

بسمه تعالی

<p>محل الصاق عکس</p>	<p>گزارش چکیده پایان نامه / رساله فارسی و انگلیسی</p>						 دانشگاه خوارزمی دانشکده حقوق و علوم سیاسی
<p>۱۴۰۲/۰۶/۲۲</p>	<p>تاریخ دفاع:</p>	<p>کارشناسی ارشد</p>	<p>مقطع تحصیلی:</p>	<p>حقوق خصوصی</p>	<p>رشته تحصیلی:</p>	<p>سمانه اسداللهی</p>	<p>نام و نام خانوادگی دانشجو:</p>
<p>دکتر رسول کشکولی</p>		<p>نام استاد/ اساتید داور</p>	<p>دکتر علیرضا صالحی فر</p>	<p>نام استاد مشاور</p>	<p>دکتر بهرام تقی پور</p>	<p>نام استاد راهنما</p>	
<p>ماهیت و جایگاه حقوقی اعمال اینفلوئنسرها در حقوق ایران</p>							<p>عنوان پایان نامه/ ساله:</p>
<p>در این پژوهش در فصل اول و دوم به تعریف انواع تاثیرگذاران و بستری که در آن فعالیت می کنند به عنوان مثال اینستاگرام، تلگرام، یوتوب و... می پردازیم و در فصل سوم به بررسی ماهیت و جایگاه حقوقی رهبران مجازی با توجه به تجار و هنرمندان و یا کشف جایگاهی برای آنان می پردازیم و در فصل چهارم اینفلوئنسر را یک شهروند مجازی و جز شهروندان تاثیرگذار این حوزه می دانیم که دارای حقوقی از جمله حق آزادی، امنیت و حریم خصوصی و... است و درمقابل برای آنها تکالیف و مسئولیت هایی نیز ایجاد شده که ملزم به رعایت آن هستند و آسیب ها و عناوین مجرمانه در این فضا بررسی شده است و همچنین به مساله شایع کودک کار مجازی یا کودک رهبری مجازی پرداخته شده است.</p>							<p>بیان مسئله:</p>
<p>این پژوهش از طریق روش کتابخانه ای و با تکیه بر شیوه توصیفی، تحلیلی، استدلالی گردآوری شده است.</p>							<p>روش پژوهش:</p>
<p>از لحاظ حقوقی ماهیت اعمال رهبران مجازی چیست؟ در ماده یک قانون تجارت بیان می کند که تاجر شخصی می باشد که انجام معاملات تجارتي را شغل معمولی خود را قرار نهاده است. در این ماده ما با دو عنصر اصلی برای تاجر شمردن فرد مواجه هستیم: الف) این که فردی تاجر محسوب می شود که شغل معمولی او معاملات تجارتي باشد بدین معنی که شغل اصلی او معاملات تجاری باشد ب) زمان معمول خود را صرف انجام معاملات تجارتي کند و محل اصلی کسب درآمد و امرار معاش او از این طریق باشد در ماده دو نیز قانون تجارت به بیان معاملات</p>							<p>سؤال و فرضیه تحقیق:</p>

تجارتی پرداخته است که هر فردی با قرار دادن هر یک از این معاملات به عنوان شغل معمولی خود تاجر محسوب می شود در بند ۳ این ماده بیان می دارد: هر نوع عملیات دلالتی یا حق العمل کاری کمیسیون یا عاملی یا تصدی به هر قسم تاسیساتی که برای انجام دادن بعضی از امور به وجود می آید مانند معاملات ملکی یا پیدا کردن خدمه یا تهیه و رسانیدن ملزومات و غیره، که می توان این دو ماده را با ماهیت کاری رهبران مجازی مطابقت داد.

اعمالی که رهبران مجازی انجام می دهند این است که به صورت روزانه در فضای مجازی به تولید محتوا و تبلیغات می پردازند و شغل اصلی آنها نیز فعالیت در فضای مجازی است که عمدتاً در چند شبکه اجتماعی به صورت همزمان فعالیت می کنند و هیچگاه وقفه ای در کار آنها نمی افتد و فعالیت آنها همیشگی است پس از این حجم از اختصاص زمان برای یک فعالیت می توان فهمید که این فعالیت شغل اصلی آنها بوده و عمدتاً کسب و کار دیگری در کنار آن به صورت ثابت ندارند بدین صورت که در سازمانی کارمند باشند و همزمان به فعالیت مجازی نیز بپردازند در این صورت می توان این بخش را با ماده یک قانون تجارت مطابقت داد و شغل معمول آنها را اینفلوئنسر بودن نامید.

