

Governance in Global Digital Platforms: A Study of the Intertwining of Corporate Governance with the Sovereignty of States

Hossein Hassani¹

Received: 2024-03-20

Revised: 2024-05-28

Accepted: 2024-12-08

Available Online: 2025-07-16

How to cite this article:

Hassani, H. (2025). Governance in Global Digital Platforms: A Study of the Intertwining of Corporate Governance with the Sovereignty of States, *Iranian Research Letter of International Politics*, 13 (02), 32 - 59 (in Persian with English abstract)
<https://doi.org/10.22067/irlip.2025.87314.1514>

In recent decades, the mechanisms of content control over cultural products have undergone significant transformation. Traditionally, in many societies, media content was subject to prior legal and ethical oversight by governmental or regulatory bodies. The aim was to prevent the dissemination of unethical, anti-cultural, or politically harmful content. However, with the expansion of the internet and the rise of social media platforms, these centralized oversight mechanisms have become less effective. The proliferation and democratization of content production—primarily user-generated—has disrupted previous top-down regulatory models, making it increasingly difficult to monitor inappropriate content.

Today, most online interactions occur within a few dominant digital platforms. These platforms exercise considerable influence over the flow of information and user behavior, a process known as the platformization of the internet. As a result, the traditional boundaries of national sovereignty have been challenged, with platforms increasingly taking on governance functions that were once the exclusive domain of the state.

This paper investigates how large digital platforms, particularly Meta (formerly Facebook), have developed internal content moderation mechanisms and how these intersect, collide with, or accommodate national sovereignty. In particular, the study explores the emergence of hybrid governance models where corporate and state mechanisms for governing digital spaces become intertwined.

1. Assistant professor of cyberspace studies, RICAC. Tehran, Iran (corresponding author) hassani@ricac.ac.ir



Methodology

The research adopts a policy analysis approach, drawing on the method proposed by Springate-Baginski and Soussan (2002), which emphasizes systematic document analysis. The study is primarily based on the examination of Meta's internal policy documents, including its Terms of Service, Community Standards, transparency reports, and various policy guidelines for Facebook, Instagram, and WhatsApp. Additionally, the research reviews public policy documents from governmental and supranational bodies, particularly in the European Union and Germany. Key legal instruments analyzed include the General Data Protection Regulation (GDPR), the Digital Services Act (DSA), and Germany's NetzDG law, which mandates the removal of illegal content within 24 hours. Comparative analysis also includes content governance policies in countries such as France and the UK.

Findings

The findings are presented in two sections: Internal Content Moderation Mechanisms of Meta: Meta employs a layered model of content governance involving both automated and human moderation. Its main policy tools—Community Standards and Terms of Service—are used to define what constitutes acceptable behavior and content. The platform uses a "remove, reduce, inform" strategy to manage harmful or misleading content. This involves removing content that violates policies, reducing the visibility of borderline content, and informing users about potential harms. Meta's transparency reports show that the company often complies with national laws by geo-blocking or removing content at the request of governments. Notably, Germany ranks among the highest in terms of content removal requests, illustrating the country's active enforcement of digital sovereignty. State Responses and Hybrid Governance Models: European governments have reacted to platform dominance by enacting legislation aimed at restoring a degree of sovereignty over digital spaces. The EU has taken a leadership role in this regard, promoting a model of shared governance where digital platforms are compelled to comply with national and supranational rules. For instance, the GDPR ensures the protection of personal data across EU member states, regardless of where the platform is based. The DSA mandates platforms to remove illegal content and increase transparency in their content moderation decisions. Germany's NetzDG law further specifies that social media platforms must act within defined timeframes to remove illegal content or face heavy fines. These legal frameworks represent a reactive and proactive strategy by states to counterbalance the normative and infrastructural power of platforms. The result is a form of governance where national legal systems are integrated into platform moderation practices, creating a hybrid regime of platform-state co-regulation.

Conclusion

This study concludes that platform governance—particularly in content moderation—has evolved into a complex assemblage of corporate and state authority. The central role played by digital platforms in shaping online discourse and regulating user behavior places them in a position akin to quasi-sovereign entities. However, in regions such as the European Union, state actors have pushed back, insisting on the reassertion of territorial sovereignty in the digital domain. The governance model that emerges from this dynamic is one of shared and hybrid sovereignty, where the legitimacy and capacity to govern are distributed between states and transnational corporations. This model holds significant implications for the future of internet governance, particularly concerning the protection of fundamental rights, freedom of expression, and the regulatory capacity of nation-states in a globalized digital environment.

Keywords: sovereignty, governance in platforms, content moderation, digital sovereignty, Meta.



حکمرانی در پلتفرم‌های دیجیتال جهانی: مطالعه درهم‌تنیدگی حکمرانی شرکتی با حق حاکمیت دولت‌ها

حسین حسنی^۱

چکیده

هدف این مقاله تحلیل سازوکارهای نظارت بر محتوا به مثابه نوعی خودحکمرانی در پلتفرم‌ها و درهم‌تنیده شدن آن با حکمرانی توسط دولت‌ها است. تعدیل محتوا تحت اصطلاح حکمرانی در پلتفرم‌ها سازوکار اصلی شرکت‌های دیجیتالی جهانی برای تنظیم‌گری گفتار و کردار شهروندان در فضای آنلاین و اینترنت است. با توجه به سلطه جهانی پلتفرم‌های دیجیتالی جهانی بر اینترنت، همچنین به دلایل اینکه بخش عمده کردارها، تعاملات و ارتباطات شهروندان در زمینه پلتفرم‌ها روی می‌دهد، به ناچار، بسیاری از دولت‌ها مجبور شده‌اند بخشی از اختیارات خود برای اعمال حق حاکمیت را به این شرکت‌ها تفویض کنند. در مقایسه با بی‌عملی بسیاری از دولت‌ها، برخی دولت‌ها تلاش کرده‌اند تا قوانین و مقرراتی را تصویب کنند و سازوکارهایی را برای تعدیل و نیز هم‌سازی با شیوه‌های حکمرانی پلتفرم‌های بزرگ ایجاد کنند. اتحادیه اروپا در این زمینه پیشگام است و از طریق تصویب مقررات گوناگون از جمله در زمینه حریم خصوصی می‌کوشد از حق حاکمیت دیجیتال خود حفاظت نماید. برخی کشورها نظیر آلمان نیز این پلتفرم‌ها را ملزم کرده‌اند تا در محدوده قلمروی سرزمینی خود، قوانین این کشورها را در شرایط ارائه خدمت خود به مثابه اسناد راهنما بگنجانند. یافته‌های این مقاله نشان می‌دهد، تسهیم پلتفرم‌های جهانی در امر حاکمیت، اجتناب‌ناپذیر شده است و تلفیق حکمرانی شرکتی و حکمرانی دولت‌های ملی نوعی حکمرانی اشتراکی را ایجاد کرده است. این حکمرانی اشتراکی ضمن اذعان به تحولات فناورانه-سیاسی جدید، پلتفرم‌ها را ملزم می‌کند تا مقررات ملی در یک قلمرو سرزمینی به اجرا بگذارند که نتیجه آن حفاظت از حقوق شهروندان و بازیابی حق حاکمیت دولت‌ها در وضعیت پلتفرمی شدن سیاست است.

واژگان کلیدی: حق حاکمیت، حکمرانی در پلتفرم‌ها، تعدیل محتوا، حق حاکمیت دیجیتال، متا.

۱. استادیار گروه مطالعات فضای مجازی، پژوهشکده ارتباطات، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تهران، ایران
(نویسنده مسئول) hassani@ricac.ac.ir

مقدمه و طرح مسئله

تغییر و تحولاتی که طی یک دهه گذشته رخ داده است، نحوه نظارت بر محتوای محصولات فرهنگی و رسانه‌ای را به‌طور کامل دگرگون کرده است. پیش از این، در اکثر جوامع تولیدکنندگان محتوا ملزم بودند برخی ملاحظات قانونی و اخلاقی را رعایت کنند؛ در این جوامع، نوعی نظارت پیش‌بینی بر اساس مجموعه‌ای از مقررات، خط‌مشی‌ها و دستورالعمل‌ها و دراصل بر مبنای اسناد بالادستی در سطح دولت-ملت‌ها انجام می‌شد. هدف از این نوع تنظیم‌گری ممانعت از انتشار محتواهای غیراخلاقی، ضدفرهنگی و مطالب سیاسی ناروا بود. پس از توسعه اینترنت و سپس فراگیرشدن رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های برخط، سازکارهای مستقر و سنتی نظارت بر محتوا متزلزل شد. درواقع، همان‌طور که بریکر^۱ (۲۰۲۳) بحث می‌کند، وفور و دموکراتیزه‌شدن تولید محصولات فرهنگی سبب شد تا شیوه‌های متمرکز و از بالا به پایین تولید جای خود را به روش‌های تولید محتوا به شکل مرکززوده و مشارکتی بدهد؛ درنتیجه شناسایی و مقابله با محتواهای نامناسب دشوارتر و پیچیده‌تر شد.

ما اکنون با پلتفرمی‌شدن اینترنت^۲ مواجه هستیم؛ به این معنا که «حجم عمده فعالیت‌های ارتباطی که به شکل آنلاین روی می‌دهد، به‌واسطه شمار نسبتاً کوچکی از پلتفرم‌های دیجیتال انجام می‌شود». (Flew, 2021: 54) طی یک تا دو دهه توسعه اینترنت، نظارت بر تعاملات و گفتار کاربران در قالب حکمرانی اینترنت^۳ پیگیری می‌شد و بحث‌های امنیتی (همانند جرایم مجازی، هرزنامه‌ها و تروریسم سایبری) و مباحث قانونی (همانند حق تألیف و حقوق مالکیت فکری) در ذیل این عنوان مورد توجه نهادهای بین‌المللی، سازمان‌های فراملی و دولت‌ها قرار داشت (Kurbalija, 2016)؛ اما به دنبال فراگیری و تثبیت جایگاه شرکت‌های جهانی پلتفرمی به‌منزله مجرای اصلی مصرف و کاربرد اینترنت‌بدون ملاحظه حقوق حاکمیت و حوزه قضایی دولت-ملت‌ها- نظارت بر محتوا نیز به پلتفرم‌ها تفویض شده است؛ این پلتفرم‌ها عمدتاً آمریکایی هستند و بر اساس مدل تنظیم‌گری بازار-راهبر حاکم (Bradford, 2023) بر این کشور عمل می‌کنند. این امر به‌ویژه برای کشور ایران که تلاش می‌کند شبکه ملی اطلاعات را در اصل با هدف توسعه حکمرانی مطلوب و متناسب با ارزش‌های خود پیگیری کند، چالشی اساسی است.

