

«تحلیل و بررسی فقهی مسأله مالکیت در شبکه های اجتماعی»

بیان مسأله:

توسعه کاربری و کارآمدی شبکه های اجتماعی، مجموعه از مسائل فقهی و حقوقی را با خود تولید کرده است. از پیچیده ترین این مسائل، کلان مسأله «مالکیت» در شبکه های اجتماعی است که طیف وسیعی از مسائل حوزه مالکیت معنوی (مالکیت صفحه و کانال، مالکیت اطلاعات شخصی و...) و مالکیت فکری و محتوای تولیدی را در بر می گیرد.

«مالکیت معنوی» را برقراری رابطه ملکیت با غیر اعیان تعریف کرده اند. اگرچه در بیشتر مواقع بین مالکیت معنوی و مالکیت فکری تفصیلی داده نشده است اما «مالکیت فکری» را در تعریفی اخص از مالکیت معنوی، می توان؛ ملکیت بر تولیدات حاصل از تلاش، فکر و خلاقیت تعریف کرد.

پیچیدگی مفهوم مالکیت در شبکه های اجتماعی باعث شده است تا مرزهای تعریف این مفهوم در شبکه های اجتماعی جابجا شود و مقومات مفهومی آن با چالش روبرو گردد تا آنجا که عده ای از صاحب نظران، مفهوم مالکیت را نیازمند بازتعریفی متناسب با ویژگی های شبکه های اجتماعی دانسته اند.

نکته حائز اهمیت در این بین این است که باز تعریف یا تطبیق مفهوم مالکیت بر مسائل شبکه های اجتماعی حتماً باید با در نظر گرفتن ویژگی ها عمومی و نیز خصائص منحصر به فرد هریک از پلتفرم های اجتماعی باشد. به عنوان مثال؛ اینستاگرام در بخشی از شرایط استفاده از این پیامرسان توسط کاربران می گوید: «ما ادعای مالکیت بر محتوای شما را نداریم، ولی شما اجازه استفاده از آن ها را به ما می دهید!» ولی همین پیامرسان در بخش دیگری اعلام می نماید: «در صورتی که اعتقاد داشته باشیم محتوای شما شرایط استفاده و سیاست های ما را نقض می کند ما می توانیم هر محتوایی یا اطلاعاتی را که در سرویس به اشتراک می گذارید را حذف کنیم».

وجود این قبیل مقررات داخلی در پلتفرم های اجتماعی قطعاً مفاهیمی چون: نحوه تسلط بر مال یا اطلاق ملکیت و یا چگونگی انتقال مالکیت را در محدوده شبکه های اجتماعی تحت الشعاع قرار می دهد.

سؤال اصلی:

• جوانب مسأله مالکیت در شبکه های اجتماعی چگونه تحلیل می شود؟

سوالات فرعی:

1. تعریف، ماهیت و شرایط عمومی مالکیت در شبکه های اجتماعی

- تحلیل منشأ مالکیت در شبکه های اجتماعی
- تحلیل پدیدار شناسانه ماهیت مالکیت در شبکه های اجتماعی با توجه به مختصات این شبکه ها
- تحلیل مقوله اطلاق ملکیت و نوع تسلط مالک بر ملک در شبکه های اجتماعی با توجه به حق دسترسی و حذف شرکت سازنده پلتفرم
- تحلیل مقوله انتزاعی بودن ملکیت در شبکه های اجتماعی
- تحلیل مقوله اختصاصی بودن ملکیت در شبکه های اجتماعی
- لوازم بازتعریف فقهی مفهوم مالکیت در شبکه های اجتماعی در تناسب با نوع رفتار کاربر و کارکرد پلتفرم (در انواع پلتفرم های اجتماعی: متن محور، صوت محور، تصویر محور و متن-تصویر محور)
- تصویر و تطبیق مفهوم مالکیت قهری در شبکه های اجتماعی
- تصویر و تطبیق مفهوم مالکیت اولیه و ثانویه در مالکیت فکری و معنوی در شبکه های اجتماعی
- تصویر و تطبیق مقوله مالکیت مختلط در شبکه اجتماعی
- تحلیل و بررسی نظریه مالکیت تو در تو در شبکه های اجتماعی