حال باید به این نکته توجه کرد که کار رهبران مجازی را نیز می توان نوعی دلالتی تلقی کرد بدین صورت که به واسطه محبوبیت و مشهور بودن و تعداد دنبال کنندگان آنها کسب و کارهای بزرگ و کوچک، در صفحه این افراد دست به تبلیغات می زنند از تبلیغات نمایشگاه های لباس گرفته تا رستوران ها و خدمات مسافری و فروش خانه و ویلا و غیره. در اینجا کسی که صاحب کسب و کار است در حکم آمر است و با پرداختن مبلغی که عمدتاً توسط اینفلوئنسر تعیین می شود و اکثراً ثابت نیست و مبلغ قابل توجهی است تبلیغات خود را در صفحه وی ثبت می کند اکنون او ملزم است که در روز تعیین شده و ساعت مشخص بایست برای آمر طرف م تبلیغات آمر را انجام دهد در اینجا اینفلوئنسر مشخصاً واسطه است و عرفاً می بایست، برای آمر طرف معامله پیدا کند که بسته به کسب و کار آمر طرف معامله پیدا کردن متفاوت است.

دلیل دیگر تاجر تلقی شدن آنها مفهوم این بند ماده است که بیان می دارد تصدی داشتن به تاسیساتی که برای به انجام رساندن بعضی امور به وجود می آیند که این نوع از تاسیسات در نتیجه نیاز داشتن به چیزی حاصل می شود برای مثال ممکن است به منظور یافتن کار برای بیکاران در ازای اجرت، اشخاص و یا مؤسساتی وجود داشته باشند که شغل آنها منحصر به این عمل باشد و یا به برای تهیه خدمتکاران منزل و یا مرتفع نمودن احتیاجات روزمره از قبیل خرید مواد خوراکی و سایر لوازم مصرفی مؤسساتی به طور مستمر و روزانه از بازار اقلام مورد نظر را خریده و درب خانه استفاده کنندگان مشخص و معین در ازای اخذ اجرت به صورت ماهانه تحویل دهند. تمام این موارد که گفته شد از نظر این که به طور ذاتی عمل تجاری هستند مشغولین به این امور تاجر نامیده می شوند (خالدی سردشتی، ۱۳۹۵، ۶۲) که در حال حاضر قلمرو فعالیت رهبران مجازی فراتر از این موارد رفته و تبلیغات خود را محدود به صنف یا رشته خاصی نمی کنند و تقریباً در تمامی زمینه ها فعالیت و تبلیغات می کنند تبلیغاتی که گاه ممکن است ارتباطی به شغل یا حرفه اینفلوئنسر نداشته باشد اما تمامی اعمال آنها را می توان ذیل تصدی به تاسیساتی که منظور از تاسیسات در حال حاضر می تواند داشتن و ساختن یک صفحه مجازی با دنبال کننده های بالا و ارائه محتوای جذاب باشد که برای برخی امور ایجاد می شود حمایت نمود زیرا عنصر تصدی نیز در امور آنها مشهود است و به صورت مستمر این کار را انجام می دهند و حتی شغل معمولی آنها نیز گاه همین است.

طیف عظیمی از جامعه رهبران مجازی را هنرمندان تشکیل می دهند که طبق قانون حمایت از مولفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ این گونه تعریف می شوند ماده یک آن به مؤلف یا مصنف یا هنرمند "پدیدآورنده" و به هر چیزی که از طریق دانش یا هنر و یا ابتکار آنان پدید می آید بدون در نظر داشتن راه یا روشی که در بیان و یا ظهور و یا ایجاد آن به کار رفته " اثر" اطلاق می شود که این افراد ذیل قانون مشارالیه حمایت می شوند و تحت پوشش این قانون قرار دارند. حال با توجه به اینکه هنرمندان جایگاه ویژه ای در جامعه دارند و از محبوبیت بالایی برخوردارند و مردم علاقه زیادی به آنها دارند باید آنها را نیز اینفلوئنسر به معنای تاثیر گذار دانست و جایگاه آنها را نیز بررسی کرد.

