رویداد

## شرکت ملی پست مواضع حاکمیتی خود را حفظ کرده است

● **شرق:** به گفته محمود واعظی، آزادسازی و خصوصی‌سازی درحال‌حاضر در بسیاری از کشورهای عضو اتحادیه پستی انجام شده که ایران نیز در این اتفاق سهیم است، اما در ایران ساختار جدید شرکت پست به‌عنوان یک شرکت ملی مواضع حاکمیتی خود را حفظ کرده است و در جایی که بخش خصوصی به دلیل نداشتن صرفه اقتصادی تمایلی به ارائه خدمات نداشته باشد، خود به ارائه سرویس می‌پردازد. وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در مراسم افتتاحیه اجلاس پستی آسیا و اقیانوسیه در تهران با بیان اینکه درحال‌حاضر آحاد اقشار جوامع از درآمد و سبک زندگی متفاوتی برخوردارند، گفت: «دولت‌ها تعاملات خود را با شهروندانشان از طریق طرح دولت الکترونیک متحول کرده‌اند که این امر فرصت مناسبی برای بخش پستی است تا از طریق ارائه خدمات مبتنی بر فناوری اطلاعات نقش خود را به‌عنوان پل ارتباطی با شهروندان انجام دهند». او ادامه داد: «اکنون که تمامی فعالیت‌های زندگی به سمت الکترونیکی‌شدن فعال رفته، پست نیز باید الکترونیکی شود تا بتواند خود را با شرایط وفق دهد و برای این کار باید از فناوری اطلاعات و نیروی انسانی متخصص استفاده کند». او افزود: «ارتباط پست‌بانک با بانک‌های جهانی پس از برجام برقرار شده است». او همچنین در پاسخ به سؤالی درباره پیگیری مصوبه شورای عالی فضای مجازی درباره الزام انتقال سرور شبکه‌های اجتماعی خارجی به ایران گفت: «شورای عالی فضای مجازی مصوبه‌ای برای انتقال سرورها نداشته است اما این موضوع با مصوبات دیگری درباره اولویت و نحوه ارائه تسهیلات به شبکه‌های بومی و خارجی پیگیری شده است که بر این اساس شبکه‌های خارجی دارای سرور در ایران و شبکه‌های بومی نسبت به شبکه‌های خارجی بدون سرور در ایران امتیاز می‌گیرند».

## برقراری حواله‌جات پست مالی ایران با دنیا تا ۲ ماه آینده

● **فارس:** به گفته مدیرعامل شرکت ملی پست، با خریداری نرم‌افزار پست جهانی به قیمت ۳۰ هزار دلار و گذراندن دوره آزمایشی در دو ماه آینده نرم‌افزار فعال و امکان تبادل حواله‌جات مالی از طریق پست با دنیا فراهم می‌شود. حسین مهری همچنین از تشکیل پنج کمیته کاری در ذیل این کنگره پنج‌روزه خبر داد و گفت: «یکی از مهم‌ترین کمیته‌های کاری کمیته تجارت الکترونیک است». او افزود: «در مردادماه ۹۵، ۲۸ درصد افزایش محصولات تجارت الکترونیک در شرکت پست ثبت شده، گفت: درحال‌حاضر در شاخص تجارت الکترونیکی نسبت به کشورهای صنعتی عقب هستیم اما در منطقه وضعیت نسبتا خوبی داریم». او ادامه داد: «حجم ریالی کالاهای جابه‌جاشده در سال گذشته چهار هزار میلیارد ریال برای جابه‌جایی ۱۰میلیون‌و ۹۰۰ هزار بسته بود که در سال ۹۶ این رقم باید به ۱۵ میلیون بسته افزایش یابد». به گفته او یکی دیگر از کمیته‌های مهم این کنگره کمیته مالی است که در ماه‌های اخیر پس از پیگیری‌های انجام‌شده پست‌بانک به نیابت از شبکه پستی ایران نرم‌افزار پست جهانی (IFS) را به قیمت ۳۰ هزار دلار خریداری کرد که این نرم‌افزار پس از یک دوره آزمایشی در اتصال با دو کشور به صورت رسمی فعال خواهد شد. او توضیح داد: «این نرم‌افزار مانند سوییفت بانک مرکزی که هر دو کشور در ارتباط با هم حد اعتباری تعیین می‌کنند و سقف حواله‌جات در این نرم‌افزار به دلیل تعرفه‌های کم پست نسبت به حواله‌جات بانکی ۱۰ هزار دلار است».

