



عمادالدین پاننده
تحلیلگر اندیشگده حکمرانی شریف

تاملی بر مناقشه اشتراک گذاری داده تاکسی های اینترنتی

کدام قانون بیشتر صرف می کند

در نظام حقوقی کامن لا زمانی که هر یک از طرفین دعاوی حقوقی (شاکي یا متشاکي) از تعارض بین رویکردها دادگاه های مختلف در رسیدگی به پرونده ها سوءاستفاده و انتخاب دادگاه رسیدگی کننده به پرونده را بر اساس حداکثر کردن شانس برنده شدن خود طرح ریزی کنند، تخلفی به نام فروم شاپینگ (به معنای خرید محکمه) رخ می دهد. در این شرایط گویی اقامه کننده دعوی، محکمه مورد نظرش را می خرد تا نتیجه مطلوب و مورد انتظار خود را حاصل کند. فروم شاپینگ یا در یک معنای کلی تر چینی بازی با قوانین، مقررات و محاکم قضایی به نحوی که به نفع شخصی افراد برنده نهایی باشد، عمدتاً به واسطه نبود نظام های تنظیم گری یکپارچه و روزآمد رخ می دهد. در این میان امروزه موضوع فضای مجازی و کسب و کارهایی که بر بستر آن شکل می گیرند به سبب تازگی مسائل و سرعت غیر قابل پیش بینی تحولات، به گفته حقوقدانان مساعدترین عرصه را برای طراحی فروم شاپینگ فراهم آورده است.

مشهورترین مثالی که معمولاً در این رابطه ذکر می شود به شرکت هایی همچون نت فلیکس تعلق دارد که در انتخاب مکان تاسیس دفاتر مرکزی خود نخستین بار اولویت را به مسائلی از قبیل کمترین میزان مالیات، سهل گیرانه ترین نظام حقوقی و بسیط بودن مقررات کار اختصاص دادند. واقعیت این است که در مواجهه با تحولات عصر دیجیتال به اصطلاح خودمان تا محاکم قضایی به خود بیایند که چه خبر است، منافع عمومی قربانی حاشیه سود شرکت های بزرگ شده اند و مقررات پسینی نیز بیش از محدود کردن این شرکت ها، به مانعی بر سر راه ورود رقبای نوپا به بازار بدل می شود.

اما این همه ماجرا نیست؛ اگر بپذیریم که نتیجه سیاست های منفعلانه کشورهای اروپایی در قبال این شرکت های فناورانه چیزی جز آموختن راه های زیرکانه تر برای چینی بازی با قوانین (فروم شاپینگ) نبوده، در عوض آمریکا به عنوان میزبان سلیکون ولی و مهد غول های اقتصاد پلتفرمی جهان ابتکار عمل را به دست گرفته و تادل تان بخواهد پاسخ هایی از جنس انقلاب صنعتی چهارم به پدیده های نوظهور این

حوزه داده است. موضوعی که سال گذشته سه بار پای مارک زاکربرگ را به کنگره آمریکا باز کرد تا به طور شفاف پاسخ دهد؛ چگونه غول های فناوری از طریق الگوریتم های پردازشگر کلان داده ها کسب سود می کنند؟ فروم شاپینگ در عصر دیجیتالی منطق متفاوتی به خود گرفته است. در گذشته شرکت های چندملیتی برای مضاعف کردن سود خود نیازمند مقررات زدایی از بازار بودند و برای این کار لابی های گسترده ای می کردند. حال آنکه شرکت های فناورانه در حالت عادی با بازاری مواجه اند که در آن مقررات همواره حداقل یک دهه با سرعت تحولات فاصله دارد. اگر چنین نبود، پیمان نامه مشترک آلمان و فرانسه مبنی بر محاسبه مالیات تصاعدی (با فرمول متفاوت) برای شرکت های فناورانه در سال ۲۰۱۹ به امضا نمی رسید.

