

یادداشت

درباره تکرار مجاری پیامک‌های حجاب

این ۴ ماه مریخ بودید؟

علی مولتی

خیرنگار گروه جامعه

هنوز یک‌ماه از اظهارات جنجالی یکی از نمایندگان مجلس نمی‌گذرد که گفته بود حساب بانکی افراد بی حجاب باید مسدود شود و تا دوهفته دیگر روسری‌ها باید به سر زنان برگردد که روز گذشته یک عضو شورای شهر تبریز مجدداً بی بیان اظهارات جنجالی این‌چنینی خواستار جلوگیری از سوار شدن بی حجاب‌ها به اتوبوس شد. این عضو ششورای شهر نیز مانند آن نماینده مجلس که بی حجابان را ارادل و اوپاش خوانده بود، گفته است همه چیز را به بهانه اغتشاشات ول کرده‌ایم و هرکسی هرگونه و هر مدل که می‌خواهد در خیابان‌ها می‌گردد. البته گفتنی است آن نماینده محترم مجلس پس از گذشتت چند روز و بالا گرفتن انتقادات، اظهارات خود را تکذیب کرد و حرف‌هایش را پس گرفت. این عضو ششورای شهر تبریز اما مدعی است؛ هرکسی ما را می‌بیند از این وضعیت بی حجابی گلایه دارد!

القصد، قصد نداریم در اینجا به اظهارات نسنجیده این‌چنینی پاسخ دهیم، پرداختن به این دست صحبت‌ها از این حیث حائز اهمیت است که گاه می‌توان آثار آنها را در تصمیمات دستگاه‌های اجرایی مشاهده کرد. یکی از روشن‌ترین مصادیق این تصمیمات نیز خبر مهم ازسرگیری طرح ناظر یک و ارسال پیامک کشف حجاب در خودروها توسط پلیس است. به گزارش فارس درپی انتشار شایعاتی در فضای مجازی مبنی‌بر دریافت پیامک کشف حجاب در خودرو، پیگیری‌ها از یکی از مسئولان ارشد پلیس حاکی است که «مرحله جدید طرح ناظر یک توسط پلیس در کل کشور شروع شده است.»

در این طرح به مالکان خودرویی که در آن کشف حجاب صورت گرفته باشد، پیامکی مبنی‌بر تذکر به کشف حجاب صورت گرفته ارسال می‌شود. این خبرگزاری همچنین یادآوری می‌کند جمعی از مخاطبانش با شرکت در پویش‌های متعددی برخورد با کشف حجاب و بدحجابی را از مسئولان خواستار بودند و با افتخار آغاز این حرکت بحث‌برانگیز را محصول پویش‌های خود می‌خواند؛ حرکتی که می‌تواند در ردیف اظهاراتی که بالاتر بدان‌ها اشاره شد قرار بگیرد، یعنی ایجاد مطالبه‌هایی نسنجیده، غیرواقعی، به دور از فضای عقلانیت، محاسبه‌گری و اولویت‌شناسی و ارائه آنها به دستگاه‌های تصمیم‌گیر و اجرایی برای پیگیری‌های بعدی.

سنجش این دست تصمیمات و سیاست‌ها از منظر حقوقی قطعاً مواجه اولیه شهروندان با ماجرا نخواهد بود، اما نمی‌توان چشم بر این موضوع بست که یکی از راه‌های بی‌بردن به‌درستی یا اشتباه بودن هر تصمیم و اقدام بحث‌برانگیز این‌چنینی، سنجش آنها از حیث در تضاد بودن با مبانی حقوقی است. در همین خصوص یک حقوقدان و وکیل دادگستری، اتومبیل شخصی را جزء حریم خصوصی افراد می‌داند و می‌گوید: «خودرو مصداق عینی حریم خصوصی افراد است، اینکه نهادی بخواهد وارد این حریم شود و با سرک کشیدن، سعی در ازمونی افراد داشته باشد قانونی نیست. کلیت این کار، جنبه جست‌وجو و تجسس در زندگی افراد را دارد و هر نوع جست‌وجویی از این دست در زندگی عوام خلاف قانون است.» به گفته یک وکیل دادگستری دیگر «خودرو متعلق به یک شخص حقیقی است و عمومیتی در آن وجود ندارد که جزء حریم عمومی محسوب شود. صرف اینکه در یا پنجره خانه‌ای باز باشد، تراس خانه‌ای رو به خیابان باشد یا خانه‌ای ویلایی که حیاط آن از تمام جهات قابل‌دید باشد، ماهیچ‌گاه اجازه‌نگاه کردن و اصطلاحاً سرک کشیدن در حریم آن خانه را ندارد. درخواست اتومبیل نیز این تعاریف صری می‌کند؛ اینکه داخل خودروی افراد از بیرون قابل مشاهده است، دلیل محکمی برای عمومی شدن این حریم نیست.» به گفته این حقوقدان «در پیام‌های ارسال‌شده برای شهروندان، به‌جرات «عدم رعایت حقوق شهروندی» اشاره می‌شود که چنین چیزی اساساً فاقد معناست. حق چیزی است که امتیازی برای فرد محسوب می‌شود و نه اینکه یک محدودیت در حق شهروندی بدانیم. اگر هم شهروندی معترض است، شخصاً اعتراض خود را در این زمینه اعلام دارد ولی اینکه دوربین‌هایی در سطح شهر مسئول ثبت وضبط بدحجابی سرنشینان خانم در ماشین‌ها باشد، به هیچ‌عنوان درست نیست.»

