

مهر ۱۴۰۱
مسلسل: ۱۸۴۵۲

بررسی ابعاد مسئله اطلاعات، اخبار و محتوای خلاف واقع در فضای مجازی و ارائه پیش‌نویس قانونی





مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۱۸۴۵۲
کد موضوعی: ۲۷۰

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: بررسی ابعاد مسئله اطلاعات، اخبار و محتوای خلاف واقع در فضای مجازی و ارائه پیش‌نویس قانونی

نام دفتر: مطالعات فرهنگ و آموزش (گروه رسانه، ارتباطات جمعی و فضای مجازی)
تهیه و تدوین کنندگان: مهسا نوری زوز، فائزه اسماعیلی، عمادالدین پاینده
اظهار نظر کنندگان: سیدمیثم عظیمی، حسن پوراسماعیل، ابوالقاسم رجبی، سیدعلی حسینی، عبدالرحیم قاسمی‌نژاد، سیدآرش وکیلان
ناظران علمی: سیدعلی محسنیان، موسی بیات، جلیل محبی
ویراستار ادبی: طاهره سیدمحمد

واژه‌های کلیدی:

۱. اطلاعات خلاف واقع با انتشار عمدانه (Disinformation)
۲. اطلاعات خلاف واقع با انتشار غیرعمدانه (Misinformation)
۳. مسئولیت سکو نشر
۴. مسئولیت نهاد تنظیم‌گر
۵. مسئولیت کاربران فضای مجازی



تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۷/۶

به نام خدا

فهرست مطالب

۱	چکیده
۲	مقدمه
۳	ابعاد مسئله پیشگیری و مقابله با انتشار اطلاعات، اخبار و محتوای خلاف واقع در فضای مجازی
۴	۱. رویکرد جامع نسبت به انواع محتوای خلاف واقع
۵	۲. تفکیک مسئولیت‌های نهاد تنظیم‌گر، پلتفرم و کاربران فضای مجازی
۵	۱-۲. عوامل شناختی، اجتماعی و ساختاری مؤثر در انتشار اطلاعات خلاف واقع
۶	۲-۲. استفاده ظرفیت‌های مردمی در کنار نهادهای حاکمیتی و دستگاه‌های اجرایی به‌عنوان تنظیم‌گران بخشی
۷	۲-۳. مسئولیت شفاف‌سازی و فناوری‌محور سکو (پلتفرم)
۸	۳. آگاهی‌بخشی به‌موازات جرم‌انگاری در موارد ضروری
۹	۴. خودتنظیم‌گری در امتداد تنظیم‌گری حاکمیتی
۱۱	۵. تفکیک شئون قانونگذاری و تنظیم‌گری
۱۱	۶. تکمیل‌کننده قوانین پیشین در حوزه محتوای خلاف واقع
۱۵	مواد قانونی پیشنهادی برای تدوین طرح «پیشگیری و مقابله با اطلاعات، اخبار و محتوای خلاف واقع در فضای مجازی»
۲۳	متن طرح «پیشگیری و مقابله با اطلاعات، اخبار و محتوای خلاف واقع در فضای مجازی»
۲۷	منابع و مآخذ



بررسی ابعاد مسئله اطلاعات، اخبار و محتوای خلاف واقع در فضای مجازی و ارائه پیش‌نویس قانونی

چکیده

پس از ابتکار شورای عالی فضای مجازی در تصویب «الزامات پیشگیری و مقابله با نشر اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع در فضای مجازی» مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۶ با وجود مفاد قانونی که قبلاً در خصوص نشر اکاذیب به تصویب رسیده بود، نیاز جدی نسبت به ورود مجلس از باب تقنین در این زمینه احساس می‌شود، با وجود قوانین فعلی، چالش‌های جدی برای پیشگیری و مقابله با محتوای خلاف واقع وجود دارد، از جمله اینکه، رسیدگی به مطالب خلاف واقع منوط به شکایت شاکی خصوصی است. ضمانت اجراها از کفایت لازم برخوردار نیستند و به دلیل عدم توجه به ابعاد پیام‌های توده شده و ابزارهای ارتباطی جدید و هنجارهای ارتباطی زیست‌بوم ارتباطی، بازدارندگی نخواهند داشت. در قوانین فعلی نسبت به روش‌های پیشگیرانه قبل از تولید و نشر اطلاعات (Proactive) و بعد از آن (Reactive) خلأ وجود دارد و نسبت به مسئولیت سکوی نشر، درگاه نشر، تولیدکننده محتوا، نشردهنده محتوا و بازنشردهنده آن تفکیکی وجود ندارد. به همین دلیل امکان تعیین و تصریح مسئولیت ذی‌نفعان مختلف در زیست‌بوم فضای مجازی در رابطه با محتوای خلاف واقع وجود ندارد. از این رو با ابتننا بر محورهای زیر پیش‌نویس «طرح پیشگیری و مقابله با انتشار اطلاعات، اخبار و محتوای خلاف واقع در فضای مجازی» تهیه و در پیوست گزارش حاضر ارائه شده است:

۱. رویکرد جامع نسبت به انواع محتوای خلاف واقع
۲. تفکیک مسئولیت‌های نهاد تنظیم‌گر، سکوی نشر، درگاه نشر و کاربران فضای مجازی
۳. آگاهی‌بخشی به موازات جرم‌انگاری در موارد ضروری
۴. خودتنظیم‌گری و استفاده از خرد جمعی و ظرفیت عمومی کاربران در امتداد نهادهای حاکمیتی و دستگاه‌های اجرایی به مثابه تنظیم‌گران بخشی
۵. تفکیک شئون قانونگذاری و تنظیم‌گری
۶. تکمیل‌کننده قوانین پیشین در حوزه محتوای خلاف واقع

فصل اول این پیش‌نویس با عنوان کلیات واژگان و اصطلاحات به کار رفته در طرح را با ابتننا بر مصوبات شورای عالی فضای مجازی تعریف نموده است. فصل دوم با عنوان وظایف دستگاه‌های اجرایی به کارگیری فناوری‌های به روز در جهت اقدامات پیشگیرانه و ثبت درخواست‌ها و استعلام از دستگاه‌های مسئول پاسخگویی را پیش‌بینی کرده است. فصل سوم به مسئولیت سکوها و درگاه‌های نشر اختصاص یافته است. این فصل درگاه‌های نشر یک‌سویه و چندسویه را تفکیک کرده، چراکه مطالعه و بررسی‌های پیرامون نشر اخبار خلاف واقع در فضای مجازی نشان می‌دهد، انتشار گسترده محتوای خلاف واقع عمدتاً از مسیر درگاه‌های یک‌سویه اتفاق می‌افتد. یعنی درگاه‌هایی که ماهیت «خبرگزاری و رسانه‌ای» دارند و صاحبان

این درگاه‌ها نسبت به انتشار محتوا در آن مسئولیت خواهند داشت. صفحات شخصی کاربرانی که دنبال‌کنندگان زیادی دارند یا کانال‌هایی که نشر محتوا در آنها توسط یک یا چند نفر مدیریت می‌شود از انواع درگاه‌های یک‌سویه هستند. از این‌رو تعریف درگاه‌های یک‌سویه و مسئولیت ویژه صاحبان درگاه‌های نشر یک‌سویه به‌عنوان موجودیت‌هایی مهم و اثرگذار در مسئله محتوای خلاف واقع به احکام این قانون اضافه شد. فصل آخر نیز به تخلفات و جرائم بازیگران این زیست‌بوم اختصاص دارد.

مقدمه

مسئله مقابله با انتشار و اشاعه اکاذیب و اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده در جامعه، همواره مورد توجه نظام‌های قانونگذاری کشورهای مختلف، از جمله جمهوری اسلامی ایران بوده است؛ آثار و پیامدهای مخرب اشاعه این قبیل اطلاعات و اخبار بر اعتماد اجتماعی و سیاسی، تضییع حقوق مدنی اشخاص در جامعه، دامن زدن به توهمات و در یک کلام خارج کردن جامعه از مسیر حاکمیت قانون بر کسی پوشیده نیست. جرم‌انگاری نسبت به نشر اکاذیب، افترا و نظایر آن در قانون مجازات اسلامی ایران نیز عملاً با هدف جلوگیری از روی دادن چنین پدیده‌های مخرب و غیر قابل‌قبولی در جامعه انجام گرفته و از این‌رو نشر اکاذیب در زمره جرائم مطلق در نظر گرفته می‌شود که تحقق آنها منوط به احراز نتیجه ضرر یا تشویش نیست.^۱

با این همه، انفجار اطلاعات در عصر کلان‌داده‌ها و دیجیتال شدن همه شئون زندگی بشری، نه‌تنها ضریب و شدت اثرگذاری اخبار و اطلاعات مشکوک، نادرست یا خلاف واقع را به شکل بی‌سابقه‌ای افزایش داده، بلکه امکان دسترسی به این اطلاعات و تولید آن را به‌مراتب ساده‌تر از گذشته و ظرفیت اعمال کنترل و حکمرانی دولت‌ها بر این فرایند را نیز تا حد زیادی دشوار و مبهم کرده است. در چنین شرایطی، اکثر کشورها بار دیگر به سراغ سامان‌دهی شیوه‌های نوین مقابله با انتشار و تولید این قبیل محتواهای غالباً کاربرپدید در چارچوب تصویب دستورالعمل‌ها، قوانین و مقررات، در سطوح مختلف عمودی و افقی نظام سیاسی رفته‌اند.

در ایران نیز پس از ابتکار شورای عالی فضای مجازی در تصویب «الزامات پیشگیری و مقابله با نشر اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع در فضای مجازی»^۲ با هدف صیانت از سلامت و امنیت روانی جامعه و کاهش آسیب‌های مترتب بر این پدیده، نیاز جدی نسبت به ورود مجلس از باب تقنین در این زمینه احساس می‌شود، به‌طوری که مسئولیت ذی‌نفعان مختلف درگیر در حوزه فضای مجازی در رابطه با مقابله با محتوای خلاف واقع تعیین و تصریح گردد. همچنین، برابر با تصریح بند «۴» ماده (۲) این مصوبه، شناسایی «صلاحیت محاکم جمهوری اسلامی ایران در رسیدگی به اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع علیه امنیت و حاکمیت ملی و حقوق اشخاص در ارتباط با درگاه‌ها و سکوها‌های نشر خارجی» تکلیفی است که برعهده نهادهای فعال در حوزه تنظیم‌گری و سیاستگذاری فضای مجازی گذاشته شده است. بدین سبب، گزارش حاضر پس از بررسی ابعاد مختلف موضوع و انجام مطالعات پژوهشی و سیاستی پشتیبان، به ارائه

۱. ماده (۷۴۶) و ماده (۶۹۸) قانون مجازات اسلامی (تعزیرات و مجازات‌های بازدارنده) جرم نشر اکاذیب از جرائم مطلق است، چون تحقق نشر اکاذیب منوط به تحقق ضرر خارجی نیست، چراکه اگر صرف انجام عمل مجرمانه صرفنظر از «ایجاد نتیجه»، جرم باشد، جرم مطلق است. در جرم نشر اکاذیب نیز صرف نشر و انتشار مطالب کذب و دروغ به طرقی که در قانون مجازات اسلامی پیش‌بینی شده، جرم است و نیازی به اثبات نتیجه این عمل نیست.
۲. مصوبه جلسه شماره ۶۸ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۶ شورای عالی فضای مجازی.



پیشنهاد در زمینه مقابله فعالانه با اطلاعات، اخبار و محتوای خلاف واقع بر بستر فضای مجازی می‌پردازد که همسو با مطالبات و چارچوب‌های کلی - اساسی تعیین شده در قالب مصوبات شورای عالی فضای مجازی و در راستای تقویت جایگاه نظام تنظیم‌گری چهار سطحی مشتمل بر شورای عالی فضای مجازی، کمیسیون عالی تنظیم مقررات فضای مجازی (هماهنگ‌کننده تنظیم‌گران)، نهادهای تنظیم‌گر تخصصی و بخش خصوصی متعهد داخلی است. تلاش این گزارش بر این است که تا حد امکان از ایجاد محدودیت‌های بلامورد بر توسعه زیست‌بوم دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین داخلی که همواره مورد توجه رهبر معظم انقلاب (مدظله‌العالی) قرار داشته، پرهیز شود و در عوض بسترهای فرایندی، قانونی و اقتصادی لازم - در چارچوب نظام تنظیم‌گری چهار سطحی - برای تقویت حاکمیت ملی و حفاظت از ارزش‌های اسلامی - ایرانی و احقاق حقوق کاربران ایرانی در برابر فعالیت‌های کنترل‌گریز رسانه‌های اجتماعی و سکوه‌های نشر خارجی و مقابله با سوءعملکرد مشهود آنها در مواجهه با اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده اندیشیده شود.

ابعاد مسئله پیشگیری و مقابله با انتشار اطلاعات، اخبار و محتوای خلاف واقع در فضای مجازی

اطلاعات نادرست، از زمان شکل‌گیری ارتباطات میان انسان‌ها وجود داشته است، از جنگ‌های تبلیغاتی (پروپاگاندا) در روم باستان تا فروشندگان روغن مار در دهه ۱۸۰۰، انتشار اخبار کذب برای کسب قدرت یا سود، در اعصار مختلف اشکال متنوعی یافته است. با وجود این ظهور ارتباطات آنلاین در بیست سال گذشته منجر به تغییر در نحوه اشتراک‌گذاری اطلاعات شده و اصطلاحاً انقلاب اطلاعاتی را رقم زده است. امروزه اشخاص این قدرت را دارند که روایت‌ها را در مقیاسی بی‌سابقه با یکدیگر به اشتراک گذارند، اما دیگر نقش کنترلی و دروازه‌بانی رسانه‌های سنتی رو بی‌معنا شده است. این در حالی است که برای داشتن یک جامعه سالم افراد باید بتوانند مبتنی بر علم و اطلاعات قابل اتکا تصمیم‌گیری کنند. انتشار پُرسرعت اطلاعات نادرست، جامعه را در معرض تهدید قرار می‌دهد و می‌تواند طیف وسیعی از پیامدها مانند تهدید جمهوری‌ت نظام سیاسی و مشارکت مردم، دوقطبی کردن بحث‌ها و به‌خطر انداختن سلامت، امنیت و محیط زیست شهروندان را به‌همراه داشته باشد. البته همه انواع اطلاعات نادرست از نظر پیامدهای زیان‌بارشان برای جامعه یکسان نیستند. مقیاس تأثیرگذاری اطلاعات نادرست می‌تواند از سطح فردی تا اجتماعی، گسترده و متفاوت باشد. شیوه تأثیرگذاری انواع اطلاعات نادرست نیز ممکن است متفاوت باشد، به این معنا که اطلاعات نادرست می‌تواند: ۱. بر توانایی افراد در تصمیم‌گیری آگاهانه در زندگی روزمره، ۲. بر مشارکت آنها در جامعه و ۳. برداشت آنها از یافته‌های دانشمندان و درکشان از روش‌های علمی، آثار منفی قابل توجهی داشته باشد. علاوه بر این، اطلاعات نادرست می‌تواند بر توانایی اجرای سیاست‌های مبتنی بر شواهد در سیاستگذاران نیز تأثیر بگذارد. [1]

مطالعات پیرامون راه‌های پیشگیری و مقابله با نشر اطلاعات خلاف واقع در فضای مجازی و همچنین تجربیات کشورهای مختلف جهان در این حوزه نشان‌دهنده ضرورت توجه به چند محور اصلی برای مقابله با نشر اخبار خلاف واقع در فضای مجازی است. این محورها به‌طور خاص با هدف رفع خلأهای قانونی این حوزه تنظیم شده و ضروری است قانونگذاران اهتمام ویژه نسبت به آنها داشته باشند. در ادامه به توضیح هر یک از این محورها می‌پردازیم.