تعلل و کندی دولت‌ها و نهادهای قانون‌گذاری در سطح دولت‌ها برای مواجهه با این وضعیت جدید، سبب شده است تا حکمرانی کلان^۴ که به‌وسیله سازوکارهای کنشگران بیرونی مانند دولت‌ها و گروه‌های مدافع‌گر معرفی می‌شود، فاقد کارایی باشد و شکلی از حکمرانی خرد^۵ توسط شرکت‌های پلتفرمی به عنوان مدل مسلط حکمرانی (Selesti, 2023) به کار گرفته شود. این مدل از حکمرانی محتوا^۶ که طیفی از عاملان

1. Brubaker

2. platformization of internet

3. internet governance

4. macro

5. micro

6. content governance

انسانی و ماشینی تا سازوکارهای هشداردهی^۱ را دربرمی‌گیرد، عموماً تحت عنوان تعدیل محتوا شناخته می‌شود که حکمرانی در پلتفرم‌ها نیز نامیده شده است. (Gorwa, 2019)

شرکت‌های پلتفرمی بزرگ که در سطح بین‌المللی در حال فعالیت‌اند، تمایل دارند تا استانداردهایی جهانی را تعیین کنند و با توجه به اینکه بیشتر شرکت‌های پلتفرمی زیرساختی در آمریکا واقع شده‌اند، این موضوع به شکلی تعیین‌کننده مستلزم جهانی‌سازی استانداردهای فرهنگی آمریکایی است که تعیین می‌کند چه موضوعاتی مجاز و چه چیزهایی غیرمجاز هستند (فن‌دایک، پول و دی‌وال، ۱۴۰۰: ۳۷). پلتفرم‌های بزرگ آمریکایی نظیر گوگل و فیس‌بوک به‌دلیل فعالیت در یک زمینه فرهنگی - سیاسی لیبرالی، از آزادی‌های عمل ویژه‌ای متناسب با این زمینه برخوردارند و این آزادی را در کردارهای بازبینی یا نظارت بر محتوای خود اعمال می‌کنند. بنابراین، امکان دارد به‌دلیل تفاوت ارزش‌های فرهنگی آمریکایی با ارزش‌های فرهنگی سایر زمینه‌های اجتماعی، سازوکار بازبینی محتوا که در پلتفرم‌های آمریکایی پیگیری می‌شود، برای زمینه‌هایی با ارزش‌ها و هنجارهای متفاوت نامناسب یا ناکافی باشد. بنابراین، حکمرانی پلتفرم‌ها بر اینترنت و محتوای آن، چالش‌های متنوع و نوظهوری را حتی برای کشورهای غربی ایجاد کرده است. تصویب قوانین مختلف در اتحادیه اروپا همانند مقررات عمومی حفاظت از داده‌ها^۲ تا اندازه‌ای ناشی از این نگرانی است.

نظارت بر محتوای کاربرساخته^۳ که اساس مدل پلتفرمی تولید محتوای رسانه‌ای است، دشوار، دائماً تحول‌یابنده، پیچیده، نیازمند روزآمدسازی و نیز کاربرد عاملان انسانی و غیرانسانی همانند هوش مصنوعی و یادگیری ماشین است. تفاوت‌های فرهنگی و زبانی سبب شده است تا با وجود بین‌المللی‌سازی سازوکارهای تعدیل محتوا توسط شرکت‌های پلتفرمی جهانی، مقابله با محتوای نابهنجار و ضدامنیتی همچون پیام‌های گروه‌های تروریستی دشوار باشد. باوجود این موانع، نظر به فراگیری پلتفرم‌ها در سطح جهان، دولت‌های مختلف تلاش کرده‌اند تا پلتفرم‌های دیجیتال را ملزم کنند به حق حاکمیت و تمامیت ارضی کشورها احترام بگذارند. این وضعیت به تلفیق و درهم‌تنیدگی حق حاکمیت دولت-ملت‌ها با سیاست‌های حکمرانی پلتفرم‌های دیجیتالی منجر شده است. درنتیجه این نوع از حاکمیت شرکت‌محور، پلتفرم‌ها در حکمرانی دولت‌ها بر قلمرو خود در فضای مجازی سهمیم شده‌اند. این نوع حاکمیت تسهیمی، یکی از پیامدهای سلطه پلتفرم‌های بزرگ جهانی بر تبادلات و تعاملات در قلمرو اینترنت است. بنابراین، مسئله اصلی این مقاله این است که «سازوکارهای حکمرانی در پلتفرم‌های بزرگ جهانی - به‌طور خاص متا - چگونه است و دولت‌های ملی چه سازوکاری را برای مواجهه با چالش‌های ایجاد شده برای حق حاکمیت خود اتخاذ کرده‌اند؟». در این مقاله، سازوکارهای خود-حکمرانی در پلتفرم متا تحلیل می‌شود. سپس برخی اقدامات انجام شده در برخی مناطق از جمله در سطح اتحادیه و کشور آلمان برای مقابله و مواجهه با این نوع حکمرانی پلتفرمی مبنا مورد بحث قرار می‌گیرد. هدف این مقاله توضیح و تشریح نحوه درهم‌تنیدگی حق

1. content moderation

2. GDPR

3. User Generated Content (UGC)

حاکمیت دولت-ملت‌ها با حاکمیت توسط شرکت‌ها است. این مقاله نشان خواهد داد که اقدامات دولت‌ها برای حکمرانی بر پلتفرم‌ها، با سازوکارهای خود-حکمرانی پلتفرم‌ها پیوند خورده است.

حکمرانی پلتفرم‌ها: از حکمرانی توسط پلتفرم‌ها تا تعدیل محتوا

حکمرانی رسانه‌های اجتماعی و حکمرانی پلتفرم‌ها یکی از زیرمجموعه‌های حکمرانی اینترنت است که درون یک حوزه گسترده‌تر مطالعات اینترنت قرار دارد (Tan, ۲۰۱۸). حکمرانی بر پلتفرم و حکمرانی در پلتفرم‌ها از هم متمایز است. حکمرانی بر پلتفرم به معنای سیاست‌هایی است که طی دهه گذشته برای مشخص کردن مسئولیت‌ها یا عدم مسئولیت‌های پلتفرم‌ها در برابر محتواها و فعالیت‌های کاربران‌شان ظاهر شده است. رویکرد دوم شامل حکمرانی پلتفرم‌های آنلاین یا حکمرانی در پلتفرم‌ها است. این نوع حکمرانی شامل اصول و قواعد گوناگون اخلاقی، حقوقی، فرهنگی و نیز ابزارهای فنی است که توسط خود پلتفرم‌ها با هدف قاعده‌مندسازی محتوای در حال انتشار در بستر آن‌ها اجرا می‌شود. بنابراین، حکمرانی در پلتفرم یکی از لایه‌های حکمرانی پلتفرم‌ها است که طی آن مدیران پلتفرم‌ها تعاملات و محتوای کاربران را رصد می‌کنند و با ابزارهای مختلف از جمله مشارکت خود کاربران می‌کوشند از انتشار و اشتراک‌گذاری محتوای ناهنجار از جمله نقض حریم خصوصی و اطلاعات همراه‌کننده احتراز کنند.

همان‌طور که کلینجر، کریس و موتسوایرو^۱ (۲۰۲۴) گفته‌اند، در غیاب مقررات دولتی در بسیاری از کشورها، اما به دلیل فشار فزاینده افکار عمومی، بیشتر پلتفرم‌ها از سال ۲۰۰۸ اقدام به توسعه و پذیرش شکل‌های گسترده‌ای از خود-حکمرانی کرده‌اند. در ابتدا، برای نظارت بر محتوای پست‌ها یا نظرات در فیس‌بوک (متا) و سایر پلتفرم‌ها مقررات اندکی وجود داشت- چه به صورت خارجی به شکل قوانین و مقررات دولتی، و چه به صورت داخلی به شکل سیاست‌های پلتفرم‌ها. قوانین مرتبط با رفتار اعضای اجتماع کاربران (یا سایر قوانین پلتفرم) به طور کلی به شکل موردی پدیدار شدند و نیز به دلیل فشارهای سیاسی، توسعه یافتند.

همچنان که ژیلسپی (۲۰۱۸) اشاره می‌کند، این موضوع که چه محتوایی باید در رسانه‌های اجتماعی نمایش داده شوند و چه محتوایی خیر، موضوعی چالش‌برانگیز است که رسانه‌های اجتماعی، از پلتفرم‌های جهانی گرفته تا پلتفرم‌های ملی و محلی با آن دست به گریبان هستند. به ویژه این موضوع در رسانه‌های اجتماعی اهمیت مرکزی و قانونی دارد؛ به دلیل اینکه اساساً تولید محتوا در آن‌ها توسط کاربران عادی انجام می‌شود که عموماً دانش تخصصی و سواد خبر و اطلاع‌رسانی ندارد.

بازبینی محتوا یک بخش جدایی‌ناپذیر از مدیریت درونی محتوا در پلتفرم‌های بزرگ محسوب می‌شود و به دلیل ناتوانی دولت‌ها و نهادهای دولتی در تنظیم محتواهای کاربرساخته و نیز کندی روندهای قانونگذاری در مورد مسائل جدید رسانه‌ای، بیش از پیش در حفاظت از ارزش‌ها و هنجارهای جهانی و محلی، جایگاه مرکزی‌تری پیدا می‌کند. حتی، حکمرانی بر پلتفرم‌ها که در برخی نواحی همانند اتحادیه اروپا توسعه یافته است و نوعی مدل تنظیم‌گری مبتنی بر حفاظت از حقوق بنیادین شهروندان را به پیش می‌برد (Bradford,

1. Klinger, Kreiss & Mutsavairo

(۲۰۲۳)، اساساً بر رویکرد خودحکمرانی پلتفرم‌ها وابسته است. توسعه هوش مصنوعی و یادگیری ماشین در کنار مجموعه اسناد داخلی پلتفرم‌ها که می‌توان آن را قانون اساسی پلتفرمی^۱ نامید، برای فهم نحوه تنظیم‌گری رسانه‌های اجتماعی (Flew, 2021) اهمیت حیاتی دارد.

حق حاکمیت دیجیتال

حق حاکمیت دیجیتال در راستای احیاء حق حاکمیت در فضای مجازی قابل فهم است. به گفته پال و تیل^۲ (۲۰۲۰) مفهوم حاکمیت دیجیتال به یک اصطلاح قدرتمند در گفتمان سیاسی تبدیل شده است که به دنبال بازگرداندن جایگاه دولت ملی، از جمله اقتصاد ملی و شهروندان کشور، به عنوان یک مقوله مرتبط در حاکمیت جهانی زیرساخت‌های دیجیتال و توسعه فناوری‌های دیجیتال است. به عبارت دیگر، اصطلاح حاکمیت دیجیتال توسط دولت‌ها برای بیان این ایده استفاده شده است که دولت‌ها باید دوباره قدرت خود را بر اینترنت تثبیت کنند و از شهروندان و کسب‌وکار خود در برابر چالش‌های متعدد برای تعیین سرنوشت در حوزه دیجیتال محافظت کنند.

حق حاکمیت دیجیتال به‌طور خاص در سطح اتحادیه اروپا مطرح و پیگیری شده است. رهبران وقت چهار کشور اروپایی شامل آلمان، فنلاند، استونی و دانمارک طی یک بیانیه در مارس ۲۰۲۱ مشترک به رئیس کمیسیون اروپا خواستار تسریع در حق حاکمیت دیجیتال و ایجاد بازار مشترک دیجیتال شدند. راهبران این چهار کشور نوشته بودند که «حاکمیت دیجیتال» به معنای افزایش توان فناوری اروپا و توانایی آن در برقراری ارزش‌ها و قواعد در دنیایی است که محوریت آن فناوری است و در حال حاضر تحت سلطه کشورهای دیگر قرار دارد. (Flemming, 2021)

یکی از دلایل عمده طرح ایده حق حاکمیت دیجیتال در اتحادیه اروپا نگرانی نسبت به سلطه پلتفرم‌های بزرگ و به‌ویژه آمریکایی بر داده‌های شهروندان اروپایی بوده است. این موضوع که در فهرست بیست پلتفرم بزرگ جهانی هیچ نام اروپایی به چشم نمی‌خورد و بیش از ۹۰ درصد از داده‌های داده‌های غربی در آمریکا میزبانی می‌شود، نگرانی‌های عمده برای طرح حق حاکمیت اروپا بر بازار دیجیتال و نیز حاکمیت داده بوده‌اند.

