



Responsibilities of Content Producers in Cyberspace from the Perspective of Human Rights Teachings

Mohammad Sadeq Borzou¹, Hekmatollah Askari^{2*}, Zohreh Farrokhi³

1. Department of Private Law, Shi.C., Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

2. Department of Law, Shi.C., Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

3. Department of Law, Shi.C., Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

ARTICLE INFORMATION

Article Type: Original

Research

Pages: 145-158

Article history:

Received: 11 Feb 2026

Edition: 28 Feb 2026

Accepted: 06 Apr 2026

Published online: 23 Sep 2026

Keywords:

Cyberspace, Content Production, Human Rights, Freedom of Information, Digital Responsibility.

Corresponding Author:

Hekmatollah Askari

Address:

Iran, Shiraz, Islamic Azad University, Shi.C., Department of Law.

Orchid Code:

0009-0008-4986-4201

Email:

hekmat_askari@iaushiraz.ac.ir

ABSTRACT

Background and Aim: Publishing content in cyberspace has always faced risks and threats, or the content itself has caused problems and harm. This article attempts to examine the responsibility of content producers in cyberspace in accordance with human rights principles.

Materials and Methods: This article uses a descriptive-analytical method and uses legal and scientific sources to write it.

Ethical Considerations: The principles and ethical considerations of writing practical research, including the principle of trustworthiness, have been considered by the authors of the article.

Findings: The responsibility of content producers in cyberspace requires considering the users of this space, including the government and governing institutions, the general public, and active content producers in this field. However, what is necessary is to create a kind of digital responsibility based on identifying and separating the destructive and threatening elements of public rights in cyberspace in order to provide a basis for the public to benefit from this right.

Conclusion: Resolving major problems in the field of content production based on digital responsibility can create rules for the government that will not deprive people of their right to the Internet and cyberspace under any pretext or threat from producers of undesirable content that goes against public will. Therefore, following the rule of law and prohibiting arbitrary decisions in the field of content production requires considering the economic and social rights of people in cyberspace.

Cite this article as:

Borzou1, M. S; Askari, H & Farrokhi, Z. "Responsibilities of Content Producers in Cyberspace from the Perspective of Human Rights Teachings". 2026.

دوره سوم، شماره سوم، پائیز ۱۴۰۵

مسئولیت‌های تولیدکنندگان محتوا در فضای مجازی از منظر آموزه‌های حقوق بشر

محمدصادق برزو^۱، حکمت‌اله عسکری^{۲*}، زهره فرخی^۳

۱. گروه حقوق خصوصی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

۲. گروه حقوق، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

۳. گروه حقوق، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات: ۱۴۵-۱۵۸

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۱/۲۲

تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۱۲/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۱/۱۷

تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۷/۰۱

واژگان کلیدی:

دقت لازم، مسئولیت بین‌المللی دولت‌ها، حقوق بشر، حقوق بشردوستانه بین‌المللی، معاهده تجارت تسلیحات.

نویسنده مسئول:

سوده شاملو

آدرس پستی:

ایران، شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شیراز، گروه حقوق.

کد ارکید:

۰۰۰۹-۰۰۰۸-۴۹۸۶-۴۲۰۱

پست الکترونیک:

hekmat_askari@iaushiraz.ac.ir

چکیده

زمینه و هدف: انتشار محتوا در فضای مجازی همواره با مخاطرات و تهدیداتی روبرو بوده یا اینکه خود محتوای ارائه شده مشکلات و آسیب‌هایی نیز در پی داشته است. در این مقاله تلاش بر این است تا مسئولیت تولیدکنندگان محتوا در فضای مجازی با توجه به اصول حقوق بشر مورد بررسی قرار گیرد.

مواد و روش‌ها: در مقاله حاضر از روش توصیفی-تحلیلی و با استفاده از منابع حقوقی و علمی برای نگارش آن استفاده شده است.

ملاحظات اخلاقی: اصول و ملاحظات اخلاقی نگارش تحقیق عملی از جمله اصل امانت‌داری مورد توجه نویسندگان مقاله بوده است.

یافته‌ها: مسئولیت تولیدکنندگان محتوا در فضای مجازی نیازمند در نظر گرفتن استفاده‌کنندگان از این فضا از جمله دولت و نهادهای حاکمیتی، عامه مردم و تولیدکنندگان فعال محتوا در این عرصه است. اما آنچه ضرورت دارد ایجاد نوعی مسئولیت‌پذیری دیجیتال مبتنی بر شناسایی و تفکیک عناصر مخرب و تهدیدکننده حقوق عامه در فضای مجازی است تا زمینه برای بهره‌مندی عمومی از این حق فراهم شود.

نتیجه: رفع مشکلات عمده در عرصه تولید محتوا مبتنی بر مسئولیت‌پذیری دیجیتال می‌تواند قواعدی برای دولت ایجاد کند که با هر بهانه و تهدیدی از سوی تولیدکنندگان محتوا نامطلوب و خلاف خواست عمومی، حق بر اینترنت و فضای مجازی را از مردم سلب نکند. از این‌رو پیروی از حاکمیت قانون و منع تصمیمات خودسرانه در زمینه تولید محتوا نیازمند ملاحظه حقوق اقتصادی و اجتماعی مردم در فضای مجازی است.

۱. مقدمه

فضای مجازی و نحوه‌ی استفاده از آن همواره از موضوعات چالش‌برانگیز در عرصه حقوق عمومی بوده است. برخی با استناد به اصل آزادی اطلاعات، این حق را بدیهی دانسته و در مقابل دولت‌ها با استناد به رعایت قوانین و دفع تهدیدات و خطرات، محدودیت‌هایی در این زمینه وضع می‌کنند؛ اما در این میان برخی از کاربران فضای مجازی به دلیل نقش برجسته‌ای که در این عرصه دارند و در قالب کاربران فعال شناخته می‌شود، بیش‌ازپیش فعالیت‌های آنان تحت نظارت مقام‌های دولتی و حاکمیتی و عامه مردم قرار دارد. به همین دلیل تولید محتوا در فضای مجازی نیازمند ملاحظات از جمله رعایت حقوق عامه مردم و سایر کاربران از این عرصه از یک‌سو و در نظر گرفتن قوانین و محدودیت دولت‌ها در این زمینه است؛ اما در این میان تولید محتوا در این فضا همواره تابع بسیاری از قیود و محدودیت‌هایی است که ممکن است با هدف جلوگیری از خطرات ناشی از آن صورت گیرد، اما در نهایت برای از بین بردن آنان، منافع عامه مردم با خطرات جدی در عرصه حقوق اقتصادی و اجتماعی و حتی فرهنگی ایجاد می‌کند. این بدان معناست که در دنیای کنونی علیرغم گستره قابل توجه استفاده از اینترنت، این حق هنوز به‌صورت یک حق بدیهی نظیر سایر حقوق مورد توجه قرار نگرفته است. این موضوع بیش از همه در جامعه ایران نیز نمود پیدا کرده است، به‌طوری‌که در قانون اساسی و سایر قوانین تخصصی در حوزه فضای مجازی و سایبری به صراحت از این حق در کنار سایر حقوق نظیر حق بر مسکن، بهداشت و آموزش،

از بهره‌مندی از فضای مجازی یا اینترنت سخن به میان نیامده است.