به نظر می رسد مناقشه داغ این روزها بر سر چند و چون به اشتراک گذاری داده های تاکسی های اینترنتی در سامانه سماس نیز بی شباهت به فروم شاپینگ نباشد. مطابق با تبصره ۲ ماده ۲ دستورالعمل نظارت بر فعالیت ارائه دهندگان خدمات هوشمند مسافر حق دسترسی هفتگی به اطلاعات سفرها (شامل شماره پلاک، زمان و مختصات مکان مبدأ و مقصد، مقدار بیمایش و هزینه سفر با امکان گزارش گیری از هر یک از موارد) صراحتاً برای وزارت کشور به رسمیت شناخته شده است. در ماه های گذشته مدیران اسنپ و تپسی با وجود واکنش های کاملاً متفاوتی که نسبت به دستورالعمل وزارت کشور نشان دادند، در یک نقطه اشتراک نظر داشتند و آن هم موضوع اشتراک گذاری داده در سامانه سماس بود. ژوبین علاقیبند در مناظره با مشاور شهرداری تهران (۲۰ مهر ماه ۱۳۹۸) و میلاد منشی پور در نشست رسانه ای (۲۳ مهر ماه ۱۳۹۸) با ادبیات مشابهی اظهار داشتند هیچ داده ای فراتر از موارد مجاز شمرده شده توسط قانون جرائم رایانه ای و بندهای مرتبط با حریم خصوصی در قانون اساسی در اختیار وزارت کشور قرار نخواهد گرفت.

اما به راستی آیا مساله حریم خصوصی کاربران است؟ شرکت هایی که پیش از ابلاغ این دستورالعمل به اقتضای شرایط و به صورت

موردی (اگرچه با زحمت بسیار) اطلاعات مورد نیاز نهادهای امنیتی را تامین می کردند، چرا باید موضع گیری هماهنگی نسبت به عدم اشتراک گذاری داده مبدأ و مقصد سفر و نظایر آن داشته باشند؟ پاسخگویی به این پرسش ها چندان هم دشوار نیست. «داده شخصی، ارزشمندترین مزیت رقابتی در اقتصاد امروز» است که شرکت های فناورانه برای استفاده از رانت حاصل از آن و ایجاد انحصار چندقطبی در بازار حاضرند رویه های سنتی تنظیم گری (تعرفه، مالیات، عوارض، هزینه های اجرایی، قیمت گذاری و غیره) را با جان و دل پذیرا شوند.

نگاهی اجمالی به خط مشی حریم خصوصی اوبر که به طور شفاف در اختیار عموم قرار گرفته است قدری ما را به فکر فرو می برد. حجم قابل توجهی از داده مرتبط با سفر اعم از اطلاعات وسیله نقلیه، دستگاه مورد استفاده کاربران (IP)، سخت افزار، سیستم عامل و غیره، تراکنش های مالی، شبکه ارتباطات کاربران، موقعیت مکانی (مبدأ و مقصد سفر) و پروفایل جمعیت شناختی (سن، جنس و غیره) جمع آوری می شود که حق دسترسی یا پردازش آن نه تنها برای رگولاتور و مراجع قانونی، بلکه حتی برای شرکت های پردازشگر داده طرف قرارداد با اوبر به رسمیت شناخته شده است. فراتر از این، اکنون با گذشت یک سال از اجرایی شدن مقررات عمومی حفاظت از داده در اروپا (GDPR)، هر کاربر نیز به نوبه خود حق دارد کلیه اطلاعاتی را که تاکنون از او در پایگاه داده اوبر ثبت شده است دریافت کند و در صورت تمایل با استناد به حق فراموشی، حذف همیشگی این اطلاعات از پایگاه داده را خواستار شود. به تازگی در بریتانیا به دنبال طرح دعوی تعدادی از رانندگان اوبر، با این مضمون که به رغم درخواست های مکرر از تیم پشتیبانی اوبر، از دسترسی آنها به داده شخصی سفرها و تراکنش های دریافتی شان ممانعت به عمل آمده، پرونده ای علیه این پلتفرم در دادگاه جریان پیدا کرده است که صرف نظر از سر نوشت آن، به خوبی ارتقای توان چانه زنی شهروندان را نسبت به پلتفرم های اینترنتی نشان می دهد. 