روش تحقیق

روش‌شناسی این مقاله از نوع تحلیل سیاست است. همان‌طور که اسپرینگیت-باگینسکی و سوسان^۳ (۲۰۰۲) بحث می‌کنند، یکی از ابزارهای تحلیل سیاست‌ها مرور اسناد است. این امر مستلزم، شناسایی، گردآوری و تحلیل اسناد و سیاستی و مطالب مرتبط است. منبع اصلی گردآوری داده‌ها برای تحلیل و ارزیابی و نیز استخراج سازوکارها و شیوه‌های عمل پلتفرم مورد نظر ما یعنی (متا) اسناد و مقرراتی است که

1. platform constitution

2. Pohle & Thiel

3. Springate-Baginski & Soussan

این شرکت دیجیتال منتشر کرده است. منبع اصلی گردآوری اسناد مرتبط با نحوه بازبینی توسط پلتفرم‌ها، نیز اسناد و مدارکی است که توسط متا و یا در منابع دیگر منتشر شده است. شرایط ارائه خدمت معمولاً اصلی‌ترین سند راهنمای عمل مدیران پلتفرم و نیز وظایف و مسئولیت‌های کاربران است. علاوه بر آن طیفی از اسناد و مقررات گوناگون همانند خط‌مشی داده و حریم خصوصی نیز راهنمای عمل اصلی انتشار محتوای کاربرساخته در پلتفرم‌های مختلف از جمله متا محسوب می‌شود. علاوه بر اسناد فوق طیفی از مدارک گوناگون از قبیل گزارش‌ها، دستورالعمل‌ها، مصاحبه‌ها، گزارش‌های پلتفرم‌ها و نیز گزارش‌های نهادهای ناظر و محققان و همین‌طور مصاحبه‌های انجام شده توسط مدیران این پلتفرم به عنوان منابع دیگر برای شناسایی و استخراج سازوکارهای عملیاتی، تکنیک‌ها و نیز رویکردهای کلان خودحکمرانی مورد تحلیل قرار گرفته است. درمجموع این اسناد مورد تحلیل و مطالعه قرار گرفته‌اند و بر مبنای ادبیات نظری مقاله برخی مقوله‌های کلی استخراج شده‌اند که در ادامه توضیح داده می‌شوند.

تحلیل یافته‌ها

یافته‌های این مقاله در دو بخش ارائه می‌شود. بخش نخست به تحلیل نحوه انجام بازبینی محتوا در پلتفرم جهانی فیس‌بوک (متا) اختصاص دارد. سپس در بخش دوم سیاست‌های بین‌المللی در مواجهه با سلطه حکمرانی شرکت‌های دیجیتال بررسی می‌شود. این بخش به‌طور خاص بر اتحادیه اروپا به عنوان یک دولت منطقه‌ای پیشرو در تدوین مقررات مرتبط با حکمرانی پلتفرم‌ها و نیز کشور آلمان تمرکز خواهد شد.

پلتفرم متا

گرچه در اینجا بیشتر از شبکه اجتماعی فیس‌بوک نام برده می‌شود اما مجموعه اصول و مقرراتی که در مورد آن‌ها بحث شده است، به همه زیرمجموعه‌های متا از جمله فیس‌بوک، واتساپ و اینستاگرام اعمال می‌شود. در تاریخ ۲۸ اکتبر ۲۰۲۱ شرکت فیس‌بوک به شرکت پلتفرم‌های متا و یا به‌طور خلاصه متا تبدیل شد. در حاضر یک سوم جمعیت جهان از یکی از پلتفرم‌های زیرمجموعه متا شامل فیس‌بوک، مسنجر، واتساپ و اینستاگرام استفاده می‌کنند. (Bucher, 2021) پس از یوتیوب به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های شرکت آلفابت (گوگل)، پیام‌رسان واتساپ (دو میلیارد کاربر)، شبکه اجتماعی اینستاگرام (یک میلیارد و ۴۰۰ میلیون نفر) و فیس‌بوک مسنجر (یک میلیارد نفر) قرار دارند که همگی زیرمجموعه متا هستند. (Dixon, 2021)

مقابله با محتوای زیان‌آور به مثابه خط‌مشی اصلی فیس‌بوک

بازبینی محتوا در فیس‌بوک به کمک عوامل انسانی و ماشینی صورت می‌گیرد و فیس‌بوک نیز همانند سایر پلتفرم‌های بزرگ تلاش می‌کند تا به کاربرد همزمان این دو دسته از عوامل فیس‌بوک را به مکانی ایمن و به دور از محتوای زیان‌آور تبدیل کند.



به گفته سینگ^۱ (۲۰۱۹) بزرگ‌ترین اقدامات مرتبط با بازبینی محتوا در فیس‌بوک انجام می‌شود و علاوه بر این بیشترین میزان تحقیق و بررسی در مورد کردارها و تصمیم‌گیری‌ها در مورد بازبینی محتوا مرتبط با فیس‌بوک است. یکی از دلایل آن این است که این پلتفرم بزرگترین رسانه اجتماعی در جهان است. فیس‌بوک از ابزارهای پایش و رصد محتوا در مرحله پیش از انتشار بهره می‌برد. به طوری که همه محتواهای کاربرساخته به محض اشتراک‌گذاری یا پست شدن در این شبکه در طی یک فرایند خودکار بازبینی می‌شوند. این پلتفرم از روش بازبینی محتوا به روش پس از رخداد نیز استفاده می‌کند و مجموعه‌ای از الگوریتم‌های متفاوت برای نظارت بر و شناسایی محتواهای قابل اعتراض را به کار می‌برد.

شرایط ارائه خدمت، خط‌مشی داده و استانداردهای اجتماعی سه سند اصلی راهنمای حکمرانی توسط فیس‌بوک است که به‌طور کلی مورد مرور قرار می‌گیرند.

شرایط ارائه خدمت

همانند بسیاری از پلتفرم‌های بزرگ و کوچک دیگر، شرایط ارائه خدمت^۲ اصلی‌ترین سند راهنمای بازبینی محتواهای کاربرساخته است که البته همیشه چالش‌هایی در پی داشته است. به گفته فن دایک (۱۳۹۶) شرایط ارائه خدمات فیس‌بوک به‌طور دائمی موضوع جدال برای کاربران بوده است. شکایت‌ها بر سطح کنترل بر تنظیمات حریم خصوصی، نظارت و داده‌کاوی و نیز طولانی بودن و پیچیدگی شرایط ارائه خدمت این شرکت تمرکز کرده بودند. سازمان‌های دولتی، گروه‌های مدافعه و کاربران به یک میزان اعتراضهایی را مطرح کرده بودند. شاید به دلیل این نقدها بود که این شرکت به‌طور دائم شرایط ارائه خدمات خود را تغییر داده است. (ص. ۱۰۴)

همان‌طور که در سند ارائه خدمت فیس‌بوک توضیح داده شده است^۳، مقابله با رفتار زیان‌آور و نیز حفاظت و پشتیبانی از اجتماع کاربران فیس‌بوک به منزله یکی از خدماتی معرفی شده که این پلتفرم به کار کاربران خود ارائه می‌کند. بر این اساس متولیان فیس‌بوک می‌گویند: «ما تیم‌های اختصاصی را در سرتاسر جهان استخدام می‌کنیم و سیستم‌های پیشرفته فنی را برای کشف سوءاستفاده از محصولات مان، رفتار آسیب‌زا نسبت به دیگران و نیز شناسایی موقعیت‌هایی را به کار می‌بریم تا بتوانیم به پشتیبانی یا حفاظت از اجتماع مان کمک کنیم. اگر ما از محتواها یا رفتارهایی از این قبیل مطلع شویم، دسترسی به برخی ویژگی‌ها را محدود می‌کنیم، یک حساب کاربری را غیرفعال می‌کنیم یا برای اعمال قانون اقدام می‌کنیم» (Facebook, 2022).

علاوه بر شرایط ارائه خدمت، استانداردهای اجتماع^۴، شرایط تجاری^۵، خط‌مشی‌های آگهی‌دهی^۶، شرایط

1. Singh
2. Terms of Service (TOS)
3. <https://www.facebook.com/legal/terms>
4. Community Standards
5. Commercial Terms
6. Advertising Policies

آگهی در خدمت خود^۱، خط‌مشی صفحه‌ها، گروه‌ها و رویدادها^۲، خط‌مشی پلتفرم فیس‌بوک^۳، شرایط پرداخت توسعه‌دهنده^۴، شرایط پرداخت اجتماع^۵، خط‌مشی‌های تجارت^۶، منابع برند فیس‌بوک^۷، دستورالعمل موسیقی^۸، خط‌مشی زنده^۹ و نیز شرایط خدمات پیام‌رسانی برای اتحادیه اروپا، منطقه اقتصادی اروپا^{۱۰} و کاربران انگلستان مجموعه قواعدی هستند که راهنمای عمل فیس‌بوک محسوب می‌شوند.

استانداردهای اجتماع به مثابه مرحله تنظیم‌گری حکمرانی (بازبینی محتوا)

مهم‌ترین سند یا دستورالعملی که بازبینی محتوا در فیس‌بوک را هدایت می‌کند، استانداردهای اجتماع است. به‌طورکلی استانداردهای اجتماعی در بخشی با عنوان مرکز شفافیت^{۱۱} قرار گرفته است که شامل خط‌مشی‌ها، اعمال مقررات، ویژگی‌ها، هیئت نظارت^{۱۲} و داده‌ها نیز هست. (Facebook Transparen- cy Center, 2022) فیس‌بوک خود را متعدد می‌داند تا به مردم صدا بدهد و در ضمن ایمنی آن‌ها را نیز حفظ کند. از سال ۲۰۱۶ فیس‌بوک از راهبرد «حذف، کاهش، آگاه‌سازی»^{۱۳} برای مدیریت محتوا در فناوری‌های مختلف زیرمجموعه فیس‌بوک استفاده می‌کند. فیس‌بوک خط‌مشی‌هایی را تدوین کرده است که مشخص می‌کنند چه محتواهایی در فیس‌بوک مجاز و چه محتواهایی غیرمجاز هستند. هدف استانداردهای اجتماعی مشخص کردن محتواهای مجاز و غیرمجاز در فیس‌بوک است. استانداردهایی که برای مقابله با محتوای زیان‌آور تدوین شده‌اند شامل دسته‌های گوناگونی هستند. خشونت و رفتار جنایی، ایمنی، رفتار قابل اعتراض، یکپارچگی و سندیت، توجه به مالکیت معنوی و درخواست‌ها و تصمیم‌گیری در مورد محتوا است.

شیوه‌های گوناگون مقابله با محتوای زیان‌آور

فیس‌بوک به روش‌های مختلفی از حذف و تقلیل رده گرفته تا اطلاع‌رسانی نسبت به اعمال قانون یا حکمرانی نسبت به این محتواهای زیان‌آور یا آسیب‌رسان اقدام می‌کند. محتواهایی که آشکارا برخلاف استانداردهای

1. Self-Serve Ad Terms
2. Pages, Groups and Events Policy
3. Developer Payment Terms
4. Developer payment Terms
5. Community Payment Terms
6. Commerce Policies
7. Facebook Brand Resources
8. Music Guidelines
9. Live Policies
10. EEA
11. Transparency Center
12. Oversight
13. remove, reduce, inform

اجتماعی فیس‌بوک و نیز دستورالعمل اجتماعی اینستاگرام باشند حذف می‌شوند. تقلیل رده نسبت به محتواهایی اعمال می‌شود که سبب ایجاد تجربه ناخوشایند برای کاربران فیس‌بوک و اینستاگرام شوند. در این مرحله میزان انتشار این نوع محتواها کاهش می‌یابد. همچنین در صورتی که برخی محتواها به شکل بالقوه حساسیت‌زا یا گمراه‌کننده باشند نسبت به هم‌رسانی آن‌ها هشدار داده می‌شود. بنابراین، اقداماتی که فیس‌بوک علیه محتواها، صفحه‌ها و گروه‌های تخطی‌کننده انجام می‌دهد طیفی از اقدامات مختلف از تنزل تا حذف را دربرمی‌گیرد.