## انتقال گرما، سرما و درد در دنیای واقعیت مجازی

● **مهر:** درحالی‌که ابزار مبتنی بر فناوری واقعیت مجازی فقط حس حضور در یک دنیای سه‌بعدی را به مخاطب القا می‌کند، یک شرکت نوپا روی جنبه‌های حسی این فناوری متمرکز شده است. براساس گزارش انگجت، شرکت کره‌ای TEGway یک ابزار برقی حرارتی منعطف و کوچک به نام TED طراحی کرده که به‌سرعت گرم یا سرد می‌شود و بازه حرارتی آن از چهار تا ۴۰ درجه سلسیوس در نوسان است. کاربر این ابزار می‌تواند در آن واحد گرما یا سرما را در نقاط مختلف آن احساس کند که این امر منجر به شبیه‌سازی حس درد روی پوست بدن نیز می‌شود. دستگاه تولیدی این شرکت ThermoReal نام دارد و قرار است با نصب آن روی جوی‌استیک‌ها، دستکش‌ها، صندلی‌ها، لباس‌ها و... تجربه جدیدی از کاربرد فناوری واقعیت مجازی به افراد منتقل شود. این دستگاه با برقراری جریان الکتریکی در مجموعه‌ای از نیمه‌هادی‌های برقی حرارتی خود، جریان گرما یا سرما را بین لایه‌های بالایی و پایینی دستگاه برقرار می‌کند. انعطاف این سیستم و قابلیت افزودن آن به دستگاه‌های مختلف برقی، آن را به گزینه‌ای جذاب برای شرکت‌های فناوری مبدل کرده است. برای مثال، با افزودن این سیستم به دسته‌های بازی می‌توان حس گرما و سرما و درد را در صحنه‌های مختلف به کاربر منتقل کرد.

### ریشه‌یابی علل فیلترینگ کسب‌وکارهای اینترنتی از منظر حقوقی در گفت‌وگو با کارشناس حقوق فناوری اطلاعات

# قانون «اسکاچ» را دوباره مرور کنیم

**المیرا بابایی: به‌تازگی در موارد گوناگون، شاهد ایجاد محدودیت‌ها و سدسازی‌هایی در برابر فعالیت برخی از استارت‌آپ‌ها بوده‌ایم. ازجمله این موارد می‌توان به مسدودکردن وب‌سایت استارت‌آپ‌های پی‌پینگ و جاباما، به دلایل عجیبی مانند اشتباه یکی از کاربران پی‌پینگ و غیاب مجوز تازه تعریف‌شده «تی‌نماد» در وب‌سایت جاباما، با وجود دراختیارداشتن مجوزهای مورد نیاز پیشین، اشاره کرد. هرچند اکنون سایه فیلترینگ از سر وب‌سایت پی‌پینگ و جاباما کنار رفته است و به گزارش خبرگزاری مهر و طبق اعلام سازمان توسعه تجارت الکترونیک، سایت‌هایی که کسب‌وکار اینترنتی در حوزه گردشگری راه انداخته‌اند، دیگر الزامی به داشتن «تی‌نماد» ندارند، مسدودشدن سر وب‌سایت کسب‌وکارهای نوپا باعث ایجاد نگرانی در میان کارآفرینان جوان و در فضای استارت‌آپی کشور شده و این سؤال را به‌وجود آورده است که ایجاد محدودیت‌های این‌چنینی، تا چه اندازه براساس قوانین کشور و در چارچوب فعالیت نهادهای مسئول است؟ بنابراین، در گفت‌وگویی با مهدی فضلی، کارشناس حقوق فناوری اطلاعات، موضوع فیلترینگ وب‌سایت استارت‌آپ‌ها را از نظر حقوقی و با تکیه بر مفاد قانون تجارت الکترونیک و قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴، مورد بررسی قرار دادیم که در ادامه می‌خوانید:**