از نظر اینکه آیا هنرمندان تاجر محسوب می شوند یا خیر باید به مدل فعالیت آنها از نظر تبلیغاتی دقت کرد همانطور که پیش تر ذکر شد برای تاجر دانستن افراد ما با دو عنصر اصلی و اساسی مواجه ایم:

(۱) شغل اصلی او معاملات تجاری باشد.

(۲) محل امرار معاش او از این طریق باشد طبق این دو گزاره عده ای از هنرمندان هستند که شغل اصلی آنها هنر آنهاست و به صورت مداوم به انجام کارهای مربوط به آن می پردازند و عمده زمان خود را صرف انجام حرفه تخصصی خود می کنند و در خلال انجام حرفه خود به تبلیغات و کسب درآمد از طریق فضای مجازی نیز می پردازند و فعالیت آنها در فضای مجازی کم است و کمتر به چشم می آید همچنین محل اصلی امرار معاش آنها نیز تخصص شان است حال با توجه به دو گزاره بالا که ارکان اصلی تشخیص تاجر از غیر تاجر است این گروه از هنرمندان تاجر محسوب نمی شوند و تحت پوشش قانون تجارت نیستند و تنها تحت پوشش همان قانون حمایت از مولفان و مصنفان و هنرمندان هستند. اما گروه دیگری نیز وجود دارد که به سبب شهرت زیاد علاوه بر انجام حرفه خود به کارهای تبلیغاتی نیز مشغول هستند و بر کارهای تبلیغاتی تصدی دارند بدین صورت که علاوه بر این که مشغول حرفه خود هستند همزمان کارهای تبلیغاتی خود را جلو می برند و حتی در بعضی موارد تبلیغات آنها بیشتر از کار تخصصی شان است، این گروه علاوه بر اینکه مورد حمایت قانون حمایت از مولفان و مصنفان و هنرمندان هستند تاجر نیز محسوب می شوند با اینکه تبلیغات شغل اصلی آنها نیست اما برای آن وقت زیادی می گذارند و وسیله امرار معاش آنهاست به طوری که درآمد آنها بعضا از این کار بیشتر از حرفه شان است پس حقوق تجارت نیز شامل این گروه می شود و وظایف و تکالیف آنها مضاعف است.

قواعد حاکم بر اعمال رهبران مجازی کدام است یا آنها تابع چه قواعدی هستند؟

به طور کلی مشخص شدن جایگاه رهبران مجازی در جامعه مانند دیگر مشاغل امری ضروری است زیرا تعیین جایگاه مشاغل باعث مشخص شدن حقوق و تکالیف آنها می شود و همچنین مشخص می شود که تحت چه عنوان و قانونی قابل حمایت اند لذا به دلیل درآمد بالای این کار و نداشتن نظارت لازم بر این کسب و کار، ضروری است جایگاه شغلی آنها و مسولیت و حقوق آنها بطور دقیق تعریف و حتی برای آنها قانونگذاری شود، همانطور که از تطبیق عملکرد رهبران مجازی با عملیات تجاری دلالتی یافته شد، دلالتی به این معنا است که فردی واسطه در انجام دادن معاملات می شود و از مهم ترین مشاغل است که پیشرفت شهرها و بالارفتن جمعیت ضرورت پیدایش آن را ایجاد نموده است لیکن در جامعه امروز، یافتن طرف متناسب برای یک معامله ویژه با شرایطی که هر یک از دو طرف معامله برای معامله مورد نظر، از قبل معین می کنند، کار آسانی نیست. ارزش این شغل در جوامع پیشرفته و شهری روز به روز در حال افزایش بوده است به طوری که متصدیان آن به مرور تشکیلات گسترده ای را برای ارائه خدمات به مراجعین خود محیا نموده و در شکل موسسات و شرکت های بین المللی فعالیت دارند، بر مبنای موارد

ذکر شده و نقشی که دلال در افزایش سرعت انجام معاملات داشته، این پدیده از گذشته‌های دور تا کنون، توجه قانونگذار را برای وضع قوانین مخصوصی که بر روابط دلال و متعاملین برقرار باشد به خود جلب نموده است و از آنجایی که این حرفه در ارتباط نزدیکی با انتقال دادن مال مورد تجارت از محلی به محل دیگر است، جایگاه قانونی این نوع قوانین در قانون تجارت تعیین گردیده است (موحدی فرد، ۱۳۹۳، ۳۱)