۱. رویکرد جامع نسبت به انواع محتوای خلاف واقع

همه‌روزه انواع مختلفی از اطلاعات نادرست در فضای مجازی منتشر می‌شود و یکی از مهم‌ترین معیارهای دسته‌بندی اطلاعات خلاف واقع، تقسیم‌بندی براساس «نیت منتشرکننده اطلاعات» است. همهٔ اطلاعات و اخبار خلاف واقع آگاهانه و با هدف آسیب‌رسانی به اشخاص یا جامعه منتشر نمی‌شوند. از این‌رو می‌توان اطلاعات خلاف واقع را به دو دسته کلی تقسیم‌بندی کرد:

الف) اطلاعات خلاف واقع با انتشار عمدانه (Disinformation) «اطلاعات نادرست یا گمراه‌کننده‌ای هستند که برای منافع اقتصادی یا برای فریب عمدی مردم ایجاد، ارائه و منتشر می‌شود».

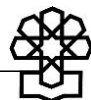
ب) اطلاعات خلاف واقع با انتشار غیرعمدانه (Misinformation) «اطلاعات نادرستی هستند که بدون قصد گمراه

کردن منتشر می‌شوند و اغلب به این دلیل به اشتراک گذاشته می‌شوند که کاربر از عدم صحت آنها اطلاع ندارد».[2]

اگرچه تفکیک بین انواع اطلاعات خلاف واقع برای تعیین مسئولیت منتشرکننده و سیاست‌گذاری در راستای کاهش انتشار این اطلاعات ضروری است، باید توجه داشت که احراز نیت اشخاص در هنگام انتشار اطلاعات در فضای مجازی، به‌سادگی ممکن نیست و به همین دلیل باید در انعکاس این تفکیک در قانون محتاطانه عمل کرد. نسبت دادن عمدانه و آگاهانه بودن انتشار اطلاعات خلاف واقع، براساس رویه‌های متداول و امکانات موجود نزد نهادهای تنظیم‌گر، در عین حال که ممکن است به برخوردهای غیرمنصفانه و سلیقه‌ای با کاربران فضای مجازی منجر شود، باعث گند شدن انجام فعالیت‌های اجرایی و اقدامات بازدارنده می‌شود. از این‌رو باید سیاست‌های مربوط به مقابله با انتشار محتوای خلاف واقع رویکردی جامع نسبت به هر دو نوع اطلاعات خلاف واقع شرح داده شده اتخاذ کنند. درحقیقت این رویکرد مبتنی بر «گذار از توجه به نیت‌های شخصی» - به‌عنوان یکی از ارکان اساسی سیاست کیفری - و جایگزین کردن «شناسایی خطر اجتماعی و عمومی ناشی از انتشار اخبار خلاف واقع» است.

به بیان دیگر هنگامی که از مسئولیت سکوه‌های نشر برای رصد کردن اطلاعات خلاف واقع و مقابله با آن صحبت می‌کنیم، سیاست‌های مربوط به شناسایی محتوا و محدود نمودن امکان بازنشر آن توسط کاربران، فارغ از اینکه اطلاعات به‌صورت آگاهانه و عمدانه منتشر شده‌اند یا نه، اجرا می‌شوند، زیرا سکوه‌های نشر، نمی‌توانند قاضی تشخیص نیت‌های شخصی افراد قرار گیرند.

اما هنگامی که از مسئولیت کیفری یک شخص خاص (مثل صاحب درگاه یکسویه) در انتشار اخبار خلاف واقع صحبت می‌شود، اصول حقوق کیفری مربوط به عمدی و آگاهانه بودن جرم، محترم شمرده می‌شود. زیرا در دادگاه فرصت و ظرفیت کافی برای انجام بررسی‌های لازم و مبتنی بر نظر قضات، امکان اثبات و احراز آگاهی و عمد وجود دارد. بنابراین برخورد قهری با تلاش‌های سازمان‌دهی شده و عمدی، محدود به مواردی است که بتوان با معیارهای قابل سنجش نشان داد شخص یا گروه واحدی، به‌صورت مداوم در طول زمان و در دامنه‌ای گسترده از نظر جامعه مخاطبان تلاش کرده اطلاعات خلاف واقعی را منتشر کند.



۲. تفکیک مسئولیت‌های نهاد تنظیم‌گر، پلتفرم و کاربران فضای مجازی

برای تشخیص و تجویز مسئولیت مهم‌ترین بازیگران مؤثر در مسئله نشر اطلاعات خلاف واقع، پیش از هر چیز باید به دقت بررسی کرد که فرایند انتشار این نوع از محتوا چگونه است و چه عوامل شناختی، اجتماعی و ساختاری در ایجاد این پدیده مؤثر هستند. اتخاذ سیاست‌های مناسب برای مواجهه با نشر اخبار خلاف واقع نیز، بدون در نظر گرفتن «نهاد تعیین‌کننده واقعیت» و «تأثیر و شیوه‌های بهینه اطلاع‌رسانی» ممکن نیست. به همین ترتیب، در تعیین مسئولیت پلتفرم‌ها و کاربران نیز نمی‌توان بدون تأمل دقیق در نقش آنها در انتشار اخبار خلاف واقع تعیین تکلیف نمود. برای روشن شدن مسئولیت‌های نهاد تنظیم‌گر، پلتفرم و کاربران فضای مجازی در این بخش ابتدا به شواهد علمی پیرامون اثرگذاری عوامل شناختی، اجتماعی و ساختاری در انتشار اخبار خلاف واقع و راهکارهای مقابله با آن می‌پردازیم و سپس به مسئولیت نهادهای تنظیم‌گر و پلتفرم‌ها در این حوزه اشاره خواهیم کرد. مسئولیت کاربران نیز در پرتو توجه به حق «انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات» مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۲-۱. عوامل شناختی، اجتماعی و ساختاری مؤثر در انتشار اطلاعات خلاف واقع

پژوهش‌های شناختی تاحدی شیوه‌های مبارزه مغز با اطلاعات خلاف واقع را نشان می‌دهند. [1] اساساً ساختار مغز ما به گونه‌ای است که غالباً اطلاعاتی را که دریافت می‌کنیم، پیش از تحلیل، می‌پذیریم. به علاوه، هرچه بیشتر در معرض یک محتوا قرار گیریم، احتمال اینکه آن را باور کنیم، افزایش پیدا می‌کند. به ویژه اگر اطلاعات جدید با جهان‌بینی پیشینی ما هماهنگ باشد، احتمال پذیرش و باور آن هم بیشتر می‌شود. (در غیر این صورت، به احتمال زیاد در برابر آن مقاومت می‌کنیم). بررسی‌ها نشان می‌دهد که حتی اصلاح کردن اثر اطلاعات خلاف واقع هم بسیار دشوار است. مغز ما باید حداقل به اندازه‌ای که در معرض اطلاعات خلاف واقع قرار گرفته، در معرض حقایق مغایر با آنها قرار گیرد تا این اثر کم‌رنگ‌تر شود. به علاوه، تحقیقات نشان می‌دهد که تأثیر اطلاعات خلاف واقع حتی بعد از مواجهه کافی با واقعیت‌ها نیز باقی می‌ماند. [3] اما امروزه ما اطلاعات را از طریق ساختارهایی دریافت می‌کنیم و به اشتراک می‌گذاریم که چالش‌های مواجهه با اطلاعات خلاف واقع را به شدت افزایش می‌دهند. برای مثال در گذشته، برای فیلتر کردن اطلاعات علمی که می‌خواندیم و می‌شنیدیم تا حد زیادی به رسانه‌های سنتی وابسته بودیم. اما از زمان ظهور رسانه‌های اجتماعی، نقش نگرهبانی اطلاعات به طور فزاینده‌ای به خود افراد واگذار شده است. دسترسی به اطلاعات و به اشتراک گذاری آنها در مقیاس‌های بزرگ هرگز آسان‌تر از امروز نبوده [4] و نمونه‌هایی چون رسوایی کمبریج آنالیتیکا^۱ [5] نشان داد شیوه‌های اشتراک گذاری اطلاعات، این روزها متحد زیادی به الگوریتم‌هایی ناشفاف وابسته‌اند که به راحتی ممکن است برای اهداف مالی و دستاوردهای سیاسی دستکاری شوند. [1] از سوی دیگر در سراسر جهان مقررات بسیار کمی پیرامون دغدغه اطلاعات خلاف واقع در رسانه‌های اجتماعی تنظیم شده‌اند و همین مقررات هم عمدتاً «جنبه پستی» دارند. در واقع اقدامات لازم بعد از آنکه این اطلاعات منتشر و تاحدی فراگیر شدند، صورت می‌گیرند. شواهد پیش روی ما نشان می‌دهد که برای مقابله با اطلاعات خلاف واقع، ارائه دانش و اطلاعات درست به عموم مردم به تنهایی کافی نیست. به همین سبب در ادامه به راه‌های دیگری برای بهبود این شرایط اشاره خواهیم کرد:

۱. در واقعه موسوم به «رسوایی کمبریج آنالیتیکا» داده‌های ۸۷ میلیون کاربر فیسبوک به شکل غیرقانونی در اختیار مؤسسه بریتانیایی کمبریج آنالیتیکا قرار گرفت.

الف) بهبود تفکر انتقادی در جامعه

شواهد نشان می‌دهد گسترش اطلاعات خلاف واقع، بیشتر از آنکه حاصل تعصبات عامدانه باشد، حاصل فقدان قدرت استدلال در افراد است. [6] از این رو بهبود مهارت‌های تفکر انتقادی می‌تواند در توانمندسازی افراد برای تشخیص اطلاعات خلاف واقع نقش مهمی داشته باشد. برای مثال درگیر کردن عموم مردم با برخی از مفاهیم استدلال آماری می‌تواند به شکل‌گیری این مهارت‌ها و تصمیم‌گیری بهتر درباره اطلاعات خلاف واقع کمک کند. امروزه دانشمندان علوم رفتاری مفاهیمی مانند تلنگر زدن (هدایت رفتار افراد از طریق طراحی معماری انتخاب)^۱ و تقویت شناختی (بهبود قوای شناختی و انگیزشی افراد) را به عنوان راه‌هایی برای فعال کردن مهارت‌های تفکر انتقادی افراد در هنگام مواجهه با اطلاعات خلاف واقع بررسی می‌کنند. [7]

برای نمونه، زمانی که یک کاربر شبکه اجتماعی می‌خواهد پستی را منتشر کند که حاوی اطلاعات خلاف واقع است، یکی از ابزارهای متنبه کردن برای تحریک تفکر انتقادی او می‌تواند پیغامی از سوی شبکه اجتماعی باشد که هشدار می‌دهد «به احتمال ۹۰ درصد این پست دارای اطلاعات خلاف واقع است. آیا می‌خواهی منتشرش کنی؟» به این ترتیب از طریق ایجاد تردید، می‌توان کاربر را به تجدیدنظر درباره انتشار اطلاعات خلاف واقع تشویق کرد. [8]

ب) آشنایی با تکنیک‌های نشر اطلاعات خلاف واقع

آزمایش‌ها و تجربیات متعدد شیوه‌های دیگری را نیز برای مقابله عموم مردم با اطلاعات خلاف واقع ارائه می‌کنند. روش‌های صحیح ارائه واقعیت [9] برای نشان دادن خلاف واقع بودن یک محتوای خلاف واقع مثل «تأکید و تمرکز بر واقعیت به جای تکرار اطلاعات اشتباه»، «استفاده از اصطلاحات ساده، اما دقیق به جای اصطلاحات کاملاً علمی» و «واکسینه کردن افراد نسبت به اطلاعات خلاف واقع» [10] با نشان دادن شیوه‌های تولید اطلاعات خلاف واقع مثل قطبی کردن فضا، برانگیختن احساسات، انتشار تئوری‌های توطئه و استفاده از جمله‌بندی و استدلال‌های مغالطه‌آمیز از انواع این راهکارها هستند.^۲

برای نمونه در برابر محتوایی که ادعا می‌کند «خورشید علت گرم شدن زمین است»، در نمایش اطلاعات درست به کاربران، لازم است در عنوان و مقدمه، به جای تکرار ادعای اشتباه، بر ارائه واقعیت‌های علمی مثل «سرد شدن خورشید در دهه‌های گذشته» تمرکز کرد و در پایان نشان داد محتوای خلاف واقع به شیوه «دستچین کردن داده‌ها» واقعیت را تحریف کرده است. [1]

۲-۲. استفاده ظرفیت‌های مردمی در کنار نهادهای حاکمیتی و دستگاه‌های اجرایی به عنوان تنظیم‌گران بخشی

مرور مطالعات و پژوهش‌ها در بخش‌های پیشین کمک می‌کند، رویکرد آگاهانه‌ای نسبت به تجویز مسئولیت بازیگران اصلی در حوزه نشر اخبار خلاف واقع اتخاذ کنیم. تأکید پژوهش‌ها بر بی‌اثر بودن صرف ایجاد دسترسی به علم و دانش و درعین حال تمرکز بر شیوه‌های بهبود تفکر انتقادی است. این پژوهش‌ها یادآوری می‌کند که نقش مناسب تنظیم‌گر در مسئله اطلاعات خلاف واقع باید نقش «نظارتی و آگاهی‌بخش» باشد و در راستای ایفای نقش نظارتی و آگاهی‌بخشی توسط نهاد تنظیم‌گر حاکمیتی توجه به «ظرفیت مردمی برای کمک به بررسی صحت اطلاعات» نیز ضروری است.

شایان ذکر است وظیفه کشف واقعیت در مواردی که یک طرف ادعای خلاف واقع بودن یک محتوا یا مطلب و دیگری ادعای واقعی بودن آن را دارد، امری است که مطابق قانون اساسی (اصل یکصد و پنجاه و ششم) - با توجه به اینکه مصداق حل و فصل دعوی، گسترش عدل و آزادی‌های مشروع و کشف جرم است - در نظام حقوقی جمهوری اسلامی، به قوه قضائیه سپرده شده است. اما در شرایطی که ازدیاد پرونده‌های قضایی و طولانی بودن فرایند دادرسی و درعین حال حجم گسترده انتشار مطالب

۱. Choice Architecture: تعیین و تغییر شرایط محیطی به شکلی که بر تصمیمی که مخاطب می‌گیرد و انتخابی که انجام می‌دهد، تأثیر گذارد.
 ۲. نمونه این شیوه آموزشی: <https://drog.group/>



توسط کاربران می‌تواند مانع از انجام اقدام مؤثر و بهنگام برای جلوگیری از انتشار اخبار خلاف واقع در جامعه شود، نه تنها نمی‌توان انتظار داشت که قوه قضائیه بر همه اخبار منتشر شده در فضای مجازی نظارت داشته باشد و صحت تک‌تک مطالب را بررسی نماید، بلکه بررسی محتواهای مشکوک توسط قضات نیز ظرفیتی معادل کل نیروی قوه قضائیه طلب می‌کند.