**برای بررسی فیلترینگ وب‌سایت کسب‌وکارهای نوپا از بعد حقوقی، باید به کدام قوانین مراجعه کنیم؟**

این موضوع، یکی از منظر حقوق اقتصادی و دیگری از منظر حقوق فناوری اطلاعات قابل بررسی است. از منظر حقوق اقتصادی، در سال ۸۷ قانون «اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ -چهل‌وچهارم- قانون اساسی» (که به‌اختصار اسکاچ می‌نامیم) به تصویب رسید که باعث تغییرات بزرگی در نظام اقتصادی ما شد. یکی از اهداف این قانون آن است که اقتصاد را از سلطه دولت خارج کرده تا بخش خصوصی و تعاونی، در میدان اقتصادی نقش فعال‌تری ایفا کنند. به‌عبارت دیگر، این قانون به دنبال کاهش دخالت دولت در تصدی‌گری‌های اقتصادی است. فصل نهم این قانون درباره تسهیل رقابت و منع انحصار و نشان‌دهنده سیاست‌های کلان دولت در حوزه رقابت اقتصادی است. برای بررسی موضوع فیلترینگ نیاز است که ابتدا به تعاریف دقیق این قانون دقت شود تا روشن شود کسانی که به‌طور سلیقه‌ای دست به فیلترکردن وب‌سایت یا اپلیکیشن کسب‌وکارهای نوپا می‌زنند، درواقع خلاف قانون عمل کرده‌اند.

**درباره منع فیلترینگ از طریق قانونی که به آن اشاره کردید، بیشتر توضیح دهید؟**

به‌عنوان مقدمه پاسخ لازم است اشاره کنم که قانون اسکاچ، «بازار» را این‌گونه تعریف کرده است: «به فضایی حقیقی یا مجازی اطلاق می‌شود که در آن خریداران و فروشندگان، کالاها و خدمات مشابه یا جانشین نزدیک را مبادله می‌کنند». طبق این تعریف، می‌بینیم که بازار، فقط محدود به فضای واقعی نیست و فضای مجازی را نیز شامل می‌شود. از طرف دیگر این قانون، تعریف رقابت را وضعیتی در بازار دانسته که در آن تعدادی تولیدکننده، خریدار و فروشنده مستقل برای تولید، خرید یا فروش کالا و خدمات فعالیت می‌کنند، به‌طوری‌که هیچ‌یک از تولیدکنندگان، خریداران و فروشندگان، قدرت تعیین قیمت را در بازار نداشته باشند یا برای ورود بنگاه‌ها به بازار یا خروج از آن، محدودیتی وجود نداشته باشد. همان‌گونه که مشاهده می‌کنید، دو شرط برای رقابت آمده است؛ اول آنکه بنگاه‌ها (اعم از تولیدکننده، خریدار و فروشنده) قدرت تعیین قیمت در بازار را نداشته باشند و دوم آنکه در ورود و خروج بنگاه‌ها به بازار، محدودیتی وجود نداشته باشد. براساس تبصره دو ماده هفت قانون اسکاچ، هریک از مراجع صادرکننده مجوز کسب‌وکار موظف‌اند درخواست متقاضیان مجوز کسب‌وکار را مطابق با شرایط مصرح در پایگاه اطلاع‌رسانی خود، دریافت و بررسی کنند. صادرکنندگان مجوز کسب‌وکار اجازه ندارند به دلیل «اشباع‌بودن بازار»، از پذیرش تقاضا یا صدور مجوز کسب‌وکار امتناع کنند». امتناع از پذیرش مدارک و درخواست مجوز و تاخیر بیش از ظرف زمانی تعیین‌شده در پایگاه اطلاع‌رسانی مراجع اشاره شده، در روند صدور مجوز، برای متقاضیانی که مدارک معتبر را ارائه داده‌اند، مصداق «اخلال در رقابت» موضوع ماده ۴۵ آن قانون است. مفهوم این قانون آن است که اگر کسی مجوزی برای راه‌اندازی کسب‌وکاری دریافت کرد، خارج‌کردن آن بنگاه از بازار، مادامی که کار مشروع انجام می‌دهد، به دلایل واهی و نامشخص ممکن نیست و تنها به موجب موارد مصرح قانونی و با دلایل کافی امکان‌پذیر است؛ بنابراین، اگر قائل به این باشیم که قانون اسکاچ در فضای مجازی هم اعمال می‌شود، نباید مجوزهای صادره را به بهانه‌های مختلف تعطیل کرد، بلکه برای ایجاد فضای رقابتی لازم است ورود و خروج بنگاه‌ها بدون فشار نهادهای دولتی باشد.