نکته دیگر درباره راهکارهای جایگزین گشت ارشاد برای حاکم کردن مجدد قانون حجاب در جامعه است. سیدعباس صالحی روز گذشته در همین خصوص توثیتی نوشت که: «برخی از راه‌های مطرح‌شده در ارتباط با رعایت حجاب، مصداق‌اعلی از چاله به چاه افتادن است.» احمد زیدآبادی، فعال سیاسی نیز در این باره نوشت: «اینکه برخی دستگاه‌های حاکم درصدد برآمده‌اند محرومیت‌های اجتماعی ازجمله عدم ارائه خدمات عمومی به مشتریان بدون روسری را از طریق اقداماتی مانند پلمب مراکز خرید، جایگزین گشت‌ارشاد کنند، درحقیقت نظم و انسجام اجتماعی را از راه به جان هم انداختن شهروندان هدف گرفته‌اند.» اما جدای از آنکه چنین راهکارهای دوقطبی سازوکارشناسی نشده‌ای تاچه اندازه موثر هستند و چه آسیب‌هایی دارند، آیا جریمه مالی افراد بی حجاب، گذاشتن ارزش متعالی حجاب با مثنی اسکناس و پول در یک کفه ترازو نیست؟ آیا این گونه برای افراد تروتمند اهمیتی خواهد داشت که با حجاب در جامعه ظاهر شوند؟ یا آن افرادی که در این شرایط تنگنای اقتصادی با مشکلات متعدد و کمرشکن معیشتی روبه‌رو هستند، به‌وسیله جریمه مالی بناست حجاب را به‌عنوان یک ارزش ببینند و به رعایت آن احترام بگذارند؟ آیا برخورد با مساله کاملاً فرهنگی حجاب با ابزارهایی همچون نیروی انتظامی، پیامک تذکر و جریمه مالی، ترویج یک نگاه کالایی به ارزشی چون حجاب نیست؟

و اما سخنی مهم با افراد مسئول و تصمیم‌گیر در حوزه اجتماعی داریم، اما پیش از آن لازم است بار دیگر به بخشی از صحبت‌های آن عضو شورای شهر تبریز اشاره کنیم که گفته بود: «همه چیز به بهانه اغتشاشات ول شده و هرکسی هرگونه می‌خواهد در خیابان‌ها می‌گردد.» بسیاری از موافقان این دیدگاه‌ها مثل همین چهره معتقدند همه‌چیز به بهانه اغتشاشات ول شده، اما سوالات مهمی وجود دارد که این دوستان باید به آن پاسخ دهند؛ ۱. آیا شما اغتشاشات را صرفاً بهانه‌ای می‌دانید که عده‌ای با دامن زدن به آن قصد دارند روسری از سرشان بردارند؟ اصلاً آیا اغتشاشات، اعتراضات و ناآرامی‌های اخیر که بیش از سه‌ماه است ایران را درگیر کرده و تبعات تلخی هم داشته، از نگاه شما امری واقعی و چالشی جدی است که باید به‌درستی با آن مواجه شد یا این شرایط را یک‌حالت همیشگی می‌دانید که پرداختن به آن، فهم آن و مواجهه با آن امری ضروری نیست؟ سوال دیگر اینکه چرا در این شرایط حساس کنونی برای بیان نظرات‌تان به مغلطه و تخطئه متوسل می‌شوید و بر طبل فضای دوقطبی، خشونت، عصبیت و ناآرامی در کشور می‌کوبید؟ واقعا هرکسی هرگونه می‌خواهد در خیابان‌ها می‌گردد یا آنچه هم‌اکنون شاهدیم، از سر برداشتن روسری توسط بخشی از بانوان جامعه است که به باور خود این اقدام را کنشی اعتراضی تلقی می‌کنند و می‌خواهند به این وسیله مخالفت خود با برخی تصمیمات، روندها و ناکارآمدی‌های درون سیستم را نشان دهند؟ اگر چنین باشد- که هست- راهکار ارتباط، گفت‌وگو و آرام کردن اوضاع است یا لجبازی و دامن زدن به ناآرامی‌ها؟ و اما