- تحلیل و بررسی قلمرو حق مالکیت فکری و معنوی کاربران در شبکه های اجتماعی
- تحلیل و بررسی قلمرو حق مالکیت حکومت بر کلان داده های کاربران داخلی شبکه های اجتماعی

۲. تحلیل و بررسی فقهی مالکیت معنوی در شبکه های اجتماعی

- تحلیل فقهی ماهیت مالکیت معنوی در شبکه های اجتماعی باتوجه به مختصات این شبکه ها
- بررسی تفاوت های مالکیت معنوی در شبکه های اجتماعی با مالکیت سنتی
- بررسی تفاوت های مالکیت معنوی و مالکیت فکری در شبکه های اجتماعی
- بررسی و تحلیل مفهوم مالیت در ملکیت های معنوی در شبکه های اجتماعی
 - تحلیل و تطبیق مفهوم رغبت و منفعت عقلایی در ملکیت های معنوی در شبکه های اجتماعی
 - تعیین و بررسی مصادیق حق مالکیت معنوی در شبکه های اجتماعی
 - تطبیق عناصر مفهومی مالکیت معنوی بر مالکیت بر اکانت، صفحه و کانال
 - تطبیق عناصر مفهومی مالکیت معنوی بر مالکیت بر اطلاعات و داده های شخصی کاربران (فضای ابری، چت خصوصی، کلوز فرند و ...) در شبکه های اجتماعی
 - تطبیق عناصر مفهومی مالکیت معنوی بر مالکیت بر برند و علامت های رسانه ای در شبکه های اجتماعی
 - تطبیق عناصر مفهومی مالکیت معنوی بر مالکیت بر تبلیغات در شبکه های اجتماعی
 - تطبیق عناصر مفهومی مالکیت معنوی بر مالکیت حکومت بر کلان داده های شبکه های اجتماعی
- تعیین و بررسی مصادیق نقض حق مالکیت معنوی در شبکه های اجتماعی
- ضوابط خرید و فروش و انتقال مالکیت معنوی در شبکه های اجتماعی
- ضوابط و مقررات اعلامی و اعمالی لازم برای حفظ حق مالکیت معنوی کاربران در شبکه های اجتماعی داخلی

۳. تحلیل و بررسی مالکیت فکری در شبکه های اجتماعی

- تحلیل فقهی ماهیت مالکیت فکری در شبکه های اجتماعی باتوجه به مختصات این شبکه ها
- بررسی تفاوت های مالکیت فکری در شبکه های اجتماعی با مالکیت سنتی
- بررسی تفاوت های مالکیت فکری و مالکیت معنوی در شبکه های اجتماعی
- بررسی و تحلیل مفهوم مالیت در ملکیت فکری در شبکه های اجتماعی
- تحلیل و تطبیق مفهوم رغبت و منفعت عقلایی در ملکیت های فکری در شبکه های اجتماعی
- تعیین و بررسی مصادیق حق مالکیت فکری در شبکه های اجتماعی
- تعیین و بررسی مصادیق نقض حق مالکیت فکری در شبکه های اجتماعی
 - اقتباس غیر قانونی از آثار و تولیدات فکری هنری دیگران
 - انتشار تولیدات فکری هنری دیگران به نام خود
 - انتشار تولیدات فکری هنری دیگران بدون اذن مالک آن
 - تغییر و تحریف تولیدات فکری هنری دیگران بدون اذن آنان
- ضوابط شرعی خرید و فروش و انتقال مالکیت فکری در شبکه های اجتماعی
- ضوابط و مقررات اعلامی و اعمالی لازم برای حفظ حق مالکیت فکری کاربران در شبکه های اجتماعی داخلی