با قدم گذاشتن در عصری که تمام کاربران از قدرت مخابره اطلاعات برخوردارند، تعیین نهاد یا نهادهای ویژه‌ای که از قدرت تعیین صحت اطلاعات برخوردار باشد، (مگر مواردی که مستقیماً به دستگاه‌های اجرایی و فرایندهای درونی آنها مربوط می‌شود) ممکن نخواهد بود، از این رو بهتر آن است که قانونگذار، به جای آنکه صرفاً یک یا چندین دستگاه اجرایی را مسئول پایش و نظارت مستقیم بر محتوا و تصحیح آنها کند، در بررسی صحت اطلاعات، به کمک فناوری‌های جمع‌سپاری، (مگر مواردی که مستقیماً به دستگاه‌های اجرایی و فرایندهای درونی آنها مربوط می‌شود) از ظرفیت عموم مردم در کنار دستگاه‌های اجرایی مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بهره جوید.

به این ترتیب به کمک تحریک شیوه‌های رفتاری جدید، نه تنها جامعه خود را در امری مفید و اثرگذار سهیم می‌بیند و انگیزه مشارکت بازی‌گونه در تصحیح اطلاعات به افزایش آگاهی تک‌تک کاربران می‌انجامد، بلکه فضای امن، اعتماد عمومی و داده‌های حاصل از مشارکت کاربران به ظهور گروه‌های مردم‌نهاد، نوآوری‌های حوزه صحت‌سنجی و شکل‌گیری زیست‌بومی پویا حول مسئله خلاف واقع منجر می‌شود.

۲-۳. مسئولیت شفاف‌سازی و فناوری‌محور سکو (پلتفرم)

پلتفرم‌های دیجیتال، اصلی‌ترین بستر انتشار و دریافت اطلاعات برای کاربران فضای مجازی هستند. باید توجه داشت توسعه پلتفرم‌ها در نقش زیرساخت‌هایی که امکان ارتباط کاربران را فراهم می‌کنند، به سادگی ممکن نیست. این چالش‌ها و تجربیات، به قانونگذار و تنظیم‌گر هشدار می‌دهد مسئولیت پلتفرم‌ها در قانونگذاری و تنظیم‌گری این حوزه نباید چنان سخت‌گیرانه باشد که ریسک نوآوری و سرمایه‌گذاری در توسعه شبکه‌های اجتماعی را بالاتر ببرد. با وجود این زیست‌بوم شبکه‌های اجتماعی از فعالیت هرچه بیشتر کاربران سود می‌برد و یک شبکه اجتماعی، بالقوه می‌تواند در شیوه طراحی بسترهای ارتباطی و اشتراک‌گذاری محتوا به گونه‌ای عمل کند که به قیمت جذب کاربران بیشتر، امکان انتشار اطلاعات خلاف واقع را خواسته یا ناخواسته بالاتر ببرد. از این رو رها کردن و عدم اعمال تنظیم‌گری بر این پلتفرم‌ها نیز به راحتی می‌تواند پیامدهای زیان‌بار و غیر قابل جبرانی برای جامعه داشته باشد. مرور پژوهش‌ها در بخش‌های پیشین تاحدی ما را یاری می‌کند که بهتر درک کنیم پلتفرم‌ها اساساً در چه حوزه‌هایی می‌توانند اثرگذار باشند، مسئولانه عمل کنند و از انتشار اخبار خلاف واقع جلوگیری نمایند. بررسی عوامل شناختی، اجتماعی و ساختاری نشان داد که پلتفرم‌ها می‌توانند در هر سه عرصه زیر تأثیرگذار باشند:

الف) حجم مواجهه کاربران با اخبار درست و اخبار خلاف واقع (شناختی)

ب) تقویت حساب‌های اجتماعی (اتاق‌های پژواک)^۱ (اجتماعی)

ج) شیوه مواجهه با اخبار و اطلاعات از طریق الگوریتم‌ها^۲ (ساختاری)

1. Echo Chamber

۲. در رسانه‌های خبری، لفظ **اتاق پژواک** تمثیلی از اتاق پژواک صوتی است، که در آن صدا در فضایی بسته منعکس می‌شود. اتاق پژواک توصیفی کنایی از وضعیتی است که در آن اطلاعات، ایده‌ها، یا باورها با ارتباطات و تکرار درون یک سامانه تعریف شده تقویت می‌شوند. درون یک اتاق پژواک تمثیلی، منابع رسمی غالباً زیر سؤال نمی‌روند و دیدگاه‌های متفاوت یا رقیب سانسور، ممنوع، یا کمتر از حد پوشش داده می‌شوند.

۳. برای نمونه بالاتر دیدن محتوای پربازدید به هر قیمتی می‌تواند به گسترش سریع‌تر اخبار خلاف واقع کمک کند.

به این ترتیب با در نظر گرفتن ملاحظات و محدودیت‌های یاد شده در اعمال تنظیم‌گری بر پلتفرم‌ها، می‌توان رویکرد عمومی جمع‌سپاری بررسی صحت اخبار، اطلاع‌رسانی کافی و مواجهه فناورانه با اخبار خلاف واقع را به‌عنوان مکمل نقش نظارتی و آگاهی‌بخش دستگاه‌های اجرایی (نهادهای تنظیم‌گر حاکمیتی) در قانونگذاری پیش گرفت. پلتفرم‌ها می‌توانند: اولاً - به شیوه‌های فناورانه رایج و آزمون شده جمع‌سپاری، وظیفه سنگین بررسی محتوا را برعهده کاربران گذاشته، حاصل مشارکت جامعه را درباره اخباری که توسط کاربران خلاف واقع تشخیص داده شده‌اند، به اطلاع همه کاربران دیگر برسانند و با ایجاد محدودیت‌های فنی، از ادامه انتشار سریع اخبار نشان‌گذاری شده جلوگیری کنند. (این فرایند در محور چهارم با عنوان «خودتنظیم‌گری و ایجاد زمینه نوآوری» مفصلاً توضیح داده شده است)

ثانیاً - نحوه کار الگوریتم‌های جستجوی محتوا و سیستم‌های پیشنهاددهنده^۲ در بسترهای فنی خود را پیش از جذب کاربران به اطلاع آنها برسانند و به این ترتیب کاربران را از احتمال ورود و حبس شدن در اتاق‌های پثواک مطلع کنند.

ثالثاً - با احراز هویت کاربرانی که متقاضی حساب‌های کاربری تأیید شده هستند، امکان جعل حساب کاربری اشخاص حقیقی یا حقوقی را که نقشی رسانه‌ای در جامعه دارند، کاهش دهند.

۳. آگاهی‌بخشی به موازات جرم‌انگاری در موارد ضروری

چنانکه پیش‌تر گفته شد گسترش تعاملات در بستر فضای مجازی در سال‌های اخیر، از یکسو باعث تسهیل دسترسی به اطلاعات و دیدگاه‌های گوناگون و از سوی دیگر منجر به افزایش قابل توجه نشر اطلاعات خلاف واقع و گمراه‌کننده شده است. نشر اطلاعات و محتوای خلاف واقع به‌صورت بالقوه می‌تواند حاکمیت ملی، ارزش‌های انقلاب اسلامی، امنیت ملی، آگاهی اجتماعی و اعتماد عمومی نسبت به اطلاعات را به‌خطر انداخته و نتایج زیان‌باری برای جامعه به‌همراه داشته باشد. تمام افراد تلاش می‌کنند در مصاف میان عقاید بر دیدگاه‌های خود پافشاری کنند تا آنها را به عقیده عمومی و حتی کنش سیاسی تبدیل کنند. از این‌رو تعامل میان دیدگاه‌ها در چارچوب ارزش‌های اسلامی، عنصری حیاتی در حفظ مردم‌سالاری دینی است.

شبکه‌های اجتماعی در عصر جدید تفاوت‌هایی با وسایل ارتباط جمعی به این معنا پیدا کرده‌اند. شبکه‌های اجتماعی امروزی تا حد قابل توجهی نقش گردآوری، سازمان‌دهی و بازتوزیع اطلاعات را به کاربران دنیای مجازی واگذار کرده‌اند. [11] از این‌رو، بهتر آن است که رویکرد قانونگذار تا حد امکان مبتنی بر آگاهی‌بخشی و هشدار باشد. شیوه پیشنهادی انعکاس این ملاحظه اساسی در قانون این است که:

الف) قانونگذار اساساً میان حریم خصوصی و فضای عمومی در محیط مجازی تفکیک قائل شود. چراکه در عصر امروز، فضای بحث و گفتگوی خصوصی، تبادل نظر و مشارکت جامعه از سطح کوچه و خیابان به گروه‌های گفتگوی خصوصی در فضای مجازی انتقال پیدا کرده است. این گفتگوهای خصوصی، خود، بهترین بستر برای مواجهه با اطلاعات خلاف واقع هستند. چنانکه عموماً این‌گونه اخبار در گروه‌های مجازی به موضوع گفتگو تبدیل شده و در اثر مباحثه به‌مرور کم‌رنگ شده و از بین می‌روند.



ب) تمرکز مجازات انتشار اطلاعات بر بسترهای نشری باشد که ماهیت خبرگزاری و رسانه‌ای برای جمع قابل توجهی از افراد دارند. به این ترتیب قانون نقش بازدارندگی برای اشخاص حقیقی یا حقوقی را ایفا می‌کند که از تریبون‌های مجازی برخوردارند. این افراد در مقابل مجازات‌های معقول، تلاش می‌کنند پیش از انتشار اطلاعات برای جمع بزرگ مخاطبان، از صحت آنها کسب اطمینان کنند.

ج) جرم‌انگاری و اعمال مجازات متناسب، برای مواردی به کار گرفته شود که بتوان با اطمینان و مبتنی بر معیارهای قابل سنجش، سازمان‌یافته و عامدانه بودن انتشار اطلاعات خلاف واقع را به شخص یا گروه مشخصی نسبت داد.

۴. خودتنظیم‌گری در امتداد تنظیم‌گری حاکمیتی

ارائه راهکاری مناسب در جهت کاهش انتشار محتوای خلاف واقع در فضای مجازی، مستلزم توجه به اکوسیستم نوآوری در کشور و لزوم حمایت از سکوهای نشر داخلی است. در حال حاضر «حمایت از توسعه خدمات داده‌محور داخلی» و «توسعه فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان مبتنی بر کلان داده بومی» از اولویت‌های اصلی حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور بوده و تمامی قوانین و مقررات باید در راستای تحقق شبکه ملی اطلاعات، تدوین شوند. مقررات بیش از حد سخت‌گیرانه و محدودکننده در حوزه نشر اخبار خلاف واقع رشد اکوسیستم نوآوری در کشور و توسعه سکوهای نشر داخلی را با خطر جدی مواجه می‌کند. با وجود این با در نظر گرفتن اینکه عمده انتشار اخبار خلاف واقع در سکوهای نشر خارجی اتفاق می‌افتد و در این پیش‌نویس ضمانت اجرای مؤثری نیز برای کنترل فعالیت سکوهای خارجی وجود دارد، می‌توان گفت، درنهایت معضل نشر اخبار خلاف واقع تا حد زیادی برطرف خواهد شد.

از سوی دیگر، از آنجا که عمده منافع مالی سکوهای نشر، وابسته به جذب کاربران هرچه بیشتر و بالا رفتن میزان فعالیت کاربران و به تبع آن انتشار محتواهای بیشتر است، این شرکت‌ها نباید به کلی از بار مسئولیت شانه خالی کنند و قطعاً توسعه سکوهای نشر داخلی به قیمت نشر اخبار خلاف واقع در جامعه پذیرفته نیست.

فرایندی سه مرحله‌ای که در ادامه توضیح داده می‌شود، نه تنها ملاحظات پیش‌گفته درباره اکوسیستم نوآوری و مسئولیت معقول سکوها در قبال محتواهای منتشر شده را در نظر می‌گیرد، بلکه به کمک نوین‌ترین شیوه‌های آزمون شده در پلتفرم‌های جهانی به افزایش آگاهی کاربران و امنیت شبکه‌های اجتماعی برای استفاده آنها منجر می‌شود.

این فرایند شامل سه مرحله اساسی به شرح زیر است:

الف) جمع‌سپاری (Crowdsourcing) تشخیص محتوای خلاف واقع به کاربران

ب) نشان‌گذاری (Flagging) محتوای مشکوک برای اطلاع‌رسانی به تمام کاربران

ج) کاهش سرعت انتشار محتوای مشکوک

ارائه سازوکارهای فنی مقرون به صرفه، کاربرپسند (سهل‌الوصول) و بهنگام برای ثبت شکایت درباره خلاف واقع بودن (مشکوک بودن) محتوا توسط کاربران، به ارتقای سطح مشارکت کاربران و حتی تشویق کاربران به بررسی صحت محتواهای خلاف واقع کمک می‌کند. در این مرحله کسب اطمینان از یکتا بودن شناسه‌های کاربری که اقدام به ثبت شکایت می‌کنند تا حدی از ثبت شکایات تکراری و غرض‌ورزانه جلوگیری می‌کند. به دنبال این مرحله، اطلاع‌رسانی درباره مشکوک بودن محتواهای خلاف واقع موجب افزایش آگاهی سایر کاربرانی می‌شود که درباره محتوا اطلاعات کافی یا تردیدی نداشته‌اند و درنهایت در مرحله پایانی امکان فراگیرتر شدن محتوایی که ممکن است خلاف واقع باشد

کاهش پیدا می‌کند تا از اشاعه آثار زیان‌آور و مخرب عمومی آن جلوگیری شود.

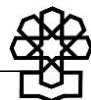
اتخاذ این مکانیسم سیاستی برای شکل‌دهی به اکوسیستم صحت‌سنجی و ترغیب مسئولیت اجتماعی در کاربران و سکوه‌های نشر نسبت به محتوای مشکوک و خلاف واقع بسیار حائز اهمیت است. از یک‌سو، کمترین فشار، محدودیت و مانع‌تراشی را بر سر راه فعالیت بخش خصوصی متعهد کشور در این حوزه به‌همراه خواهد داشت. از سوی دیگر، با اتکا بر مؤلفه‌های رفتاری و راهبردهای موسوم به «تلنگر یا سقلمه» پا در مسیر افزایش حساسیت و مسئولیت‌پذیری عمومی در قبال انتشار و فراگیر شدن محتوای خلاف واقع، نادرست یا گمراه‌کننده می‌گذارد. گفتنی است قوانین تسهیل‌کننده امکان رشد خواهند بود، اما چینش مناسب عناصر برای ساختن این بستر باید در سطح مقررات‌گذاری دنبال شود.

از دیگر مزیت‌های این مکانیسم می‌توان موارد زیر را برشمرد:

الف) فعال شدن نهادهای تنظیم‌گر بخشی: از طریق ایجاد مکانیسم تنظیم‌گری فناورانه - در قالب یک دستورالعمل - سکوها را ملزم به اخذ گواهی (Certificate) از شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی می‌کنند که اعتبار آن به‌صورت ماهیانه روزآمد می‌شود. بر این اساس، مبنای تصمیم‌گیری نهاد تنظیم‌گر نسبت به عملکرد تنظیم‌شوندگان فضای مجازی (به‌طور خاص، سکوها) گواهی‌های ارزیابی فناوری محور و روزآمد نهادهای ثالث (تأییدشده توسط تنظیم‌گر) خواهد بود. این راهبرد می‌تواند گذار به تنظیم‌گری هوشمند را با کمک بخش خصوصی دانش‌بنیان داخلی تسهیل کند و به توسعه اکوسیستمی و زنجیره‌ای مقابل با پدیده‌های نوظهور بر بستر فضای مجازی از جمله اخبار و محتوای خلاف واقع بینجامد. مأموریت ارتقای سواد رسانه‌ای (برای سکوها در این زمینه) و مشوق‌گذاری برای کاهش محتواهای نشان‌گذاری شده بر بستر سکوها نیز با محوریت نهادهای تنظیم‌گر بخشی و مطابق با خط‌مشی کلان کمیسیون عالی تنظیم مقررات خدمات فضای مجازی در دستور کار قرار خواهد گرفت.