سوالی مهم از مسئولان و تصمیم‌گیران، آیا از نگاه شما ۱۰۰ روز ناآرامی به‌همراه عواقب و هزینه‌های سنگین و تلخ آن برای کشور کافی نبود که گوش‌تان را به چنین اظهارات نسنجیده‌ای می‌سپارید؟

موثر نیست.» می‌توان گفت این شرایط در اسنپ علاوه‌بر آنکه نمی‌تواند

پاسخ مناسبی به اعتماد کاربران باشد، به نوعی برخلاف قانون نیز هست. اما قبل‌تر از اینکه به توضیحات نهایی در رابطه با این موضوع بپردازیم اجازه دهید که شرایط را در ۳ پلتفرم رقیب دیگر و نسخه خارجی این پلتفرم‌ها بررسی و ارزیابی کنیم.

تپسی به‌عنوان دومین اپلیکیشن پرکاربرد در حوزه حمل‌ونقل آنلاین با سهمی در حدود ۸ تا ۱۰ درصدی از بازار، در بند ۳ ماده ۷ مقررات خود

به بحث اعمال تغییر در قوانین و مقررات پرداخته است:

«کاربر متعهد است تمامی تغییرات، الحاقات و اصلاحاتی را که توسط شرکت از طریق پیامک، ایمیل یا نرم‌افزارهای تپسی درخصوص استفاده از خدمات تپسی و شرایط آن برای کاربر ارسال می‌گردد مطالعه‌نماید و در صورت موافقت آن را تایید نماید. تایید مزبور ممکن است در قالب یک علامت، کلمه، عدد، عبارت، نام تایپ‌شده و امثال آن به‌عمل‌آید که به‌سند ارسال‌الحاق می‌شود و همانند امضای دست‌نویس دارای آثار حقوقی است و امضاکننده را به مفاد سندی که به‌طریق مزبور امضا نموده است متعهد و ملتزم می‌نماید.»

یعنی تپسی تغییر قوانین و مقررات را به اطلاع کاربر می‌رساند و از کاربر تایید قوانین جدید را می‌گیرد و پرواضح است که این اقدامی صحیح‌تر نسبت به فرآیند مشابه در اسنپ است. علاوه‌بر این موضوع تپسی در سایت خود تمامی قوانین و مقررات کاربر و راننده را به سهولت در دسترس قرار داده تا در هر زمان و در صورت‌نیاز از طریق صفحه اصلی سایت یا اپلیکیشن امکان مشاهده آن به‌راحتی ممکن باشد.

ماکسیم دیگر پلتفرم ایرانی تاکسی اینترنتی که به‌نوعی می‌توان آن را حائز رتبه سوم این بازار به حساب آورد، در وبسایت خود اعلام کرده که نخستین سامانه درخواست خودرو است که امکان ارائه خدمات آنلاین و آفلاین به‌طور هم‌زمان را دارد (یعنی امکان دریافت تاکسی به شکل تماس تلفنی را نیز دراست) و علی‌رغم قوانین بسیار زیادی که دارد نسبت به موضوع فوق ساکت بوده و دقیقاً معلوم نیست که سیاست‌های ماکسیم مشابه اسنپ است یا تپسی. اما در بخش نمایش قوانین و مقررات پس از ثبت‌نام دیگر امکان مشاهده این قسمت به سهولت فراهم نیست.

