

مدیابوم

سلسله گزارش‌های گروه حکمرانی

رسانه‌های در عصر دیجیتال

گزارش اول

# جدال اروپا برای اعمال حاکمیت رسانه‌های در برابر غول‌های پلتفرمی امریکایی

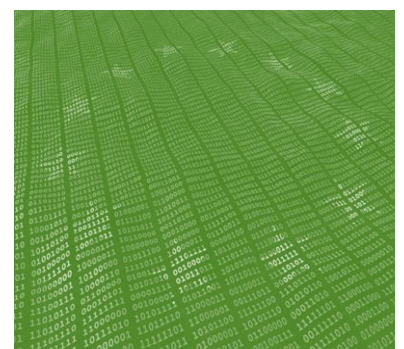
گزارش سلسله نشست‌های دیده‌بان صوت و تصویر اتحادیه اروپا در مورد قانون جدید  
پیشنهادی خدمات دیجیتال اروپا



تدوین: حنا اکبری نوری

دفتر مطالعات ساترا

بهار ۱۴۰۰



## فهرست

۲	از اینترنت دولت‌زدا تا بازتولید حکمرانی دیجیتال.....
۴	مقدمه.....
۴	نشست اول: اتحادیه اروپا به سوی پارادایم جدید تنظیم‌گری دیجیتال.....
۶	تاریخچه تنظیم‌گری خدمات دیجیتال در اتحادیه اروپا.....
۷	قانون خدمات دیجیتال از منظر سیاست‌گذاران، متخصصان و تنظیم‌گران.....
۸	سوالات پیش‌روی قانون خدمات دیجیتال.....
۹	دروازه‌بانان دیجیتالی در قانون خدمات دیجیتال.....
۱۰	مسئولیت و مصونیت پلتفرم در قانون خدمات دیجیتال.....
۱۲	سه‌گانه دستورالعمل رسانه‌های صوتی و تصویری، حق نشر و قانون خدمات دیجیتال.....
۱۳	قانون خدمات دیجیتال از منظر بازیگران صنعت.....
۱۴	اتحادیه برودکسترهای خدمت عمومی اروپایی و قانون خدمات دیجیتال.....
۱۴	انجمن برودکسترهای تجاری اروپا و قانون خدمات دیجیتال.....
۱۵	گوگل و قانون خدمات دیجیتال.....
۱۶	ایرلند؛ کشور میزبان پلتفرم‌های بزرگ به سوی وظایف جدید در قانون خدمات دیجیتال.....
۱۶	جمع‌بندی اروپا و پارادایم جدید.....
۱۸	نشست دوم: شفافیت در تعدیل و مدیریت محتوا بر بستر شبکه‌های اجتماعی.....
۱۸	معرفی مهمانان نشست.....
۱۹	رسانه‌های اجتماعی؛ بهترین زمان یا بدترین زمان برای آزادی بیان.....
۲۱	چگونگی اثرگذاری قانون خدمات دیجیتال و قانون بازار دیجیتال بر فرآیند مدیریت و تعدیل محتوا.....
۲۲	پلتفرم‌ها؛ قانون‌گذار یا مجری قانون.....
۲۲	تعریف محتوای غیرقانونی و محتوای آسیب‌رسان.....
۲۲	مدیریت و تعدیل محتوا و چالش قانون‌گذاری.....
۲۴	چه چیزی حذف شود، چه چیزی حذف نشود؟.....
۲۵	مسئولیت بیشتر یا خیرخواهی بیشتر.....
۲۵	اسرار تجاری و گزارش‌های شفافیت.....
۲۵	انتظارات مخاطبان و مساله تعدیل و مدیریت محتوا.....
۲۶	چالش سیستمی، پاسخ سیستمی.....
۲۷	همگرایی قانونی در قانون خدمات دیجیتال و چالش هماهنگی تنظیم‌گران مختلف.....
۲۸	جمع‌بندی.....
۳۰	منابع.....

از اینترنت دولت‌زدا تا بازتولید حکمرانی دیجیتال<sup>۱</sup>

قریب دو دهه پس از شکست تلاش‌های جامعه جهانی در سال‌های اولیه قرن جدید برای مشروعیت بخشی به مداخله حاکمیت‌های ملی در اداره اینترنت و ترک‌تازی آمریکا در دفاع از دولت‌زدایی و ماهیت غیرمتمرکز شبکه - که در واقع به تثبیت قدرت مطلق ایالات متحده در دنیای دیجیتال ترجمه می‌شد- شاهد بازتولید ماراتنی از قوانین و مقررات ملی و منطقه‌ای هستیم که وجه مشترک تمامی آن‌ها در کلید واژه «حکمرانی دیجیتال» خلاصه می‌شود.

اتفاقات پیرامون انتخابات آمریکا در پاییز ۲۰۲۰ و عملکرد یکپارچه و سازگار تمام پلتفرم‌های غالب و رسانه‌های آنلاین در آنچه دفاع از ارزش‌های دموکراتیک و اصل انتخابات تعبیر می‌شد، هرچند در ظاهر - مبتنی بر بند معروف ۲۳۰ - بدون مداخله دولت و مستقلاً توسط بنگاه‌های خصوصی صورت پذیرفت، اما در عمل مقتدرانه‌ترین مدل اعمال حکمرانی رسانه‌ای را در تاریخ اینترنت ثبت کرد. به‌نحوی که در مقابل دیدگان جهانی، به یکباره رییس جمهور مستقر در کاخ سفید در یک «حصر رسانه‌ای» نانوخته از رساندن پیام و صدای خود به طرفداران و جامعه بطور کامل بازماند.

در مقابل مدل حکمرانی آمریکایی -مبتنی بر هماهنگی کامل و نانوخته صاحبان پلتفرم‌های غالب با سیاست‌های حاکم- اتحادیه اروپا در غیاب وجود پلتفرم‌هایی با مالکیت اروپایی و مبتنی بر واقعیت استعمار کامل دیجیتال توسط غول‌های آمریکایی، ماراتنی از پیش‌نویس مقررات و قوانین را به منظور بازپس‌گیری حکمرانی مخدوش شده و مرزهای از دست رفته رسانه و اینترنت خود آغاز کرده است. علاوه بر قوانین رقابتی و جلوگیری از انحصار که در مواردی دستاویز اعمال جرایم سنگینی از سوی نهادهای اروپایی و ناظر به پلتفرم‌های آمریکایی گردید، قانون کپی‌رایت اروپایی -به تحریک لابی‌های مرتبط با پلتفرم‌ها -منجر به مناقشه خیابانی در برخی پایتخت‌های قاره سبز در بهار ۲۰۱۹ شد، در صورت اجرا عملاً هزینه سنگین مالی و حقوقی قابل توجهی بر پلتفرم‌های اشتراک محتوا تحمیل خواهد کرد. رویکرد حفاظت از داده‌های شخصی و قانون سختگیرانه اتحادیه در سال ۲۰۱۸ هم، ابزار دیگری جهت تحدید تسلط و برخورد‌هایی تاریخی را فراهم آورد. حفاظت از رعایت کف سهم و حمایت از سرمایه‌گذاری در تولید محتوای اروپایی -در قالب دستورالعمل رسانه‌های صوتی و تصویری مصوب سال ۲۰۱۸ -محور تنظیم‌گری رسانه‌های نوین به‌ویژه سامانه‌های نمایشی حرفه‌ای قرار گرفته است. دستورالعملی که برای اولین بار پلتفرم‌های

<sup>1</sup> De-governmentalized Internet

<sup>2</sup> Digital Sovereignty

<sup>۳</sup> اشاره به شکست اجلاس جامعه جهانی اطلاعات - WSIS - در سال ۲۰۰۳ و اتفاق مشابه در کنفرانس حکمرانی اینترنت -IGF- و محوریت نهاد غیردولتی ICANN

<sup>4</sup> Media Sovereignty

<sup>5</sup> EU Copyright Directive

<sup>6</sup> General Data Protection Regulation (GDPR)

<sup>7</sup> Audiovisual Media Service Directive (AVMSD)

اشتراک ویدیو را هم مشمول مقررات تنظیم‌گری<sup>۱</sup> رسانه‌ها دانست و راه را برای اعمال حکمرانی بر پلتفرم‌های آنسوی آتلانتیک هموار کرد .