ب) جلوگیری از توزیع سیستماتیک رانت و هدررفت بودجه عمومی: در نظر گرفتن هرگونه حمایت مستقیم یا دستوری برای ترغیب توسعه اکوسیستم صحت‌سنجی در کشور باعث ایجاد رانت و فقدان ضمانت اجرایی برای درگیر شدن بخش خصوصی داخلی در این زمینه خواهد بود، با اتخاذ چنین راهبردی انتظار می‌رود در طول زمان، شرکت‌های فعال در حوزه سکوه‌های نشر محتوا به تدریج زمینه‌ساز حرکت اکوسیستم به سمت شرکت‌های صحت‌سنج و نظائر آن شود. *ج) ارتقای سرمایه اجتماعی سکوها در میان کاربران (اعتمادسازی):* در صورت موفقیت نهادهای تنظیم‌گر در پایه‌گذاری و تقویت این مکانیسم در مقام دستورالعمل‌های اجرایی و پایش مداوم، دامن زدن به رقابت میان سکوها در زمینه کاهش محتواهای نشان‌گذاری شده (با قابلیت انتشار محدود) می‌تواند انگیزه مضاعفی برای شرکت‌های فعال در این حوزه به‌منظور سرمایه‌گذاری در زمینه صحت‌سنجی و تثبیت جایگاه آن در میان کاربران فضای مجازی کشور در نظر گرفته شود.

در پایان، نباید از نظر دور داشت که به هر حال منفعت اقتصادی سکوه‌های نشر در افزایش هرچه بیشتر زمان حضور و گذران وقت کاربران بر بستر سکو نهفته است و این موضوع به‌سبب اثرگذاری بر مزیت‌بخشی کیفی ترافیک داخلی نسبت به ترافیک بین‌الملل (برابر با مصوبه شورای عالی فضای مجازی درباره طرح کلان و معماری شبکه ملی اطلاعات) نیز مطلوب و ممدوح تلقی می‌گردد. بنابراین، می‌توان امیدوار بود با اتخاذ چنین مکانیسم‌های نوآورانه و خودتنظیم‌گرانه‌ای، حاکمیت با تکیه بر نوآوری‌های کارآفرینان بومی، بستری ارگانیک، پایدار و غیرتصنعی برای بروز و ظهور منویات و مقاصد این طرح مهیا سازد. چراکه کسب سطوح بالاتر همکاری سیاسی و تحقق فعالیت‌های همکارانه غیرانحصاری در بازار کسب و کارهای عمدتاً نوپای دیجیتال داخلی، در گرو انطباق با واقعیت‌های سیاسی و سیاستگذاری هوشمندانه است.



۵. تفکیک شئون قانونگذاری و تنظیم‌گری

در سال‌های اخیر مسئله مقابله با انتشار گسترده اطلاعات و اخبار خلاف واقع در فضای مجازی، مورد توجه تنظیم‌گران و سیاستگذاران کشور قرار گرفته و برخی از دستگاه‌های اجرایی و حاکمیتی برای برطرف کردن این معضل اجتماعی، دست به اقدام زده‌اند. از جمله اقدامات صورت گرفته در این زمینه می‌توان به تصویب «الزامات پیشگیری و مقابله با نشر اطلاعات، اخبار و محتوای خلاف واقع در فضای مجازی» در سال ۱۳۹۹ توسط شورای عالی فضای مجازی اشاره کرد. این مصوبه ضمن مشخص کردن وظایف برخی دستگاه‌ها از جمله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و فراهم نمودن زمینه کاهش انتشار محتوای خلاف واقع، به خلأهای قانونی پیرامون نشر این اخبار نیز توجه داشته است.

در خصوص تنظیم‌گری حوزه نشر اخبار و محتوای خلاف واقع باید توجه داشت تنظیم‌گران بخشی متعددی در حال حاضر بر انتشار محتوا در فضای مجازی نظارت دارند، از جمله مهم‌ترین این تنظیم‌گران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی است. موضوع نشر محتوای خلاف واقع به‌نحوی با صلاحیت‌های هریک از تنظیم‌گران بخشی مورد بحث، مرتبط بوده و نمی‌توان صلاحیت هیچ‌یک از این نهادها و اقداماتی را که تاکنون به انجام رسانده‌اند، در مسئله تنظیم‌گری انتشار اخبار خلاف واقع نادیده گرفت. در عین حال تقسیم وظایف و مشخص کردن اقدامات لازم‌الاجرا توسط هریک از دستگاه‌های اجرایی نیز در صورتی کارآمد و عملی خواهد بود که زمینه هماهنگی و همکاری بین آنها فراهم شده باشد و مقررات نهایی با در نظر گرفتن ملاحظات و تجربه هریک از این نهادها تصویب گردد.

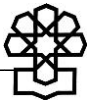
جمع مطالب گفته شده، نشان می‌دهد در مسئله مقابله با نشر اخبار خلاف واقع، ایجاد هماهنگی و همکاری بین نهادهای تنظیم‌گر از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و کمیسیون عالی تنظیم مقررات فضای مجازی از آن جهت که شأن هماهنگی تنظیم‌گران را دارد و نمایندگان دستگاه‌های اجرایی مرتبط از جمله وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما از اعضای آن محسوب می‌شوند، می‌تواند به‌عنوان نهاد هماهنگ‌کننده دستگاه‌های مرتبط و مرجع تقسیم وظایف و نظارت بر عملکرد دستگاه‌های مذکور عمل کند.

۶. تکمیل‌کننده قوانین پیشین در حوزه محتوای خلاف واقع

در طرح ارائه شده تلاش بر این بوده است تا حد امکان نارسایی‌های قوانین پیشین جبران شود. تحلیل قوانین پیشین نشان می‌دهد در نظر نگرفتن مسئولیت برخی از بازیگران و نهادها نادیده گرفته شده، تعیین ارقام مشخص در مجازات‌ها، قوانین را زمانمند کرده و ابعاد در حال گسترش فضای مجازی مورد غفلت قرار گرفته است. با توجه به مقدمه و رویکردهای پیش گفته درباره طرح حاضر، جدول زیر مروری کلی بر قوانین موجود در مسئله محتوای خلاف واقع و تحلیل آنها را نشان می‌دهد که بناست طرح پیشنهادی تکمله‌ای بر این قوانین بوده و در راستای رفع نقایص آنها عمل کند.

یکی دیگر از اشکالات قوانین موجود حوزه نشر اکاذیب تفاوت مجازات‌های این جرم در قوانین مختلف و تشتت در حوزه نیاز به شکایت شاکی خصوصی و عدم آن است، از این رو پیشنهاد می‌شود مجازات‌های هر سه جرم نشر اکاذیب در مواد مرتبط از قانون مطبوعات و قانون مجازات اسلامی به جزای نقدی درجه ۵ یا ۶ با تشخیص دادگاه تغییر یافته و همه موارد از جرائم قابل گذشت محسوب شود.

عنوان	مفاد قانون	تحلیل مفاد قانونی
<p>ماده (۲۳) قانون مطبوعات</p>	<p>ماده (۲۳) – هرگاه در مطبوعات مطالبی مشتمل بر توهین یا افترا، یا خلاف واقع و یا انتقاد نسبت به شخص (اعم از حقیقی یا حقوقی) مشاهده شود، ذی‌نفع حق دارد پاسخ آن را ظرف یک ماه کتباً برای همان نشریه بفرستد و نشریه مزبور موظف است آن‌گونه توضیحات و پاسخ‌ها را در یکی از دو شماره‌ای که پس از وصول پاسخ منتشر می‌شود، در همان صفحه و ستون و یا همان حروف که اصل مطلب منتشر شده است، مجانی به چاپ برساند، به شرط آنکه جواب از دو برابر اصل تجاوز نکند و متضمن توهین و افترا به کسی نباشد.</p> <p>تبصره «۱» – اگر نشریه علاوه بر پاسخ مذکور مطالب یا توضیحات مجددی چاپ کند، حق پاسخگویی مجدد برای معترض باقی است. درج قسمتی از پاسخ به صورتی که آن را ناقص یا نامفهوم سازد و همچنین افزودن مطالبی به آن در حکم عدم درج است و متن پاسخ باید در یک شماره درج شود.</p> <p>تبصره «۲» – پاسخ نامزدهای انتخاباتی در جریان انتخابات باید در اولین شماره نشریه درج گردد. به شرط آنکه حداقل ۶ ساعت پیش از زیر چاپ رفتن نشریه پاسخ به دفتر نشریه تسلیم و رسید دریافت شده باشد.</p> <p>تبصره «۳» – در صورتی که نشریه از درج پاسخ امتناع ورزد یا پاسخ را منتشر نسازد شاکی می‌تواند به دادستان عمومی شکایت کند و دادستان در صورت احراز صحت شکایت جهت نشر پاسخ به نشریه اخطار می‌کند و هرگاه این اخطار مؤثر واقع نشود، پرونده را پس از دستور توقیف موقت نشریه که مدت آن حداکثر از ۱۰ روز تجاوز نخواهد کرد، به دادگاه ارسال می‌کند.</p> <p>تبصره «۴» – (الحاقی ۱۳۷۹/۱/۳۰) اقدامات موضوع این ماده و تبصره‌های آن نافذ اختیارات شاکی در جهت شکایت به مراجع قضایی نمی‌باشد.</p> <p>ماده (۳۵) – (الحاقی ۱۳۷۹/۱/۳۰) تخلف از مقررات این قانون جرم است و چنانچه در قانون مجازات اسلامی و این قانون برای آن مجازات تعیین نشده باشد متخلف به یکی از مجازات‌های ذیل محکوم می‌شود:</p> <p>الف) جزای نقدی از یک میلیون (۱ ۰۰۰ ۰۰۰) تا بیست میلیون (۲۰ ۰۰۰ ۰۰۰) ریال.</p> <p>ب) تعطیل نشریه حداکثر تا ۶ ماه در مورد روزنامه‌ها و حداکثر تا یک سال در مورد سایر نشریات.</p> <p>تبصره – دادگاه می‌تواند در جرائم مطبوعاتی مجازات حبس و شلاق را به یکی از مجازات‌های ذیل تبدیل نماید:</p> <p>الف) جزای نقدی از دو میلیون (۲ ۰۰۰ ۰۰۰) تا پنجاه میلیون (۵۰ ۰۰۰ ۰۰۰) ریال.</p> <p>ب) تعطیل نشریه حداکثر تا ۶ ماه در مورد روزنامه‌ها و تا یک سال در مورد سایر نشریات.</p> <p>ج) محرومیت از مسئولیت‌های مطبوعاتی حداکثر تا پنج سال.</p>	<p>۱. با توجه به عبارت «ذی‌نفع حق دارد» مشخص می‌شود که با شکایت شاکی خصوصی امکان رسیدگی به این جرم وجود خواهد داشت.</p> <p>۲. در ماده (۳۵) الحاقی صد هزار تومان تا دو میلیون تومان جزای نقدی به‌عنوان مجازات برای آن پیش‌بینی شده است که قانون را زمانمند می‌کند و با توجه به تغییر هزینه‌ها از بازدارندگی لازم برخوردار نیست. همچنین حق پاسخگویی و درج در نشریه در نظر گرفته شده که این واکنش در موضوعات حساسی مانند انتخابات سیاسی و تبلیغات تجاری با توجه به ابعاد گسترده فضای مجازی و سرعت انتشار محتوا از کفایت لازم برخوردار نیست.</p> <p>۳. این جرم‌انگاری در مورد مطبوعات است که نشریات الکترونیک را نیز دربر می‌گیرد، اما بسیاری از محیط‌های فضای مجازی که مشمول تعریف مطبوعات نیستند را دربر نمی‌گیرد. به‌عنوان مثال یک توثیق جعلی که توسط یک اکانت جعلی تولید و منتشر شده مشمول تعریف مطبوعات نمی‌باشد.</p>
<p>ماده (۷۴۶) قانون مجازات اسلامی</p>	<p>هر کس به قصد اضرار به غیر یا تشویش اذهان عمومی یا مقامات رسمی به وسیله سامانه رایانه‌ای یا مخابراتی اکاذیبی را منتشر نماید یا در دسترس دیگران قرار دهد یا با همان مقاصد اعمالی را برخلاف حقیقت، رأساً یا به‌عنوان نقل قول، به شخص حقیقی یا حقوقی به‌طور صریح یا تلویحی نسبت دهد، اعم از اینکه از طریق یاد شده به‌نحوی از</p>	<p>۱. تعیین میزان مجازات نقدی به این شکل با توجه به تغییرات هزینه‌ها، قانون را زمانمند می‌کند.</p> <p>۲. مسئولیت پلتفرم‌های ارتباطی مانند پیام‌رسان‌های اجتماعی، سایت‌های اشتراک محتوا در این ماده مشخص نیست و مدل مواجهه با محتواهای گمراه‌کننده براساس</p>