دینگ هم دیگر اپلیکیشن نوپایی است که در حوزه تاکسی اینترنتی فعال است و فعلاً فقط امکان استفاده از سروس‌های آن در شهرستان تهران ممکن است. این شرکت در بخش قوانین و مقررات خود که در سایت و اپلیکیشن قابل دسترسی است، در ماده ج خود می‌گوید: «کاربران با ثبت‌نام در دینگ در گام اول می‌پذیرند که قوانین و مقررات شرکت را به صورت کامل مطالعه کرده و با آگاهی کامل، شرایط آن را پذیرفته‌اند. این قوانین ممکن است در طول زمان تغییر کند؛ بنابراین استفاده مستمر از خدمات اپلیکیشن به معنی آگاهی از این تغییرات و پذیرش آن می‌باشد.» با مطالعه کامل قوانین دینگ درنهایت به‌نظر می‌رسد که این پلتفرم در مواردی قوانین خود را مشابه اسنپ تنظیم کرده است.

اما درمورد اپلیکیشن خارجی اوبر که در سال ۲۰۰۹ میلادی آغاز به کار کرد، گفتنی است این شرکت سهمی در حدود ۶۳ درصد از بازار آمریکا را دارد و ظاهراً تمامی پلتفرم‌های ایرانی به نوعی از آن نسخه‌برداری کرده‌اند. در اوبر شرایط به شکلی کاملاً متفاوت رقم‌می‌خورد زیرا اولاً اوبر تمام قوانین و مقررات را در سایت خود قرارداده و کاربر در هر زمان امکان دسترسی به آنها را دارد. ثانیاً به دلیل تصویب قوانین و مقرراتی سختگیرانه در کشورهای اروپایی و آمریکای این دست پلتفرم‌ها از تغییر قوانین و مقررات به شکل خودسرانه و بدون اطلاع به کاربر به‌شدت اجتناب می‌کنند و به‌خوبی از این مساله آگاه هستند که در صورت هرگونه تغییر بدون اطلاع در قوانین مابین خود و کاربر می‌بایست پاسخگو باشد و حتی خسارات سنگینی را نیز پرداخت نماید.

هرچند به نظر می‌رسد که این شرط اسنپ و دیگر پلتفرم‌های ارائه خدمات تاکسی اینترنتی برخلاف حقوق مصرف‌کننده و مغایر با ماده ۴۶ قانون تجارت الکترونیکی ایران است اما در راستای اقدامات این گونه شرکت‌ها هیل مالون، استاد حقوق مالکیت فکری می‌گوید طرز فکر بسیاری از بنیانگذاران این شرکت‌ها این است که «چرا به خاطر قانون باید ایده‌های بزرگ که زندگی بسیاری از مردم را بهبود می‌بخشد، نابود کنیم؟» و درواقع اعتقاد دارند که بهتر است بخشش بخواهیم تا اجازه بگیریم.» این سخن درست‌ترین نگرش را به‌وضعیت کنونی پلتفرم‌های آنلاین دارد یعنی صاحبان ایده و کمپانی‌ی اصلا به فکر قانون‌یاب رعایت حقوق دیگران نیستند بلکه صرفاً ایده را اجرایی می‌کنند و اگر مغایر با قانون یا حقوق دیگری بود خواستار بخشش یا پیدا کردن راهکار یا خلأ

امیرحسام شالیابف‌شیروانی

کارشناس ارشد حقوق تجارت الکترونیک

با گسترش استفاده از اینترنت در ایران پلتفرم‌های بسیار متنوعی هم در زمینه خرید، فروش و ارائه خدمات در ایران راه‌اندازی شدند. یکی از قدیمی‌ترین پلتفرم‌های خدماتی در ایران «اسنپ» است که در سال ۱۳۹۳ کار خود را به‌عنوان یک شرکت اقتصاد مشارکتی (sharing economy)؛ در این پلتفرم‌ها افراد در یک بستر آنلاین عضو می‌شوند و خدمات و کالاهای خود را در ازای دریافت مبلغ مشخص یا دیگران به اشتراک می‌گذارند) در حوزه حمل‌ونقل اینترنتی آغاز به کار کرد و هم‌اکنون با اضافه کردن خدماتی مثل سفارش آنلاین غذا، خدمات پزشکی، مشاوره و… به‌عنوان یک سوپراب فعالیت می‌کند.