ضمن اینکه در عرصه داخلی، نوعی رویکرد تهدیدآمیز بودن نسبت به فضای مجازی وجود دارد که به علت بومی نبودن ابزارهای آن از جمله اینترنت و پلتفرم‌های مورد استفاده مردم تا حدودی قابل درک است. ضمن اینکه برخاستن بسیاری از تهدیدات و یا نقش‌آفرینی فضای مجازی به‌عنوان عاملی تشدیدکننده باعث شده تا تولید محتوا در این زمینه، با وضعیت مبهمی روبرو باشد. از طرفی دیگر در حوزه قوانین و مقررات، به دلیل نبود همین رویکرد صریح، حق بر استفاده از فضای مجازی و تولید محتوا در آن به‌شدت، سیاسی و تابع ملاحظات سلیقه‌ای شده است که خطرات و تهدیدات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن برای آحاد مردم بر کسی پوشیده نیست. به همین دلیل در نوشتار حاضر تلاش بر این است تا مسئولیت تولیدکنندگان محتوا در فضای مجازی با توجه به اصول حقوق بشر جهانی و برخی اصول مندرج در قوانین داخلی بررسی و ارزیابی شود. پرسش محوری این است که سازوکارهای ایجاد مسئولیت برای تولیدکنندگان محتوا در فضای مجازی می‌بایست به چه نحوی باشد؟ فرضیه پژوهش این است که: ایجاد مسئولیت برای تولیدکنندگان محتوا در فضای مجازی زمانی کارآمد است که بر الگوی «مسئولیت اجتماعی دیجیتال» و مشارکت دولت، نهادهای تخصصی و کاربران، همراه با رعایت حقوق بنیادین شهروندان و آزادی مشروع بیان، استوار باشد. بر مبنای سؤال و فرضیه تلاش بر این است تا

۲. مواد و روش‌ها

مقاله حاضر با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و ابزار کتابخانه‌ای انجام شده است. داده‌های مرتبط با بحث حاضر به شیوه اسنادی و کتابخانه‌ای بوده که در نهایت با روش استنباطی نیز تحلیل شده است.

۳. ملاحظات اخلاقی

در مراحل مختلف نگارش مقاله حاضر، اصول اخلاقی مورد توجه قرار گرفته است.

۴. یافته‌ها

بر مبنای اصول حقوق بشر، آزادی اطلاعات در فضای مجازی از جمله در حوزه تولید محتوا چندان رعایت نمی‌شود. ضمن اینکه به دلیل دشواری در شناسایی مخлан و تهدیدکنندگان منافع و حریم خصوصی افراد، اغلب منافع عموم نادیده گرفته می‌شود که یکی از مصادیق آن اقدام دولت‌های مختلف به قطع اینترنت در شرایطی است که آنان، مدیریت و نظارت تخصصی و دقیق را نادیده گرفته و حق آزادی اطلاعات در فضای مجازی را به‌طور کلی از بین می‌برند که این اقدام می‌تواند مقطعی یا طولانی‌مدت باشد. به‌طور مشخص این معضل در مدیریت تولید محتوا در فضای مجازی در جامعه ایران نیز وجود دارد که برای رفع مشکل یادشده انجام برخی اقدامات ضرورت دارد که شامل: جلوگیری از سیاسی شدن تصمیمات در فضای مجازی و تولید محتوا و ایجاد یک قانون جامع نظارت بر فضای مجازی مبتنی بر مسئولیت‌پذیری دیجیتال است. به‌طوری‌که اقدامات عملی به نحوی باشد که تصمیمات خودسرانه و تفسیر به رأی از قوانین را به کناری نهادها و از حقوق اکثریت در برابر اقلیت در فضای سایبری حمایت نماید. این

مسئولیت مدنی تولیدکنندگان محتوا در فضای مجازی مورد بحث و بررسی قرار گیرد تا بتوان قواعد موجود در این زمینه را نقد کرد و سازوکاری در این زمینه ارائه نمود.

تنظیم قواعد و چارچوبی برای تولید محتوا به‌معنای در نظر گرفتن سازوکاری تخصصی و پذیرفته شده از سوی دولت، نهادهای مدنی و مردمی در حوزه تولید محتوا است تا در چارچوب آن بتوان، تولیدکنندگان محتوا را از حیث تولیدات و آثار ایجادشده مسئولیت پذیر کرد. بنابراین بهره‌مندی فضای مجازی از ظرفیت‌های گسترده رو به افزایش، نیاز به ایجاد قواعد اخلاقی را تقویت نموده است (عاملی، ۱۳۹۰، ۹۳). اما علاوه بر قواعد اخلاقی، سازوکارهای قانونی برای مشارکت و همسویی طرفین و پذیرش قواعد اهمیت خاصی دارد. به این دلیل که سازوکارهای قانونی و شفاف و مشخص نمودن مسئولیت هر تولیدکننده محتوا باعث پاسخگو نمودن و تعیین انتظار اجتماعی تحت عنوان مسئولیت اجتماعی است (کاپینگ و همکاران، ۲۰۲۱، ۱۰۳۳). در این باره مرزهای تولید محتوا اگرچه گسترده هستند، اما وضع قواعد برای تولید محتوا از یک سو و ایجاد مسئولیت اخلاقی و قانونی نقش مهمی در ایجاد الزامات قانونی و پذیرش مسئولیت هر عمل از سوی تولیدکنندگان محتوا در فضای مجازی دارد. بدیهی است که پایبندی به اصول و قواعد اخلاقی و قانونی، هم‌سو با آموزه‌های حقوق بشر خواهد بود که آمیزه‌ای از اخلاق و حاکمیت و اصول قانونی هستند.