همچنین، یکی دیگر از اقداماتی که فیس‌بوک برای اعمال مقررات یا حکمرانی نسبت به محتواهای کاربرساخته به کار می‌برد، نظام هشدار است که البته این روند می‌تواند به مسدودسازی نیز منجر شود. در بیشتر تخلف‌ها معمولاً ارسال اولین هشدار به معنای این است که مسدودسازی صورت نخواهد گرفت. مسدودسازی‌ها اکثراً در مورد حساب‌های کاربری صورت می‌گیرد اما صفحه‌هایی که به یک فرد تعلق دارند نیز امکان دارد مشمول مسدودسازی شود. در مورد بیشتر تخطی‌ها در فیس‌بوک، ارسال هشدارها می‌تواند به برخی مسدودسازی‌ها، از یک تا سی روز ممانعت از انتشار محتوا منجر شود. (Facebook Transparency Center, 2022)

مرحله نهایی یا شدیدترین اقدام شامل حذف صفحه و گروه‌ها است. فیس‌بوک برخی حساب‌های کاربری و گروه‌ها را که به شکل مکرر اقدام به نقض استانداردهای اجتماعی فیس‌بوک کنند حذف می‌کند. (Facebook, 2021)

بخش بعدی این مقاله به بحث درباره سازوکارهای اتحادیه اروپا و کشور آلمان برای مواجهه با نفوذ فزاینده شرکت‌های دیجیتالی پلتفرمی می‌پردازد.

سیاست‌های اروپایی مقابله با محتواهای زیان‌آور شرکت‌های پلتفرمی

در سالیان اخیر نگرانی‌ها نسبت به مخاطراتی که انواع محتواهای زیان‌آور برای کاربران دارد، سبب شده است تا دولت‌ها و نیز سازمان‌ها و نهادهای فراملی و بین‌المللی تمهیداتی را برای مقابله با این نوع محتواها و حفاظت از شهروندان در پیش بگیرند. بسیاری از این دولت‌ها ضمن پذیرش نوعی حق حاکمیت اشتراکی با پلتفرم‌های دیجیتالی جهانی، تلاش کرده‌اند تا با تکیه بر سازوکارهای تعدیل محتوا در این پلتفرم‌ها، آن‌ها ملزم کنند متناسب با قوانین ملی خود از انتشار محتواهای غیرقانونی ممانعت به عمل بیاورند و از حق حاکمیت و قلمرو ارضی خود پاسداری کنند. این موضوع به‌ویژه در سطح اتحادیه اروپا مصداق دارد. زیرا همان‌طور که بردفورد (۲۳) می‌نویسد، این اتحادیه توانسته است بر اساس مدل تنظیم‌گری و حکمرانی خود که شامل حفاظت از حقوق بنیادین شهروندان این کشور است، مقررات مختلفی را برای وادار کردن پلتفرم‌های بزرگ جهانی برای تبعیت از قوانین ملی و در سطح اتحادیه تصویب کند. به همین دلیل این مقاله بر اتحادیه اروپا و یک کشور پیشرو واقع در آن یعنی آلمان تمرکز دارد تا شریک مساعی دولت این کشور و پلتفرم‌ها را بررسی کند.

بدون تردید، پلتفرم‌های بزرگ آمریکایی اکنون بر بخش عمده‌فرایند تولید و انتشار داده در سرتاسر جهان سیطره دارند. این سلطه سبب نگرانی مقامات سیاسی کشورهای مختلف شده است که پیشتر به آن اشاره شد. در

سطح اتحادیه اروپا به منزله بخشی از غرب نیز نگرانی نسبت به از دست رفتن حاکمیت دیجیتال از یک طرف و نیز سلطه شرکت‌های آمریکایی بر فرایند تولید و انتشار داده‌ها و محتوا که منطبق با ارزش‌های فرهنگی اروپایی نیست احساس می‌شود. بنابراین، در برابر سلطه شرکت‌های غول آسای فناوری آمریکایی اقداماتی در سطح برخی مناطق و برخی کشورها از منظر مقابله با محتواهای زیان آور اندیشیده شده است. مرور سیاست‌های تعدیل محتوا و نیز سیاست‌های کشورها و مناطق مختلف نسبت به پلتفرم‌های بزرگ و درخواست از آن‌ها برای حذف محتوایی که با ارزش‌های کشورهای مورد نظر منافات دارند، چشم اندازی را از منظر جهت گیری نسبت به شیوه و سیاست کشورهای مختلف برای مقابله با این نوع آسیب‌ها پیش روی ما می‌گشاید.

اتحادیه اروپا

در سطح اتحادیه اروپا تلاش‌های متعددی برای حکمرانی بر پلتفرم‌ها انجام شده است. از جمله می‌توان به مقررات عمومی حفاظت از داده‌ها^۱ اشاره کرد که هدف آن حفاظت از داده‌های شخصی کاربران اروپایی است. این قانون که در تاریخ ۲۵ مه ۲۰۱۸ به اجرا گذاشته شده است، قواعد و مقررات منسجمی را برای حفاظت از داده‌ها در سطح اتحادیه اروپا شکل داده است. همه شرکت‌هایی که قصد دارند داده‌های شخصی افراد در اتحادیه اروپا پردازش کنند، بدون توجه به موقعیت آن‌ها باید منطبق با این مقررات عمل نمایند. دو قانون دیگر نیز در زمینه فعالیت پلتفرم‌ها در سطح اتحادیه اروپا در حال تدوین و تصویب است. قانون اول، قانون بازارهای دیجیتال^۲ نام دارد که هدف آن تلقی پلتفرم‌های بزرگ به منزله دروازه بان و ایجاد یک فضای رقابتی منصفانه و جلوگیری از انحصارگرایی شرکت‌های دیجیتالی است. این قانون توسط کمیسیون اروپا تهیه و پیشنهاد شده است و به دنبال ایجاد رقابت در سطح بازارهای دیجیتال واقع در اتحادیه اروپا از طریق جلوگیری از سوءاستفاده شرکت‌های بزرگ از سهم خود از بازار و فراهم کردن امکان ورود بازیگران جدید است.

در مقابل قانون بازارهای دیجیتال که حفاظت از منافع شرکت‌های کوچک و جلوگیری از قدرت یابی و سیطره شرکت‌های بزرگ است، قانون خدمات دیجیتال^۳ بهبود نحوه تعدیل محتوا و مقابله با محتوای غیرقانونی در پلتفرم‌های برخط است. بر اساس آنچه در صفحه مربوط به این قانون در سایت کمیسیون اروپا نوشته شده است، هدف این قانون حفاظت بهتر از مصرف کنندگان و تأمین حقوق اساسی آن‌ها در فضای برخط، ایجاد چارچوبی نیرومندی برای شفافیت و مسئولیت پذیری آشکار برای پلتفرم‌های برخط و نیز ترویج نوآوری، رشد و رقابت در سطح بازار واحد اروپایی است. در صورت تصویب نهایی این قانون شهروندان از برخی مزیت‌ها بهره مند می‌شوند که شامل انتخاب بیشتر با قیمت‌های کمتر، حفاظت بهتر از حقوق بنیادین آن‌ها و نیز مواجهه کمتر با محتوای غیرقانونی است. این قانون در مورد خدمات واسطه‌ای برخط که شهروندان اروپایی از آن‌ها هرروز استفاده می‌کنند کاربرد دارد. علاوه بر این واسطه‌ها که زیرساخت شبکه را دربرمی

1. General Data Protection Regulation

2. Digital Markets Act

3. Digital Services Act

گیرد و شامل تأمین کنندگان دسترسی به اینترنت، شرکت‌های ثبت نام دامنه است، پلتفرم‌های برخط که سبب ایجاد ارتباط میان فروشندگان و خریداران می‌شوند، فروشگاه‌های کارافزار و پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی است. همچنین این قانون به پلتفرم‌های بسیار بزرگ که موجب مخاطرات خاص از قبیل انتشار محتوای غیرقانونی و آسیب‌های اجتماعی می‌شوند نیز مرتبط است. قانون خدمات دیجیتال به نحوی قابل ملاحظه سبب بهبود سازوکارهای حذف محتوای غیرقانونی و حفاظت مؤثر از حقوق بنیادین برخط کاربران از جمله آزادی بیان می‌شود. (European Commission, 2021)

به‌طورکلی یکی از اهداف این قانون تعیین رویه مقابله پلتفرم‌های بزرگ همانند فیس بوک و یوتیوب با محتوای غیرقانونی است. به عبارت دیگر هدف آن نظارت بر کردارهای تعدیل محتوا در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی است.

دی استریل و همکارانش (۲۰۲۰) به درخواست یکی از نهادهای زیرمجموعه پارلمان اروپا گزارش جامعی را در مورد چارچوب تنظیم‌گری اروپا در مورد محتوای غیرقانونی تهیه کرده است. این مروری کلی درباره خط‌مشی کشورهای مختلف واقع در اتحادیه اروپا و نیز کردارهای پلتفرم‌ها برای مقابله با انتشار محتوای غیرقانونی و زیان آور محسوب می‌شود. طبق این گزارش به‌طورکلی در قوانین اتحادیه اروپا چهار نوع محتوا غیرقانونی وجود دارد که عبارتند از: سوءاستفاده جنسی از کودکان؛ گفتار نفرت‌پراکنانه نژادپرستانه و نیز بیگانه‌هراسانه؛ محتوای تروریستی و نیز محتوایی که در آن‌ها حقوق مالکیت معنوی نقض شده است. به جز این موارد در میان کشورهای اروپایی در مورد محتوای غیرقانونی در فضای برخط وجود ندارد و در کشورهای مختلف امکان دارد یک نوع محتوا به منزله غیرقانونی، قانونی اما زیان‌آور یا قانونی و غیرزیان‌آور محسوب شود. بر اساس مصوبه چارچوب ضدتروریسم^۱ فقط گفتارهای نفرت‌پراکنانه نژاد و بیگانه‌هراسانه غیرقانونی است اما برخی کشورها حدود این نوع گفتار را توسعه داده‌اند و نفرت‌پراکنی در مواردی همانند دین، معلولیت و گرایش جنسی را نیز غیرقانونی تلقی کرده‌اند. همچنین اطلاعات گمراه‌کننده برخط به خودی خود غیرقانونی نیست اما از آنجا که می‌تواند برای تشکیل عقاید آگاهانه زیان‌آور باشد به جامعه آسیب بزند.

برخی از این قواعد که به شکل افقی ذکر شده‌اند می‌توانند در همه دسته‌های پلتفرم‌های برخط و نیز همه انواع محتوا اعمال شوند که از جمله آن‌ها می‌توان به دستورالعمل تجارت الکترونیک^۲ اشاره کرد. برخی از قواعد دیگر همانند دستورالعمل بازنگری شده خدمات رسانه‌های صوتی-تصویری شامل قوانین سختگیرانه تری است که پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری ویدئو را دربرمی‌گیرد. برخی از قوانینی که در سطح عمودی ذکر شده‌اند نقش مکمل را نسبت به چهار نوع محتوای قانونی دارند که بر اساس قوانین اتحادیه اروپا غیرقانونی محسوب می‌شوند.

مقرراتی در سطح اتحادیه اروپا نسبت به موضوع تعدیل محتوای کاربرساخته و مقابله با محتوای غیرقانونی وجود دارد، از جمله آن‌ها می‌توان به دستورالعمل تجارت الکترونیک و نیز دستورالعمل خدمات

1. Counter-Racism Framework Decision (CRFD)

2. e-Commerce Directive

رسانه‌های صوتی-تصویری^۱ و نیز قانون سوءاستفاده و استثمار جنسی کودکان^۲، دستورالعمل ضدتروریسم^۳ و نیز قانون حق مؤلف در بازار واحد دیجیتال^۴ اشاره کرد.

