

عنوان مقاله:

مسئولیت مدنی ناشی از ارتباطات اینترنتی

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای دینی، علوم اسلامی، فقه و حقوق در ایران و جهان اسلام (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

رویا تموزی

خلاصه مقاله:

خطای مدنی در فضای مجازی زمانی محقق میگردد که یکی از کاربران با ابزارهایی که در دست دارد اقدام به تخریب، تغییر، انتقال و کپی برداری از اطلاعات و داده های دیگری می نماید. نسبت به مبنای مسئولیت مدنی ناشی از فعالیتهای اینترنتی نظریات مختلفی ارائه شده که در نظام حقوقی ایران همچنان نظریه تقصیر به عنوان مبنای مسئولیت مدنی ناشی از ارتباطات اینترنتی پیشنهاد گردیده است. در حقوق انگلیس این نظریه برای توجیه است به مسئولیت ناشی از حملات بدافزاری پیشنهاد شده و گفته شده با ورود بدافزار به سیستم اشخاص در حقیقت عنوان مجرمانه ای چون ورود غیرقانونی محقق گردیده است. در حالی که در نظام حقوقی مازخسارات ناشی از بد افزار با اتلاف بیشتر سازگار است. از مهمترین مصادیق ایراد خسارت می توان به سرقت اطلاعات قربانی، تخریب و از بین بردن اطلاعات و داده های سیستم، تغییر این اطلاعات، ایجاد فایل های کاذب در سیستم اشاره کرد. دیگر اسباب مسئولیت مدنی ناشی از ارتباطات اینترنتی، نقض حقوق معلم در دنیای ارتباطات مجازی است. عمده ترین موارد نقد کپی رایت توسط ارائه دهندگان خدمات اینترنتی رخ می دهد. در مورد نقض حقوق معلم از طریق وب سایت ها بایستی گفت، استفاده از گرافیک برای انتقال اطلاعات به کاربر ها یکی دیگر از مصادیق نقض حقوق معلم توسط سازندگان وب سایت ها در ارتباطات اینترنتی است. گرافیک ها بعد از تصاویری در ارتباطات اینترنتی مورد استفاده قرار می گیرند به طرق مختلفی ایجاد می شوند. سبب دیگر مسئولیت مدنی در فضای اینترنت و اینترنت ویتترین غیر مجاز است. اتفاق می افتد شرکتهای مخابراتی و یا ارائه دهنده سرویس اینترنتی فیلتر کردن سایت دچار اشتباه می گردند و سایتی که محتوای مجرمانه ای ندارد فیلتر نموده و از دسترس خارج می نمایند. از علایم تجاری از دیگر مواردی است که ممکن است کتاب مسئولیت مدنی را در فضای اینترنت فراهم نماید. به طور کلی نقص علایم تجاری در اینترنت زمانی رخ میدهد که یک شخص از علامت اشخاص دیگر به گونه ای استفاده می کند که احتمال گمراه شدن، اشتباه یا فریفتن عمومی و مصرف کنندگان اینترنت برود. این احتمال گمراه شدن می تواند به آن صورت باشد که تولیدات و خدمات خواننده همانهایی هستند که تولیدات و خدمات مالک تجاری، یا اینکه خواننده به نحوی شریک، وابسته، مورد تایید، یا مورد حمایت مالک علامت تجاری یا دارای مجوز است.

کلمات کلیدی:

مسئولیت مدنی، اینترنت، ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1734208>