رویه باید به نحوی مدیریت و سازمان‌دهی شود که حق بر اینترنت و فضای مجازی را به‌عنوان حقی در کنار سایر حقوق لحاظ نموده و از منظر مسئولیت‌پذیری دیجیتالی، وظیفه دولت و نهادهای حاکمیتی، نه اعمال سلطه بر فضای مجازی، بلکه کوشش برای وضع مقررات و استفاده از ابزارهایی است که بتوانند عناصر و عوامل مخل و تهدیدآمیز در عرصه تولید محتوا را شناسایی و از حقوق اکثریت در برابر اقلیت (تهدیدکننده) حمایت به عمل آورد.

۵. بحث

۵-۱. تولیدکنندگان محتوا

تولیدکنندگان محتوا در فضای مجازی طیفی از کاربران فعال، صاحبان کسب‌وکار و مشاغل و حاکمیت محتوا هستند (فیروزی و همکاران، ۱۴۰۱، ۱۰۷). حاکمیت محتوا نیز شامل بخش‌های مختلف حاکمیتی و دولتی است که نقش نظارت، قانون‌گذاری و استانداردسازی را بر عهده دارند (خوانساری، ۱۳۹۶، ۱۰۸). بخش دیگری از تولیدکنندگان محتوا، صاحبان کسب‌وکار و مشاغل هستند که می‌توانند شامل افراد عادی و بخش خصوصی و نهادهای دولتی و شرکت‌ها باشد که برای کسب درآمد و سودآوری اقدام به تولید محتوا، تأمین آن و ارائه خدمات در زمینه تولید محتوا می‌کنند (فیروزی و همکاران، ۱۴۰۱، ۱۰۸). اما به لحاظ گستره و تعداد باید گفت که تولیدکنندگان محتوا بیش از هر چیز در نزد عامه مردم و یا بخش غیردولتی فعالیت دارند. به این دلیل که با توجه به نفوذ قابل توجه اینترنت، طیف قابل توجهی از مردم به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم تحت تأثیر این فضا

قرار دارند و از آن بهره می‌برند. در این میان انگیزه کاربران فضای مجازی اهمیت دارد و در همین راستا کاربران فعال به افرادی گفته می‌شود که ضمن مشارکت در تولید محتوا، فعالیت مؤثری در عرصه اجتماعی و پویاها دارند. اما در مقابل کاربران منفعل کسانی هستند که نسبت به تولید محتوا اقدام قابل توجهی انجام نمی‌دهند (فیروزی و موحدی‌صفت، ۱۳۹۷، ۱۲۲). در هر صورت عامه مردم چه به‌صورت کنش مؤثر و چه در قالب فعالیت‌های ایذائی در فضای مجازی حضور دارند و برحسب جامعه هدف و افرادی که تحت تأثیر محتوای تولیدشده آنان قرار دارند، اقدام به تولید محتوا می‌کنند.

۵-۲. ایجاد قواعد حقوقی برای تولیدکنندگان محتوا

حق بر آزادی اطلاعات یک حق شناخته‌شده بشری است که به‌عنوان یک حق بنیادین بشری در اولین مجمع عمومی سازمان ملل متحد در سال ۱۹۴۶ و همچنین قطعنامه ۵۹ به رسمیت شناخته شده و چنین آورده شده است: «آزادی اطلاعات یک حق بنیادین بشری و سنگ بنای تمامی آزادی‌هایی است که سازمان ملل خود را وقف آن کرده است». از این جهت ایجاد محدودیت‌های خودسرانه و یا قطع و مسدود کردن فضای مجازی برای عموم مردم امری است که خلاف اصل آزادی اطلاعات تلقی می‌شود. نتیجه اتخاذ چنین رویکردی آن است که اطلاعات و فضای مجازی، برای تأمین منافع حکومت‌کنندگان و سیاست‌گذاران نیست و باید از آن در راستای تأمین منافع عموم بهره برد. در این رویه، دولت نه مالک اطلاعات و فضای مجازی، بلکه

(حسینی و برزویی، ۱۳۹۶، ۱۱۸). در این میان اگر تولیدکنندگان محتوا که برای جذب دنبال‌کننده، بیشتر دیده شدن یا لایک شدن از اطلاعات، هویت، اعتبار و نام و شهرت دیگران سوءاستفاده نمایند، حسب قوانین داخلی و یا نقض قواعد مرتبط با اصل آزادی بیان و اطلاعات باید پاسخگو باشند. بنابراین کسانی که با هر انگیزه یا دلیلی اقدام به تولید محتوا با سوءاستفاده از مال، نام، شهرت و دارایی دیگران بدون کسب رضایت یا اجازه از آنان اقدام می‌کنند، مسؤول شناخته‌شده و باید در قبال اعمال خود پاسخگو باشند. نحوه پاسخگویی به اعمال و رفتارها در عرصه مسئولیت مدنی، پذیرش خسارت از سوی زیان‌زننده است؛ به این دلیل که بدون معیار قانونی، اقدام به خسارت بر علیه فرد یا افراد دیگری نموده است.

اما مسئولیت دولت به‌عنوان عنصر قانون‌گذار و سیاست‌گذار نظارت و رصد فضای مجازی است تا در مقام قانون‌گذار یا مجری قوانین، از حقوق آحاد مردم در زمینه آزادی اطلاعات، حمایت به عمل آورد. به‌طور مشخص، پالایش و کنترل فضای مجازی از منظر جلوگیری از انتشار محتوای مضر و آسیب‌رسان، نقش بسیار مهمی در حفظ سلامت فرهنگی و اخلاقی جامعه ایفا می‌کند. این پالایش، در عمل به معنای ایجاد موانعی است که مانع از دسترسی کاربران به محتوای غیرقانونی، غیراخلاقی یا مخرب می‌شود. چنین نظارتی باید به‌گونه‌ای باشد که کاربران متقاضی محتوای مضر، نتوانند به راحتی به آن دسترسی پیدا کنند و فضای مجازی به محیطی امن‌تر برای استفاده حلال و مفید تبدیل شود (اسماعیلی و نصرالهی، ۱۳۹۵، ۶۲).

امانت‌دار آن محسوب می‌شود (مقدسی و طمهری سیلابی، ۱۴۰۲، ۵۱). بنابراین بهره‌مندی همگان از اصل آزادی اطلاعات یک حق شناخته‌شده برای شهروندان است که حق بنیادین و بشری است که همواره و با توجیهات مختلف نمی‌توان محدودیت‌هایی ایجاد نمود که منافع و نیازهای شهروندان تهدید شود. در این میان دولت و نهادهای مدنی، افراد حقیقی و حقوقی و مشارکت‌کنندگان تولید محتوا هر یک دارای نقش خاصی هستند که نیازمند بررسی و تطبیق مسئولیت آنان با اصول و معیارهای حقوق بشری است. بنابراین حق بر آزادی اطلاعات به‌عنوان مبنای بهره‌مندی از فضای مجازی و ابزارهای مرتبط و شکل‌دهنده آن یعنی اینترنت تلقی می‌شوند.