علاوه بر قوانین در سطح اتحادیه اروپا باید به برخی قوانین ملی نیز اشاره کرد. در سطح اتحادیه اروپا کشورهای انگلستان، فرانسه و نیز آلمان پیشگام بوده اند. در جدول (۱)، خلاصه ای از برخی مقررات این سه کشور که ناظر بر تعدیل محتوای غیرقانونی و زیان آور هستند ذکر شده است.

جدول (۱): مهم‌ترین قوانین در کشورهای پیشرو اروپایی در مورد محتوای غیرقانونی. منبع: دی استریل و همکاران (۲۰۲۰).

کشور و ابزارها	آلمان	فرانسه	انگلستان
	NetzDG	قانون Avia قوانین مربوط به دستکاری اطلاعات	سند آسیب‌های برخط
مقوله پلتفرم برخط	شبکه‌های اجتماعی بیش از دو میلیون کاربر ثبت نام کرده در آلمان	پلتفرم‌های برخط که طرف‌های مختلف را به هم مرتبط می‌کنند تا محتوای عمومی را به اشتراک بگذارند و نیز موتورهای جستجو که فعالیت آن‌ها در فرانسه از یک آستانه معین فراتر می‌رود.	پلتفرم‌های برخط که فعالیت آن‌ها در قلمرو فرانسه تعداد فعالیت آن‌ها از ۵ میلیون کاربر منحصر بفرد در طی یک ماه فراتر می‌رود. همچنین امکان اعمال برخی تمهیدات نسبت به پلتفرم‌های میزبان و تأمین کنندگان اینترنت وجود دارد.
			شرکت‌های تأمین‌کننده رسانه‌های اجتماعی یا خدمات پیام‌رسانی برخط که در انگلستان به کار می‌روند: پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، تأمین کنندگان میزبانی ابری، سایت‌های میزبانی فایل، فروم‌های گفتگوی عمومی، خرده‌فروشی‌هایی که امکان بررسی محصولات را فراهم می‌کنند، خدمات پیام-رسان و موتورهای جستجو.

1. Audio-visual Media Service Directive (AVMSD)
2. Child Sexual Exploitation and Abuse Directive
3. Counter-Terrorism Directive
4. Directive on Copyright in the Digital Single Market

نوع محتوای غیرقانونی برخط	۲۲ مورد نقض قانون جنایی آلمان	برخی از موارد نقض قانون که از پیش در حقوق فرانسه وجود داشته است، همانند سوءاستفاده جنسی از کودکان، تروریسم، تحریک به خشونت، گفتار نفرت پراکنانه با تعریفی گسترده، آزار جنسی	اطلاعات کذب مصنوعی یا خودکار که به شکل عمدی و به شکلی آشکار در طول دوره‌های انتخاباتی منتشر می‌شوند و می‌توانند به شکلی فاحش درستی نتایج را به تغییر دهند.	برخی آسیب‌های برخط همانند سوءاستفاده و استثمار جنسی کودکان، تروریسم، هرزه‌نگاری تلافی‌جویانه، جرم ناشی از نفرت، آزار سایبری، اطلاعات گمراه‌کننده
الزامات	ایجاد رویه مناسب برای گزارش محتوای غیرقانونی ذخیره‌سازی محتوای حذف شده به منزله مدرک به مدت ده هفته	-ایجاد نظام یکپارچه گزارش‌دهی برای محتوای غیرقانونی در مورد همه انواع پلتفرم‌های برخط -ذخیره‌سازی محتوای حذف شده برای همکاری با مقامات قضایی -ایجاد سازوکارهای منازعه داخلی -الزامات شفافیت -تعیین نماینده در فرانسه	-الزامات شفافیت در زمان انتخابات -امکان اینکه قضات بتوانند خلاصه‌ای از روند رسیدگی‌ها را مطالعه کنند تا بتوانند اقدامات لازم را علیه پلتفرم‌های میزبان و تأمین‌کنندگان اینترنت در طول دوران انتخابات انجام دهند تا از انتشار اطلاعات جعلی جلوگیری شود. -اعمال برخی اقدامات برای مقابله با انتشار اطلاعات کذب شامل ایجاد سازوکاری برای گزارش اطلاعات نادرست) -انتشار آمار گردآوری شده در مورد عملکرد الگوریتم -تعیین یک نماینده در فرانسه	-وظیفه قانونی مراقبت از شرکت‌ها: -شرایط ارائه خدمات مرتبط/شرایط استفاده -تصمیم‌گیری شفاف درباره اقداماتی که باید در واکنش به گزارش‌های مرتبط با آسیب‌ها اتخاذ شود. -سازوکارهای داخلی مؤثر برای طرح شکایت

زمان واکنش	حذف «محتوای آشکارا قانونی طی ۲۴ ساعت»	-حذف محتوای تروریستی و مطالب مرتبط با سوءاستفاده جنسی از کودکان طی یک ساعت -حذف «محتوای آشکارا غیرقانونی» طی ۲۴ ساعت
نقش تنظیم گر	شورای عالی سمعی-بصری در مبارزه علیه اطلاعات گمراه کننده مشارکت دارد و باید مطمئن شود که پلتفرم‌های برخپ به الزامات قانونی خود پایبند هستند.	شورای عالی سمعی-بصری اطمینان یابد که پلتفرم‌های برخپ و موتورهای جستجو به الزامات قانونی خود پایبند هستند.
مجازاتها	جریمه تا ۲۵۰ هزار یورو در صورت عدم حذف محتوای برخپ غیرقانونی. جریمه به میزان تا ۲۰ میلیون یورو یا ۴ درصد از گردش مالی سالیانه در سطح جهان برای پلتفرم‌های برخپ و موتورهای جستجو که با اقدامات درخواست شده از طرف شورای عالی سمعی-بصری موافقت نکنند. سایر مجازهای سنگین برای کاربران اینترنت که به شکل داوطلبانه گزارش‌های کذب منتشر می‌کنند.	جریمه تا ۷۵ هزار یورو برای الزامات شفافیت.

در جدول ۱) تصویری از وضعیت کنونی سه کشور پیشرو غربی درباره محتوای زیان آور ذکر شده است. در این قانون مواردی همانند دسته بندی پلتفرم برخط، نوع محتوای غیرقانونی، الزامات، زمان واکنش و مجازاتها ذکر شده است. علاوه بر جدول فوق، در ادامه مقاله در مورد کشور آلمان به طور مفصل تر بحث خواهد شد. یک دلیل آن مصوبه مفصلی است که در این کشور تصویب شده است و پلتفرم‌های مختلف از جمله فیس بوک و گوگل آن را به رسمیت شناخته اند و حتی آن را به شرایط ارائه خدمت خود اضافه کرده اند و خود را موظف می دانند محتوای مغایر با مفاد آن را مسدود یا حذف کنند.

مصوبه بهبود اجرای قانون در شبکه‌های اجتماعی^۱ (NetzDG)

برخی کشورها از جمله آلمان قوانینی را در مورد مقابله با محتوای غیرقانونی و زیان آور تصویب کرده‌اند و در ضمن پلتفرم‌های بزرگ از جمله گوگل و فیس بوک را وادار کرده اند تا به این قوانین تن بدهند. یکی از مهم‌ترین قوانینی که در کشور آلمان منتشر شده است، مصوبه بهبود اجرای قانون در شبکه‌های اجتماعی است که از اکتبر ۲۰۱۷ اجرایی شده است.

به گفته تورک (۲۰۱۹) این قانون را می توان بزرگترین تلاش یک کشور غربی برای مسئول دانستن پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی برای مقابله با گفتار غیرقانونی برخط بر اساس قانون محلی در نظر گرفت. این قانون به دنبال وادار کردن پلتفرم‌های بزرگ به پاسخگویی و شفافیت است. هدف این قانون ایجاد دسته‌های جدیدی از محتوای غیرقانونی نیست بلکه اعمال مقررات بر اساس ۲۲ بند قانونی است که پیشتر در قوانین جنایی آلمان وجود داشته است. این قانون به پلتفرم‌هایی که بیش از ۲ میلیون کاربر دارند و در آلمان واقع شده اند اعمال می‌شود و پلتفرم‌ها را ملزم می‌کند تا سازوکاری را ایجاد کنند تا کاربران بتوانند شکایت‌های خود را درباره محتوای غیرقانونی مطرح کنند. پس از دریافت شکایت، پلتفرم‌ها باید در مورد غیرقانونی بودن آن‌ها تحقیق کنند و چنانچه آن محتوا آشکارا غیرقانونی باشد باید ظرف ۲۴ ساعت آن را حذف کنند اما در مورد سایر محتوای غیرقانونی پلتفرم‌ها به مدت هفت روز فرصت دارند تا اقدام لازم را انجام دهند. در صورتی که پلتفرم‌ها نتوانند وظایف تعیین شده را انجام دهند تا ۵۰ میلیون یورو جریمه می‌شوند. مورد دیگر به شفافیت مرتبط است. چنانچه میزان شکایت‌های دریافت شده در یک پلتفرم سالانه بیش از ۱۰۰ مورد باشد، پلتفرم موظف است تا هر شش ماه جزئیات نحوه انجام تعدیل محتوا را در مورد محتوای مورد نظر ارائه نماید. قانون بهبود اجرای قانون در شبکه‌های اجتماعی شامل سه ماده است. در بخش یک ماده یک این قانون قلمرو آن به این شکل توضیح داده شده است:

این قانون به همه ارائه کنندگان خدمات رسانه‌های دوربرد^۲ اعمال خواهد شد که با هدف کسب سود، پلتفرم‌های اینترنتی را اداره می‌کنند که هدف از طراحی آن‌ها ایجاد امکان برای کاربران برای اشتراک‌گذاری هر نوع محتوا با کاربران دیگر است و یا در دسترس قرار دادن محتوا در اختیار عموم (در شبکه‌های اجتماعی)

1. Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken

2. telemedia

است. پلتفرم‌هایی که محتوای روزنامه نگاری یا سردبیری ارائه می‌کنند، و مسئولیت محتوا برعهده خود ارائه کننده محتوا است، تشکیل دهنده شبکه‌های اجتماعی در مفهوم مورد نظر این قانون نخواهند بود. این قانون به پلتفرم‌هایی نیز اعمال خواهد شد که هدف از طراحی آن‌ها امکان برقراری ارتباط فردی یا انتشار محتوای خاص است. (آرشیو قانون آلمان، ۲۰۲۱)

همچنین در این قانون توضیح داده شده است که منظور از محتوای قانونی مواردی هستند که با اقدامات غیرقانونی توضیح داده شده در بخش‌های مختلف قانون جنایی آلمان انطباق داشته باشد. بخش دوم ماده اول شامل اجبار به گزارش دادن است. بر اساس این بند، شبکه‌های اجتماعی که در طول یک سال بیش از صد شکایت درباره محتوای غیرقانونی دریافت می‌کنند باید گزارش‌هایی را به زبان آلمانی درباره محتوای غیرقانونی در پلتفرم‌های خود ارائه کنند. همچنین از ارائه کنندگان شبکه‌های اجتماعی درخواست شده است تا رویه مؤثر و شفاف را نسبت به رسیدگی به شکایت‌ها درباره محتوای غیرقانونی در پیش بگیرند. این رویه باید به گونه ای باشد که طی آن اطمینان حاصل شود شرکت ارائه کننده خدمت شبکه اجتماعی:

۱. فوراً به شکایت توجه کند و بررسی کند که آیا محتوای گزارش شده در شکایت غیرقانونی و مشمول حذف است یا خیر و اینکه آیا باید دسترسی به محتوا مسدود شود یا نه،
۲. دسترسی به محتوایی که آشکارا غیرقانونی است طی ۲۴ ساعت پس از دریافت شکایت باید مسدود شود...
۳. فوراً دسترسی به همه محتواهای غیرقانونی را مسدود و یا اینکه آن‌ها حذف شوند که این موضوع طی هفت روز پس از دریافت شکایت صورت می‌گیرد... (آرشیو قانون آلمان، ۲۰۲۱).