در ادامه تلاش منسجم و متراکم اتحادیه برای تثبیت اقلی از حکمرانی اروپایی بر دنیای دیجیتال، انتشار پیش‌نویس دوگانه قوانین خدمات و بازار دیجیتال به‌عنوان جدیدترین و پیشروترین مصادیق آن، گفتگوها و مباحث سیاستی جذابی را پایه‌گذاری کرده است. افزایش پاسخگویی و مسولیت‌پذیری پلتفرم‌ها به نسبت نوع فعالیت، اندازه بازار و سهم اثربخشی آن‌ها محور اصلی قانون خدمات دیجیتال، و تحدید قدرت مسلط و سطح انحصار آنچه دروازه‌بانان اینترنت خوانده می‌شوند، محل تمرکز قانون بازار دیجیتال قرار گرفته است. بنا به تحلیلی، در سالیان اخیر اروپا دامنه پوشش قوانین خود را از حکمرانی داده، به حکمرانی رسانه، و اخیراً به حکمرانی دیجیتال توسعه داده است. روندی که با شروع برخورد با شرکت‌های فناور چینی مانند هوآوی، نشانه‌هایی از حرکت بسمت حکمرانی فناوری را هم نمایان ساخته است .

گزارش حاضر برگرفته از سه رویداد بسیار سطح بالاست که توسط نهاد دیده‌بان صوت و تصویر اروپا برگزار شده است. اطلاع از جدیدترین چالش‌ها و به‌روزترین تلاش‌های جامعه بین‌المللی برای مقابله با تهاجم بی‌وقفه رسانه‌های نوین آمریکایی به تمام ابعاد فرهنگی، هویتی و حتی حریم و داده‌های شخصی شهروندان سایر کشورها ضروری به‌نظر می‌رسد. این ضرورت زمانی بیشتر نمایان می‌شود که در زمینه وقایع پیرامون انتخابات آمریکا و تمکین و همراهی پیش‌دستانه همان پلتفرم‌ها به منافع و ارزش‌های آمریکایی تحلیل و بررسی می‌شود. مطالعه این گزارش را که توسط همکارانم در دفتر مطالعات ساترا و اندیشکده حکمرانی دانشگاه شریف نگاشته شده است، به تمام پژوهشگران و سیاستگذاران عرصه رسانه، اینترنت و حکمرانی کشور توصیه می‌کنم.



سید محمدصادق امامیان  
رئیس ساترا

<sup>1</sup> Video Sharing Platform (VSP)

<sup>2</sup> Digital Service Act (DSA) & Digital Market Act (DMA)

<sup>3</sup> Internet Gatekeepers

<sup>4</sup> Technological Sovereignty

<sup>5</sup> European audiovisual observatory

## مقدمه

دیده‌بان صوت و تصویر اتحادیه اروپا در سلسله نشست‌های به بررسی<sup>۱</sup> ابعاد مختلف پیش‌نویس جدید قانون خدمات دیجیتال اتحادیه اروپا می‌پردازد. پیش‌نویس قانون خدمات دیجیتال اروپا سعی دارد، رژیم جدید حقوقی را بر سرویس‌های دیجیتال به طور خاص پلتفرم‌های آنلاین تدوین کند. یکی از شاخصه‌های این قانون، رویکرد همگرایی حقوقی در برخورد با پدیده همگرایی عصر دیجیتال است. اتحادیه اروپا سعی دارد با ایجاد قانونی جامع، چالش‌های موجود در قوانین پیشین خود در حوزه دیجیتال نظیر دستورالعمل تجارت الکترونیک و دستورالعمل رسانه‌های صوتی و تصویری اتحادیه اروپا را پوشش دهد.<sup>۳</sup>

مطالعه گفت‌وگوها و مناظرات میان گروه‌های ذی‌نفع اتحادیه اروپا در اصلاح و تغییر پیش‌نویس قانون خدمات دیجیتال، می‌تواند چشم‌اندازی روشن از تجربه سیاستی کشورهای اروپایی در برخورد به تحولات حوزه فناوری دیجیتال را پیش روی مخاطبان علاقه‌مند، سیاست‌گذاران و متخصصان رسانه و ارتباطات قرار دهد. از این رو گروه حکمرانی رسانه‌ای در عصر دیجیتال (مدیابوم) در راستای رسالت سیاست پژوهشی خود سعی کرده است، چکیده سلسله نشست‌های برگزار شده توسط این نهاد به صورت گزارش‌های پیوسته در اختیار مخاطبان قرار بگیرد.

## نشست اول: اتحادیه اروپا به سوی پارادایم جدید تنظیم‌گری دیجیتال

یکی از مسائل مهم در بررسی قانون خدمات دیجیتال و قانون بازار دیجیتال در اتحادیه اروپا این است که آیا اروپا با یک تغییر پارادایمی در حوزه تنظیم‌گری دیجیتال روبه‌روست یا صرفاً قانون الزاماتی بیشتر از قوانین سابق در این حوزه دارد. از این رو مساله تغییرات و چالش‌های این قانون از دیدگاه‌های متفاوت می‌تواند نشان دهد که اروپا با یک تغییر پارادایمی تنظیم‌گری روبه‌روست یا خیر؟ و مهم‌تر از آن، آیا می‌توان به اجرایی‌سازی این مقررات جدید امید داشت. در این نشست دو گروه از دی‌نفعان این قانون

یعنی بازیگران صنعت و نهادهای تنظیم‌گر و هم‌چنین متخصصان این حوزه به بررسی تغییرات در قانون خدمات دیجیتال پرداختند که در ادامه اهم موضوعات این نشست آورده شده است.

The new Digital Services Act Package:  
A paradigm shift?

A webinar series of the European Audiovisual Observatory

Thursday, 18 March 2021, 16.00 – 17.15 CET, Online webinar

#1 Transparency of content moderation

<sup>1</sup> European audiovisual observatory

<sup>2</sup> Digital Service Act

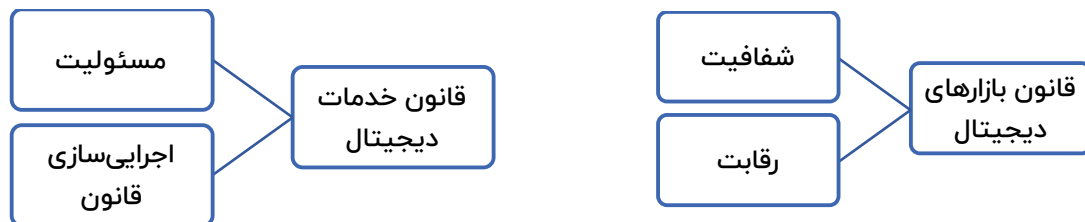
<sup>3</sup> Ecommerce directive

<sup>4</sup> Audiovisual media service directive





سلسله نشست‌های دیده‌بان صوت و تصویر اتحادیه اروپا به بررسی ابعاد مختلف قانون جدید خدمات دیجیتال اروپا و اثرگذاری آن به طور خاص بر صنعت صوت و تصویر می‌پردازد. در نشست مقدماتی این جلسات به بررسی کلی قانون خدمات دیجیتال از منظر تغییر پارادایمی صورت گرفته پرداخته می‌شود. در واقع سوال اساسی این است که آیا قانون خدمات دیجیتال نشان دهنده تغییر پارادایمی در اتحادیه اروپا نسبت به تنظیم‌گری است؟ به منظور پاسخ به این پرسش باید از دو منظر اقتصادی و قانونی به اثرات قانون خدمات دیجیتال نگاه کرد. قانون خدمات دیجیتال هم‌چنین مجموعه‌ای از مقررات هستند که مسیر و ریل اصلی قانون‌گذاری و سیاست اتحادیه اروپا را شکل می‌دهد. از این رو بررسی ابعاد مختلف آن از اهمیت زیادی برخوردار است. مطالعه اثرات متقابل این قانون با دستورالعمل رسانه‌های صوتی و تصویری اتحادیه اروپا و قانون حق نشر اروپا نیز از موضوعات مهم است.