۵-۳. مسئولیت حقوقی دولت در تولید محتواهای فضای مجازی

نقش دولت در عرصه تولید محتوای فضای مجازی در قالب مسئولیت مدنی قابل طرح است؛ بنابراین دولت در مقام حاکمیت و سیاست‌گذار نباید به نحوی عمل کند که تولید محتوای ارائه‌شده از سوی نهادهای حاکمیتی از یک‌سو و یا سایر افراد و نهادهای تولیدکننده محتوا در فضای مجازی با عدول از قوانین و مقررات داخلی و بین‌المللی، حق بر آزادی اطلاعات را نقض کنند. همچنان که تولید محتوا در فضای مجازی نباید به‌نحوی باشد که باعث نقض حریم خصوصی افراد شود، زیرا افراد جامعه دارای اطلاعاتی هستند که مایل هستند تا آنان را مخفی نگه‌دارند و به‌هیچ‌وجه راضی نیستند که دیگران نسبت به آن علم و آگاهی پیدا کنند

۵-۳-۱. مدیریت مبتنی بر تفکیک تهدیدکنندگان و کاربران حقیقی فضای مجازی

علاوه بر این باید گفت که مسئولیت‌پذیری در فضای مجازی تنها محدود به تولیدکنندگان محتوا نیست؛ بلکه مدیران شبکه‌ها و پلتفرم‌های مجازی نیز در صورت بروز خسارت به جامعه، چه از نظر مادی و چه از حیث تضعیف ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، موظف به پاسخگویی و جبران هستند. محتوای مخرب، از جمله انتشار اطلاعات نادرست، تشویش اذهان عمومی، تزلزل بنیان‌های دینی و اجتماعی مانند خانواده، اثرات مخرب و گسترده‌ای دارد که نیازمند نظارت دقیق و پاسخگو بودن همه ارکان این فضا است (قانع، ۱۳۹۱، ۳۲). در این میان هر نظام حقوقی تلاش دارد تا با اتخاذ سازوکارها و تعیین خطوط قرمز، محدودیت‌هایی نیز اعمال نماید، اما آنچه روشن است اقدامات یادشده نباید بهانه‌ای برای نقض اصول مندرج در منشور منجر شود؛ زیرا در عصر اینترنت، حق بر آزادی اطلاعات و دسترسی به آن، شناخته شده و بدیهی است. در کنار اقدامات دولت، امروزه، اینفلوئنسرها و فعالان فضای مجازی که مخاطبان میلیونی دارند، باید به‌خوبی آگاه باشند که رفتارها و محتوای منتشرشده توسط آن‌ها تأثیر مستقیمی بر افکار و رفتارهای جامعه دارد و به همین دلیل، در قبال پیامدهای آن مسئول هستند. این موضوع نشان‌دهنده اهمیت روزافزون نظارت دقیق و مسئولیت‌پذیری در فضای مجازی است، به‌طوری‌که از طریق آن بتوان از آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی جلوگیری کرد و سلامت فضای مجازی را حفظ نمود.

وضعیت اخیر گویای نظارتی مؤثر است که حتی سانسور و حذف اطلاعات را به‌عنوان ابزار پایش لحاظ نمی‌کند، بلکه بیش از هر چیز به دنبال آن است تا قبل از انتشار محتوای غیر قانونی و غیر اخلاقی، از ارائه آن برای عموم خودداری شود.

در ماده ۱۹ از منشور جهانی حقوق بشر نیز به اصل آزادی اطلاعات به‌عنوان یک حق اشاره شده است. جایی که آورده است: «هر فردی حق آزادی عقیده و بیان دارد و این حق، مستلزم آن است که کسی از داشتن عقاید خود بیم و نگرانی نداشته باشد و در کسب و دریافت و انتشار اطلاعات و افکار، به تمام وسایل ممکن و بدون ملاحظات مرزی، آزاد باشد». بنابراین اقدامات دولت از منظر ایفای نقش حاکمیتی باید به نحوی باشد که بتواند ضمن احترام به آزادی بیان، زمینه را برای شناسایی و مقابله با تولیدکنندگان محتوای خلاف حق عمومی جامعه فراهم سازد. در این میان، نقش دولت و مدیران فضای مجازی نیز بسیار کلیدی است. آن‌ها باید شرایطی فراهم آورند که استفاده از فضای مجازی محدود به مصارف سالم و سازنده باشد و از گسترش محتوای متضاد با اصول منشور حقوق بشر در زمینه آزادی اطلاعات جلوگیری کنند. از نظر نقش دولت نیز باید گفت که فراهم آوردن زیرساخت‌ها و ابزارهای لازم برای پالایش محتوا و جلوگیری از نفوذ محتوای نامطلوب، از وظایف مهم مدیران این فضا است (اسفندیاری، ۱۴۰۰، ۵۲). این رویه همواره باید به نحوی مدیریت و کنترل شود که از حقوق عامه مردم یعنی استفاده‌کنندگان و کاربران اینترنت در برابر حقوق افراد و نهادهای تهدیدکننده این فضا حمایت به عمل آورد.

۵-۴. مسئولیت شهروندان و تولید محتوا در فضای مجازی

یکی از خطرات مهم در عرصه فضای مجازی از نظر حقوقی، گسترش فردگرایی و نادیده گرفتن مصالح عمومی از سوی عامه مردم به عنوان بیشترین تولیدکنندگان محتوا در فضای مجازی است. حتی این خطر به قدری برجسته است که از دیرباز مشارکت جمعی احساس تعلق، تعهد و مسئولیت پذیری اجتماعی در تقابل با فردگرایی مطرح بوده است (طالبی و خوشبین، ۱۳۹۱، ۲۰۸). این بدان معناست که اگر فردگرایی بر منافع جمع تقدم پیدا کند، تولید محتوا نه امری برای شکل دهی به زیست اخلاقی و منافع عموم، بلکه فرصتی برای رقابت فردی تبدیل می‌شود. از این منظر مسئولیت شهروندان، کوشش برای تولید محتوا در راستای منافع عمومی است که بتوان منافع عامه مردم را در این فضا مشاهده نمود.