تحلیل مفاد قانونی	مفاد قانون	عنوان
<p>این الگو که مبتنی بر نظریه مسئولیت شخص واحد است که در عمل با واقعیت‌های فعالیت در فضای مجازی هماهنگ نیست. امروز بر مبنای مصوبه شورای عالی فضای مجازی بخشی از مسئولیت برعهده پلتفرم و بخشی برعهده انتشاردهنده محتواست. ۳. در این ماده نقش تولیدکننده محتوا، صاحبان درگاه‌های نشر و سکوی‌های نشر از انتشاردهنده اطلاعات تفکیک و تبیین نشده است.</p> <p>۴. تکلیف ضابطان قانون و متولیان مدیریت این بخش مانند وزارت ارشاد، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات نه تعریف و نه قاعده‌مند شده است.</p> <p>۵. دستگاه‌های اجرایی ناظر بر محتوای گمراه‌کننده و عوامل تولید، نشر و بازنشر و بسترهای محتوای گمراه‌کننده قبل از تولید و نشر اطلاعات (Proactive) و بعد از آن (Reactive) در محیط جدید مسئولیت مشخص برعهده دارند. در حالی که در ماده (۷۴۶) این موارد دیده نشده است.</p>	<p>انحای ضرر مادی یا معنوی به دیگری وارد شود یا نشود، افزون بر اعاده حیثیت (در صورت امکان)، به حبس از نودویک روز تا دو سال یا جزای نقدی از پنج میلیون (۵,۰۰۰,۰۰۰) ریال تا چهل میلیون (۴۰,۰۰۰,۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.</p>	
<p>۱. تعیین میزان مجازات نقدی با توجه به تغییرات هزینه‌ها، قانون را زمانمند می‌کند.</p>	<p>در موارد زیر، حسب مورد مرتکب به بیش از دوسوم حداکثر یک یا دو مجازات مقرر محکوم خواهد شد:</p> <p>الف) هریک از کارمندان و کارکنان اداره‌ها و سازمان‌ها یا شوراها و یا شهرداری‌ها و مؤسسه‌ها و شرکت‌های دولتی و وابسته به دولت یا نهادهای انقلابی و بنیادها و مؤسسه‌هایی که زیر نظر ولی فقیه اداره می‌شوند و دیوان محاسبات و مؤسسه‌هایی که با کمک مستمر دولت اداره می‌شوند و یا دارندگان پایه قضایی و به‌طور کلی اعضا و کارکنان قوای سه‌گانه و همچنین نیروهای مسلح و مأموران به خدمت عمومی اعم از رسمی و غیررسمی به مناسبت انجام وظیفه مرتکب جرم رایانه‌ای شده باشند.</p> <p>ب) متصدی یا متصرف قانونی شبکه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی که به مناسبت شغل خود مرتکب جرم رایانه‌ای شده باشد.</p> <p>ج) داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی، متعلق به دولت یا نهادها و مراکز ارائه‌دهنده خدمات عمومی باشد.</p> <p>د) جرم به‌صورت سازمان‌یافته ارتکاب یافته باشد.</p> <p>ه) جرم در سطح گسترده‌ای ارتکاب یافته باشد.</p>	<p>ماده (۷۵۴) قانون مجازات اسلامی</p>
<p>مطابق ماده (۷۴۶) جرم انتشار اکاذیب مشمول بند «الف» است و مرتکب در صورت ارتکاب بیش از دوبار به محرومیت یک ماه تا یکسال از خدمات الکترونیکی از قبیل اشتراک اینترنت، تلفن همراه، اخذ نام دامنه بالای کشوری و بانکداری الکترونیکی محکوم می‌شود. این در حالی است که با توجه به ویژگی‌های فضای مجازی ممکن است فرد مرتکب در خارج از مرزهای ملی مرتکب جرم شده و در دسترس نباشد.</p>	<p>در صورت تکرار جرم برای بیش از دو بار دادگاه می‌تواند مرتکب را از خدمات الکترونیکی عمومی از قبیل اشتراک اینترنت، تلفن همراه، اخذ نام دامنه مرتبه بالای کشوری و بانکداری الکترونیکی محروم کند:</p> <p>الف) چنانچه مجازات حبس آن جرم نودویک روز تا دو سال حبس باشد، محرومیت از یک ماه تا یک سال.</p> <p>ب) چنانچه مجازات حبس آن جرم دو تا پنج سال حبس باشد، محرومیت از یک تا سه سال.</p> <p>ج) چنانچه مجازات حبس آن جرم بیش از پنج سال حبس باشد، محرومیت از سه تا پنج سال.</p>	<p>ماده (۷۵۵) قانون مجازات اسلامی</p>
<p>در صورتی که این ماده را شامل فعالیت‌های فضای مجازی بدانیم به‌عنوان مثال ایمیل را به‌عنوان نامه، پست‌های کپشن را مشمول مراسلات بدانیم در آن صورت مجازات نشر محتوای گمراه‌کننده تا ۷۴ ضربه شلاق خواهد بود. در این صورت به‌نظر می‌رسد</p>	<p>«هرکس به قصد اضرار به غیر یا تشویش اذهان عمومی یا مقامات رسمی به‌وسیله نامه یا شکواییه یا مراسلات یا عریض یا گزارش یا توزیع هرگونه اوراق چاپی یا خطی یا امضا یا بدون امضا اکاذیبی اظهار کند یا با همان مقاصد،</p>	<p>ماده (۶۹۸) قانون مجازات اسلامی</p>

عنوان	مفاد قانون	تحلیل مفاد قانونی
	<p>امعالمی را برخلاف حقیقت رأساً یا به‌عنوان نقل قول به شخص حقیقی یا حقوقی یا مقامات رسمی تصریحاً یا تلویحاً نسبت دهد، اعم از اینکه از طریق مزبور به‌نحوی از انحاء ضرر مادی یا معنوی به غیر وارد شود یا خیر، علاوه بر اعاده حیثیت در صورت امکان، باید به حبس از دو ماه تا دو سال یا شلاق تا ۷۴ ضربه محکوم شود.»</p>	<p>این مجازات با انتشار محتوای گمراه‌کننده در محیط‌های مجازی که با شکست رقابتی سیاسی یا رقابت فریبکارانه با برندهای تجاری صورت می‌گیرد سنخیت ندارد.</p>
<p>قانون ممنوعیت تبلیغات و معرفی محصولات و خدمات غیرمجاز و آسیب‌رسان به سلامت در رسانه‌های ارتباط جمعی داخلی و بین‌المللی و فضاهای مجازی (۱۳۹۷/۳/۳۰)</p>	<p>ماده (۱) - ارائه هرگونه اطلاعات نادرست و تبلیغ خلاف واقع که نوعاً موجب گمراهی و فریب مخاطب شود به هر طریق از جمله رسانه‌های داخلی و خارجی و یا فضای مجازی درباره آثار مصرف مواد و فراورده‌های دارویی، خوراکی، آشامیدنی، آرایشی، گیاهی، طبیعی، مکمل و همچنین تجهیزات و ملزومات پزشکی و دندانپزشکی و آزمایشگاهی و هرگونه خدمات سلامت ممنوع است و مرتکب به حبس یا جزای نقدی درجه شش و محرومیت از فعالیت شغلی و اجتماعی مرتبط برای دو تا پنج سال محکوم می‌شود. در صورتی که به مصرف‌کننده خسارتی وارد شود علاوه بر جبران آن معادل دو تا پنج برابر خسارت وارده به‌عنوان جزای نقدی به مجازات مذکور اضافه می‌شود. تبصره «۱» - مصادیق اطلاعات نادرست و تبلیغ خلاف واقع عبارتند از: ... (به متن قانون مراجعه شود)</p>	<p>۱. تعیین میزان مجازات نقدی با توجه به تغییرات هزینه‌ها، قانون را زمانمند می‌کند. ۲. اینکه تعیین مجازات نسبت مشخصی با خسارت وارده داشته باشد راهگشاست، لیکن تعیین همه خسارات خصوصاً خسارت‌های معنوی در نظام حقوقی ایران ابهام دارد.</p>
<p>ماده (۲۸۶) قانون مجازات اسلامی</p>	<p>«هرکس به‌طور گسترده، مرتکب جنایت علیه تمامیت جسمانی افراد، جرائم علیه امنیت داخلی یا خارجی کشور، نشر اکاذیب، اخلال در نظام اقتصادی کشور، احراق و تخریب، پخش مواد سمی و میکروبی و خطرناک یا دایر کردن مراکز فساد و فحشا یا معاونت در آنها گردد به‌گونه‌ای که موجب اخلال شدید در نظم عمومی کشور، ناامنی یا ورود خسارت عمده به تمامیت جسمانی افراد یا اموال عمومی و خصوصی، یا سبب اشاعه فساد یا فحشا در حد وسیع گردد مفسد فی‌الارض محسوب و به اعدام محکوم می‌گردد. تبصره - هرگاه دادگاه از مجموع ادله و شواهد قصد اخلال گسترده در نظم عمومی، ایجاد ناامنی، ایراد خسارت عمده و یا اشاعه فساد یا فحشا در حد وسیع و یا علم به مؤثر بودن اقدامات انجام شده را احراز نکند و جرم ارتكابی مشمول مجازات قانونی دیگری نباشد، با توجه به میزان نتایج زیانبار جرم، مرتکب به حبس تعزیری درجه پنج یا شش محکوم می‌شود.»</p>	<p>۱. تفکیک میان مسئولیت تولیدکننده و نشردهنده و سکوی نشر و درگاه نشر مشخص نیست و فقط برای نشردهنده اکاذیب تعیین مجازات شده است. ۲. میزان مجازات اصلی به‌قدری زیاد است که در عمل دادگاه‌ها به مجازات مندرج در تبصره منصرف می‌شوند و در عمل تبدیل به مجازاتی خواهد شد که ایراد عدم بازدارندگی به آن وارد است.</p>
<p>سایر قوانین</p>	<p>ماده (۳۰) اساسنامه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران ماده (۶) قانون مطبوعات ماده (۷) قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مواد (۶۷) و (۶۸) قانون تجارت الکترونیک</p>	



مواد قانونی پیشنهادی برای تدوین طرح «پیشگیری و مقابله با اطلاعات، اخبار و محتوای خلاف واقع در فضای مجازی»

فصل اول - کلیات

یکی از پیش‌نیازهای اساسی تهیه متون قانونی، توجه به شفافیت و صراحت متن جهت جلوگیری از تفسیرپذیری بیش از حد قانون و امکان نظارت دقیق بر حسن اجرای آن است. از این‌رو ارائه تعریف دقیق از مفاهیم به‌کار برده شده در طرح پیشنهادی در ماده نخست، از اهمیت بسزایی برخوردار است. در این راستا تلاش شده تا مواردی که در ماده اول این قانون تعریف شده‌اند، مطابق با قوانین و مصوبه‌های پیشین (از جمله مصوبه شورای عالی فضای مجازی با عنوان «الزامات پیشگیری و مقابله با نشر اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع در فضای مجازی») بوده و با در نظر گرفتن تحولات پُرشتاب در حوزه فناوری‌ها، قانون را صرفاً محدود به فناوری‌هایی که امروزه کاربرد دارند نکرده باشند.

ماده (۱) - در این قانون، واژگان و اصطلاحات زیر در معانی مشروح مربوطه به‌کار می‌رود:

۱. **اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع:** هرگونه اطلاعات، اخبار و محتوای خبری منتشر شده در فضای مجازی شامل انواع صور متنی، صوتی، تصویری یا چندرسانه‌ای که مابه‌ازایی در واقعیت نداشته یا شکل تحریف‌شده‌ای از یک واقعیت است و موجب آسیب و اخلال در نظم عمومی، تشویش اذهان عمومی، کاهش ثبات، انسجام، اعتماد، سلامت و امنیت فرد و جامعه در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و یا کسب منافع می‌شود.

اطلاعات، اخبار و محتوای خلاف واقع در این قانون مطابق با تعریف ارائه شده در سند «الزامات پیشگیری و مقابله با نشر اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع در فضای مجازی» مصوب ۱۳۹۹/۱۰/۱۶ شورای عالی فضای مجازی تعریف شده است.

تفسیر عبارات و قیود مندرج در این تعریف باید متناسب با هدف اصلی این قانون یعنی مقابله با آثار منفی ناشی از نشر اخبار جعلی در اجتماع انجام شود و عبارت «مابه‌ازایی در واقعیت نداشته» به‌معنای آن نیست که هر مطلب و محتوای تخیلی و آنچه از ذهن و باور شخصی افراد نشئت می‌گیرد، خلاف واقع تلقی شود؛ بلکه به این معناست که محتوا و اطلاعات انتشار یافته مغایر با واقعیت‌های موجود بوده و این مغایرت در زمان نشر قابل اثبات باشد.

علاوه بر این، علی‌رغم اینکه احراز وصف «موجب آسیب و اخلال در نظم عمومی، تشویش اذهان عمومی، کاهش ثبات، انسجام، اعتماد، سلامت و امنیت فرد و جامعه در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و یا کسب منافع نامشروع» در خصوص اخبار، اطلاعات و محتوا، می‌تواند امری دشوار و تفسیرپذیر باشد؛ این وصف بر جنبه عمومی آثار منفی ناشی از انتشار اخبار خلاف واقع تأکید دارد و مطابق قواعد حقوقی برای اثبات جرائم و تخلفات موضوع این قانون لازم است وجود این وصف از طرف شاکی یا مدعی‌العموم اثبات گردد. بنابراین محتواهایی که مغایر واقعیت‌های موجود یا تحریف‌کننده آن هستند، اما تأثیرگذاری آنها بسیار محدود بوده و منتشرکننده کسب منافع نامشروع را دنبال نمی‌کند را شامل نمی‌شود.

۲. درگاه (نشر): موجودیت فضای مجازی اعم از کانال، صفحه، وب سایت، برنامه و بات یا ربات که در دسترس عموم بوده و در آن اطلاعات، اخبار و محتوای خبری منتشر یا بازنشر می‌شود و بیش از پنج هزار مخاطب دارد.
۳. درگاه نشر یک‌سویه: آن دسته از «درگاه‌های نشر» که ناشرمحور بوده و فقط صاحبان آن قادر به انتشار محتوا بر روی آن هستند و سایر کاربران حداکثر می‌توانند برای محتواهای اصلی نظرهای کوتاه ارسال کنند، مثل کانال و صفحه شخصی
۴. سکوی (نشر): هر سامانه و زیرساختی که قابلیت ایجاد و مدیریت فنی و مقرراتی درگاه‌های نشر را دارد.^۱

واژه‌های «نشر» و «بازنشر» در این قانون بر معانی عرفی آنها دلالت دارند، چنانکه به تعبیر مقدس اردبیلی «ان الالفاظ محموله علی المعانی العرفی الشرعی لوکان و علی اصطلاح المخاطبین ان کان و الا فالعرفی العامی و الا فاللغوی».^۲ شایان ذکر است عدم تعریف نشر در قانون «انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات»، نیز مبتنی بر دلالت عرفی این واژه بوده و مانعی در اجرای این قانون ایجاد نکرده است. به‌طور معمول بازنشر به توزیع مجدد و در دسترس قرار دادن محتوایی که قبلاً یکبار در دسترس عموم قرار گرفته است اطلاق می‌شود.

منظور از مخاطب در تعریف درگاه نشر، دنبال‌کنندگان کانال، صفحه و دیگر موجودیت‌های فضای مجازی هستند که قابلیت انتشار محتوا و اخبار خلاف واقع در آنها وجود دارد. تعداد دنبال‌کنندگان موجودیت‌های مذکور معمولاً به‌سادگی قابل مشاهده و ارزیابی است و منتشرکنندگان اخبار نیز با در نظر گرفتن دنبال‌کنندگان کانال و صفحه مورد نظر اقدام به انتشار محتوا در آن می‌کنند، به تبع قصد فرد برای اطلاع‌رسانی به مخاطبان یک درگاه نشر، مسئولیت متوجه او خواهد بود. در موارد نادری که امکان ارزیابی تعداد دنبال‌کنندگان وجود ندارد، شواهد دیگری در این خصوص (از جمله سرعت فراگیر شدن محتوا و تعداد دنبال‌کنندگان موجودیت‌های مشابه) می‌تواند به تخمین تعداد مخاطبان کمک کند.

