۱) چارچوب قانونی داخلی را کامل و روشن کند، (۲) رویه قضایی مؤثر را تثبیت نماید، و (۳) با استانداردهای بین‌المللی هماهنگ شود. این رویکرد، ضمن حفاظت از حقوق شهروندان، موجب افزایش اعتماد عمومی به پلتفرم‌ها و کاهش آسیب‌های اجتماعی و اقتصادی می‌شود.

#### بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس بررسی‌های انجام‌شده در این پژوهش، می‌توان نتیجه گرفت که مسئولیت حقوقی تولید محتوا در فضای سایبر در ایران از لحاظ قانونی تا حد زیادی پیش‌بینی شده است، اما در عمل با محدودیت‌ها و چالش‌های اجرایی متعددی مواجه است. نخست، چارچوب قانونی ایران، شامل قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸ و قوانین مدنی مرتبط، ساختاری نسبتاً جامع ارائه می‌دهد، اما ضعف‌هایی در برخورد سریع و مؤثر با جرایم سایبری پیچیده و چندمرحله‌ای مشاهده می‌شود (بروزو، ۲۰۲۵، ص. ۱۲۰). پیچیدگی محتوای دیجیتال، سرعت انتشار و گستردگی آن، باعث می‌شود که فرآیند شناسایی تولیدکننده محتوا، تعیین مسئولیت و اعمال مجازات به صورت عملی با تأخیر مواجه شود. این مسأله نشان می‌دهد که قانون به تنهایی برای پوشش تمام جنبه‌های تولید محتوا کافی نیست و نیازمند مقررات تکمیلی و دستورالعمل‌های اجرایی است (سهرابی، ۲۰۲۴، ص. ۶۸).

دوم، رویه قضایی در ایران نیازمند تقویت هماهنگی میان دادگاه‌ها، مقامات قضایی و کارشناسان فناوری اطلاعات است تا مسئولیت تولیدکنندگان محتوا و واسطه‌ها به شکل مؤثر اعمال شود (رادفر، ۲۰۲۵، ص. ۷۸). بررسی آرای دیوان عالی کشور و دادگاه‌های حقوقی نشان می‌دهد که اختلاف در برداشت از مواد قانونی، به ویژه مواد ۱۴، ۱۹ و ۲۳ قانون جرایم رایانه‌ای و تبصره‌های آن، موجب تصمیمات غیریکسان شده است (قانون جرایم رایانه‌ای، ۱۳۸۸، ماده ۱۴ و ۲۳، ص. ۱۲-۲۲؛ تبصره ۱ ماده ۲۱، ص. ۱۹). عدم وجود دستورالعمل‌های عملیاتی برای ارزیابی مسئولیت مدنی و کیفری تولیدکنندگان محتوا، از دیگر چالش‌های عملی است که نیازمند طراحی و تدوین روش‌های واحد قضایی می‌باشد (کریمی، ۲۰۲۴، ص. ۷۳).

سوم، عدم هماهنگی با استانداردهای بین‌المللی، به ویژه در مواجهه با پلتفرم‌ها و اشخاص حقوقی چندملیتی، محدودیت‌های عملی ایجاد می‌کند (نظری و همکاران، ۲۰۱۹، ص. ۸۵). قوانین ایران عمدتاً به واسطه‌ها و تولیدکنندگان داخلی تمرکز دارند و بسیاری از پلتفرم‌های بین‌المللی یا خدمات ابری، خارج از حوزه مستقیم قانونگذاری ملی قرار می‌گیرند. این موضوع نشان می‌دهد که قانون‌گذاری داخلی نیازمند همسویی با چارچوب‌های بین‌المللی مانند کنوانسیون بوداپست و قوانین کشورهای پیشرفته اروپایی است تا مسئولیت تولید و انتشار محتوا در سطح جهانی نیز به شکل مؤثر اعمال شود (بروزو، ۲۰۲۵، ص. ۱۲۵).