اما به طور مشخص درباره فضای مجازی و تولید محتوا در این عرصه باید گفت که تولید محتوا، انتشار و فعالیت در فضای مجازی بدون محدودیت‌های زمانی و مکانی انجام می‌شود و بسیاری از آسیب‌ها و مفاسد اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی در این فضا به صورت متراکم در دسترس کاربران قرار می‌گیرد. نکته مهم‌تر آن است که این آسیب‌ها محدود به یک جامعه یا منطقه نیستند، بلکه در سطح جهانی قابل دسترسی و انتشار هستند (طباطبایی و لیالی، ۱۳۹۷، ۹۲). وقتی محتوایی که توسط افراد به ویژه اینفلوئنسرها، فعالان اجتماعی و کسانی که تعداد زیادی دنبال کننده دارند تولید می‌شود به سمت پیام‌های

آسیب‌زننده به اجتماع و فرهنگ هدایت شود، مسئولیت آن‌ها به مراتب افزایش می‌یابد و باید بر اساس میزان تأثیرگذاری‌شان، پاسخگو باشند. در چنین شرایطی، مسئولیت تولیدکنندگان محتوا از جنبه اجتماعی و اخلاقی نیز اهمیت زیادی دارد و انتظار می‌رود که آن‌ها الگوی مناسبی برای کاربران و جامعه باشند. اما اگر هدف یادشده بدون قواعد الزام‌آور توسط شهروندان عملیاتی نشود، نقش دولت و قانون‌گذار در زمینه شناسایی و پاسخگو نمودن تولیدکنندگان محتوا از منظر جلوگیری از تضییع حقوق دیگران اهمیت می‌یابد. بنابراین اگر نظارتی از سوی دولت صورت می‌گیرد، می‌بایست نظارت و رصد محتوا در فضای مجازی، با هدف ایجاد مسئولیت مدنی برای شهروندان و حتی گروه‌ها و کانال‌های مجازی بیشتر از جهت ایجاد امنیت و سلامت روانی برای آحاد مردم صورت گیرد. به این دلیل که انتشار خبرهای جعلی، انتشار شایعات و اطلاع‌رسانی‌های نادرست، آسیب‌های جدی به سلامت روانی مردم وارد می‌شود (کاشانی‌گهر، ۱۳۹۴، ۱۹). بنابراین نشر اخبار، حوادث و تحولات در فضای مجازی بدون مستندات یا بدون اینکه مسئولیتی برای فرد یا افراد منتشرکننده در نظر گرفته شده باشد، مسئولیت ناشی از انتشار آن برای عموم مردم را برای منتشرکننده آن در بر خواهد داشت. در صورتی که اخبار و حوادث یادشده، مبتنی بر حقیقت‌گویی نباشد و اذهان مردم را تشویق نماید، از نظر قانونی، فرد یا افراد منتشرکننده مسئول خواهد بود و ناقض اصول حقوق بشری از جمله حق بر آزادی اطلاعات در نظر گرفته می‌شود.

۵-۴-۱. ایجاد قواعد اخلاقی

فضای مجازی و تولید محتوا در این فضا به نوعی باعث هم‌افزایی و گسترش دانش، سرمایه اجتماعی و عملکردهای فرهنگی، اقتصادی و سیاسی انسان معاصر شده و یک نوع محیط واحد بدون مرزی را ایجاد می‌کند که نبود قواعد و معیارهای اخلاقی می‌تواند باعث هرج‌ومرج و تشدید منازعات اجتماعی شود (عاملی، ۱۳۹۰، ۶۷)؛ زیرا مطابق منشور ملل متحد و سایر قوانین و مقررات بین‌المللی و داخلی بسیاری از کشورها، ارزش‌هایی نظیر حراست از حریم خصوصی، استفاده بهینه و مطلوب از فرصت فضای مجازی و سایر دستاوردهای آن در حوزه کسب‌وکار وجود دارد که نباید قربانی منافع عده‌ای خاص و منفعت‌طلب شود. از جمله این موارد نقض حریم خصوصی افراد در فضای مجازی است که امروزه یکی از تهدیدات عمده در این عرصه به‌شمار می‌رود. در ماده ۱۲ از منشور جهانی حقوق بشر آورده شده است: «نباید در زندگی خصوصی، امور خانوادگی، اقامت‌گاه یا مکاتبات هیچ‌کس مداخله‌های خودسرانه صورت گیرد یا به شرافت و آبرو و شهرت کسی حمله شود. در برابر چنین مداخله‌ها و حمله‌هایی، برخورداری از حمایت قانون، حق هر شخصی است».

بر مبنای رویکرد منشور حقوق بشر باید گفت که در این فضای بدون مرز، ابزار عقیده، ارزش و بازخوردهای فکری نسبت به دیگری به شکل آزادانه صورت می‌گیرد (موسوی حق‌شناس، ۱۳۹۷، ۲۰۴)؛ اما این آزادی قواعد و تولید محتوا نباید به نوعی هرج‌ومرج اخلاقی یا نبود قید و معیارهای اخلاقی منجر شود یا نباید به نحوی باشد که باعث نادیده

گرفتن شرافت، آبرو، شهرت و اعتبار کسی شده یا حریم خصوصی وی را نقض نماید. بنابراین فضای مجازی نیازمند ایجاد مسئولیت اجتماعی دیجیتال برای تولیدکنندگان محتوا و حتی کاربران این عرصه است. حتی مسئولیت اجتماعی دیجیتال می‌تواند به‌عنوان یک استراتژی نوآورانه مدرن در فضای مجازی محقق شود (پوریوات و تریپوپداکول، ۲۰۲۲، ۲۴). به همین دلیل وضع قواعد اخلاقی یا آموزش آن برای تولیدکنندگان محتوا اهمیت خاصی دارد و مسئولیت ناشی از تولیدات و آثار در فضای مجازی به نحوی است که باید با تکیه‌بر مسئولیت اجتماعی انجام شود.