شکل شماره ۱- محورهای اصلی قوانین جدید اروپا

## تاریخچه تنظیم‌گری خدمات دیجیتال در اتحادیه اروپا

اولین سند تنظیم‌گری خدمات دیجیتال در اتحادیه اروپا، دستورالعمل تجارت الکترونیک سال ۲۰۰۰ است. یکی از قواعد محوری این دستورالعمل رژیم مسئولیت محدود و همین‌طور فقدان الزام نظارت کلی بود. این دستورالعمل پاسخگویی نیازهای خدمات دیجیتال در سال ۲۰۰۰ و دنیای بدون فیسبوک، یوتیوب و گوشی‌های هوشمند بود. تمرکز این دستورالعمل بر روی «تجارت» است، این در حالی است که رسانه‌های جدید و پلتفرم‌های دیجیتالی جدید اثرات مهم‌تری بر آزادی بیان، تنوع فرهنگی، انتخابات و دموکراسی دارند. از این رو دستورالعمل سابق پاسخگویی نیازهای جدید نخواهد بود. با این وجود عامل موفقیت دستورالعمل تجارت الکترونیک در سادگی آن بود. افزودن قواعد و مقررات جدید، چارچوب تنظیم‌گری را پیچیده‌تر خواهد کرد. که این امر به سخت‌تر شدن اجرایی‌سازی قوانین و مقررات، هم‌پوشانی و تعارضات آنان منجر خواهد شد. از سویی دیگر حق اساسی آزادی بیان نیز محدودیت‌هایی جدی برای قانون‌گذاران ایجاد کرده است.

اتحادیه اروپا در قالب دو دستورالعمل، استثنائاتی را برای دستورالعمل تجارت الکترونیک ایجاد کرده است. یکی در قالب دستورالعمل رسانه‌های صوتی و تصویری ۲۰۱۸ اتحادیه اروپا که الزاماتی را برای ارائه‌دهندگان خدمات ویدئویی مبنی بر حفاظت از کودکان و نوجوانان در مقابل محتوای مضر و آسیب‌رسان، حفاظت از عموم در برابر محتوای غیرقانونی و قواعدی برای ارتباطات تجاری ایجاد کرده است. دوم در قالب دستورالعمل حق نشر در بازار واحد اروپایی در سال ۲۰۱۹ الزاماتی را برای پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری محتوای آنلاین مبنی بر مسئولیت مستقیم در مورد محتوای بدون حق نشر کاربران ایجاد کرده است. از سویی دیگر اگر پلتفرم‌ها نشان بدهند که تمام تلاش خود را انجام داده که محتوای فاقد حق نشر بارگذاری نشود و به محض اطلاع حذف شود، مسئولیتی ندارد. سند بعدی مقرراتی در مورد جلوگیری از انتشار محتوای تروریستی آنلاین است.

<sup>1</sup> Directive on electronic commerce

<sup>2</sup> Limited liability regime

<sup>3</sup> General obligation to monitor

<sup>4</sup> Freedom of expression

<sup>5</sup> Cultural diversity

<sup>6</sup> election

<sup>7</sup> democracy

<sup>8</sup> overlap

قانون خدمات دیجیتال از منظر سیاست‌گذاران، متخصصان و تنظیم‌گران

اتحادیه اروپا در حال حاضر مشغول بررسی بسته‌ی پیشنهادی قانون خدمات دیجیتال است که به دو



بخش تقسیم شده، بخش نخست قانون خدمات دیجیتال که قواعدی را برای مسئولیت‌های خدمات دیجیتال وضع کرده است و بخش دوم، قانون بازارهای دیجیتال که قواعدی پیشینی را بر پلتفرم‌های آنلاین بزرگ که به دروازه‌بانان دیجیتالی معروف هستند اعمال می‌کند. قانون خدمات دیجیتال مثل عروسک‌های

روسی می‌ماند چرا که قواعدی را برای واسطه‌های اینترنتی که خدمات زیرساختی را ارائه می‌دهند، خدمات میزبانی، پلتفرم‌های آنلاین و پلتفرم‌های بسیار بزرگ وضع می‌کند. قانون خدمات دیجیتال مجموعه‌ای از الزامات را بر مبنای اندازه پلتفرم (سرویس) و نوع محتوا وضع کرده است.



شکل شماره ۲- الزامات قوانین جدید اتحادیه اروپا

<sup>1</sup> Ex ante rules

<sup>2</sup> gatekeepers



قانون خدمات دیجیتال قواعدی یکسان را بر همه پلتفرم‌ها و قواعدی بیشتر را بر مبنای اندازه پلتفرم و ریسک اثرگذاری آن وضع می‌کند. قانون بازارهای دیجیتال، دروازه‌بانان دیجیتالی را هدف تنظیم‌گری قرار داده است. دروازه‌بانان دیجیتالی پلتفرم‌های آنلاین هستند که اثر مهمی بر بازار داخلی دارند، دروازه ورود کاربران تجاری برای دسترسی به مشتریان خود هستند و موقعیتی باثبات، مستمر و بادوام دارند.

قانون بازارهای دیجیتال آستانه‌های کمی را برای تعریف دروازه‌بانان دیجیتالی ارائه خواهد کرد. از طرفی<sup>۲</sup> دیگر، کمیسیون این اختیار را دارد که تحقیقاتی را در مورد بازیگرانی که دروازه‌بان محسوب می‌شوند، آغاز کند. این قانون اقداماتی را که به طور مشخص رفتار غیرمنصفانه در بازار محسوب می‌شود، ممنوع خواهد کرد. اقداماتی نظیر تبعیض محصولات شخص ثالث و موارد دیگر. از سویی دیگر بازیگران موظف هستند اقداماتی فعالانه را برای تحقق اهداف قانون خدمات دیجیتال اتخاذ کنند.

در صورت عدم تبعیت پلتفرم‌ها از قوانین، قانون خدمات دیجیتال جرائم مالی برای بازیگران متخطی در نظر گرفته شده است. این قانون همچنین به کمیسیون این اختیار را می‌دهد که تحقیقات (بازرسی‌های) هدفمندی را در بازار انجام دهد.