از آنجا که پلتفرم‌های بزرگ خود را متعهد می‌دانند تا از این قانون تبعیت کنند، بنا بر مفاد ذکر شده گزارش‌هایی را با هدف شفاف سازی درخواست شده در این قانون در مورد اعمال این قانون منتشر می‌کنند. در گزارش شفاف سازی گوگل آمده است: «مصوبه بهبود اجرای قانون در شبکه‌های اجتماعی» همچنین شبکه‌های اجتماعی را ملزم می‌کند دو بار در سال گزارشی (گزارش شفاف سازی) درباره شیوه رسیدگی به این شکایت‌ها تهیه و منتشر کنند. ما با انتشار این گزارش، این تعهد را برآورده می‌کنیم. این گزارش را برای دوره‌های گزارش ژانویه تا ژوئن و ژوئیه تا دسامبر هر سال به روزرسانی می‌کنیم. گزارش پیش فرضی که اینجا در دسترس است دوره گزارش قبلی را پوشش می‌دهد، اما کاربران می‌توانند داده‌های دوره‌های گزارش قبلی را نیز مشاهده کنند (گزارش شفاف سازی گوگل، ۲۰۲۱).

پلتفرم بزرگ گوگل یکی از این شرکت‌های فناورانه است. گوگل در یک گزارش شفاف سازی که با زبان فارسی نیز در دسترس است، «تعداد حذف تحت مصوبه بهبود اجرای قانون در شبکه‌های اجتماعی» را ارائه کرده است.^۱ گزارشی که گوگل ارائه کرده است در مورد گوگل پلاس و نیز یوتیوب است که زیرمجموعه این شرکت

1. <https://transparencyreport.google.com/netzdg/overview?hl=fa>



قرار دارند. به نوشته گوگل این گزارش داده‌های مربوط به سازمان‌ها و روش‌های این شرکت درباره حجم شکایت‌ها و حجم محتوای حذف‌شده را ارائه می‌کند. همچنین این گزارش اطلاعاتی کلی درباره شیوه‌ها و خط‌مشی‌های حذف توسط گوگل را ارائه می‌کند. (گزارش شفاف سازی، ۲۰۲۱)

همچنین در ادامه این گزارش درباره احترام گوگل به قوانین آلمان آمده است:

ما به قوانین آلمان و قوانین محلی دیگر احترام می‌گذاریم. وقتی شکایت‌هایی برای برداشتن محتوای ظاهراً غیرقانونی دریافت می‌کنیم، آن‌ها را به دقت مرور می‌کنیم. اگر محتوا ناقض قوانین محلی باشد، محتوایی را که غیرقانونی تشخیص داده‌ایم به صورت محلی مسدود می‌کنیم. برای همه انواع درخواست‌های قانونی برداشتن محتوا همین رویکرد را داریم. همان طور که در این گزارش با جزئیات شرح داده‌ایم، تصمیم‌گیری درباره اینکه محتوایی تحت قوانین محلی غیرقانونی است می‌تواند یکی از دشوارترین تصمیم‌های ارزیابی قانونی باشد که بازبینان یوتیوب باید اتخاذ کنند. (گزارش شفاف سازی گوگل، ۲۰۲۱)

این مطلب به خوبی بیانگر همکاری پلتفرم‌های جهانی با یک دولت ملی است و زمینه را برای اعمال حق حاکمیت توسط یک دولت فراهم می‌کند.

محدودسازی محتوا توسط فیس‌بوک بر اساس قوانین ملی آلمان

یک موضوع حائز اهمیت در مورد رابطه بین حکمرانی پلتفرم‌ها و حاکمیت و حق حاکمیت دولت‌ها بر اراضی سرزمینی شان احترام به قوانین ملی و محلی است. پلتفرم‌ها ماهیتی جهانی و بین‌المللی دارند. آن‌ها شرکت‌های فناورانه فرامرزی با کاربرانی جهانی هستند که شامل شهروندان کشورهای مختلف است. یک چالش اساسی فعالیت پلتفرم‌ها منطبق با قوانین و مقررات کشورهای گوناگون است. آگاهی از این سازوکار در فیس بوک از این جهت اهمیت دارد که امکان درخواست از این پلتفرم برای عدم نمایش برخی محتواهای ضدملی و ضدینی در ایران وجود دارد.

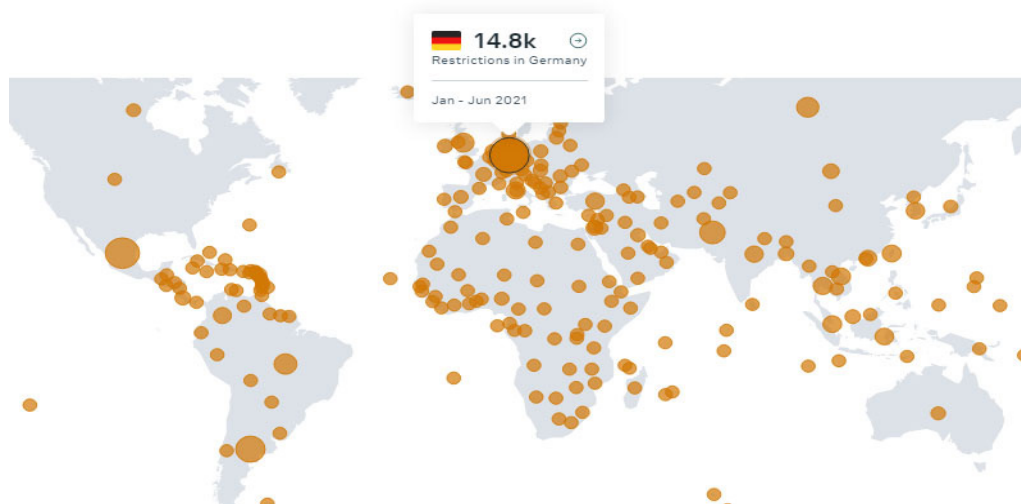
همچنان که که فیس بوک در قسمت مرکز شفافیت خود ذکر کرده است^۱، فیس بوک برخی محتواها را بر اساس قوانین محلی و نه صرفاً استانداردهای اجتماعی مسدود می‌کند. همان طور که فیس بوک در قسمت داده‌های مرکز شفافیت نوشته است:

وقتی به ما اطلاع داده شود که در فیس بوک یا اینستاگرام چیزی برخلاف قوانین محلی است، اما برخلاف استانداردهای اجتماع ما نیست، ما می‌توانیم دسترسی به آن محتوای به اصطلاح غیرقانونی را در آن کشور محدود کنیم.... ما گزارش‌هایی را از دولت‌ها و دادگاه‌ها و نیز از نهادهای غیردولتی همانند اعضای اجتماع فیس بوک و سازمان‌های مردم‌نهاد دریافت می‌کنیم. (فیس بوک، مسدودسازی محتوا بر اساس قوانین محلی، ۲۰۲۱)

در این صفحه گزارشی از اقدامات فیس بوک برای تبعیت از قوانین ملی ارائه شده است. این گزارش اطلاعات و داده‌های ارزشمندی را از منظر تلاش کشورهای مختلف برای درخواست از پلتفرم‌های بزرگ برای ملاحظه

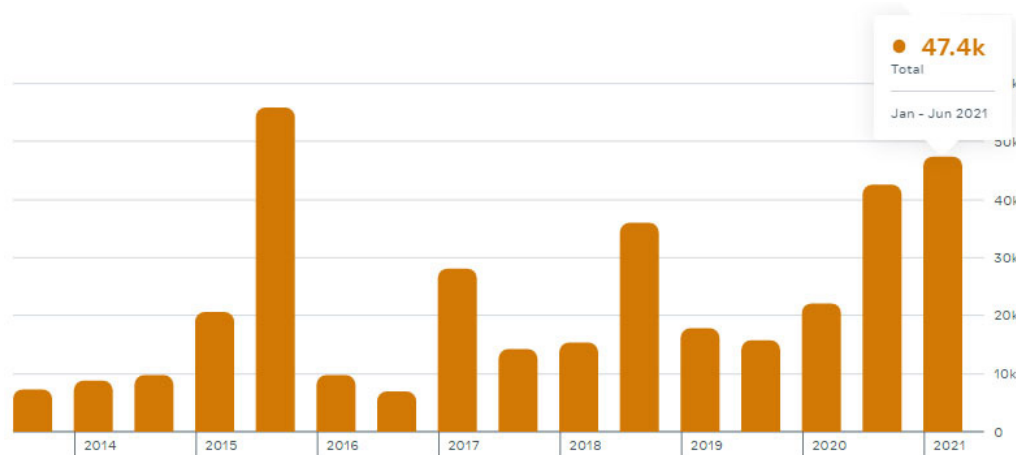
1. <https://transparency.fb.com/data/content-restrictions/>

قوانین محلی در مورد محتواهای غیرقانونی در اختیار ما قرار می دهد. در شکل ۱ موارد محدودسازی محتوا بر اساس درخواست دولت ها صورت گرفته است، تصویر کشورها در سطح جهان قابل مشاهده است.



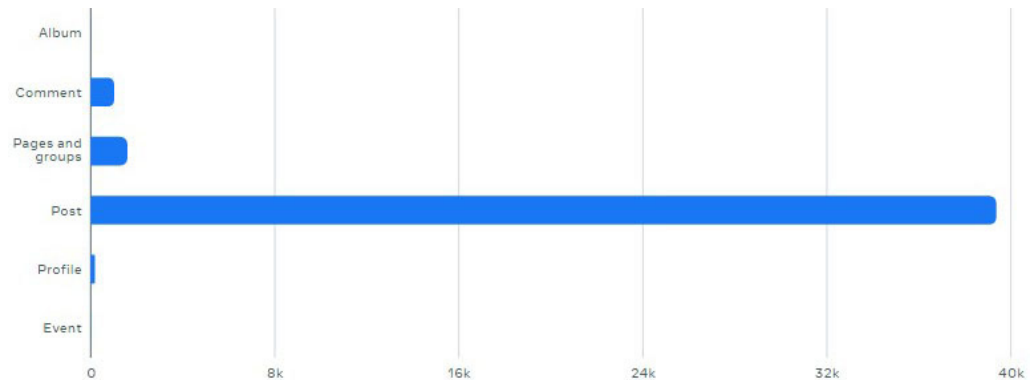
شکل ۲: مسدودسازی بر طبق خواست کشورها در نقاط مختلف جهان. منبع سایت فیس بوک (۲۰۲۲)

بر اساس آمار منتشر شده موارد مسدودسازی محتوا در آلمان بیش از سایر کشورهای مختلف است. طی فاصله زمانی ژانویه تا ژوئن ۲۰۲۱ در حدود ۱۴۸۰۰ محتوا در این کشور مسدود شده است که نسبت به کشورهای دیگر رقم قابل توجهی است. پس از آن کشور مکزیک با ۹۴۸۰ محتوا و پاکستان با ۳۲۶۰ مورد قرار دارد. آرژانتین و روسیه در رده های بعدی قرار دارند. این آمار نشان دهنده تنوع کشورها از یک سو و امکان واداشتن پلتفرم ها به تبعیت از قوانین محلی از سوی دیگر است. آماری که فیس بوک ارائه کرده است نشان می دهد در سال ۲۰۲۰، دوازده مورد مسدودسازی محتوا و در فاصله زمانی ژانویه تا ژوئن ۲۰۲۱ نیز سه مورد حذف محتوا بر اساس عدم تطابق با قوانین ایران انجام شده است.