برای پرهیز از تعارض و دوگانگی مقررات مربوط به اخبار خلاف واقع، درگاه و سکوی نشر در این قانون مطابق با مصوبه شورای عالی فضای مجازی تعریف شده است. اما با در نظر گرفتن شرایط ذکر شده در فصل تخلفات و جرائم تفکیکی میان درگاه‌های نشر یک‌سویه و چندسویه انجام شد. منظور از درگاه نشر چندسویه، درگاه‌های نشری هستند که یک‌سویه نیستند، یعنی کاربرمحور هستند و افراد متفاوتی در قالب یک فضای گروهی دسترسی نسبتاً یکسان برای نشر اطلاعات در آن فضا دارند. این تفکیک ضروری است، چراکه مطالعه و بررسی‌های پیرامون نشر اخبار خلاف واقع در فضای مجازی نشان می‌دهد، انتشار گسترده این اخبار عمدتاً از مسیر درگاه‌های یک‌سویه اتفاق می‌افتد. یعنی درگاه‌هایی که ماهیت «خبرگزاری و رسانه‌ای» دارند و صاحبان این درگاه‌ها نسبت به انتشار محتوا در آن مسئولیت دارند. صفحات شخصی کاربرانی که دنبال‌کنندگان زیادی دارند یا کانال‌هایی که نشر محتوا در آنها توسط یک یا چند نفر مدیریت می‌شود از انواع درگاه‌های یک‌سویه هستند. از این رو تعریف درگاه‌های یک‌سویه به‌عنوان موجودیت‌هایی مهم و اثرگذار در مسئله محتوای خلاف واقع به تعاریف این قانون اضافه گردید. در ادامه به مسئولیت ویژه صاحبان درگاه‌های نشر یک‌سویه اشاره خواهیم کرد.

۱. واژگان و اصطلاحات «اطلاعات، اخبار و محتوای خبر خلاف واقع»، «درگاه نشر» و «سکوی نشر» براساس تعریف ارائه شده در مصوبه شورای عالی فضای مجازی، با عنوان «الزامات پیشگیری و مقابله با نشر اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع در فضای مجازی» تعریف شده‌اند.

۲. الفاظ در صورتی که دارای معنای قانونی باشد، ابتدائاً بدان معنا تعبیر می‌گردد؛ در غیر این صورت، قصد مشترک طرفین قرارداد ملاک خواهد بود و در غیر این صورت، به‌معنایی که در عرف عام وجود دارد تعبیر می‌شود. در مرحله آخر اگر در قضیه مطروحه عرف عام وجود نداشت به‌معنای لغوی تعبیر می‌شود.



۵. **محتوای مشکوک:** محتوایی که جزء ۱۰۰ محتوای پربازدید سکوی نشر بوده و حداقل ۲ درصد از تعداد بازدیدکنندگان با نشانی اینترنت داخل ایران (IP Address) درباره خلاف واقع بودن آن شکایت کرده باشند.

نشر محتوای خلاف واقع اساساً زمانی جنبه عمومی پیدا می‌کند که احتمال انتشار آن در میان اکثریت مردم افزایش پیدا کند و جامعه بزرگی را در اهداف زیان‌آورش هدف قرار داده باشد، از سوی دیگر، به‌منظور عدم مداخله در گفتگوهای روزمره و عادی افراد جامعه در فضای مجازی، جلوگیری از محدودیت تضارب سالم آرا و همچنین عدم تحمیل هزینه نامعقول بر دستگاه‌ها و سکوهایی مسئول برای پایش تمام محتوای منتشر شده در فضای مجازی، مهم است که نظارت بر محتوای فضای مجازی محدود به محتوایی گردد که شرایط ویژه‌ای دال بر مشکوک به خلاف واقع بودن داشته باشند.

۶. **شرایط استفاده از خدمات:** مجموعه شرایطی که هنگام شروع استفاده کاربران از «سکوها» به اطلاع کاربر می‌رسد و در صورت موافقت با این شرایط امکان استفاده از خدمات «سکو» را خواهند داشت.

بخش مهمی از مسئولیت سکوهایی که زیرساخت فنی لازم برای انتشار محتوا توسط کاربران را فراهم می‌کنند مربوط به آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی کافی به کاربران است، کاربران باید پیش از استفاده از خدمات سکو نسبت به فعالیت آن و مسئولیت خود آگاهی پیدا کنند و بهترین ابزار اطلاع‌رسانی به آنها متن شرایط استفاده از خدمات است. تدوین و اطلاع‌رسانی شرایط استفاده از خدمات، امری رایج و متداول بین سکوهایی نشر است و از این حیث تعریف ارائه شده بدون ابهام به‌نظر می‌رسد.

درج شرح مسئولیت کاربران، نحوه کار سکو و مسئولیت سکو در قبال محتواهای منتشر شده پیش از جذب کاربران در قسمت «شرایط استفاده از خدمات» ضروری است، و به تبع در خصوص اخبار و محتوای خلاف نیز درج جزئیات مربوط به عملکرد سکوهایی نشر در شرایط استفاده از خدمات، اهمیت دوچندان پیدا می‌کند.

۷. **سکوی داخلی:** سکوی نشری که هر سه شرط زیر را داشته باشد:

۱. بیش از پنجاه درصد مالکیت آن متعلق به اشخاص ایرانی بوده، ۲. میزبانی آن صرفاً در داخل کشور انجام شود و ۳. امکان اعمال حاکمیت در آن وجود داشته باشد.
۸. **سکوی خارجی:** سکوی نشری که داخلی نباشد.

برای جلوگیری از تعارض و دوگانگی مقررات مربوط به اخبار خلاف واقع، سکوی داخلی و خارجی در این قانون منطبق بر متن مصوبه شورای عالی فضای مجازی با عنوان «سیاست‌ها و اقدامات سامان‌دهی پیام‌رسان‌های اجتماعی» مصوب ۱۳۹۶/۵/۱۱ تعریف شده است.

در مصوبه ذکر شده، «پیام‌رسان اجتماعی داخلی» با سه معیار: ۱. مالکیت بیش از ۵۰ درصد به اشخاص ایرانی، ۲. میزبانی در داخل کشور و ۳. امکان اعمال حاکمیت بر آن، از «پیام‌رسان اجتماعی خارجی» متمایز شده است. با توجه به اینکه «پیام‌رسان اجتماعی» مطابق تعریف ارائه شده در مصوبه مورد بحث^۱ با «سکوهایی نشر» موضوع این قانون و سند «الزامات پیشگیری و مقابله با نشر اطلاعات اخبار و محتوای خلاف واقع در فضای مجازی» پیوند بسیار

۱. منظور از پیام‌رسان‌های اجتماعی، سامانه‌های کاربر محور فراهم‌کننده بستر تعاملات اجتماعی برای برقراری ارتباطات فردی و گروهی از طریق تبادل انواع محتواهای چندرسانه‌ای است.

نزدیکی دارند و «داخلی یا خارجی بودن» سکوه‌های نشر متمایز با پیام‌رسان‌های اجتماعی نیست، لذا از ملاک‌های مشابه برای تشخیص داخلی و خارجی بودن هر دو نام برده شده است.

گفتنی است حذف هریک از معیارهای پیش‌گفته یا اضافه کردن معیارهای جدید، تنها در خصوص سکوه‌های نشری که پیام‌رسان اجتماعی نباشند قابل بررسی است (به‌خاطر لزوم مطابقت مواد قانونی با مصوبات شورای عالی فضای مجازی در پرتو رعایت اصول قانون اساسی) و از آنجا که در تمایز میان پیام‌رسان‌های اجتماعی و سایر سکوه‌های نشر تفاوت ویژه‌ای در مسئله داخلی و خارجی بودن وجود ندارد، معیارهای سکوی نشر که اساساً با در نظر گرفتن جامعیت این واژه تعیین شده برای این قانون کفایت لازم را دارد.

۹. الگوریتم‌های جستجو: قواعدی که ترتیب محتواهای نمایش داده شده یا عدم نمایش آنها را در نتیجه جستجوی کاربر در سکو تعیین می‌کنند.

۱۰. سامانه توصیه‌گر: سامانه‌ای که براساس پیش‌بینی ترجیحات کاربر، محتوا را پالایش و رده‌بندی می‌کند و به کاربر نمایش می‌دهد.

«الگوریتم‌های جست‌وجوی محتوا» و «سیستم پیشنهاددهنده محتوای مشابه» ممکن است به‌نحوی طراحی شده باشند که نشر محتوای خلاف واقع را تقویت کنند و به همین خاطر در گام اول شفاف شدن عملکرد این الگوریتم‌ها برای کاربران می‌تواند به تنظیم‌گری بهتر آنها کمک کند. ماده (۷) به همین منظور طراحی و پیشنهاد شده است و در توضیحات این ماده به نحوه کار این الگوریتم‌ها پرداخته شده است.

۱۱. تنظیم‌گری: هرگونه تدبیر و اقدام حاکمیتی که به‌موجب قانون و به‌منظور: ۱. تسهیل، توسعه یا سامان‌دهی فعالیت کنشگران یک زیست‌بوم یا ۲. نظارت بر حسن ایفای مسئولیت‌ها و تعهدات یا ۳. اعمال ضمانت اجراهای مقرراتی بر تخلفات آنها اتخاذ می‌گردد.^۱

۱۲. تنظیم‌گر: نهادی که به‌موجب قانون همه یا بخشی از امور تنظیم‌گری را برعهده دارد.

۱۳. درآمد سالیانه: معادل «مجموع درآمدهای مشمول مالیات شخص»، موضوع باب سوم قانون مالیات‌های مستقیم مصوب ۱۳۴۵/۱۲/۲۸ و اصلاحات بعدی آن بوده و اعلام سازمان امور مالیاتی ملاک تعیین آن خواهد بود.

فصل دوم - وظایف دستگاه‌های اجرایی در زمینه محتوای خلاف واقع

ماده (۲) - به‌منظور اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی و کاهش آثار منفی محتواهای خلاف واقع، اقدامات زیر ظرف مدت ۹ ماه پس از لازم‌الاجرا شدن این قانون مطابق تقسیم وظایف دستگاه‌ها، در مصوبه جلسه ۶۸ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۶ شورای عالی فضای مجازی با عنوان «الزامات پیشگیری و مقابله با نشر اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع در فضای مجازی» انجام خواهد شد:

۱. این تعریف از تنظیم‌گری در حال حاضر به تصویب شورای عالی فضای مجازی رسیده است.



۱. به کارگیری فناوری‌های به‌روز، برای ایجاد امکان ثبت آدرس اینترنتی «اخبار خلاف واقع منتشر شده در سکوه‌های نشر خارجی» توسط عموم کاربران
۲. ایجاد امکان دسترسی خبرگزاری‌ها به شکایات ثبت شده موضوع بند «۱» به‌منظور شفاف‌سازی و افزایش آگاهی عمومی نسبت به اخبار خلاف واقع و ایجاد بستری برای شکل‌گیری زیست‌بوم دانش‌بنیان حول صحت‌سنجی اخبار خلاف واقع
تبصره «۱» - اسنادی که حاوی اطلاعات طبقه‌بندی شده هستند از شمول این بند مستثنا می‌شوند.
۳. دریافت درخواست بررسی «محتوای مشکوک» مربوط به دستگاه‌های اجرایی از خبرگزاری‌ها و استعلام صحت آنها از دستگاه‌های اجرایی کشور
تبصره «۱» - تنظیم‌گران موظفند نتیجه استعلام از دستگاه‌های اجرایی را جهت انتشار در اختیار درخواست‌کننده قرار داده و حسب مورد گزارش محتوای خلاف واقع را به مراجع صلاحیت‌دار قضایی ارسال نماید.
تبصره «۲» - کلیه دستگاه‌های اجرایی موضوع ماده (۲۹) قانون برنامه ششم توسعه موظفند ظرف مدت ۲۴ ساعت، به استعلام صحت محتوای مربوط به آن دستگاه، پاسخ دهند.

با توجه به اینکه اعمال حاکمیت بر سکوه‌های نشر خارجی به‌دلیل تعداد کاربران ایرانی این سکوها، از اهمیت زیادی برخوردار بوده و تنظیم‌گران باید تلاش کنند شرایطی را فراهم نمایند که کاربران تردید خود را نسبت به خلاف واقع بودن محتوای منتشر شده بر این سکوها اعلام کنند. داده‌های جمع‌آوری شده از این طریق می‌تواند در اختیار خبرگزاری‌ها و کسب‌وکارهایی قرار گیرد که امکانات لازم برای صحت‌سنجی مستقل و اطلاع‌رسانی درباره صحت این اخبار را فراهم می‌کنند.

با توجه به اینکه دستگاه‌های اجرایی قاعدتاً نمی‌توانند به‌صورت جداگانه به تمامی درخواست‌های مربوط به استعلام صحت محتواهای منتشر شده در فضای مجازی پاسخ دهند، مهم است که تنظیم‌گران درخواست‌های استعلام محتواهایی را که مربوط به دستگاه‌های اجرایی هستند جمع‌آوری کرده و به‌صورت رسمی درخواست استعلام را به دستگاه‌های اجرایی ارجاع دهند. از سوی دیگر دریافت نتیجه استعلام‌ها و تجمیع آنها برای جلوگیری از آشفتگی در انتشار اخبار و ارسال آن به درخواست‌کنندگان لاجرم بر دوش نهادهای تنظیم‌گر خواهد بود.

فصل سوم - مسئولیت سکوه‌های نشر

- ماده (۳)** - سکوه‌های نشر موظفند ظرف مدت ۳ ماه پس از لازم‌الاجرا شدن این قانون، برای تمام انواع محتواهایی که در آن سکو منتشر می‌شود، گزینه ثبت «شکایت درباره خلاف واقع بودن محتوا» را به‌نحوی که در محل نمایش هر محتوا قابل استفاده باشد ایجاد و امکان احراز یکتا بودن شناسه کاربری شکایت‌کنندگان را فراهم نمایند.
- ماده (۴)** - سکوه‌های نشر موظفند با ایجاد سازوکار فنی، به‌محض شناسایی «محتوای مشکوک»، به‌صورت بهنگام و خودکار، با قرار دادن علائم واضح، «عدم اطمینان از صحت محتوا و مشکوک بودن» آن را به کاربران اطلاع دهند.
- ماده (۵)** - سکوه‌های نشر موظفند با ایجاد سازوکار فنی، امکان به اشتراک‌گذاری انبوه «محتوای مشکوک» را محدود نمایند.

فرایند مقابله با انتشار اخبار خلاف واقع در سکوه‌های نشر داخلی شامل سه مرحله اساسی به شرح زیر است:

- الف) جمع‌سپاری (Crowdsourcing) تشخیص محتوای خلاف واقع به کاربران (ماده (۳))
- ب) نشان‌گذاری (Flagging) محتوای مشکوک برای اطلاع‌رسانی به تمام کاربران (ماده (۴))
- ج) کاهش سرعت انتشار محتوای مشکوک (ماده (۵))

برآوردها نشان می‌دهد، با توجه به امکانات فنی سکوها در حال حاضر، به انجام رساندن مراحل بالا هزینه قابل توجهی به سکوها تحمیل نمی‌کند. فراهم آوردن سازوکارهای فنی کم‌هزینه برای امکان ثبت شکایت دربارهٔ خلاف واقع بودن محتوا توسط کاربران به مشارکت جمعی کاربران و حتی تشویق مضاعف کاربران به بررسی صحت محتوای خلاف واقع کمک می‌کند. در این مرحله کسب اطمینان از یکتا بودن شناسه‌های کاربری که اقدام به ثبت شکایت می‌کنند تا حدی از ثبت شکایات تکراری و غرض‌ورزانه جلوگیری می‌کند. به دنبال این مرحله، اطلاع‌رسانی دربارهٔ مشکوک بودن محتوای خلاف واقع موجب افزایش آگاهی سایر کاربرانی می‌شود که دربارهٔ محتوا اطلاعات کافی یا تردیدی نداشته‌اند و در نهایت در مرحلهٔ پایانی امکان فراگیرتر شدن محتوایی که ممکن است خلاف واقع باشد کاهش پیدا می‌کند تا از آثار زیان‌آور آن جلوگیری شود.