#### سوالات پیش‌روی قانون خدمات دیجیتال

۱. آیا قانون خدمات دیجیتال همانند قانون ایالات متحده دارای اصل سامری نیکو (مصونیت قانونی در برابر فعالیت اشخاص ثالث) است؟

۲. شرایط خدمات و استفاده ارائه دهندگان سرویس در قانون خدمات دیجیتال چه خواهد بود؟

۳. چه کسانی گزارش‌دهندگان معتبر شاخته خواهند شد؟

۴. تفاوت محتوای غیرقانونی و آسیب‌رسان/مضر چه خواهد بود؟

۵. چه ارتباطی میان قانون خدمات دیجیتال و دیگر قوانین وجود خواهد داشت؟

۶. شفافیت داده در عمل چگونه تحقق خواهد یافت؟

۷. نقش تنظیم‌گران ملی در تحقق قانون خدمات دیجیتال چه خواهد بود؟

<sup>1</sup> gatekeepers

<sup>2</sup> Quantitative thresholds

<sup>3</sup> unfair

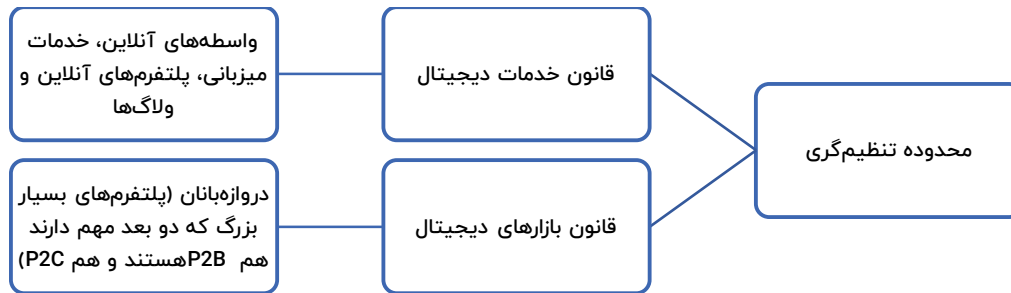
<sup>4</sup> Good Samaritan law

<sup>5</sup> Trusted flagger

<sup>6</sup> Harmful content

## دروازه‌بانان دیجیتالی در قانون خدمات دیجیتال

قانون بازارهای دیجیتال قدمی موثر و روبه‌جلو برای دستیابی به هدف برابری زمین بازی خواهد بود. با این وجود این قانون به تنهایی موثر نخواهد بود. این قانون در کنار دیگر قوانین توانایی رسیدن به ایجاد بازی برابر را خواهد داشت. یکی از موارد مهم در این قانون «محدوده اعمال و کاربرد» آن است. بر طبق دو قانون پیشنهادی، بازیگران مختلفی تحت تنظیم‌گری قرار می‌گیرند.



شکل شماره ۳- محدوده تنظیم‌گری قوانین جدید اتحادیه اروپا

مفهوم دروازه‌بانان که در قانون بازارهای دیجیتال عنوان شده است بسیار با مفهوم پلتفرم‌های بزرگ در قانون خدمات دیجیتال و هم‌چنین پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری ویدئو در دستورالعمل رسانه‌های صوتی و تصویری ۲۰۱۸ اتحادیه اروپا هم‌پوشانی دارد. این مفهوم هم‌چنین شبکه‌های تبلیغاتی را نیز در برمی‌گیرد که با حوزه صوتی و تصویری کاملاً مرتبط است.

بر طبق این مفاهیم خدمات دروازه‌بانان دیجیتالی، خدمات اصلی حوزه دیجیتال هستند در نتیجه فعالیت آن‌ها اثرات مهمی بر بازار واحد دیجیتال اتحادیه اروپا خواهد داشت. مفهوم دیگری چون موقعیت پایدار و مستمر آنان و دروازه بودن آنان برای فعالیت کاربران تجاری از مفهوم‌سازی‌های جدید قانون خدمات دیجیتال است. این مفهوم‌سازی نیازمند اتخاذ شاخص‌هایی برای شناسایی بازیگران به عنوان دروازه‌بانان دیجیتالی است. شاخص‌هایی همچون سطح دسترسی مصرف‌کنندگان نظیر شاخص ۱۰ درصدی از بازار در این قانون عنوان شده است.

نکته مهم دیگر آن است که پلتفرم‌ها با توجه به شاخص‌ها باید اعلام کنند که در دسته دروازه‌بانان قرار می‌گیرند، البته کمیسیون به این اعلام اکتفا نکرده و صلاحیت بازرسی را برای بررسی موارد احتمالی برای خود در نظر گرفته است. این فرآیندی است که به آن در اصطلاح «تعیین و گزینش» می‌نامند. این فرآیند

<sup>1</sup> Scope of application

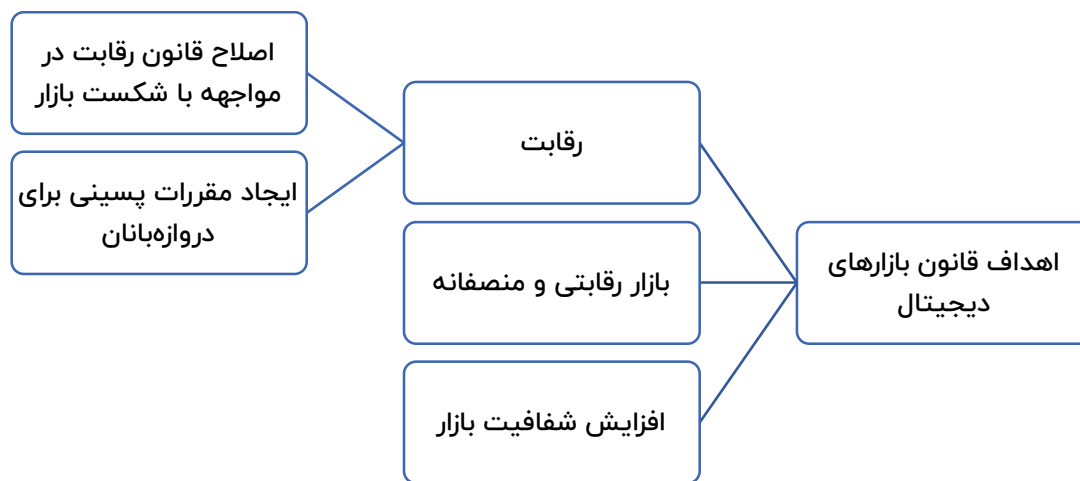
<sup>2</sup> gatekeepers

<sup>3</sup> Advertising networks

<sup>4</sup> Core services

<sup>5</sup> designation

شبهه فرآیند «ثبت‌نام» است با این تفاوت که به محض تعیین و گزینش الزامات بر این بازیگران اعمال می‌شود.



شکل شماره ۴- اهداف قانون بازارهای دیجیتال

با توجه به این اهداف الزاماتی برای دروازه‌بانان دیجیتالی وضع شده است. الزاماتی در خصوص رویه‌های منصفانه و غیرتبعیض‌آمیز و همین‌طور الزاماتی در مورد شفافیت فعالیت و مدل‌های کسب‌وکاری این پلتفرم‌ها به ویژه در حوزه تبلیغات و قیمت‌گذاری. دسترسی به داده نمونه‌ای از این الزامات است.

نکته‌ی مهم در این خصوص آن است که اعضای دولت‌ها در چه جایگاهی قرار دارند؟ چرا که قدرت اجرایی‌سازی قانون به کمیسیون داده شده است. کمیسیون اقتدار بالایی در اعمال جرائم مختلف دارد. از این رو باید ارتباط میان کمیسیون در اجرایی‌سازی قوانین و دولت‌ها در اعمال قوانین و الزامات بیشتر نیز مورد بررسی قرار بگیرد.

نکته مهم دیگر آن‌که اتخاذ اعدادی مثل ۱۰ هزار کاربر تجاری فعال و ۴۵ میلیون کاربر شاخص‌های مرتبطی برای تشخیص بازیگران داخل محدوده تنظیم‌گری نخواهد بود و آن‌چه مهم است شاخص‌هایی فراتر از این موارد است.