**آیا این‌گونه اقدامات به منزله شاهد در زمینه فشار نهادهای دولتی برای آسیب‌زدن به فضای رقابتی کسب‌وکارهای آنلاین نیست؟**

بله، کاملا. درحال‌حاضر در سطح جهان، اشتغال‌زایی در فضای مجازی، یکی از سیاست‌های کلان و توسعه‌محور دولت‌هاست و دولت‌های موفق توانسته‌اند مشاغل بسیاری در این فضا ایجاد کنند. قسمت عمده‌ای از فعالیت‌های اقتصادی در آینده نزدیک در این فضا صورت می‌گیرد، بنابراین لازم است که از دخالت برخی نهادهای دولتی در این زمینه که باعث کاهش فعالیت‌های مشروع اقتصادی می‌شود، پرهیز شود.

**در صحبت‌های قبلی خود، به بررسی موضوع فیلترینگ از منظر حقوق فناوری اطلاعات اشاره کردید. آیا در این حوزه نیز قانونی مشابه «اسکاچ» با فیلترینگ سلیقه‌ای مقابله می‌کند؟**

از منظر حقوق فناوری اطلاعات، اگر از دید قانون تجارت الکترونیک (مصوب سال ۸۲) به این مسئله نگاه کنیم، متوجه می‌شویم که هیچ‌گونه منعی برای ورود و خروج بنگاه‌ها یا اخذ تأییدیه، جواز و ... برای فعالیت مشروع آنها در این فضا وجود ندارد، یعنی ورود بنگاه‌ها به فضای مجازی و فعالیت اقتصادی مشروع آنها در آن فضا آزاد محسوب می‌شود، به همین دلیل، ما باید با درنظرگرفتن قانون اسکاچ و تجارت الکترونیک، سیاست‌های کلی اقتصادی در فضای مجازی را که به‌سمت کاهش دخالت‌ها و اعمال نظرهای دولتی در حرکت است، مدنظر قرار دهیم، چراکه در غیر این صورت، اجرای سیاست‌های خصوصی‌سازی و رقابت اقتصادی میسر نیست.

**در چارچوب مسئولیت‌های قانونی، کدام نهادها مرجع تصمیم‌گیری در حوزه فیلترینگ هستند؟**

در بحث فیلترینگ، سه مرجع قانونی تصمیم‌گیرنده هستند؛ مرجع اول دادگاه‌ها هستند که براساس شکایت خصوصی اقدام به فیلترینگ می‌کنند و مرجع دوم کارگروه یا کمیته تعیین مصادیق مجرمانه است که براساس ماده ۲۲ قانون جرائم رایانه‌ای باید محتوای مجرمانه را شناسایی کند و دستور به فیلترینگ آنها دهد. لازم به ذکر است که محتوای مجرمانه شامل صوت، نوشته و تصاویری است که متضمن محتوای غیرقانونی همانند محتوای غیراخلاقی باشد. از نظر فنی، نرم‌افزار محتوا محسوب نمی‌شود مگر اینکه صوت، نوشته یا تصویر مجرمانه منتشر کند. مرجع سوم که در حوزه فیلترینگ حق دخالت دارد نیز شورای عالی فضای مجازی است. این شورا براساس نظر رهبر انقلاب ایجاد شده است. از نظر جایگاه، مصوبات این شورا سیاست‌گذاری‌های کلی در حوزه فضای مجازی محسوب می‌شود و نظرات این شورا باید در فعالیت‌های کمیته تعیین مصادیق اجرا شود و اگر فیلترینگ از ناحیه کمیته تعیین مصادیق صورت بگیرد، این کمیته براساس تبصره دوم ماده ۲۲ قانون جرائم رایانه‌ای موظف است به اعتراضات رسیدگی کرده و پاسخ دهد؛ منتها موضوع اینجاست که این مرجع، هم تصمیم‌گیرنده برای فیلترینگ و هم مرجع تجدیدنظر از تصمیمات خودش است؛ این نقص در حوزه قانون‌گذاری است و لازم است از قانون مرتفع شود.