رهبران مجازی چه حقوق و وظایفی (مسئولیتی) دارند؟

اختصاراً تکالیف تجار را به دو بخش تقسیم کرد؛ نخست تکالیف عام و مشترک همه تجار که قانون تجارت به آن اشاره کرده است از قبیل تکلیف تهیه و نگهداری دفاتر تجاری به شرح مندرج در ماده ۶ و لزوم ثبت نام آن‌ها در دفاتر ثبت تجاری و اعلام ورشکستگی و ثانیاً تکالیف خاص ناظر بر هر صنف تجاری که در قانون تجارت و همچنین مقررات و نظام نامه‌های صنفی مربوط قید شده است. در مورد وظایف نوع دوم یعنی وظایف اختصاصی بدیهی است که علاوه بر موارد قبل هر صنف تجار دارای وظایف ویژه نیز هستند. مثال می‌توان تکالیف دلالان را در باب ششم قانون تجارت مثل داشتن پروانه دلالی و با توجه به ضمانت اجرای تعیین شده برای آن‌ها غالباً سبب برکناری آن‌ها از تاجر بودن نمی‌شود بلکه سبب جریمه‌هایی برای آن‌ها می‌شود از این رو رهبران مجازی تاجرهای مجازی تلقی می‌شوند که قراردادهایی را با آمران منعقد می‌کنند و وظایف تاجر بر آن‌ها بار نمیشود چون قانون دقیق و نظارت و ضمانت اجرایی حاکم بر آن‌ها نیست البته اخیراً برای نظارت بیشتر بر آن‌ها اقداماتی انجام شده براین اساس که رهبران مجازی هر درآمدی از غیر بازیگری مانند فعالیت تبلیغاتی داشته باشند باید اظهار کنند و براساس قانونی که در بودجه سال ۱۴۰۰ مصوب مجلس مطرح شده درآمد بالاتر از ۲۰۰ میلیون تومان آن‌ها شامل مالیات می‌شود و این بررسی از روی تراکنش آن‌ها است و معافیتی هم در این خصوص شامل آن‌ها نمی‌شود و طبق ماده ۸۲ و ۸۳ قانون مالیات‌های مستقیم مالیات بر درآمد است. همچنین صفحات مجازی آن‌ها با ممبرهای بسیار بالا، قطعاً جز اموال دیجیتالی آن‌هاست و یک نمونه عینی است و دارای ارزش مادی است و در ردیف سایر اموال در زمان ورشکستگی فرد لحاظ می‌گردد زیرا قابل فروش با قیمت بالا است. از باب مسئولیت نیز به همین شکل است و رهبران مجازی دارای مسئولیت‌های عام و خاص هستند هر صنف از سایر تجار نیز مشمول مقررات خاص خود هستند. برای مثال در مورد بانک‌ها یا موسسات بیمه یا شرکت‌های کشتیرانی و غیره باید توجه شود که هر یک از آن‌ها تابع مقررات ویژه و تکالیف خاص خود هستند. از جمله نکاتی که نباید فراموش شود این است که در هر حال تاجر وظیفه دارد همیشه با حسن نیت عمل کند و صحت عمل داشته باشد و از آنجا که معاملات آن‌ها اعتباری بوده و با استفاده از اعتماد مردم صورت می‌پذیرد، اعمال و اقدامات آن‌ها اثر مستقیم بر اموال و دارایی دیگران دارد و چه بسا که موجب اختلال در نظم اقتصادی شود، اگر رفتار متقلبانه داشته یا با سوءنیت عمل کنند، قانونگذار برای آن‌ها مجازات‌هایی را در نظر گرفته است. حتی در مورد ورشکستگی تاجر نیز همین‌گونه است به طوری که اگر تاجر با حسن نیت ورشکسته شود قانونگذار از او حمایت می‌کند تا کمترین آسیب به وی و جامعه وارد شود، لیکن اگر تاجر با سوءنیت ورشکسته شود، نه تنها حمایت نمی‌شود بلکه ممکن است متقلب شناخته شود و به جزای کیفری برسد.