مسئولیت و مصونیت پلتفرم در قانون خدمات دیجیتال<sup>۲</sup>

تمامی مباحثی که در خصوص مسئولیت واسطه‌های اینترنتی مطرح می‌شود ریشه در قانون‌های اولیه مرتبط با اینترنت دارد. به طور مثال این مساله به قانون تجارت الکترونیک سال ۲۰۰۰ اتحادیه اروپا و پیش

<sup>۱</sup> registration

<sup>۲</sup> liability

<sup>۳</sup> immunity

از آن ماده ۲۳۰ قانون ارتباطات ایالات متحده برمی‌گردد. در ماده ۲۳۰ قانون ارتباطات ایالات متحده واسطه‌های اینترنتی در برابر محتوای ارائه شده توسط شخص ثالث و محتوای حذف شده بر بستر آن‌ها، مسئولیتی ندارند. در ماده ۱۴ دستورالعمل تجارت الکترونیک نیز رژیم مسئولیتی ایجاد شده است که دارای استثنائاتی است. اگر واسطه‌های اینترنتی آگاهی پیدا کنند از غیرقانونی بودن فعالیت/محتوا در برابر حذف و مسدودسازی آن مسئول هستند. این آگاهی از طریق سازوکارهای اطلاع‌رسانی استاندارد و معتبر صورت می‌گیرد. با این وجود مسائلی چون چگونگی آگاهی یافتن از محتوا و تشخیص غیرقانونی بودن آن همواره از چالش‌های اساسی بوده است.

بر طبق نظر دادگاه اروپا در یک مورد قانونی پیش آمده، زمانی واسطه‌های اینترنتی از مصونیت مسئولیتی برخوردار هستند که ماهیت منفعل در قبال محتوا داشته و به لحاظ فنی کاملاً بی‌طرف باشند. این امر موجب شد تا تفاوت‌هایی میان پلتفرم‌های فعال و منفعل شناسایی شود. در صورتی که بازیگری پلتفرم فعال شناسایی شود، ریسک آن وجود دارد که مصونیت مسئولیتی آن از بین برود. با این وجود همچنان مرزگذاری مشخصی میان این دو نمی‌توان کرد.

در قانون خدمات دیجیتال ماده ۵ شبیه به ماده ۱۴ دستورالعمل تجارت الکترونیک است. در این قانون صحبت از سازوکار اطلاع و اقدام شده است هرچند اصلاحاتی باید در این ارتباط صورت بگیرد تا هدف نهایی نگارندگان این قانون تحقق پیدا کند. در این قانون هم‌چنین سعی شده است با ایجاد الزامات بیشتر برای پلتفرم‌های بزرگ به ریسک‌های سیستمی پاسخ نظام‌مند بدهد. این ریسک‌ها تنها منوط به محتوای غیرقانونی نمی‌شود بلکه محتوایی که «محتوای مضر یا آسیب‌رسان» شناخته می‌شود را نیز دربرمی‌گیرد.

با این وجود ابتکارات و اقدامات پلتفرم‌ها برای مقابله با محتوای غیرقانونی و محتوای مضر و آسیب‌رسان به معنای از دست دادن مصونیت مسئولیتی این پلتفرم‌ها و سرویس‌های میزبانی نیست در نتیجه کماکان روح دستورالعمل تجارت الکترونیک اتحادیه اروپا در این قوانین جاری و ساری است. با این وجود استثنائی که در این ارتباط وجود دارد، دانش و آگاهی پلتفرم‌ها از محتوای غیرقانونی بر بستر آن‌ها است. این استثنائات زمانی پیچیده‌تر نیز خواهند شد که پلتفرم‌ها اقداماتی را بر مبنای شرایط و خدمات استفاده خود برای مقابله با محتوای غیرقانونی و آسیب‌رسان انجام دهند. از این رو مسأله‌ی مسئولیت یکی از چالش‌های مهم قانون خدمات دیجیتال خواهد بود.

در نتیجه یکی از مسائل مهم این است که پلتفرم‌ها را در جای دادگاه قرار نگیرند. ماده ۱۴ قانون خدمات دیجیتال خیلی رسمی به فرآیند اطلاع‌دهی و اقدام نگاه کرده است در حالی که تفسیر از غیرقانونی بودن محتوا واجد شاخص‌ها و فرآیندهای غیررسمی دیگری است. اگر فرآیند اطلاع و اقدام نتواند مبنای

<sup>1</sup> notification

<sup>2</sup> Mere technical

<sup>3</sup> Notice and takedown

مختلف را دربرگیرد، پلتفرم‌ها هرآنچه که به آن‌ها اطلاع داده خواهد شد را حذف خواهند کرد. چون پلتفرم‌ها تمایلی نخواهند داشت که وارد مذاکرات و فرآیند تشخیص قانونی و غیرقانونی بودن بشوند در نتیجه سعی می‌کنند کار راحت‌تر را انجام بدهند.

سه‌گانه دستورالعمل رسانه‌های صوتی و تصویری، حق نشر و قانون خدمات دیجیتال

قانون خدمات دیجیتال باید نسبت خود را از نظر اجرایی‌سازی و محدوده تنظیم‌گری و نقاط افتراق و اشتراک با سایر قوانین اتحادیه اروپا روشن سازد. این قوانین از پیچیدگی برخوردار هستند به طور مثال با نگاهی به تنظیم‌گری محتوای غیرقانونی در اتحادیه اروپا چند قانون متفاوت را می‌بینیم. دستورالعمل رسانه‌های صوتی و تصویری ۲۰۱۸ که پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری ویدئو را ملزم به مقابله با محتوای غیرقانونی کرده است. دستورالعمل حق نشر ۲۰۱۹ که مصونیت سنتی را از میان برده و سرویس‌های اشتراک‌گذاری محتوا را مسئول دانسته است و مافوق همه‌ی این موارد ما شاهد این هستیم که قانون خدمات دیجیتال کماکان با رویکرد مصونیتی ایجاد شده است اما تاکید می‌کند که الزاماتی فراتر برای پلتفرم‌های بزرگ دارد. در ماده ۲۶ و ۲۷ قانون، الزاماتی در مورد سازوکار اطلاع‌رسانی وجود دارد.

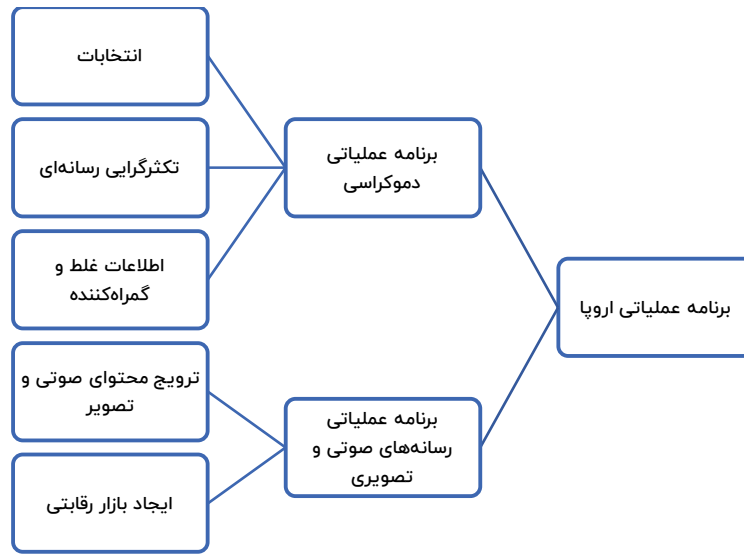
با توجه به این موارد اتحادیه اروپا در مواجهه با محتوای غیرقانونی دارای قواعد متفاوت و تنوعی است که نیازمند هماهنگی و همگونی این قواعد است. در مواجهه با محتوای «آسیب‌رسان و مضر» عدم شفافیت بیشتری حاکم است. قواعدی مشخص در مورد محتوای آسیب‌رسان در دستورالعمل رسانه‌های صوتی و تصویری وجود دارد. این در حالی است که در قانون خدمات دیجیتال بیان شده است که این قانون هدفی برای تنظیم‌گری محتوای آسیب‌رسان و مضر ندارد. با وجود این که قانون خدمات دیجیتال به منظور تحقق آزادی بیان نمی‌خواهد محتوای آسیب‌رسان را مورد تنظیم‌گری قرار دهد با نگاهی دقیق‌تر به قانون، در قواعد مرتبط با تبلیغات آنلاین، مفهوم «محتوای آسیب‌رسان» مطرح می‌شود. بنابراین قانون خدمات دیجیتال در جایی که پلتفرم‌های بزرگ را هدف تنظیم‌گری قرار داده است می‌تواند محتوای آسیب‌رسان و مضر را نیز مورد تنظیم‌گری قرار دهد.