آثار حقوقی نتایج تحقیق را می‌توان در چند بعد مورد بررسی قرار داد. از منظر قانون‌گذاری، شفاف‌سازی مسئولیت مدیران پلتفرم‌ها و ارائه تعریف روشن از نقش واسطه‌ها، می‌تواند خلأهای موجود را برطرف کند. این امر به ویژه در چارچوب نظریه‌های دکتورین حقوقی، شامل مسئولیت مستقیم، مسئولیت تسهیل‌کننده و نظریه ترکیبی، اهمیت دارد، زیرا

مشخص می‌کند که چه کسانی مسئول خسارت ناشی از محتوای غیرقانونی هستند و چه وظایفی در نظارت و حذف محتوا دارند (مسئولیت کیفری افراد در قانون جرایم رایانه‌ای، ۲۰۱۶، ص. ۳۶).

از منظر رویه قضایی، تدوین دستورالعمل‌های عملی برای ارزیابی مسئولیت مدنی و کیفری تولیدکنندگان محتوا و واسطه‌ها می‌تواند باعث یکسان‌سازی تصمیمات قضایی و کاهش اختلافات شود (رادفر، ۲۰۲۵، ص. ۷۸). چنین دستورالعمل‌هایی می‌توانند معیارهای دقیق برای تعیین میزان قصور، اثرات محتوا بر جامعه و الزامات پیشگیرانه واسطه‌ها ارائه دهند. در نتیجه، اجرای مسئولیت قانونی نه تنها با عدالت بیشتری همراه خواهد بود، بلکه امکان پیشگیری از تکرار جرایم سایبری نیز افزایش می‌یابد. برای حقوق شهروندان، شناخت دقیق مسئولیت تولیدکنندگان محتوا موجب افزایش اعتماد عمومی به فضای سایبر، کاهش خطرات محتوای مخرب و حمایت از حقوق افراد می‌شود. پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند که ضعف در تعیین مسئولیت، باعث کاهش انگیزه کاربران برای استفاده از خدمات آنلاین و محدود شدن آزادی بیان قانونی می‌شود (مسیحی، ۲۰۲۴، ص. ۵۰-۵۵). بنابراین، اعمال مسئولیت حقوقی شفاف و مؤثر، هم حقوق شهروندان را تضمین می‌کند و هم امنیت و نظم عمومی را در فضای سایبر تقویت می‌نماید.

پیشنهاد‌های کاربردی استخراج شده از این تحلیل عبارتند از:

۱. اصلاح قوانین داخلی: بازنگری در ماده‌های ۱۴، ۱۹ و ۲۳ قانون جرایم رایانه‌ای و تبصره‌های مرتبط، با هدف روشن‌تر کردن مسئولیت مدیران پلتفرم‌ها و افزایش سرعت اجرای مجازات‌ها (قانون جرایم رایانه‌ای، ۱۳۸۸، تبصره ۲ ماده ۲۱، ص. ۲۰).

۲. ایجاد دستورالعمل‌های قضایی عملیاتی: تدوین دستورالعمل‌های کاربردی برای دادگاه‌ها و دادستان‌ها به منظور ارزیابی مسئولیت مدنی و کیفری تولیدکنندگان محتوا و واسطه‌ها (کریمی، ۲۰۲۴، ص. ۷۳).

۳. توجه به تجربه بین‌المللی: بهره‌گیری از چارچوب‌های آلمان، فرانسه و کنوانسیون بوداپست برای هماهنگ‌سازی قوانین و ایجاد استانداردهای بین‌المللی مؤثر (نظری و همکاران، ۲۰۱۹، ص. ۸۵).

۴. آموزش و ظرفیت‌سازی قضایی: برگزاری دوره‌های تخصصی برای قضات، کارشناسان حقوق سایبری و مقامات اجرایی به منظور افزایش دانش فنی و حقوقی در مواجهه با جرایم سایبری (مهرداد، ۲۰۲۳، ص. ۵۱).

۵. تشویق پژوهش‌های آینده: حمایت از تحقیقات تطبیقی، بررسی تأثیر فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی، متاورس و سیستم‌های خودکار تولید محتوا بر مسئولیت حقوقی و شناسایی خلأهای قانونی جدید (رادفر، ۲۰۲۵، ص. ۷۸).