**براساس تبصره دو ماده هفت قانون اسکاچ، هریک از مراجع صادرکننده مجوز کسب‌وکار موظف‌اند درخواست متقاضیان مجوز کسب‌وکار را مطابق با شرایط مصرح در پایگاه اطلاع‌رسانی خود، دریافت و بررسی کنند. صادرکنندگان مجوز کسب‌وکار اجازه ندارند به دلیل «اشباع‌بودن بازار»، از پذیرش تقاضا یا صدور مجوز کسب‌وکار امتناع کنند**

**استارت‌آپ‌ها می‌توانند اعتراضات خود در زمینه فیلترینگ را به کمیته تعیین مصادیق مجرمانه انتقال دهند. به صورت کلی چارچوب فعالیت‌های این کمیته و حوزه اختیارات آن از دید قانون چیست؟**

وظیفه کمیته تعیین مصادیق به صورت مصداقی (و نه کلی)، یافتن محتوای مجرمانه است، اما گاه شاهد بوده‌ایم که از این چارچوب فراتر رفته و نرم‌افزارها و وب‌سایت‌ها را نیز بدون توجه به محتوا، فیلتر و مسدود کرده است. اصولا کمیته تعیین مصادیق، از دیدگاه قانون، اولا حق فیلترکردن نرم‌افزارهای قانونی را ندارد، مگر اینکه نرم‌افزار، صوت، تصویر یا نوشتار مجرمانه تولید کند؛ ثانیا حق مسدودکردن کامل نرم‌افزار یا وب‌سایت را نیز ندارد، چون فیلترینگ (پالایش خوب از بد) و مسدودکردن، دو مورد متفاوت هستند و مسدودکردن به معنای پالایش نیست. مسدودکردن، فیلترینگ کلی است که قانون، این اجازه را به کمیته اشاره‌شده نداده است و فیلترینگ باید جزئی و مصداقی باشد. از این‌رو فیلترینگ در حیطه اجرائی تا حدودی سلیقه‌ای و شخصی شده است. به نظر می‌رسد در این‌باره ، شورای عالی فضای مجازی که مسئول سیاست‌گذاری‌های کلی در فضای مجازی است و می‌تواند بر تصمیمات کمیته تعیین مصادیق، نظارت و اعمال نظر کند، لازم است ورود پیدا کند. همچنین اگر این‌گونه فیلترینگ به رقابت اقتصادی لطمه بزند، شورای رقابت به‌عنوان مرجع تخصصی حفاظت از فضای رقابتی کسب‌وکارها باید ورود کند.

**مهم‌ترین عامل مشکلی که به آن اشاره کردید، یعنی فیلترینگ سلیقه‌ای در حیطه اجرائی، چیست و برای برطرف‌کردن آن چه باید کرد؟ آیا اصلاح قوانین می‌تواند به این موضوع کمک کند؟**