نقطه قوت قانون خدمات دیجیتال تکمیل کردن نواقص قوانین سابق است. به طور مثال افزودن الزامات شفافیت یکی از نقطه قوت این قانون است. از سویی دیگر گزارش‌دهندگان قابل اعتماد نیز از دیگر ارزش افزوده‌های این قانون است. این بخش در حوزه صوتی و تصویری در ارتباط با حفاظت از مالکیت معنوی دیده شده است. ولی نکته مهم در اجرایی‌سازی موثر این قوانین ایجاد هماهنگی هارمونی حقوقی میان این قواعد و مقررات مختلف است چرا که مرزکشی میان محدوده‌های بعضاً هم‌پوشان بسیار سخت و دشوار خواهد بود و از سویی دیگر باید از سوءاستفاده از الزامات تدوین شده توسط ذی‌نفعان مختلف جلوگیری کرد.



## قانون خدمات دیجیتال از منظر بازیگران صنعت

بی‌تردید تمام تلاش‌های حوزه تنظیم‌گری با هدف ایجاد تغییرات و اثرات بر بازیگران بخش صنعت اتفاق می‌افتد و جلوه نهایی آن بر کاربران است. در نتیجه باید توجه ویژه‌ای به پیچیدگی چهارچوب‌های قانون‌گذاری در اتحادیه اروپا کرد. علاوه بر اسناد تقنینی، اتحادیه اروپا برنامه‌های عملیاتی نیز دارد که ارتباط این برنامه‌های عملیاتی با قوانین نیز از اهمیت بالایی برخوردار است.



شکل شماره ۵- محورهای اصلی برنامه‌های عملیاتی کمیسیون اروپا

به منظور فهم این پیچیدگی لازم است فلسفه و اصول تنظیم‌گری در اتحادیه اروپا درک شود. یکی از مبناهای اصلی تنظیم‌گری در اتحادیه اروپا مسأله‌ی حقوق اساسی و به طور خاص آزادی بیان است. آزادی بیان نه تنها به معنای دریافت اطلاعات بلکه به معنای دریافت اطلاعات بی‌طرف است. این اصول در دستورالعمل رسانه‌های صوتی و تصویری و قانون خدمات دیجیتال قابل مشاهده است چرا که بسیار بر روی سازوکار شکایت، سازوکار جبران خسارت و شفافیت در برابر کاربران تأکید شده است.

مسأله دوم و حیاتی‌تر به طور ویژه بعد تعلیق حساب‌هایی که در ایالات متحده اتفاق افتاد. اجرایی‌سازی استانداردهای محتوایی بخش خصوصی و عمومی است. در واقع تقابل ساحت عمومی و خصوصی در شکل‌گیری استانداردهای محتوایی مسأله‌ای بسیار مهم است. این مسأله در دستورالعمل رسانه‌های صوتی و تصویری قابل مشاهده است چرا که تنها سند قانونی است که به طور مستقیم بر شرایط استفاده و

<sup>1</sup> Action of plans

<sup>2</sup> Fundamental rights

<sup>3</sup> Impart information

خدمات پلتفرم‌ها اثر می‌گذارد. از سویی<sup>۱</sup> دیگر در قانون خدمات دیجیتال نیز به نهاد بازبینی (نظارتی) عمومی مستقل اشاره شده است.

نسبت این دو قانون نیز اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. به زعم برخی متخصصان دستورالعمل رسانه‌های صوتی و تصویری اتحادیه اروپا کماکان به عنوان چهارچوب تنظیم‌گری محتوا و تعیین استانداردهای محتوایی باقی خواهد ماند. این دستورالعمل به دلیل تاکید بر حفاظت از کودکان و نوجوانان به عنوان چهارچوب تنظیم‌گری محتوای آسیب‌رسان و مضر از اهمیت ویژه‌ای برخوردار خواهد بود. از سویی دیگر برنامه‌ی عملیاتی کمیسیون اروپا در ارتباط با رسانه‌های صوتی و تصویری با محوریت ارتقای محتوای اروپایی به کار خود ادامه خواهد داد. قانون خدمات دیجیتال نیز ساختاری کلی را برای مقابله با محتوای غیرقانونی، استانداردهای محتوای تبلیغاتی و ارزیابی ریسک سرویس، محتوا و مخاطب شکل می‌دهد.

اتحادیه برودکسترهای خدمت عمومی اروپایی و قانون خدمات دیجیتال<sup>۴</sup>

یکی از چالش‌هایی که امروزه در فضای دیجیتال به واسطه قدرت زیاد تعدادی از پلتفرم‌ها مشاهده می‌شود. دستکاری افکار عمومی و جهت‌دهی آن در راستای منافع شخصی است. و همین‌طور از منظر محتوا شاهد تنظیم‌گری و تعدیل و مدیریت خصوصی بر مبنای هنجارها و قوانین خود کمپانی‌ها هستیم. از این رو نیاز به تنظیم‌گری بسیار احساس می‌شود و همچنین نیاز به اتخاذ رویکرد متعادل و قابل سنجش. به موازات آن بازار نیازمند رقابت منصفانه و محیط امن است.

اتحادیه برودکسترهای خدمت عمومی اروپایی با رویی باز از ابتکارات اتحادیه اروپا در قالب قوانین خدمات دیجیتال و بازارهای دیجیتال استقبال می‌کند. قانون خدمات دیجیتال و قانون بازارهای دیجیتال سعی کرده است برخی از حفره‌های خالی قانونی در قوانین پیشین را پوشش دهد. این قوانین سعی کرده‌اند تا دسترسی به داده‌ها را برای برودکسترها فراهم کنند. این قوانین همچنین سعی کرده‌اند تا از تنظیم‌گری خصوصی شرکت‌ها بر روی محتوا، جلوگیری کنند.