ماده (۶) – سکوهای نشر موظفند در صورت درخواست اشخاص حقیقی یا حقوقی نسبت به تأیید هویت‌شان، امکان احراز هویت و تأیید حساب کاربری آنها را با دریافت هزینه متعارف فراهم کرده و با قرار دادن علائم واضح در صفحات کاربری درخواست‌کنندگان، احراز هویت آنها را به اطلاع کاربران برسانند.

یکی از چالش‌های کاربران در تشخیص صحت محتوای منتشر شده، مسئلهٔ صفحات غیر تأیید شدهٔ اشخاص حقیقی یا حقوقی مهم، معروف و تأثیرگذار است. تأیید هویت این صفحات به کاربران کمک می‌کند دست‌کم در اخباری که صرفاً به خود این اشخاص حقوقی یا حقیقی مربوط می‌شود، مستقیماً از صحت اطلاعات اطمینان پیدا کنند. این ماده همچنین با هدف تسهیل و تسریع دسترسی کاربران به محتوای صحیح تنظیم شده است، زیرا احراز هویت سازمان‌های معتبر علمی و فرهنگی باعث می‌شود کاربران برای اطلاع از اخبار و محتوای صحیح به این درگاه‌های نشر معتبر رجوع کرده و آسان‌تر به اطلاعات صحیح دسترسی پیدا کنند. البته احراز هویت کاربران باید با هزینه خود آنها انجام شود تا هزینه سنگینی بر سکوهای نشر تحمیل نشود.

مفاد ماده (۶) به معنای سلب مسئولیت از کاربرانی که احراز هویت نشده‌اند، نیست و کاربران در هر حال نسبت به محتوایی که در درگاه‌های نشر منتشر می‌کنند مطابق مفاد این قانون مسئولیت دارند.

ماده (۷) – سکوهای نشر، موظفند ظرف مدت ۶ ماه پس از لازم‌الاجرا شدن این قانون، از درج موارد زیر در «شرایط استفاده از خدمات» سکوی خود اطمینان حاصل کنند:

الف) کاربران را از مسئولیت نسبت به انتشار محتوا در سکوهایی داخلی، مطابق با مواد این قانون آگاه کنند.

ب) شیوهٔ کار «الگوریتم‌های جستجو» و «سامانهٔ توصیه‌گر» در سکو را به‌طور ساده و با ذکر مثال برای کاربر توضیح دهند.

ج) دربارهٔ شیوه ثبت شکایت نسبت به «محتوای مشکوک» و فرایند رسیدگی به شکایات در سکوی نشر توضیحات کافی به کاربر ارائه دهند، به نحوی که امکان اعتراض نسبت به نتیجه شکایت و درخواست بررسی بیشتر برای کاربر فراهم باشد.

د) امکان و شرایط درخواست تأیید هویت کاربران را توضیح دهند.

کاربران شبکه‌های اجتماعی معمولاً به کمک دو شیوهٔ جستجوی مستقیم یا نمایش عادی محتوا در پلتفرم‌ها، به انواع محتوا دسترسی پیدا می‌کنند. هر دو این شیوه‌ها را الگوریتم‌هایی هدایت می‌کنند که در پس‌زمینه، با قواعد ویژه‌ای محتوا را پیش از نمایش به کاربر پالایش و رده‌بندی می‌کنند. هدف سکوهایی نشر دیجیتال در استفاده از این



الگوریتم‌ها معمولاً افزایش بازدیدها و مدت زمان استفاده کاربران از سکو با در نظر گرفتن ترجیحات آنها و به تبع آن محبوبیت و موفقیت آن شبکه اجتماعی است.

از سوی دیگر اینکه کاربران روزانه با چگونه محتواهایی مواجه می‌شوند می‌تواند تأثیری جدی بر مسئله انتشار اخبار خلاف واقع داشته باشد. برای نمونه اگر این الگوریتم‌ها برای کاربری که مکرراً اخبار حول یک شایعه را جستجو کرده است، حتی پس از پایان جستجو و تا مدتی محتوای مرتبط با همان موضوع را نمایش بدهد (و محتوای صحیح حول آن موضوع هنوز به اندازه کافی شایع نشده باشد) کاربر بدون اینکه مطلع باشد روزانه در معرض انبوهی از محتوای نادرست قرار می‌گیرد. کاربری که از نحوه کار این الگوریتم‌ها بی‌اطلاع است به راحتی ممکن است گمان کند حجم قابل توجه این شایعه نشانی از صحت آن دارد یا نمایانگری واقعی از حجم انتشار آن در میان کل اخبار روز است.

چنانچه در محورهای اصلی توجیهی طرح تأکید شد، مواجهه مکرر با اطلاعات نادرست یکی از اصلی‌ترین عوامل شناختی ماندگاری این اطلاعات و انتشار بیشتر آنها در میان جامعه است. از سوی دیگر نحوه کار الگوریتم‌های جستجو و سامانه‌های توصیه‌گر از مهم‌ترین تفاوت‌های شبکه‌های اجتماعی مختلف و یکی از مزایای رقابتی آنها نسبت به محصولات مشابه است و در موارد بسیاری می‌تواند در خدمت یافتن سریع‌تر محتواهای مرتبط به جستجوی کاربران یا حتی نمایش محتوای مفید قرار گیرد. بنابراین با تداوم رویکرد اطلاع‌رسانی در طرح حاضر بند «ب» ماده (۷) پیشنهاد می‌شود. فراهم کردن امکان آگاهی کاربر از اینکه این الگوریتم‌ها در کار هستند و براساس چه قواعدی کار می‌کنند، به او کمک می‌کند در تصمیم‌گیری نسبت به اطلاعاتی که با آنها مواجه می‌شود، خردمندانه‌تر عمل کند.

سایر بندهای این ماده نیز از آن جهت اهمیت دارند که اطلاع‌رسانی شفاف و دقیق درخصوص فعالیت سکوها و مسئولیت‌های کاربر و سکو درخصوص انتشار محتوا تا حد زیادی به آگاهی‌رسانی جمعی و افزایش مشارکت کاربران در مقابله با نشر اخبار خلاف واقع کمک می‌کند.

فصل چهارم - تخلفات و جرائم

ماده (۸) - عدم رعایت مواد (۳) تا (۷) این قانون، توسط سکوه‌های نشر ممنوع بوده و مرتکب علاوه بر الزام به انجام اقدامات ضروری برای رعایت قانون، برحسب تعداد دفعات ارتکاب به یکی از موارد زیر محکوم می‌شود:

۱. مرتبه اول: محرومیت از فعالیت یا ارائه خدمات از طریق کاهش مدت اعتبار یا تعلیق یا لغو یا عدم تمدید مجوز فعالیت به مدت ۱ تا ۳ ماه
۲. مرتبه دوم: محرومیت از فعالیت یا ارائه خدمات از طریق کاهش مدت اعتبار یا تعلیق یا لغو یا عدم تمدید مجوز فعالیت به مدت ۳ تا ۶ ماه
۳. مرتبه سوم و بعد از آن: پرداخت جریمه از یک درصد (۱٪) تا ده درصد (۱۰٪) درآمد سالیانه

از آنجا که سکوه‌های نشر و اشخاص حقوقی در عین حال که از امکانات بیشتری برای پیشگیری از فراگیر شدن محتوای خلاف واقع برخوردار هستند، اساساً مسئولیت جدی‌تری در قبال عموم مردم و کاربران دارند، مهم است که در نظام مسئولیت‌ها ضمانت اجرای قانون در مورد آنها مجزا از اشخاص حقیقی موضوع این قانون تعریف شود.

از طرفی با توجه به تمام ملاحظات پیش‌گفته درباره مواد قبلی، مجازات اشخاص حقوقی و سکوها نیز نباید ریسک توسعه نوآوری و هزینه‌های فنی و انسانی آن را چنان بالا ببرد که نوآوران و کارآفرینان به کلی عرصه را خالی کنند. در

این پیش‌نویس تلاش شده مجازات‌هایی برای عدول از قانون تعیین شود که هم شرایط اشاره شده را داشته باشند و هم با امکانات و شرایط روز هماهنگ باشند و قانون را نسخ‌پذیر و زمانمند نکنند.

ماده (۹) - صاحبان درگاه‌های نشر یک‌سویه که محتوای خلاف واقع در آن منتشر شده است، در صورتی که با آگاهی از خلاف واقع بودن محتوا، اقدام به انتشار آن نمایند، افزون بر اعاده حیثیت در صورت امکان، توسط دادگاه صالح به جزای نقدی به میزان ۱۰ درصد درآمد سالیانه از محل درگاه، مجازات محکوم خواهند شد.

تبصره «۱» - صاحب درگاه، شخص حقیقی یا حقوقی است که بر انتشار محتوا در آن درگاه کنترل داشته و حقوق مادی و معنوی درگاه متوجه او باشد.

تبصره «۲» - انتشار محتوای خلاف واقع در درگاه نشر یک‌سویه توسط کاربر تأیید هویت‌شده به صورت متن یا با صوت و تصویر شخص حقیقی صاحب درگاه، مصداق جرم مشهود بوده و مطابق آیین دادرسی کیفری در مورد جرائم مشهود مورد رسیدگی قرار می‌گیرد.

جرم‌انگاری انتشار محتوا امر حساسی است که از یک‌سو می‌تواند به صورت جدی آثار زیان‌آور محتوای فراگیرشده خلاف واقع در جامعه را کاهش دهد و از بحران‌های عمومی جلوگیری کند و از سوی دیگر با عبور از مرزی باریک و مبهم، امکان تضارب آرای سالم برای کاربران فضای مجازی را محدود و شکل‌گیری بحث و گفتگو را که از مهم‌ترین عناصر مشارکت مردم در عرصه عمومی است دشوار سازد. از این‌رو پیش‌بینی ضمانت‌های اجرایی که جلوی زیان عمومی را بگیرد، اما مشارکت مردم در عرصه عمومی را به خطر نیندازد بسیار مهم است.

کاربران فضای مجازی به‌طور دائمی در درگاه‌های نشر متفاوت به گفتگو و بحث مشغولند. بسیاری از اخبار و ادعاهای خلاف واقع در همین گفتگوهای عمومی - به‌ویژه زمانی که جمع بزرگی از کاربران درگیر گفتگو هستند - به صورت طبیعی و در جریان تنوع نظرات و شکل‌گیری مباحثه کم‌رنگ شده و پیش از آنکه فراگیرتر شوند، از بین می‌روند. از این‌رو متن پیشنهادی حاضر، در فراگیر کردن محتواهای خلاف واقع، مسئولیت اصلی تولید و انتشار محتوا را متوجه کسانی در نظر می‌گیرد که ماهیتی مشابه با خبرگزاری داشته و مشخصاً محتواها را در درگاه‌های نشر مخابره می‌کنند. از سوی دیگر از آنجا که احراز عامدانه یا ناعامدانه بودن و آگاهی پیشین داشتن از خلاف واقع بودن محتوا در مخابره اطلاعات، به لحاظ حقوقی امر دشواری است، مجازات این خطا باید محتاطانه تعیین شده و عمدتاً جنبه هشدار داشته باشد به‌نحوی که کاربران تلاش کنند پیش از آنکه محتوایی را برای جمعیت قابل توجهی از مخاطبان منتشر نمایند، از صحت آن اطمینان کافی کسب کنند.

ماده (۱۰) - در صورت عدم رعایت مواد (۳) تا (۷) این قانون توسط سکوه‌های نشر خارجی با لحاظ ماده (۱۴۳) قانون مجازات اسلامی جرم بوده و مرتکب برحسب تعداد دفعات ارتکاب جرم به پرداخت جریمه از یک درصد تا ده درصد درآمد سالیانه محکوم می‌شود.

تبصره «۱» - درآمد سالیانه سکوه‌های نشر خارجی براساس درآمد اظهار شده از طرف خود سکو یا برآورد سازمان‌های دولتی کشور محل ثبت آن محاسبه خواهد شد.

ماده (۱۱) - در صورتی که انتشار محتوای خلاف واقع در بیش از ۵۰ درگاه نشر، متناسب به شخص حقیقی یا حقوقی واحد بوده و حداقل به مدت ۶ ماه مستمر یا متناوب ادامه پیدا کرده باشد، اعم از اینکه شخص حقیقی یا حقوقی در داخل یا خارج از ایران اقامت داشته باشد، به یکی از مجازات‌های تعزیری درجه ۴ یا دو مورد از مجازات‌های موضوع ماده (۱۱) محکوم می‌شود.



بدیهی است که برخی از اخبار و محتوای خلاف واقع که در فضای مجازی منتشر می‌شود نه تنها آگاهانه و عامدانه، بلکه به صورت سازمان‌یافته و برنامه‌ریزی شده به فضای عمومی تزریق می‌شوند. متن پیشنهادی حاضر تلاش می‌کند با تعیین معیارهای دقیق و قابل سنجش و همچنین افزایش مجازات، از این شکل از ارتکاب جرم در مسئله انتشار اخبار خلاف واقع جلوگیری کند.

ماده (۱۲) - مسئولین دستگاه‌های اجرایی که از انجام تکالیف مندرج در فصل دوم این قانون خودداری کنند علاوه بر مجازات مندرج در قانون رسیدگی به تخلفات اداری کارکنان دولت به میزان (۲۰) درصد از درآمد سالیانه خود به جریمه نقدی محکوم خواهند شد.

ضمانت اجرای قانون بدون در نظر گرفتن احتمال خودداری افراد مسئول در دستگاه‌های اجرایی از اجرای قانون تکمیل نمی‌شود. ماده (۱۲) از این رو به متن قانون اضافه شده است.

ماده (۱۳) - وجوه حاصل از محل جریمه‌های این قانون برای حُسن اجرای این قانون، حمایت و نظارت بر دستگاه‌های اجرایی و سامانه‌هایی که تکالیف موضوع این قانون را انجام می‌دهند به حساب مرکز ملی فضای مجازی نزد خزانه‌داری کل کشور واریز خواهد شد.

این ماده در راستای رعایت اصل (۷۵) قانون اساسی و پیش‌بینی هزینه‌های ناشی از اجرای این قانون تنظیم شده است.

ماده (۱۴) - تمامی مطبوعات، نشریات و خبرگزاری‌های غیر الکترونیک از شمول این قانون مستثنا هستند.

ماده (۱۵) - مسائل مربوط به معاونت، مشارکت، تعدد و تکرار، مسئولیت اشخاص حقوقی و مانند آن و همچنین موانع مسئولیت و جهات مخففه و مشدده برپایه قانون مجازات اسلامی خواهد بود.

ماده (۱۶) - مجازات نشر اکاذیب در کلیه مواد ۲۳ قانون مطبوعات، ۶۹۸ و ۷۴۶ قانون مجازات اسلامی جزای نقدی درجه ۵ یا ۶ با تشخیص دادگاه می‌باشد.

تبصره- جرائم این ماده قابل گذشت محسوب می‌شود.

متن طرح «پیشگیری و مقابله با اطلاعات، اخبار و محتوای خلاف واقع در فضای مجازی»

فصل اول - کلیات

ماده (۱) - در این قانون، واژگان و اصطلاحات زیر در معانی مشروح مربوطه به کار می‌رود:

۱. **اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع:** هرگونه اطلاعات، اخبار و محتوای خبری منتشرشده در فضای مجازی شامل انواع صور متنی، صوتی، تصویری یا چندرسانه‌ای که مابه‌ازایی در واقعیت نداشته یا شکل تحریف‌شده‌ای از یک واقعیت است و موجب آسیب و اختلال در نظم عمومی، تشویش اذهان عمومی، کاهش ثبات، انسجام، اعتماد، سلامت و امنیت فرد و جامعه در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و یا کسب منافع می‌شود.