علاوه‌بر مسئولیت حقوقی و قانونی هر فرد، مسئولیت اجتماعی نیز موضوع مهمی است که بیشتر ناظر بر وضع قواعد اخلاقی برای بهره‌وران فضای مجازی از جمله تولیدکنندگان فعال در این حوزه است. مسئولیت اجتماعی به‌عنوان مجموعه‌ای از اقدامات مطلوب قابل بررسی است که به شکل‌گیری نتایج مطلوبی منجر می‌شود (لین، ۲۰۲۱، ۴۳۳۹). در فضای مجازی نیز رویکرد اخیر به‌معنای آگاهی از فضای موجود و رعایت حقوق عموم مردم است تا بتوان ضمن ایجاد آگاهی، از ابزار اطلاع‌رسانی به نحو مطلوبی بهره برد. مسئولیت اجتماعی اگرچه به صراحت در آموزه‌های حقوق بشر وجود ندارد و این یک ضعف اساسی در اسناد و مقاله‌نامه‌های حقوق بشری است، اما هر عمل انسانی می‌بایست همراه با نوعی مسئولیت باشد تا افراد به هر دلیلی حقوق دیگران را نقض نکنند. ضمن اینکه مسئولیت اجتماعی در فضای مجازی و دیجیتالی بیش‌ازپیش اهمیت دارد و حتی مفهوم

جدیدی تحت عنوان مسئولیت اجتماعی دیجیتال نیز پدید آمده است که اشاره به اطلاع‌رسانی فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی با استفاده از ابزارهای دیجیتالی است (کاپینگ و همکاران، ۲۰۲۱، ۱۰۲۳). در این زمینه اصول و قواعد اخلاقی در راستای جامه عمل پوشانیدن به مسئولیت اجتماعی حائز اهمیت است. انتشار محتوای مسئولانه اقدام اساسی در این باره است که سایر فعالیت‌های اجتماعی نیز تحت تأثیر آن قرار دارد که نقش صداقت در انتشار محتوا اهمیت خاصی دارد (بدای و همکاران، ۲۰۲۰، ۵۱). علاوه بر صداقت در تولید و انتشار محتوا در فضای مجازی، اهمیت در نظر داشتن حریم خصوصی افراد باید لحاظ شود. از این منظر اصول اخلاقی به عنوان رکن مهمی از تولید محتوا در فضای مجازی با ایجاد یک قواعد مسئولانه و توسعه اعتماد میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان محتوا به نحوی که مسئولیت هر فرد یا افراد و نهادها (تولیدکنندگان محتوا) منجر به نقض حق بر آزادی بیان نشود، اهمیت بسزایی در تحقق اصول مندرج در قوانین و مقررات مرتبط با اصل آزادی بیان و اطلاعات دارند.

۵-۴-۲. نهاد تنظیم‌گر مستقل در ایجاد

مسئولیت تولید محتوا

به طور مشخص درباره ایران باید گفت که اصول قانون اساسی از جمله اصل ۲۴ بر ضرورت حمایت از آزادی بیان توجه نشان داده است که قابل تسری به عرصه فضای مجازی است. اصول و مقررات دیگری از جمله آزادی بیان و انتقاد یا نظارت‌پذیری عرصه سیاسی و اجتماعی را از طریق بهره‌گیری از فضای مجازی پذیرفته است. به صورت تخصصی نیز

قانون جرائم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸، سازوکارهای استفاده و محدودیت‌های مربوط به فضای مجازی را مطرح کرده است. در سند راهبردی فضای مجازی مصوب ۱۴۰۱، نیز رویکرد ویژه‌ای در ارتباط با فضای مجازی نیز لحاظ شده است. در عرصه‌ی نهادی و سازمانی نیز، طبق اصل ۱۷۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، سازمان بازرسی به عنوان یکی از ارکان قوه قضاییه، وظیفه نظارت بر انجام امور را بر عهده دارد. حتی در این زمینه، سازمان بازرسی می‌تواند از طریق ابزارهای موجود در فضای مجازی، نسبت به کشف برخی جرائم و کشف حقیقت بهره‌برد. دستور حمایتی محاکم قضایی و یا مقام می‌تواند به بازرسان، کارشناسان یا نمایندگان منتخب آنان اجازه بازرسی و افشای اطلاعات را بدهد (جلالی فراهانی، ۱۳۸۹، ۷۸). راهکار دیگر این است که در هریک از حوزه‌ها و بخش‌ها، بخشی تخصصی مرکب از نخبگان و متخصصان ایجاد شود که ضمن کارشناسی و نظارت دقیق و تخصصی، از عوامانه شدن نظارت پرهیز شود.

با این حال به دلیل گسترش رسانه‌های اجتماعی و گسترده شده استفاده از فضای مجازی و تهدیدات ناشی از آن، ضرورت تشکیل یک نهاد تنظیم‌گر مستقل و بی‌طرف برای نظارت بر محتوا و صدور مجوزهای فعالیت، بیش از پیش ضرورت دارد. بدون چنین نهادی، تضمین آزادی بیان، رقابت سالم، حمایت از تولید ملی در زمینه کسب و کار و ارتقاء سواد رسانه‌ای ممکن نخواهد بود. انتخاب اعضای نهاد تنظیم‌گر باید شفاف، متنوع و از میان متخصصان حوزه‌های حقوقی، فرهنگی، فناوری و رسانه‌ای انجام شود تا از تمرکز قدرت و تضاد منافع

جلوگیری گردد (اسماعیلیان و ناظمی، ۱۳۹۷، ۱۲۵). چنانچه نهاد تنظیم‌گر ذی‌نفع باشد یا خود در تولید محتوا مداخله و منافع اقتصادی باشد، نمی‌توان انتظار داشت که نظارتی بی‌طرف، شفاف و مؤثر انجام شود. این مسئله در نهایت به کاهش اعتماد عمومی، انسداد فضای ارتباطی و افزایش نارضایتی کاربران شبکه‌های اجتماعی منجر خواهد شد که در نهایت خود به عاملی برای نقض حقوق و آزادی شهروندان در زمینه بهره‌گیری از فضای مجازی منجر خواهد شد.

در این راستا، بسیاری از کارشناسان پیشنهاد می‌کنند که نظام تنظیم‌گری رسانه‌ای کشور به‌صورت مستقل از دولت و در قالب یک نهاد خود تنظیم‌گر فضای مجازی شکل گیرد. چنین نهادهایی در کشورهای پیشرفته بر مبنای مشارکت صنوف رسانه‌ای، نهادهای مدنی و برخی نهادهای دولتی با سازوکار شفاف فعالیت می‌کنند (انصاری، ۱۳۹۰، ۶۳). به‌علاوه اینکه در عصر دیجیتال که مرز میان رسانه‌های سنتی و نوین از بین رفته و شبکه‌های اجتماعی به یکی از ارکان اصلی اطلاع‌رسانی و سرگرمی تبدیل شده‌اند، وجود نهاد تنظیم‌گر مستقل برای نظارت بر محتوای شبکه‌های اجتماعی، یک ضرورت انکارناپذیر است. بدین ترتیب ایجاد یک نظام تنظیم‌گری در فضای مجازی با ملاحظه اصول آزادی و حفظ حقوق سایر شهروندان با اتخاذ رویکردی متوازن، شفاف و پاسخ‌گو، شرط لازم برای حکمرانی مطلوب در فضای رسانه‌ای نوین کشور است.