انجمن برودکسترهای تجاری اروپا و قانون خدمات دیجیتال<sup>۹</sup>

انجمن برودکسترهای تجاری اروپایی با ایده کمیسیون اروپا مبنی بر این که هرچه در جهان آفلاین غیرقانونی است در جهان آنلاین نیز غیرقانونی است موافق است. با این وجود معتقد است این قانون

<sup>1</sup> Terms & conditions

<sup>2</sup> Harmful content

<sup>3</sup> Risk assessment

<sup>4</sup> Public service broadcasters

<sup>5</sup> manipulation

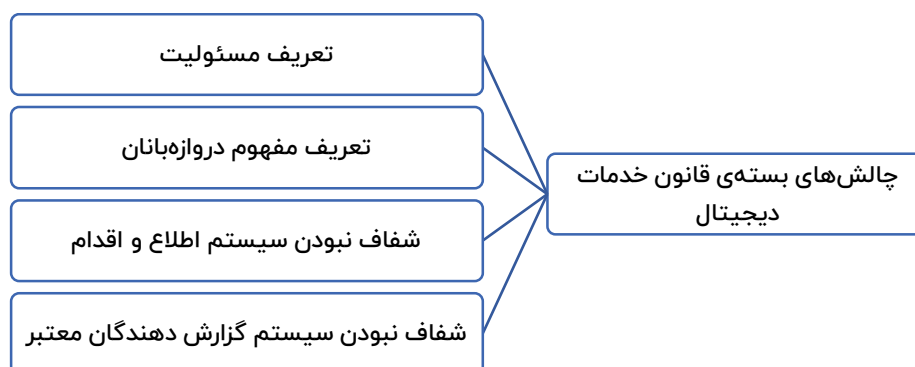
<sup>6</sup> Self-interested

<sup>7</sup> moderating

<sup>8</sup> Fair competition

<sup>9</sup> Commercial broadcasters

چالش‌هایی را پیش رو خواهد داشت که در شکل زیر به چالش‌های قانون خدمات دیجیتال از منظر انجمن برودکسترهای تجاری اروپا اشاره شده است.



شکل شماره ۶- چالش‌های بسته‌ی قانون خدمات دیجیتال از منظر برودکسترهای خصوصی اروپا

## گوگل و قانون خدمات دیجیتال

بی‌تردید صنعت نیازمند به روزرسانی تنظیم‌گری و مقررات است. نقطه مثبت قانون خدمات دیجیتال این است که مبنای اصلی دستورالعمل تجارت الکترونیک را، بن‌مایه این قانون قرار داده و ساختار و شاکله قانون جدید را بر این مبنا پی‌ریزی کرده است. به طور مثال الزامی به نظارت کلی بر محتوا برای پلتفرم‌ها دیده نشده است. رژیم قانونی هم‌چنین با مرکزیت محتوای غیرقانونی شکل گرفته است که این امر برای بازیگران صنعت مزیت شفافیت و قطعیت قانونی را در پی دارد و بنایی مناسب به منظور حفاظت از حقوق اساسی و بازار واحد اروپایی است.

با وجود این موارد چالش‌هایی در ارتباط با این قوانین وجود دارد. یکی از چالش‌های اساسی در بحث مدیریت و تعدیل محتوا است. پلتفرم‌ها در طی سالیان با جمع‌آوری منابع مختلف و تغییر فرآیندها توانسته‌اند نظام کنونی خود در تعدیل و مدیریت محتوا را ایجاد کنند. در نتیجه چگونگی ارتباط این قوانین و مقررات با تجربه انباشته شده پلتفرم‌ها بسیار مهم است.

چالش دیگر حل مسائل محتوایی در کلیت زیست‌بوم است مثل محتوای تروریستی و محتوای پورنوگرافی کودکان. اگر قرار بر این باشد که تنها الزامات به پلتفرم‌های بزرگ اعمال شود، این چنین محتوایی به سمت بازیگرانی که کمتر تحت تنظیم‌گری هستند، سوق داده می‌شوند در نتیجه هدف امنیت کلی سیستم برای کاربران محقق نمی‌شود.

<sup>1</sup> General monitoring

<sup>2</sup> certainty

ایرلند؛ کشور میزبان پلتفرم‌های بزرگ به سوی وظایف جدید در قانون خدمات دیجیتال

قانون خدمات دیجیتال با محوریت تنظیم‌گری محتوا شکل گرفته است، منطقی که نهاد تنظیم‌گری بریتانیا نیز از آن پیروی می‌کند. از سویی دیگر قانون خدمات دیجیتال سعی دارد تا ارزش‌هایی چون آزادی بیان، تنوع فرهنگی، کرامت انسانی، مبارزه با اطلاعات گمراه‌کننده را نیز دنبال کند. اهدافی که با مأموریت‌های نهاد تنظیم‌گر ایرلند همسو است. به طور مثال در مواجهه با اطلاعات گمراه‌کننده پیش از این سعی شده بود تا مفهوم «مسئولیت قانونی» پلتفرم‌ها به صورت تدریجی تکامل پیدا کند که در این قانون نیز این اتفاق روی داده است. از سویی دیگر این ایده وجود دارد که ایده «سامری خوب (اصل مصونیت)» کامل و اثربخش نیست.

به طور کلی از دو منظر می‌توان به قانون خدمات دیجیتال نگاه کرد، منظر اول ذکر ویژگی‌های مثبت این قانون و منظر دوم جنبه‌هایی از قانون است که نیازمند مباحثات بیشتر است. نکته دیگر آن‌که تنظیم‌گر ایرلند (BAI) در حال تقویت موقعیت خود و افزایش محدوده تنظیم‌گری است. همانطور که رویکرد تنظیم‌گری محتوا در قانون خدمات دیجیتال در حال مفصل‌بندی مجدد است، نهاد تنظیم‌گر ایرلند نیز به منظور توسعه موقعیت خود در حال تقنین قانونی در مورد تنظیم‌گری محتوای آسیب‌رسان آنلاین است.

یکی از ویژگی‌های مثبت قانون خدمات دیجیتال تفاوت میان پلتفرم‌ها و تمایزات میان پلتفرم‌های رسانه‌ای و پلتفرم‌های شبیه با بازار است. در کنار ویژگی‌های مثبت این قانون ساختار تنظیم‌گری پیشنهادی در قانون خدمات دیجیتال بسیار مساله مهمی است. این مساله موجب شده است که بسیاری از تنظیم‌گران محتوایی به اجماع نرسیده باشند که چه کسی مسئول هماهنگی در ارتباط با اجرایی‌سازی قانون است. از این رو چالشی مهم در هماهنگی میان نهادهای تنظیم‌گر وجود دارد. و این مساله برای ایرلند به عنوان میزبان پلتفرم‌های بزرگ اتحادیه اروپا از اهمیت بالاتری برخوردار است.

#### جمع‌بندی اروپا و پارادایم جدید

قانون خدمات دیجیتال یک مفصل‌بندی جدید از ساختار تنظیم‌گری در اتحادیه اروپا است. از دیدگاه تدوین‌کنندگان آن مسیری که در حال پیمودن است، مسیر درستی است اما نیازمند مباحثات و مذاکرات است. ستون‌های این ساختمان جدید از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند که یکی از مهم‌ترین ستون‌های آن قواعد بخشی تنظیم‌گری موجود و پیشین است. ارتباط میان این قوانین و ارتباط میان تنظیم‌گران بخشی به منظور اجرایی‌سازی قانون جدید از اهمیت بالایی برخوردار است.

از سویی دیگر بازیگران صنعت معتقد هستند، کمپانی‌ها و پلتفرم‌ها سعی کرده‌اند در طی زمان، نظام‌های گوناگون خودتنظیم‌گری را در ارتباط با مسائل متفاوت به وجود بیاورند در نتیجه قوانین و مقررات جدید نباید به گونه‌ای باشد که کلیت این نظام‌ها را زیر سوال ببرد.

با این وجود همگی اذعان دارند که قانون خدمات دیجیتال از پیچیدگی‌های زیادی برخوردار است و این نشست‌ها مقدمه و شروع مباحثات طولانی به منظور تصویب این قانون و اجرایی‌سازی آن است. قانون خدمات دیجیتال با هدف حفاظت از حقوق اساسی شکل گرفته است در نتیجه کلیه الزامات آن باید متناسب با ارزش‌های محوری مندرج در حقوق اساسی باید باشد.