شکل ۲: مسدودسازی محتوا طبق خواست کشورها. منبع: سایت فیس بوک (۲۰۲۲)

طبق شکل ۲) میزان مسدودسازی محتوا برای تبعیت از قوانین محلی و به درخواست کشورها عمدتاً صعودی بوده است. برای مثال در فاصله زمانی بین ماه‌های ژانویه تا ژوئیه ۲۰۲۱ حدود ۲۷ هزار و ۴۰۰ مورد محتوا حذف شده است.^۱



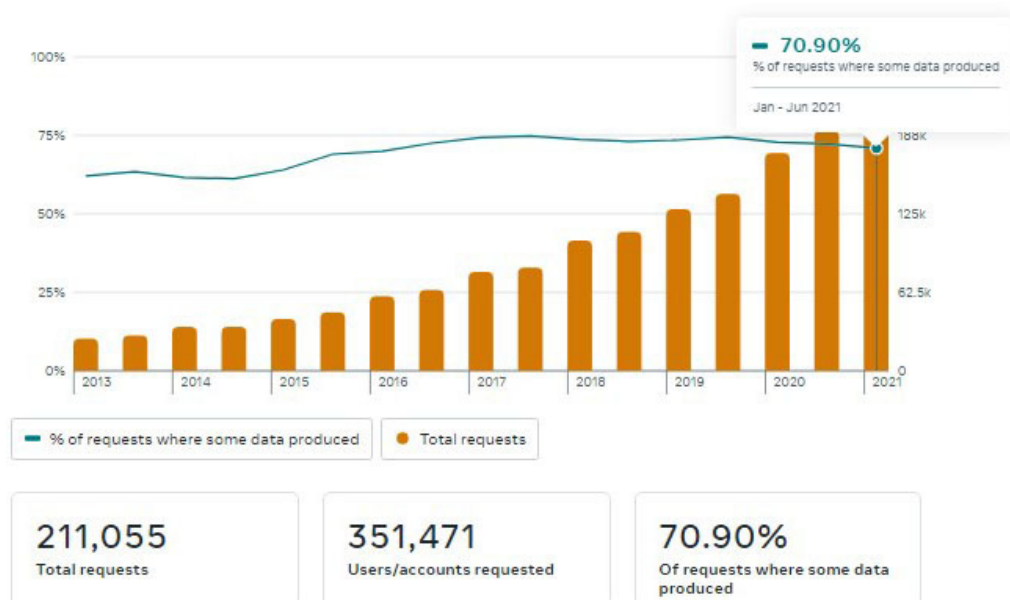
شکل ۳: انواع گوناگون محتوای حذف شده طبق خواست کشورها. منبع: سایت فیس بوک (۲۰۲۲)

شکل ۳) نشان می‌دهد که هر کدام از انواع محتواها چه سهمی در مسدودسازی داشته‌اند. در مجموع طی دوره زمانی فوق ۳۹ هزار و چهارصد مورد محتوا حذف شده است که بیشترین درصد از محتواهای حذف شده را دربرمی‌گیرد.

یکی دیگر از اقداماتی که فیس بوک انجام می‌دهد، پاسخ به درخواست دولت‌ها برای داده‌های کاربران است. فیس بوک گزارش‌هایی را منتشر می‌کند تا به‌طور شفاف اطلاعاتی را درباره ماهیت و میزان این درخواست و نیز خط‌مشی‌ها و فزاینده‌هایی که فیس بوک برای پاسخگویی طی می‌کند را بیان کند. طبق ادعای فیس بوک^۲ واکنش فیس بوک بر اساس قوانین قابل اعمال و نیز شرایط ارائه خدمت این پلتفرم است. فیس بوک پس از دریافت هر کدام از این درخواست‌ها آن‌ها را از منظر کفایت قانونی بودن بررسی می‌کند و سپس یا آن درخواست را رد می‌کند و یا اینکه اطلاعات دقیق‌تر و جزئیات بیشتر را در صورت ابهام یا کلی بودن درخواست طلب می‌کند.

1. <https://transparency.fb.com/data/content-restrictions/>

2. <https://transparency.fb.com/data/government-data-requests/>



شکل ۴: تغییر درخواست دولت‌ها برای مسدودسازی برخی محتواها. منبع: سایت فیس‌بوک (۲۰۲۲)

شکل ۴) نشانگر تعداد درخواست دولت‌ها از فیس‌بوک و نیز میزان پاسخ مثبت فیس‌بوک به این درخواست‌ها است. به عبارت دیگر تعداد درخواست‌ها طی سال‌های ۲۰۱۳ و ۲۰۲۱ نشان داده شده است. علاوه بر این می‌توان مشاهده کرده که فیس‌بوک در هر سال با چه میزان از کل درخواست کشورها یا بخشی از آن‌ها موافقت کرده است. در فاصل زمانی ژانویه تا ژوئیه ۲۰۲۱ یعنی طی یک دوره شش ماه بیش از ۲۱۱ هزار درخواست به فیس‌بوک رسیده است. بیش از ۳۵۱ مورد درخواست مربوط به کاربران یا حساب‌های کاربری بوده است و در مورد حدود ۷۱ درصد از موارد داده‌های درخواست شده تولید شده است. فیس‌بوک خود را موظف می‌داند تا از قوانین محلی تبعیت کند. از جمله می‌توان به ملاحظه قوانین کشور آلمان اشاره کرد. این پلتفرم بخشی از شرایط ارائه خدمت خود را به مصوبه بهبود اجرای قانون در شبکه‌های اجتماعی اختصاص داده است. فیس‌بوک در توضیح اعمال مقررات بر اساس مصوبه بهبود اجرای قانون می‌نویسد: این صفحه مصوبه بهبود اجرای قانون در شبکه‌های اجتماعی (NetzDG) را توصیف می‌کند و اطلاعاتی را درباره نحوه گزارش محتواهای غیرقانونی شناسایی شده بر اساس این قانون بیان می‌کند. NetzDG یک قانون آلمانی است که شبکه‌های اجتماعی را ملزم می‌کند تا رویه مشخصی را برای رسیدگی به شکایت‌ها درباره محتواهای غیرقانونی در پیش بگیرند... اگر باور دارید محتوایی که در فیس‌بوک منتشر شده است بر اساس NetzDG غیرقانونی است، می‌توانید بر اساس NetzDG روی دکمه زیر کلیک کنید. ثبت گزارش‌ها بر اساس NetzDG فقط به زبان آلمانی امکان پذیر است.^۱

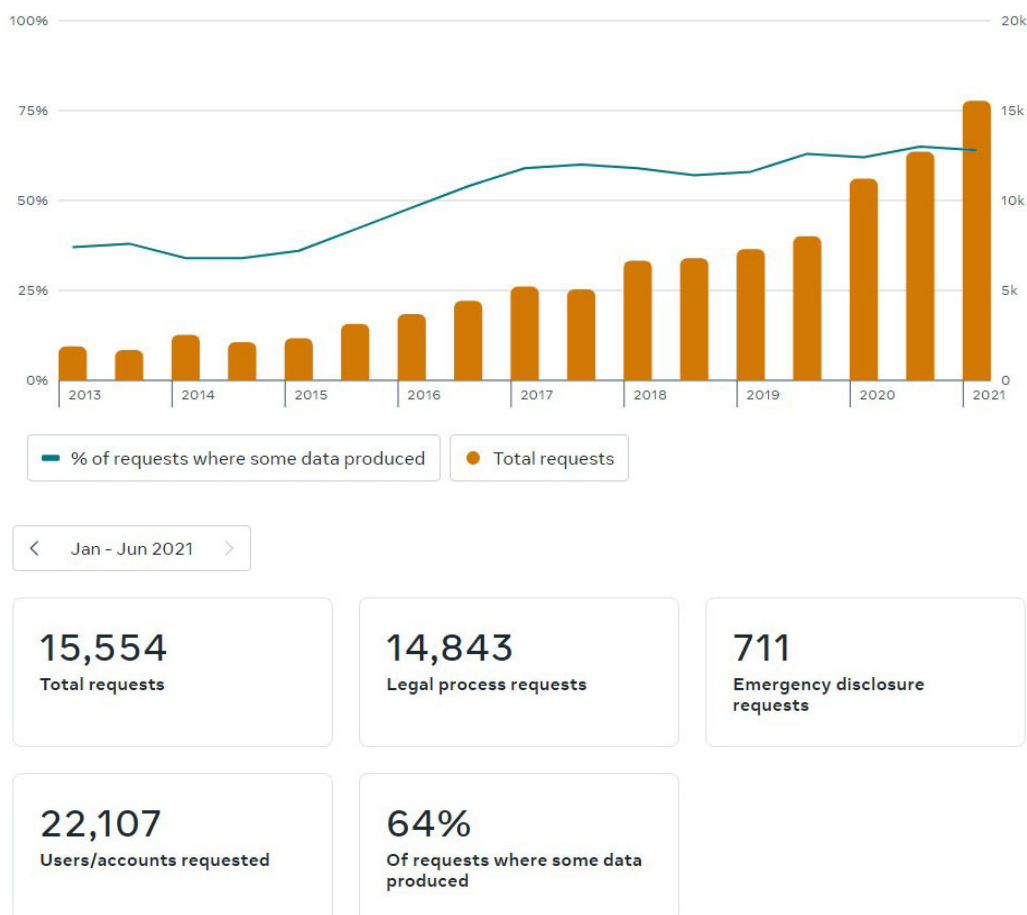
۱. <https://www.facebook.com/help/285230728652028>

در ادامه این بخش فیس بوک خاطرنشان کرده است که فقط محتواهایی که بر اساس قانون جنایی آلمان^۱ در NetzDG غیرقانونی تلقی شده اند این قابلیت را دارند که گزارش شوند و همه انواع محتواهای غیرقانونی در NetzDG ذکر نشده اند. از جمله می توان به حقوق مالکیت معنوی همانند حق مؤلف یا نشان تجاری، حق هر فرد نسبت به تصویر خود و یا حقوق حفاظت از داده‌های عمومی اشاره کرد که باید بر اساس مجاری تعیین شده در فیس بوک گزارش شود. قوانینی که طبق قوانین جنایی آلمان و بر اساس NetzDG فیس بوک خود را ملزم به رسیدگی به آن‌ها می داند شامل بندهای مختلف قانون جنایی آلمانی شامل این موارد هستند: انتشار مطالب پروپاگاندا در مورد سازمان‌هایی که طبق قانون اساسی آلمان غیرقانونی هستند و نیز استفاده‌های این سازمان‌ها؛ تلاش برای ارتکاب به جنایتی که این کشور را به خطر می اندازد؛ جعل خیانت آمیز؛ تحریک عمومی به ارتکاب به جرم؛ برهم زدن آرامش عمومی از طریق تهدید به ارتکاب به قانون شکنی؛ تشکیل سازمان‌های جنایی یا تروریستی؛ تحریک به نفرت پراکنی؛ انتشار تصاویر خشونت آمیز؛ پاداش دادن و تأیید قانون شکنی؛ هتک حرمت یا توهین به انجمن‌های دینی و ایدئولوژیک؛ توزیع، حصول و تملک هرزه نگاری از کودکان؛ توهین و تهمت؛ نقض حریم شخصی از طریق انداختن عکس؛ تهدید به مأمور کردن به انجام جنایت؛ و جعل داده‌ها با هدف تهیه اسناد و شواهد. (Facebook TOS, 2021)

همان طور که مشاهده می‌شود آلمان یک پلتفرم آمریکایی را وادار کرده است تا قانونی ملی را به منزله بخشی از نظام حکمرانی و تعدیل محتوا خود بپذیرد و آن را در شرایط ارائه خدمت خود بگنجانند. به‌دلیل آنکه فعالیت پلتفرم‌ها در کشور آلمان مبتنی بر سازوکار قانونی و مشخص است و پلتفرم‌ها امکان بهره‌مند شدن از فعالیت قانونی را دارند که مزیت‌هایی را برای آن‌ها دارد، آن‌ها نیز خود را موظف می‌دانند تا به قوانین ملی و محلی پایبند باشند.