علاوه بر این در حوزه مسئولیت اجتماعی دیجیتال در فضای رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی در جامعه

اسلامی نیازمند اتخاذ تدابیر روشنی از سوی دولت و یا حکومت اسلامی است که بتواند نسبت به وضع تکالیف و مسئولیت‌های افراد، نهادهای تخصصی مسئول و همچنین نشان دادن افق رسانه‌ها در عرصه شبکه‌های اجتماعی اقدامات لازم را انجام دهد. بدین معنا لازمه محقق شدن مسئولیت مدنی، این است که حکومت‌داری رسانه و فضای مجازی توسط دولت عملیاتی شود که در واقع نیازمند تشکیل فقه رسانه است (دارابی، ۱۴۰۱، ۱۲۸). به این دلیل که قوانین داخلی منبعث از فقه هستند و پیش‌نیاز ایجاد یک قانون مدون و جامع نیازمند اتخاذ رویکردی نو و تحول‌آفرین در عرصه فقهی باشد تا بتوان مسئولیت اجتماعی را برای شهروندان و نظام حکمرانی کشور برقرار نمود. به هر صورت، مسئولیت‌پذیری از طریق فضای مجازی با کمک ابزارهای موجود، می‌تواند نوعی پاسخگویی دائمی و مستمر ایجاد نماید که با استفاده از دستیابی به آخرین اطلاعات میسر باشد. بدین معنا که با استفاده از فضای مجازی می‌توان به سریع‌ترین شیوه ممکن در همه زمینه‌های عمومی و اختصاصی به اطلاعاتی دست یافت (عباسی دره‌بیدی و همکاران، ۱۳۹۵). این خصیصه باعث می‌شود تا ایجاد مسئولیت به‌صورت روزانه برای نظارت بر دستگاه‌های اجرایی قابلیت عملیاتی شدن داشته باشد و نهادی نظارتی می‌تواند با کمک مردم تعامل با آنان، به شیوه مؤثری آن را به اجرا درآورند. تحقق هدف یادشده نیازمند آن است تا مردم به‌عنوان کاربرانی که از این فضا برای بهبود وضعیت جامعه استفاده می‌کنند، با دوری از تعصب، بهره‌گیری از انتقاد منصفانه و در نظر گرفتن اصل

بهبود تدریجی امور، نسبت به نقد وضعیت موجود بپردازند.

۶. نتیجه

با توجه به ماهیت پیچیده و جهانی فضای مجازی، نظارت و کنترل این فضا به یک ضرورت اساسی تبدیل شده است تا بتوان از حقوق آحاد جامعه بر مبنای اصول مندرج در منشور ملل متحد و سایر قوانین تخصصی در این حوزه دفاع به عمل آورد. از یک سو فقدان نظارت کافی بر تولیدکنندگان محتوا در این عرصه می‌تواند به گسترش محتوای نادرست، تحریف اطلاعات، نقض حقوق شهروندان و حتی تهدید امنیت ملی منجر شود. بنابراین، نظارت دقیق و هوشمندانه باید به گونه‌ای باشد که هم آزادی بیان حفظ شود و هم از انتشار محتوای مخرب جلوگیری شود که البته موضوعی ظریف و تفسیرپذیر است. علاوه بر این، با گسترش روزافزون تولید محتوا توسط افراد مختلف، مسئولیت اجتماعی و حقوقی آن‌ها بیشتر مورد توجه قرار گرفته است و طیفی از نهادهای دولتی و خصوصی در تولید محتوا نقش دارند که سپردن نظارت به دولت در مقام ذی‌نفع نیز دشواری‌ها و موانعی را به وجود می‌آورد.

از طرفی دیگر، هرگونه کوتاهی در رعایت قوانین و اخلاق در تولید محتوا، می‌تواند پیامدهای منفی گسترده‌ای داشته باشد که نظارت کارآمد را ضروری می‌سازد. در نتیجه، ایجاد ساختارهای نظارتی متناسب با فناوری‌های نوین، آموزش کاربران درباره مسئولیت‌های تولید محتوا و فراهم کردن بسترهای قانونی و فنی جهت برخورد با تخلفات، از جمله اقدامات مهم برای حفظ سلامت فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی است، اما نظارت و کنترل‌پذیری

در عرصه حکمرانی و قواعد الزام‌آور قابل تحلیل است و سازوکار دیگری از جمله ایجاد مسئولیت اجتماعی دیجیتال نیز در عرصه فقهی و حقوقی در جامعه ایران اهمیت دارد؛ بدین معنا که در فرایند مسئولیت‌پذیری دیجیتالی هم نقش شهروندان و هم نقش نهادهای تخصصی به صورت یک دغدغه عمومی قابل توجه است که به موجب آن هر نهاد تخصصی بتواند بر پایه مسئولیت اجتماعی دیجیتال یعنی ملاحظه حقوق و منافع آحاد مردم، قوانین را به اجرا درآورد و از رویکردی سلیقه‌ای و منافع نهادهای بهره‌برد.

آنچه در جامعه ایرانی اهمیت دارد، تلقی حق بر استفاده از فضای مجازی و سایبری به عنوان یک حق جدایی‌ناپذیر از سایر حقوق مندرج در قانون اساسی است. بنابراین باید اصول قانون اساسی از جمله اصل ۲۴ در راستای حمایت از آزادی تولیدکنندگان با رعایت مقررات صریح مستنبط از قانون اساسی عملیاتی شود. این رویکرد باعث می‌شود تا تولید محتوای مطلوب به بهانه تهدیدات دیگری که در فضای مجازی رخ می‌دهد، نقض نشود و از تصمیمات خودسرانه در این حوزه جلوگیری به عمل آورده شود. ضمن اینکه پذیرش مسئولیت دیجیتالی از سوی مدیران نهادها و دستگاه‌های دولتی عامل مهمی در شکل‌گیری الگوی مطلوب نظارت از طریق فضای مجازی است تا بتوان ضمن نظارت بر عناصر و محتوای خلاف اصول حقوق بشر و قانون اساسی، از تولید محتوای همسو با منافع مردم، ترویج کسب و کار در فضای مجازی و حمایت از حقوق اقتصادی و اجتماعی مردم حمایت به عمل آورده شود.