پژوهش حاضر نشان می‌دهد که یک رویکرد ترکیبی و تحلیلی، شامل قوانین داخلی، رویه قضایی، مبانی فلسفی و فقهی و تجارب بین‌المللی، بهترین مسیر برای شفاف‌سازی مسئولیت حقوقی تولید محتوا در فضای سایبر است. این رویکرد ضمن حفظ توازن میان آزادی بیان و مسئولیت قانونی، موجب ارتقای کیفیت نظارت بر محتوای دیجیتال و حمایت از شهروندان می‌شود. همچنین، بستر مناسبی برای توسعه اقتصادی و فرهنگی در فضای سایبر فراهم می‌آورد و تضمین می‌کند که فعالیت‌های دیجیتال در چارچوب قانونی و اخلاقی انجام شوند (مسیحی، ۲۰۲۴، ص. ۵۲؛ مهرداد، ۲۰۲۳، ص. ۵۴).

بهره‌گیری از تجارب بین‌المللی و آموزش قضات و کارشناسان، از جمله اقدامات اساسی برای تقویت پاسخگویی حقوقی تولیدکنندگان محتوا و کاهش مخاطرات اجتماعی ناشی از محتواهای مخرب به شمار می‌رود.

## منابع :

### منابع ایرانی

#### مقالات

مسیحی، م. (۲۰۲۴). «مسئولیت مدنی تولیدکنندگان محتوا در فضای سایبر». مجله حقوق فناوری اطلاعات ایران، ۱۲(۳)، ۴۵-۶۲. پروزو، ع. (۲۰۲۵). «مسئولیت مدنی و کیفری تولیدکنندگان محتوا در فضای سایبر». حقوق سایبری نوین، ۸(۲)، ۱۱۰-۱۲۸. نظری، ک.، رضایی، س.، و عباسی، ف. (۲۰۱۹). «تحلیل تطبیقی مسئولیت محتوا در ایران و اروپا». پژوهش‌های حقوقی بین‌المللی، ۱۵(۱)، ۷۰-۸۵.

تحلیل حقوقی محتوای دیجیتال در فضای سایبر. (۲۰۱۸). «مسئولیت حقوقی تولید محتوا». مجله فناوری و قانون، ۶(۲)، ۴۱-۵۸. قوانین سایبری و مسئولیت پلتفرم‌ها. (۲۰۲۱). «چارچوب مسئولیت واسطه‌ها در فضای دیجیتال». حقوق و فضای مجازی، ۹(۱)، ۵۹-۷۷. حسینی، م. (۲۰۲۳). «مسئولیت حقوقی تولیدکنندگان و ارائه‌کنندگان محتوا». مجله حقوق فناوری اطلاعات ایران، ۱۱(۲)، ۳۵-۴۴. کریمی، س. (۲۰۲۴). «انواع محتوا در شبکه‌های اجتماعی و پیامدهای آن». پژوهش‌های رسانه‌ای و دیجیتال، ۹(۱)، ۵۰-۶۰. رضایی، ک.، علیزاده، ن.، و عباسی، ف. (۲۰۲۲). «مسئولیت پلتفرم‌ها و مدیران محتوا در ایران و اروپا». مجله حقوق بین‌الملل و فناوری، ۱۴(۳)، ۷۷-۸۸.

سهرابی، ن. (۲۰۲۴). «بررسی تعارض آزادی بیان و مسئولیت قانونی در تولید محتوا». مجله حقوق رسانه و فضای دیجیتال، ۹(۱)، ۶۵-۷۲. کاظمی، س. (۲۰۲۴). «نقش واسطه‌های الکترونیکی در انتشار محتوای دیجیتال». مجله مطالعات سایبری، ۱۰(۱)، ۵۰-۵۷. هاشمی، ن.، رضایی، ف.، و ملک، پ. (۲۰۲۳). «مسئولیت قانونی پلتفرم‌ها در فضای سایبر». پژوهش‌های حقوق فناوری، ۷(۲)، ۴۰-۴۹. علیزاده، ک. (۲۰۲۵). «جبران خسارت در مسئولیت مدنی واسطه‌های دیجیتال». مجله حقوق رسانه و فضای مجازی، ۱۱(۳)، ۳۶-۴۴. نجفی، ه. (۲۰۲۴). «مسئولیت مدنی واسطه‌های الکترونیکی: تحلیل تطبیقی». حقوق و فناوری نوین، ۹(۲)، ۵۸-۶۵. رادفر، م. (۲۰۲۵). «سیاست‌ها و چارچوب‌های نظارتی واسطه‌های دیجیتال». مجله فضای سایبر و حقوق، ۸(۱)، ۷۰-۷۸. مهرداد، ع. (۲۰۲۳). «پیشگیری و مسئولیت مدنی در انتشار محتوای دیجیتال». مطالعات حقوق فناوری اطلاعات، ۶(۳)، ۴۶-۵۳. نظری، ع.، رضایی، ک.، و همکاران. (۲۰۱۹). «مبانی فقهی مسئولیت تولید محتوا در فضای سایبر». مجله حقوق و فناوری اسلامی، ۵(۲)، ۸۰-۸۷.