در تمام سال‌های گذشته حواشی بسیار زیادی حول اسنپ در جریان بوده و با پیدایش رقبایی مثل تپسی، ماکسیم و… اسنپ همچنان سهم بسیار بالایی در بازار حمل‌ونقل آنلاین دارد و به گفته وبلاگ اسنپ این پلتفرم با نزدیک به ۵۰ میلیون کاربر فعال و ۳ میلیون سفر روزانه، سهمی ۹۰ درصدی از بازار حمل‌ونقل اینترنتی کشور کسب کرده است.

حتی در گفتار عامیانه واژه تاکسی اینترنتی معادل نام اسنپ قرار گرفته است و درواقع کاربری که قصد استفاده از خدمات تاکسی اینترنتی را دارد به جای اسم اپلیکیشنی که از آن استفاده می‌کند، واژه اسنپ را به کار می‌برد. همه اینها نشان‌دهنده نقش اسنپ به‌عنوان نمونه یک سوپراب موفق در زمینه ارائه انواع خدمات به کاربران، بهبود فضای کسب‌وکار و خلق روش‌های نوآورانه است. اسنپ هم مثل بسیاری دیگر از پلتفرم‌های آنلاین، بخشی تحت عنوان قوانین و مقررات دارد که کاربر بایستی حتماً قبل از استفاده از خدمات سایت و اپلیکیشن تمام آنها را ببیند و چنانچه کاربر قوانین مذکور را تایید نکرده و نپذیرد پلتفرم هم هیچ‌گونه خدمتی به کاربر ارائه نخواهد کرد.

III

درحالی که بخش قوانین و مقررات روشن‌کننده حدود مسئولیت، وظایف و اختیارات کاربر و ارائه‌دهنده خدمات یا کالاست، متأسفانه توسط اکثر کاربرها بدون مطالعه تایید می‌شود و بعدتر که کاربر با مشکلی روبه‌رو می‌شود، دچار چالش‌های بسیار زیادی برای حل اختلاف خود با مجموعه خواهد شد.

با درنظرگرفتن توضیحات فوق و اهمیت بسیار بالای حوزه مقررات، در بخش قوانین و مقررات اسنپ ماده‌ای وجود دارد که محل ابهام است: بند ۱ ماده ۲ بخش قوانین و مقررات اسنپ می‌گوید:

«کاربران با ثبت‌نام در اپلیکیشن اسنپ، همچنین با هر بار استفاده از خدمات آن، می‌پذیرند که شرایط و قوانین حاضر را به صورت کامل مطالعه کرده و آن را با اطلاع کامل از شرایط و معانی‌اش پذیرفته‌اند. این شرایط و قوانین ممکن است در طول زمان تغییر کند. استفاده کاربران از اپلیکیشن، پس از هر بار تغییر در شرایط و قوانین، به معنی پذیرش تغییرات مذکور است. این قوانین برای مطالعه کاربران در سایت و اپلیکیشن اسنپ در دسترس است.»

این ماده بیانگر شرطی است که به نوعی ناقض حقوق کاربر است زیرا به شرکت اختیار می‌دهد تا در هر زمان که نیاز داشت هرگونه تغییری در محتوای قوانین سایت اعمال کند و برای این کار حتی نیازی به رضایت مجدد کاربر هم ندارد. بنابراین کاربری که قصد استفاده از خدمات را دارد در بی‌اطلاعی یا شرایطی مواجه خواهد شد که شاید با اطلاع از آنها دیگر نخواهد از این اپلیکیشن استفاده کند.

قطعاً با توجه به بخش آخر ماده فوق تصور می‌کنید که می‌توانید بعد از تایید قوانین و مقررات مجدداً از طریق اپلیکیشن به بخش قوانین مراجعه کرده و آن را مطالعه کنید اما بعد از تایید قوانین و مقررات، یافتن مجدد این بخش در سایت یا اپلیکیشن و دسترسی به آن به سهولت امکان‌پذیر نیست. برای مطالعه مجدد قوانین باید آن را در موتورهای جست‌وجو نظیر گوگل سرچ کنید تا به یکی از صفحات سایت اسنپ برسید و این در حالی است که با وجود مواد نسبتاً زیادی که در بخش قوانین و مقررات وجود دارد اطلاع از اینکه بخش اضافه‌یا حذف شده چیست و کدام است، امری دشوار به نظر می‌رسد.

درحالی که در قسمت پایانی ماده ۴۶ قانون تجارت الکترونیکی مصوب سال ۱۳۸۲ آمده است: «اعمال شروط غیرمنصفانه به ضرر مصرف‌کننده