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

۳. درگاه نشر یک‌سویه: آن دسته از «درگاه‌های نشر» که ناشر محور بوده و فقط صاحبان آن قادر به انتشار محتوا بر روی آن هستند و سایر کاربران حداکثر می‌توانند برای محتوای اصلی نظرهای کوتاه ارسال کنند، مثل کانال و صفحه شخصی
۴. سکوی (نشر): هر سامانه و زیرساختی که قابلیت ایجاد و مدیریت فنی و مقرراتی درگاه‌های نشر را دارد.^۱
۵. محتوای مشکوک: محتوایی که جزء ۱۰۰ محتوای پربازدید سکوی نشر بوده و حداقل ۲ درصد از تعداد بازدیدکنندگان با نشانی اینترنت داخل ایران (IP Address) درباره خلاف واقع بودن آن شکایت کرده باشند.
۶. شرایط استفاده از خدمات: مجموعه شرایطی که هنگام شروع استفاده کاربران از «سکوهای نشر» به اطلاع کاربر می‌رسد و در صورت موافقت با این شرایط امکان استفاده از خدمات «سکوی نشر» را خواهند داشت.
۷. سکوی داخلی: سکوی نشری که هر سه شرط زیر را داشته باشد:
۱. بیش از پنجاه درصد مالکیت آن متعلق به اشخاص ایرانی بوده،
 ۲. میزبانی آن صرفاً در داخل کشور انجام شود
 - و ۳. امکان اعمال حاکمیت در آن وجود داشته باشد.^۲
۸. سکوی خارجی: سکوی نشری که داخلی نباشد.
۹. الگوریتم‌های جستجو: قواعدی که ترتیب محتواهای نمایش داده شده یا عدم نمایش آنها را در نتیجه جستجوی کاربر در سکو تعیین می‌کنند.
۱۰. سامانه توصیه‌گر: سامانه‌ای که براساس پیش‌بینی ترجیحات کاربر، محتوا را پالایش و رده‌بندی می‌کند و به کاربر نمایش می‌دهد.
۱۱. تنظیم‌گری: هرگونه تدبیر و اقدام حاکمیتی که به موجب قانون و به منظور: ۱. تسهیل، توسعه یا سامان‌دهی فعالیت کنشگران یک زیست‌بوم یا ۲. نظارت بر حسن ایفای مسئولیت‌ها و تعهدات یا ۳. اعمال ضمانت اجرای مقرراتی بر تخلفات آنها اتخاذ می‌گردد.^۳
۱۲. تنظیم‌گر: نهادی که به موجب قانون همه یا بخشی از امور تنظیم‌گری را برعهده دارد.
۱۳. درآمد سالیانه: معادل «مجموع درآمدهای مشمول مالیات شخص»، موضوع باب سوم قانون مالیات‌های مستقیم مصوب ۱۳۴۵/۱۲/۲۸ و اصلاحات بعدی آن بوده و اعلام سازمان امور مالیاتی ملاک تعیین آن خواهد بود.

فصل دوم - وظایف دستگاه‌های اجرایی در زمینه محتوای خلاف واقع

ماده (۲) - به منظور اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی و کاهش آثار منفی محتواهای خلاف واقع، اقدامات زیر ظرف مدت ۹ ماه پس از لازم‌الاجرا شدن این قانون مطابق تقسیم وظایف دستگاه‌ها، در مصوبه جلسه ۶۸ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۶ شورای عالی فضای مجازی با عنوان «الزامات پیشگیری و مقابله با نشر اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع در فضای مجازی» انجام خواهد شد:

۱. واژگان و اصطلاحات «اطلاعات، اخبار و محتوای خبر خلاف واقع»، «درگاه نشر» و «سکوی نشر» براساس تعریف ارائه شده در مصوبه شورای عالی فضای مجازی، با عنوان «الزامات پیشگیری و مقابله با نشر اطلاعات، اخبار و محتوای خبری خلاف واقع در فضای مجازی» تعریف شده‌اند.

۲. پیام‌رسان اجتماعی داخلی، مطابق مصوبه شورای عالی فضای مجازی با عنوان «سیاست‌ها و اقدامات سامان‌دهی پیام‌رسان‌های اجتماعی» نوعی سکوی نشر بوده و «پیام‌رسانی است که بیش از ۵۰ درصد سهام آن متعلق به شخص ایرانی بوده و میزبانی آن صرفاً در داخل کشور انجام شده و امکان اعمال حاکمیت در آن وجود داشته باشد».

۳. این تعریف از تنظیم‌گری در حال حاضر به تصویب شورای عالی فضای مجازی رسیده است.



۱. به‌کارگیری فناوری‌های به‌روز، برای ایجاد امکان ثبت آدرس اینترنتی «اخبار خلاف واقع منتشر شده در سکوه‌های نشر خارجی» توسط عموم کاربران
۲. ایجاد امکان دسترسی خبرگزاری‌ها به شکایات ثبت شده موضوع بند «۱» به‌منظور شفاف‌سازی و افزایش آگاهی عمومی نسبت به اخبار خلاف واقع و ایجاد بستری برای شکل‌گیری زیست‌بوم دانش‌بنیان حول صحت‌سنجی اخبار خلاف واقع
- تبصره «۱»** - اسنادی که حاوی اطلاعات طبقه‌بندی شده هستند از شمول این بند مستثنا می‌شوند.
۳. دریافت درخواست بررسی «محتوای مشکوک» مربوط به دستگاه‌های اجرایی از خبرگزاری‌ها و استعمال صحت آنها از دستگاه‌های اجرایی کشور
- تبصره «۱»** - تنظیم‌گران موظفند نتیجه استعمال از دستگاه‌های اجرایی را جهت انتشار در اختیار درخواست‌کننده قرار داده و حسب مورد گزارش محتوای خلاف واقع را به مراجع صلاحیت‌دار قضایی ارسال نماید.
- تبصره «۲»** - کلیه دستگاه‌های اجرایی موضوع ماده (۲۹) قانون برنامه ششم توسعه موظفند ظرف مدت ۲۴ ساعت، به استعمال صحت محتوای مربوط به آن دستگاه، پاسخ دهند.

فصل سوم - مسئولیت سکوه‌های نشر

- ماده (۳)** - سکوه‌های نشر موظفند ظرف مدت ۳ ماه پس از لازم‌الاجرا شدن این قانون، برای تمام انواع محتواهایی که در آن سکو منتشر می‌شود، گزینه ثبت «شکایت درباره خلاف واقع بودن محتوا» را به‌نحوی که در محل نمایش هر محتوا قابل استفاده باشد ایجاد کرده و امکان احراز یکتا بودن شناسه کاربری شکایت‌کنندگان را فراهم نمایند.
- ماده (۴)** - سکوه‌های نشر موظفند با ایجاد سازوکار فنی لازم، به‌محض شناسایی محتوای مشکوک، به‌صورت بهنگام و خودکار، با قرار دادن علائم واضح، «عدم اطمینان از صحت محتوا و مشکوک بودن» آن را به کاربران اطلاع دهند.
- ماده (۵)** - سکوه‌های نشر موظفند با ایجاد سازوکار فنی لازم، امکان اشتراک‌گذاری انبوه «محتوای مشکوک» را محدود نمایند.
- ماده (۶)** - سکوه‌های نشر موظفند در صورت درخواست اشخاص حقیقی یا حقوقی نسبت به تأیید هویتشان، امکان احراز هویت و تأیید حساب کاربری آنها را با دریافت هزینه متعارف فراهم کرده و با قرار دادن علائم واضح در صفحات کاربری درخواست‌کنندگان، احراز هویت آنها را به اطلاع کاربران برسانند.
- ماده (۷)** - سکوه‌های نشر، موظفند ظرف مدت ۶ ماه پس از لازم‌الاجرا شدن این قانون، از درج موارد زیر در «شرایط استفاده از خدمات» سکوی خود اطمینان حاصل کنند:
 - الف) کاربران را از مسئولیت نسبت به انتشار محتوا در سکوه‌های داخلی، مطابق با مواد این قانون آگاه کنند.
 - ب) شیوه کار «الگوریتم‌های جستجو» و «سامانه توصیه‌گر» در سکو را به‌طور ساده و با ذکر مثال برای کاربر توضیح دهند.
 - ج) درباره شیوه ثبت شکایت نسبت به محتواهای مشکوک و فرایند رسیدگی به شکایات در سکوی نشر توضیحات کافی به کاربر ارائه دهند، به‌نحوی که امکان اعتراض نسبت به نتیجه شکایت و درخواست بررسی بیشتر برای کاربر فراهم باشد.
 - د) امکان و شرایط درخواست تأیید هویت کاربران را توضیح دهند.

فصل چهارم - تخلفات و جرائم

ماده (۸) - عدم رعایت مواد (۳) تا (۷) این قانون، توسط سکوه‌های نشر داخلی ممنوع بوده و متخلف علاوه بر الزام به انجام اقدامات ضروری برای رعایت قانون، برحسب تعداد دفعات ارتکاب به موارد زیر محکوم می‌شود:

۱. مرتبه اول، محرومیت از فعالیت یا ارائه خدمات از طریق کاهش مدت اعتبار یا تعلیق یا لغو یا عدم تمدید مجوز

فعالیت، به مدت ۱ تا ۳ ماه

۲. مرتبه دوم، محرومیت از فعالیت یا ارائه خدمات از طریق کاهش مدت اعتبار یا تعلیق یا لغو یا عدم تمدید مجوز

فعالیت، به مدت ۳ تا ۶ ماه

۳. مرتبه سوم و بعد از آن، پرداخت جریمه از یک درصد (۱٪) تا ده درصد (۱۰٪) درآمد سالیانه

ماده (۹) - صاحبان درگاه‌های نشر یک‌سویه که محتوای خلاف واقع در آن منتشر شده است، در صورتی که با آگاهی از خلاف واقع بودن محتوا، اقدام به انتشار آن نمایند، افزون بر اعاده حیثیت در صورت امکان، توسط دادگاه صالح به جزای نقدی به میزان ۱۰ درصد درآمد سالیانه از محل درگاه، محکوم خواهند شد.

تبصره «۱» - صاحب درگاه، شخص حقیقی یا حقوقی است که بر انتشار محتوا در آن درگاه کنترل داشته و

حقوق مادی و معنوی درگاه متوجه او باشد.

تبصره «۲» - انتشار محتوای خلاف واقع در درگاه نشر یک‌سویه توسط کاربر تأیید هویت شده به صورت متن یا با

صوت و تصویر شخص حقیقی صاحب درگاه، مصداق جرم مشهود بوده و مطابق آیین دادرسی کیفری در مورد جرائم مشهود مورد رسیدگی قرار می‌گیرد.

ماده (۱۰) - در صورت عدم رعایت مواد (۳) تا (۷) این قانون توسط سکوه‌های نشر خارجی با لحاظ ماده (۱۴۳) قانون مجازات اسلامی جرم بوده و مرتکب برحسب تعداد دفعات ارتکاب جرم به پرداخت جریمه از یک درصد تا ده درصد درآمد سالیانه محکوم می‌شود.

تبصره «۱» - درآمد سالیانه سکوه‌های نشر خارجی براساس درآمد اظهار شده از طرف خود سکو یا برآورد

سازمان‌های دولتی کشور محل ثبت آن محاسبه خواهد شد.

ماده (۱۱) - در صورتی که انتشار محتوای خلاف واقع در بیش از ۵۰ درگاه نشر، منتسب به شخص حقیقی یا حقوقی واحد بوده و حداقل به مدت ۶ ماه مستمر یا متناوب ادامه پیدا کرده، اعم از اینکه شخص حقیقی یا حقوقی در داخل یا خارج از ایران اقامت داشته باشد، به جزای نقدی درجه ۵ یا ۶ با تشخیص دادگاه محکوم می‌شود.

ماده (۱۲) - مسئولین دستگاه‌های اجرایی که از انجام تکالیف مندرج در فصل دوم این قانون خودداری کنند علاوه بر مجازات مندرج در قانون رسیدگی به تخلفات اداری کارکنان دولت به میزان (۲۰) درصد از درآمد سالیانه خود به جریمه نقدی محکوم خواهند شد.

ماده (۱۳) - وجوه حاصل از محل جریمه‌های این قانون برای حُسن اجرای این قانون، حمایت و نظارت بر دستگاه‌های اجرایی و سامانه‌هایی که تکالیف موضوع این قانون را انجام می‌دهند به حساب مرکز ملی فضای مجازی نزد خزانه‌داری کل کشور واریز خواهد شد.



ماده (۱۴) - تمامی مطبوعات، نشریات و خبرگزاری‌های غیر الکترونیک از شمول این قانون مستثنا هستند.

ماده (۱۵) - مسائل مربوط به معاونت، مشارکت، تعدد و تکرار، مسئولیت اشخاص حقوقی و مانند آن و همچنین موانع مسئولیت و جهات مخففه و مشدده برپایه قانون مجازات اسلامی خواهد بود.

ماده (۱۶) - مجازات نشر اکاذیب در کلیه مواد ۲۳ قانون مطبوعات، ۶۹۸ و ۷۴۶ قانون مجازات اسلامی جزای نقدی درجه ۵ یا ۶ با تشخیص دادگاه می‌باشد.

تبصره - جرائم این ماده قابل گذشت محسوب می‌شود.

منابع و مأخذ

1. Catherine Franche, "Tackling Misinformation - A collection of research and resources for science engagement professionals," Ecsite, Belgium, 2020.
2. Tackling online disinformation," European Commission [درون خطی]. Available : <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/online-disinformation>.
3. E. A. Thorson, "Belief echoes: The persistent effects of corrected isinformation", *Dissertations available from ProQuest. AAI3564225* . ۲۰۱۳ .
4. R. Lewis, "Alternative Influence: Broadcasting the Reactionary Right on YouTube," DATA & SOCIETY, 2018.
5. Available: <https://www.wired.com/amp-stories/cambridge-analytica-explainer/> [درون خطی].
6. D. G. R. Gordon Pennycook, "Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning", *Cognition*, شماره ۱۸۸, pp. 39-50, 2019 .
7. A. L. S. & .H. R. Kozyreva, "Citizens Versus the Internet: Confronting Digital Challenges With Cognitive Tools", *PsyArXiv* . ۲۰۱۹ .
8. A. C. E. K. Loukas Konstantinou, "Combating Misinformation Through Nudging," European Union Co-Inform project (Horizon 2020 Research and Innovation Programme. Grant agreement 770302), 2020.
9. S. C. J. E. U. K. H. A. D. A. M. A. K. P. L. D. Lewandowsky, *The Debunking Handbook 2020*, 2020 .
10. S. L. K. H. E. John Cook, "Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence", *PLoS ONE* . ۲۰۱۷, شماره ۱۲ .
11. I. K. O. B. B. H. H. K. L. Judit BAYER, "The fight against disinformation and the right to freedom of expression," European Union, Brussels, 2021.
12. Available: yun.ir/7vd165 "آیا اسلام اظهار عقیده را آزاد می‌داند؟" [درون خطی].