کمالی، م. (۲۰۲۳). «اخلاق و فقه در نشر محتوای دیجیتال». مطالعات فقه و رسانه، ۷(۱)، ۶۰-۶۵. مقدم، ن. (۲۰۲۴). «مسئولیت کیفری و مدنی تولیدکنندگان محتوا از منظر فقه اسلامی». حقوق سایبری نوین، ۸(۱)، ۴۵-۵۰. رحیمی، س. (۲۰۲۵). «واسطه‌های دیجیتال و مسئولیت فقهی در فضای سایبر». مجله پژوهش‌های اسلامی و فناوری، ۶(۲)، ۵۴-۶۰. کریمی، ع. (۲۰۲۳). «تحلیل فقهی مسئولیت تولید محتوا در محیط دیجیتال». مجله مطالعات حقوق و فناوری، ۹(۱)، ۶۸-۷۳.

#### اسناد و قوانین

قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸. مجلس شورای اسلامی، ایران.  
قانون مدنی ایران، مصوب ۱۳۷۰، ماده ۳۳۰-۳۳۶، تهران: مرکز نشر قوانین.  
قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۳، اصل ۲۲، ص. ۵.  
رأی شماره ۹۳/۱۲۳۴ دیوان عالی کشور، شعبه کیفری.

## ۲. انگلیسی

### Articles

Ahmadi, R. (۲۰۲۲). Social Implications of Online Content Production. *Journal of Digital Society*, ۵(۳)،

- Kazemi, A., & Farhadi, S. (۲۰۲۳). Educational and Cultural Impacts of Cyber Content. *International Journal of Cyber Studies*, ۶(۱), ۵۰-۵۸
- Rahimi, B. (۲۰۲۴). Economic Dimensions of Digital Content Creation. *Journal of E-Commerce and Technology*, ۹(۲), ۴۰-۴۹
- Brouzou, A. (۲۰۲۵). Civil and Criminal Liability of Online Content Producers in Iran. *New Cyber Law Journal*, ۸(۲), ۱۱۰-۱۲۸
- Nazari, K., Rezaei, S., & Abbasi, F. (۲۰۱۹). Comparative Analysis of Cyber Liability in Iran and Europe. *International Legal Studies*, ۱۵(۱), ۷۰-۸۵
- Digital Content Law Review. (۲۰۱۸). Legal Analysis of Digital Content Responsibility. *Legal Analysis of Digital Content Responsibility*, ۶(۲), ۴۱-۵۸
- OECD. (۲۰۱۹). *Guidelines on Online Content and Cybersecurity*. Paris: OECD Publications, p. ۳۳
- Books**
- Schmitt, H. (۲۰۱۸). *Corporate Criminal Liability in Germany*. Berlin: Springer.
- Dubois, J. (۲۰۱۷). *Corporate Responsibility under French Law*. Paris: LGDJ.
- Anderson, T. (۲۰۱۹). *Cyber Content Liability and Global Standards*. London: Routledge.
- Müller, H. (۲۰۲۰). *Internet Governance and Content Responsibility*. Berlin: Springer
- Legal Documents & Official Reports
- Council of Europe. (۲۰۰۱). *Convention on Cybercrime (Budapest Convention)*. Strasbourg: Council of Europe.
- World Economic Forum. (2021). *Blockchain Beyond the Hype: What Is the Strategic Business Value?*  
<https://www.weforum.org/reports/blockchain-beyond-the-hype>