مشکل اصلی ما قوانین نیستند، البته قوانین هم نقاط ضعفی دارند که باید برطرف شوند اما مشکل اصلی بیشتر نحوه اجرای قوانین است. برای نمونه قانون جرائم رایانه‌ای تصریح دارد که فیلترینگ باید به صورت مصداقی (جزئی) باشد، آن هم صرفا در مورد محتوای مجرمانه، اما در عمل تفسیر وسیعی از این قانون می‌شود. مهم آن است که مسئولان مربوطه از چارچوب دقیق و تعریف‌شده مسئولیت‌های خود خارج نشوند. مهم‌ترین معضل کنونی ما مربوط به عدم هماهنگی میان سیاست‌گذاری‌های کلان قانونی و بعد اجرائی آنهاست که ناشی از عدم درک صحیح این سیاست‌گذاری‌ها از سوی برخی مسئولان اجرائی است و نیاز به هماهنگی بیشتری در این دو حوزه داریم. اگر قرار است ما از قانون اسکاچ در حوزه اقتصادی و نیز سیاست‌های اشتغال‌زایی که یکی از مشکلات بزرگ کنونی کشور ماست تبعیت کنیم، اقدامات مربوط به فیلترینگ استارت‌آپ‌ها به شیوه امروزی، در تضاد با آنها هستند. مراکز اجرائی باید آگاه به سیاست‌های کلان پیش‌بینی‌شده باشند، اما متأسفانه در مواردی به آنها بی‌توجهند و سلیقه‌ای برخورد می‌کنند. بهترین راه ممکن این است که شورای رقابت و شورای عالی فضای مجازی به‌عنوان نهادهای نظارتی به این مسئله رسیدگی کنند و قاطعانه این مشکل را حل کنند، چراکه موضوع مهم صرفا حقوق خصوصی اشخاص نیست، بلکه حقوق عموم مردم نیز دراین‌میان مطرح است.

دریچه

## ۲ میلیارد نفر کاربر فیس‌بوک

● مارک زاکربرگ، مدیرعامل فیس‌بوک، به‌تازگی اعلام کرد که شبکه جهانی فیس‌بوک نقطه عطف جدیدی را پشت‌سر گذاشته و شمار کاربران فعال فیس‌بوک از دو میلیارد نفر در ماه هم عبور کرده است. تعداد کاربرانی که از خدمات اصلی این شرکت استفاده می‌کنند در مدت کمتر از پنج سال دو برابر شده و در اکتبر ۲۰۱۲، از آستانه یک میلیارد نفر عبور کرده است. براساس گزارش زددی‌نت، در گزارش درآمد سه‌ماهه اول این شرکت که اخیرا ارائه شد، فیس‌بوک اعلام کرد که تعداد کاربران فعال آن از ۱،۹۴ میلیارد نفر در ماه و از ۱،۲۸ میلیارد نفر در روز عبور کرده است. فیس‌بوک همچنین در پستی جداگانه، جزئیات تعامل روی شبکه اجتماعی را به اشتراک گذاشت. در بخشی از این گزارش آمده است که هر روز، بیش از ۱۷۵ میلیون نفر واکنش توأم با احساسات دارند و بیش از یک میلیارد نفر هر ماه از گروپس استفاده می‌کنند. به این ترتیب امروزه بیش از یک‌چهارم مردم دنیا از فیس‌بوک استفاده می‌کنند و در نتیجه، دسترسی به این شبکه اجتماعی، بسیار بیشتر از رقبای آن است. برای مثال توییتر اخیرا اعلام کرد تعداد کاربران فعال آن در ماه به ۳۲۸ میلیون نفر رسیده و این تعداد برای یوتیوب به ۱،۵ میلیون نفر است. به‌تازگی فیس‌بوک، بیانیه مأموریت کاری جدیدی را پیش‌روی خود قرار داده و اهداف مهم خود را در آن عنوان کرده است. ازجمله این شرکت در این بیانیه اعلام کرده که قصد دارد این قدرت را به مردم بدهد تا قادر باشند یک جامعه را تشکیل دهند و بدین‌وسیله مردم دنیا به هم نزدیک‌تر و پیوسته‌تر شوند. مارک زاکربرگ، رسیدن به این موفقیت را با انتشار پستی در این شبکه اجتماعی به اطلاع دنیا رسانده است: «افتخار می‌کنیم که در این مسیر همراه شما هستیم». گفتنی است این آمار دومیلیاردی صرفا مربوط به اپلیکیشن رسمی فیس‌بوک (و همچنین کاربران وب) بوده است، اما دیگر محصولات این شبکه اجتماعی هم درحال‌حاضر وضعیت مطلوبی را از نظر افزایش شایان توجه جمعیت کاربری تجربه می‌کنند. فیس‌بوک به مناسبت دستیابی به این آمار فوق‌العاده اعلام کرده تا مدتی معین وقتی که پست دوستی را لایک کنید، به کسی تولدش را تبریک بگویید یا گروه جدیدی بسازید، از شما با نمایش پیامی تشکر خواهد کرد!