مسئولیت دیجیتالی این پیام را از سوی نهادهای دولتی مخابره می‌کند که آنان در شرایط ناشی از گسترش اینترنت و نظارت‌های همگانی، آمادگی پذیرش دیدگاه‌ها و انتقادات در راستای بهبود شرایط موجود را دارند و هرگز نباید به بهانه برخی از تهدیدات موجود در فضای مجازی، نسبت به نادیده گرفتن حقوق همه مردم در زمینه بهره‌مندی از اینترنت یا فضای مجازی اقدام شود. بنابراین مسئولیت دیجیتالی برای دولت این پیام را دارد که بتواند از سازوکارهای نظارتی قوی برای شناسایی تولید محتوای نامطلوب و خلاف منافع عمومی استفاده نماید و به دلیل تخلفات یا مشکلاتی محدود، حق یادشده را به‌طور کلی از عموم مردم سلب نکند.

۷. سهم نویسندگان

نگارش مقاله به‌صورت مشترک توسط نویسندگان انجام شده که در نهایت توسط نویسنده مسؤول، اصلاح نهایی آن انجام شده است.

۸. تضاد منافع

در این پژوهش هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

منابع

الف. منابع فارسی

- اسفندیاری (اسلامی)، رضا، «بررسی فقهی آثار مصرف فضای مجازی بر فرد و خانواده»، *فصلنامه فقهی حقوقی زن و خانواده*، سال چهارم، شماره هشتم، ۱۴۰۰.

- اسماعیلی، محسن و نصراللهی، محمدصادق، «پالایش فضای مجازی؛ حکم و مسائل آن از دیدگاه

فقهی»، *دو فصلنامه دین و ارتباطات*، سال بیست‌وسوم، شماره اول، پیاپی چهل‌ونهم، ۱۳۹۵.

- اسماعیلیان، ملیحه و ناظمی، امیر، «ارائه الگویی برای نهاد تنظیم‌گر رسانه‌های نوین صوتی - تصویری»، *فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی*، دوره هشتم، شماره دوم، ۱۳۹۷.

- انصاری، باقر، *حقوق رسانه*، تهران، سمت، ۱۳۹۱.

- جلالی فراهانی، امیرحسین، *کنوانسیون جریم سایبر و پروتکل الحاقی آن*، تهران، انتشارات خرسندی، ۱۳۸۹.

- حسینی، مهدی و برزویی، محمدرضا، «مبانی و مؤلفه‌های فقهی حمایت از حریم خصوصی افراد در فضای مجازی»، *دو فصلنامه مطالعات حقوق بشر اسلامی*، سال ششم، شماره سیزدهم، ۱۳۹۶.

- خوانساری، محمد، *بررسی چالش‌های کلان‌داده‌ها در ایران*، تهران، پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات (مرکز تحقیقات مخابرات ایران)، ۱۳۹۶.

- دارابی، علی، «فقه رسانه و ارتباطات رسانه‌ای؛ عرصه نو در حوزه علوم انسانی و مطالعات فقهی»، *فصلنامه علمی سیاست‌پژوهی تحول در علوم انسانی*، دوره اول، شماره سوم، پیاپی سوم، ۱۴۰۱.

- طالبی، ابوتراب و خوش‌بین، یوسف، «مسئولیت‌پذیری اجتماعی جوانان و عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر آن»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، دوره نوزدهم، شماره پنجاه‌ونهم، ۱۳۹۱.

- طباطبایی، سید علیرضا و لیالی، محمدعلی، «قواعد فقهی پالایش فضای مجازی در نظام حقوقی

- موسوی حق‌شناس، میلاد، «تدوین اولویت‌بندی کدهای مسئولیت اجتماعی در فضای مجازی»، مجله برگ فرهنگ، دوره دوم، شماره دوم، ۱۳۹۷.

ب. منابع لاتین

- Bodaghi, D; Slambolchi, A & Rabiee Mondajin, M, "Designing the Model of Social Responsibility and Measuring It in the Social Security Organization", *Social Science Quarterly*, Vol 14, No 2, 2020.

- Guping, C; Cherian, J; Sial, M. S; Mentel, G; Wan, P; Álvarez-Otero, S & Saleem, U, "The Relationship Between CSR Communication on Social Media, Purchase Intention, and e-WOM in the Banking Sector of an Emerging Economy", *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, Vol 16, No 4, 2021.

- Lin, Z. C; Wong, I. A; Lin, S. K & Yang, Y, "Delivering Warmth and Expediting Love: Just-in-Time CSR in the Midst of COVID-19 Mega Disruption", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol 33, No 12, 2021.

- Puriwat, W & Tripopsakul, S, "Understanding Digital Social Responsibility in the Social Media Context: Evidence from Thailand", *International Journal of Professional Business Review*, Vol 7, No 1, Article e0257.

<https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i1.257>, 2022.

جمهوری اسلامی ایران»، *فصلنامه حکومت اسلامی*، سال بیست‌وسوم، شماره اول، پیاپی هشتادوهفتم، ۱۳۹۷.

- عاملی، سیدرضا، *روابط عمومی دو فضایی*، تهران، انتشارات سیمای شرق، ۱۳۹۰.

- عباسی دره‌بیدی، احمد؛ یوسفی، سارا و محمودی، فاطمه، *فناوری فضای مجازی و پیشرفت*، مجموعه آثار و مقالات برگزیده دهمین کنگره پیشگامان پیشرفت، ۱۳۹۵.

- فیروزی، محمدحسین؛ قربانی، مهدی؛ تقی‌پور، رضا و علی‌دادی، رضا، «الگوی راهبردی تولید محتوای فاخر مبتنی بر رویکردهای امنیت ملی در فضای سایبر»، *فصلنامه امنیت ملی*، سال دوازدهم، شماره چهل‌وچهارم، ۱۴۰۱.

- فیروزی، محمدحسین و موحدی‌صفت، محمدرضا، *نقش کلان‌داده‌های رسانه‌های اجتماعی در تحقق تمدن نوین اسلامی*، چهارمین همایش تمدن نوین اسلامی، تهران، دانشگاه شاهد، ۱۳۹۷.

- قانع، احمدعلی، *کتاب ضاله؛ رویکردی فقهی*، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۹۱.

- کاشانی گهر، صدیقه، «پیام‌رسان‌های موبایلی و توسعه سیاسی (با مطالعه تلگرام و واتساپ)»، *فصلنامه عصر ارتباطات*، دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۹۴.

- مقدسی، یوسف و طمهرزی سیلابی، صمد، «بررسی فقهی و حقوقی محدودیت‌های فضای مجازی»، *فصلنامه پژوهش‌های نوین در آموزش و پرورش*، دوره چهارم، شماره دوم، ۱۴۰۲.