اگر به بخش تقاضای دولت‌ها از فیس بوک برای دسترسی به داده‌های شهروندان مراجعه کنیم مشاهده می‌شود که آلمان از منظر درخواست برای اعمال مقررات ملی این کشور بر محتوای کاربرساخته در رده نخست قرار دارد. (شکل ۵)

۱. German Criminal Code (GCC)



شکل ۵: تخمین موارد میزان درخواست آلمان از فیس بوک برای دریافت داده. منبع فیس بوک (۲۰۲۲).

طی سال‌هایی که از اجرای این قانون می‌گذارد، پلتفرم‌های بزرگ در برخی موارد توسط وزارت فدرال عدالت آلمان بر اساس همین قانون جریمه شده‌اند. در ژوئیه ۲۰۱۹ وزارت عدالت آلمان فیس بوک را به دلیل نقض بخش ۴ این قانون به میزان ۲ میلیون یورو جریمه کرد. فیس بوک متهم بود که در مقایسه با پلتفرم‌های دیگر تعداد نسبتاً معدودی از شکایت‌های مطرح شده را گزارش شفاف سازی در گزارش مربوط به شش ماه اول سال ۲۰۱۸ خود ذکر کرده بود (اسکریت، ۲۰۱۹).

نتیجه‌گیری

به دنبال پلتفرمی شدن فزاینده تولید و مصرف محتوای رسانه-فرهنگی، یک موضوع چالش برانگیز شیوه مواجهه با محتوای کاربرساخته‌ای است که مطابق با هنجارهای اخلاقی و فرهنگی نیستند. طیفی از محتوای غیراخلاقی و ناهنجار از محتوای خشونت‌آمیز گرفته تا محتوای ترویجی که توسط بخش معدودی از کاربران به اشتراک گذاشته می‌شود، به یک موضوع مورد نزاع در مورد مسئولیت پلتفرم‌ها در برابر جامعه و فرهنگ و نیز حفظ سلامت روانی کاربران تبدیل شده است. از سوی دیگر، ایجاد یک محیط



سالم از این حیث اهمیت دارد که تدوام حضور و افزایش تعداد مخاطبان یکی از پیش‌شرط‌های سودآوری پلتفرم‌های شرکتی دیجیتالی است. بنابراین، شرکت‌های پلتفرمی بزرگ جهانی همانند گوگل، فیس‌بوک و توئیتر شاید به این دلیل که در زمینه لیبرالی مشغول عمل هستند و خود را نسبت به تبعیت از اصل آزادی بیان مسئول می‌دانند، تمایلی به محدودسازی محتواها و کاربران نداشته باشند؛ اما ضرورت تداوم استقبال کاربران و نیز جلب رضایت آگهی‌دهندگان و مشتریان داده‌های کلان کاربران آن‌ها را مجاب کرده است تا خود رأساً همانند یک اجتماع مستقل مجموعه مقرراتی را برای حفاظت از منابع شرکتی و حقوق کاربران وضع و اجرا کنند که مجموعه مقررات و نیز سازوکارهای بازبینی محتواهای زیان‌آور در دو پلتفرم بزرگ در اینجا تحلیل شده است.

همان‌طور که در این مطالعه نشان داده شد، تجمع و انباشت گفتار و کردار در اینترنت در قالب پلتفرم‌های دیجیتال-که زمینه تولید کلان‌داده‌های سودآور را ایجاد کرده است-سبب شده است تا دولت‌ها تا زیادی امکان اعمال حکمرانی بر اینترنت به‌طور عام و پلتفرم‌ها به‌طور خاص را از دست بدهند. به عبارت دیگر، در حکمرانی جدید اینترنت، نقش شرکت‌ها در حکمرانی و نظارت بر محتوا نسبت به ذی‌نفعان دیگر بسیار توسعه پیدا کرده است. شرکت‌های پلتفرمی بزرگ که عموماً در زمینه آمریکا فعالیت دارند، تابع قانون اساسی این کشور، ارزش‌ها و هنجارها حاکم بر این کشور و مهم‌تر از همه سیاست‌های کلی هرکدام از این شرکت‌ها هستند. نتیجه این تحول شرکتی شدن حکمرانی اینترنت و تحت‌الشعاع قرار گرفتن حق حاکمیت است. دولت‌ها و به‌ویژه دولت‌های مستقل که خود را تابع فرهنگ غربی و سیاست‌های نئولیبرالی نمی‌دانند، در این وضعیت با چالش‌های بسیاری برای اعمال حق حاکمیت بر پلتفرم‌ها در قلمرو ارضی خود مواجه هستند. طیفی از نگرانی‌های امنیتی و تروریستی گرفته تا نگرانی‌ها نسبت به امنیت فرهنگی، حریم خصوصی و نیز جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری کودکان دولت‌های گوناگون را برانگیخته تا سیاست‌های مختلفی را جهت حراست از فضای فرهنگی و اصول اخلاقی و هنجاری شهروندان خود در پیش بگیرند.

حکمرانی تسهیم‌شده وضعیتی است که طی آن دولت‌های ملی پلتفرم‌های بزرگ دیجیتال را وادار می‌کنند تا به قوانین ملی آن کشور تن بدهند. این موضوع در مورد رابطه میان فیس‌بوک و دولت فدرال آلمان مصداق دارد. متا قوانین جنایی این کشور را به‌منزله بخشی از اسناد و دستورالعمل‌های حکمرانی خود به رسمیت شناخته است. در این وضعیت، شاهد تفویض حق حاکمیت یک دولت ملی به یک شرکت جهانی آمریکایی هستیم. این نوع حکمرانی جدید که حاصل توافق میان یک شرکت و یک دولت است، ضمن مهار قدرت بی‌حدو حصر ابرشرکت‌های دیجیتالی جهانی، از حق حاکمیت دولت‌های ملی نیز تا حد ممکن حفاظت می‌کند.

به نظر می‌رسد در این وضعیت جدید که تا حد زیادی حکمرانی اینترنت به سوی حکمرانی پلتفرمی تغییرجهت داده است، علاوه بر تلاش برای معرفی نسخه‌های بومی خدمات پلتفرمی، محلی‌سازی داده‌ها از طریق ایجاد شبکه‌های ملی اطلاعات، توافق با پلتفرم‌های بزرگی که تعداد زیادی از کاربران کشورها در آن عضویت دارند، به شکل همچنان باید پیگیری شود.



References

1. Bradford, A. (2023). *Digital empires: The global battle to regulate technology*. Oxford: Oxford University Press.
2. Brubaker, R. (2023). *Hyperconnectivity and its discontents*. Cambridge: Polity.
3. Bucher, T. (2021). *Facebook*. Cambridge: Polity.
4. De Streel, A., et al. (2020). *Online platforms' moderation of illegal content online: Law, practices and options for reform*. Luxembourg: European Parliament. Retrieved from [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652718/IPOL_STU\(2020\)652718_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652718/IPOL_STU(2020)652718_EN.pdf)
5. Dixon, S. (2022). Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users. Statista. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
6. Facebook Community Standards. (2022). Facebook community standards. Retrieved from <https://transparency.fb.com/policies/community-standards/>
7. Facebook Transparency Center. (2022). How enforcement technology works. Retrieved from <https://transparency.fb.com/enforcement/detecting-violations/how-enforcement-technology-works/>
8. Facebook Transparency Center. (2022). Transparency Center. Retrieved from <https://transparency.fb.com/>
9. Facebook. (2022). Terms of service. Retrieved from <https://www.facebook.com/legal/terms>
10. Fleming, S. (2021). What is digital sovereignty and why is Europe so interested in it? World Economic Forum. Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2021/03/europe-digital-sovereignty/>
11. Flew, T. (2021). *Regulating platforms*. Cambridge & Medford: Polity Press.
12. Gillespie, T. (2018a). Regulation of and regulation by platforms. In J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (Eds.), *The Sage handbook of social media* (pp. 254–271). London: Sage.
13. Gillespie, T. (2018b). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. New Haven and London: Yale University Press.
14. Gillespie, T., & Aufderheide, P. (2020). Introduction. In T. Gillespie et al. (Eds.), *Expanding the debate about content moderation: Scholarly research agendas for the coming policy debates*. Internet Policy Review, 9(4). <https://doi.org/10.14763/2020.4.1512>
15. Klinger, U., Kreiss, D., & Mutsvairo, B. (2024). *Platforms, power, and politics: An introduction to political communication in the digital age*. Cambridge: Polity.
16. Kurbalija, J. (2016). *An introduction to internet governance*. Geneva: DiploFoundation.
17. Napoli, Ph. M. (2019). *Media regulation in the disinformation age*. New York: Columbia University Press.



18. OECD. (2007). Participative web and user-created content: Web 2.0, wikis and social networking. Retrieved from <https://www.oecd.org/sti/38393115.pdf>
19. Pallero, J. (2019). Protecting free expression in the era of online content moderation. Access Now. Retrieved from <https://www.accessnow.org/>
20. Poell, T., Nieborg, D., & Duffy, B. E. (2022). Platforms and cultural production. Cambridge: Polity Press.
21. Pohle, J., & Thiel, T. (2020). Digital sovereignty. Internet Policy Review, 9(4). <https://doi.org/10.14763/2020.4.1532>
22. Roberts, S. T. (2017). Content moderation. In L. A. Schintler & C. L. McNeely (Eds.), Encyclopedia of big data (pp. 1–5). Switzerland: Springer International Publishing.
23. Ruckenstein, M., & Turunen, L. L. M. (2020). Re-humanizing the platform: Content moderators and the logic of care. New Media & Society, 22(6), 1026–1042. <https://doi.org/10.1177/1461444819875990>
24. Singh, S. (2019). Everything in moderation: An analysis of how internet platforms are using artificial intelligence to moderate user-generated content. Open Technology Institute. Retrieved from <https://www.newamerica.org/oti/reports/everything-moderation-analysis-how-internet-platforms-are-using-artificial-intelligence-moderate-user-generated-content/the-limitations-of-automated-tools-in-content-moderation>
25. Sinnreich, A. (2020). Moderation, community, and democracy: Democracy cannot survive algorithmic content moderation. In T. Gillespie et al. (Eds.), Expanding the debate about content moderation: Scholarly research agendas for the coming policy debates. Internet Policy Review, 9(4). <https://doi.org/10.14763/2020.4.1512>
26. Springate-Baginski, O., & Soussan, J. (2002). A methodology for policy process analysis: Livelihood-policy relationships in South Asia (Working Paper No. 9). Department for International Development (DFID).
27. Tan, C. (2018). Regulating content on social media: Copyright, terms of service and technological features. London: UCL Press.
28. Van Dijck, J. (2017). The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media (H. Hassani, Trans.). Tehran: Soore Mehr. (Original work published 2013) (in Persian)
29. Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2021). The Platform Society (H. Hassani, Trans.). Tehran: Soore University Press. (Original work published 2018) (in Persian)
30. Wyrwoll, C. (2014). Social media fundamentals, models, and ranking of user-generated content. Hamburg: Springer.

COPYRIGHTS

©2025 The author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, as long as the original authors and source are cited. No permission is required from the authors or the publishers.