چرا رهبر مجازی فروشگاهی یا بازاریابی تاثیر گذار مهم است و کرونا چه تاثیری بر آن داشته است ؟

<p>اینفلوئنسر فروشگاهی یک بخش مهم و کارآمد از استراتژی بازاریابی کسب و کار است، دلایل زیادی موجود است که همگان را قانع می کند تا این روش را در استراتژی بازاریابی خود بگنجانند. اصلی ترین دلیل می تواند اعتماد مصرف کنندگان به رهبران مجازی باشد. مصرف کنندگان به محتوای منتشر شده و محصولات و خدمات توصیه شده توسط رهبران مجازی اعتماد دارند، پس اگر برند شما به واسطه یک فرد تاثیر گذار به مصرف کننده معرفی شود، به نوعی اعتماد مصرف کننده به برند شما جلب می شود با شیوع ویروس کرونا و همه گیری آن و در راستای رعایت پروتکل های سازمان بهداشت جهانی خرید . به صورت حضوری و فیزیکی به طور چشمگیری کاهش پیدا کرد و باعث ورشکستگی و رکود شدید بعضی اغلب کسب و کارها شد. در این زمان یکی از هوشمندانه ترین حرکت هایی که توسط کسب و کارها در دنیای بازاریابی انجام شد، استفاده از استراتژی اینفلوئنسر فروشگاهی بود. با این کار، آن برند یک ارتباط مدام و مؤثر با مصرف کننده پیدا کرده و نتایج قابل توجه و مهمی به دست می آورد که عبارتند از:</p> <p>الف) جذب مشتریان جدید ب) ایجاد مشتریان وفادار ج) افزایش خریدهای مکرر.</p>	
<p>فصل نخست: به تعریف اینفلوئنسر می پردازد و کلیات و جزئیات این حرفه را بررسی می کند. فصل دوم: انواع رهبران مجازی را بیان می کند و آن ها را دسته بندی می کند. فصل سوم: به بیان تاجر تلقی شدن اینفلوئنسر می پردازد و بیان می دارد که کدام دسته آن ها تاجر هستند. فصل چهارم: بیان می دارد که چه مسئولیت های تجاری بر رهبران مجازی بار می شود و آیا عنوان ورشکستگی شامل آن ها نیز می شود و همچنین آیا لازم است دفاتر و کارت بازرگانی داشته باشند و مالیات بپردازند؟</p>	<p>روند پژوهش:</p>
<p>رهبران مجازی در دنیای امروز بر اساس فعالیتهای اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی در اینترنت فعالیت دارند که امری شهودی و غیرقابل انکار است اما جدای از ضابطه مند نمودن فعالیت های این دسته از افراد بر اساس قواعد و قوانین تجاری، مدنی و کیفری، برخی از مشکلات نیز به چشم می خورد باید اذعان داشت که برخی از رهبران مجازی به عنوان مروج پیام های غیرقابل اعتماد هستند. برخی از کشورها مانند ، با صدور توبیخ شخصی، و اجرای احکام برای نقض های ITE ایالت متحده و اندونزی از طریق اعمال قانون مندرج در قانون مانند قوانین تجاری و مجازی، فعالیت های رهبران مجازی را کنترل کرده اند. با این حال، نقش نظارتی فراگیرتری توسط پیروان اینترنتی این رهبران از طریق ارسال انتقادات عمومی در حساب های رهبران مجازی هم اکنون اجرا می شود. این گزارشات مشتاقانه توسط رسانه های خبری سنتی به عنوان رقبای فعال این رهبران در مورد چنین جنجال هایی گزارش می شود و همچنین گهگاه توسط سازمان های مدنی علاقه مند که توانایی اظهار نظر دارند، پشتیبانی می شود. همچنین پیروان اینترنتی این رهبران مجموعه گسترده تری از ارزش ها را در مورد شفافیت، حمایت، ریاکاری، به خطر انداختن رفاه جامعه، نادیده گرفتن مصائب افراد عادی و امتیاز خواری را می توانند در صفحات مدیریت برای انتشار اعلام نمایند که می توان علاوه بر ایجاد فرصت نوعی تهدید نیز به شمار آید، فرصتی که منبث از تاثیرگذاری رهبران مجازی همراه با تهدیدات جعلی بودن توصیه ها که می بایست برای آن قوانین کارآمد و بهینه تری</p>	<p>مهمترین یافته ها :</p>

تدوین نمود، تا این افراد متعهد باشند تعهدی که همراه با مقام و مسئولیت رهبری مجازی تاثیرگذار بودن است.

تأیید استاد راهنما