نشست دوم: شفافیت در تعدیل و مدیریت محتوا بر بستر شبکه‌های اجتماعی<sup>۱</sup>

یکی از بحث‌های مهم بعد از انتخابات ۲۰۲۰ ایالات متحده و پاندمی کووید ۱۹، نقش پلتفرم‌های رسانه‌ای آنلاین در مدیریت و تعدیل محتوا است. این مساله بخش مهمی از گفت‌وگوهای مرتبط با پیش‌نویس قانون خدمات دیجیتال را دربرمی‌گیرد. حدود و ثغور نقش پلتفرم‌ها در مدیریت و تعدیل محتوا، چگونگی فرآیند مدیریت و تعدیل محتوا، قوانین و مقررات و سازوکار شفافیت و پاسخگویی از جمله موضوعات مهم در بررسی مساله مدیریت و تعدیل محتوا است. نشست پیش رو به مساله شفافیت این فرآیند بر بستر رسانه‌های اجتماعی می‌پردازد.

### معرفی مهمانان نشست



Francisco Javier  
Cabrera Blázquez  
European Audiovisual  
Observatory

تحلیل‌گر حقوقی در دپارتمان اطلاعات حقوقی  
دیده‌بان صوت و تصویر اتحادیه اروپا



Maja Cappello  
European Audiovisual  
Observatory

رئیس دپارتمان اطلاعات حقوقی دیده‌بان  
صوت و تصویر اتحادیه اروپا



Paolo Celot  
Secretary General,  
EAVI

متخصص سواد رسانه‌ای



Alexandre De Street  
University of Namur,  
Academic Co-director  
at CERRE

استاد دانشگاه و متخصص حقوق اروپایی



Marisa Jiménez Martín  
Director Public Policy  
and Deputy Head of  
EU Affairs, Facebook

حقوقدان اسپانیایی و متخصص حقوق اروپا  
و مدیر سیاستگذاری عمومی و معاون امور  
اروپایی فیسبوک



Luboš Kukliš

مدیر اجرایی نهاد تنظیم‌گر رسانه اسلواکی



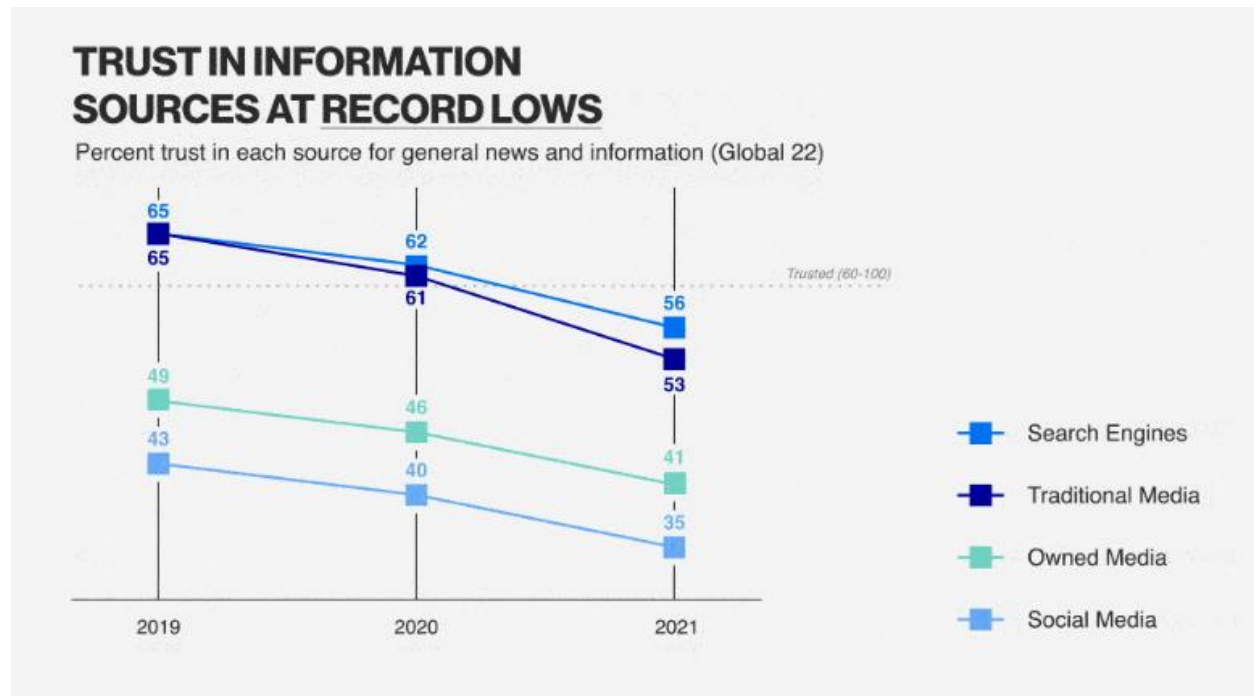
Charlotte Willner

مدیر اجرایی انجمن حرفه‌ای امنیت و اعتماد

<sup>1</sup> Content moderation

رسانه‌های اجتماعی؛ بهترین زمان یا بدترین زمان برای آزادی بیان

رسانه‌های اجتماعی فرصتی بی‌نظیر را فراهم کردند تا افراد بتوانند احساسات و افکار خود را با طیف زیادی به اشتراک بگذارند اما این فرصت بزرگ و خوب رفته رفته روی دیگری نشان داد چرا که با گذشت زمان شاهد کاهش اعتماد به رسانه‌های مختلف و نهادهای سیاسی هستیم. در این زمان رسانه‌های اجتماعی نقشی مهم را ایفا می‌کنند. میلیاردها کاربر بر بستر رسانه‌های اجتماعی در حال تعامل هستند.

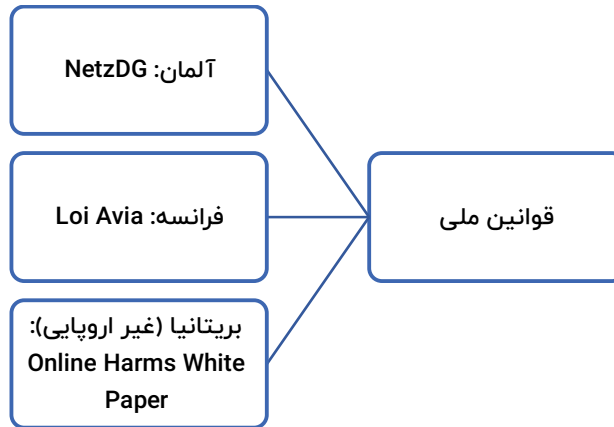


شکل شماره ۷- اعتماد به منابع رسانه‌ای

رسانه‌های اجتماعی می‌توانند اطلاعات را بر مبنای سیاست‌های داخلی خود و بنا بر شرایط و چارچوب استفاده با روش‌هایی چون ترویج کردن و رتبه‌بندی کردن و اولویت‌دهی مدیریت کنند. این درحالی است که افراد و کاربران به جزئیات این سیاست‌ها و قواعد دقت نمی‌کنند.

رسانه‌های اجتماعی علاوه بر حذف محتوا می‌توانند، افراد و کاربران را نیز در موارد نادر (ترامپ و توئیتر) از شبکه اجتماعی خود بیرون کنند. حذف محتوای مضر و آسیب‌رسان با کنار گذاشتن آزادی بیان اتفاق افتاد و در حالی این اتفاق می‌افتد که رسانه‌های اجتماعی بر اساس سیاست‌های محتوایی خود رفتار کردند. البته باید خاطر نشان کرد با توجه به حجم بالای محتوای بارگذاری شده بر بستر این رسانه‌ها، مدیریت و تعدیل محتوا کاری بسیار سخت و مشکل است.

از سویی دیگر رسانه‌های اجتماعی علاوه بر سیاست‌ها و قواعد خود باید از قوانین و مقررات دیگر نیز تبعیت کنند. اتحادیه اروپا در این زمینه قوانینی دارد که به مرور آن‌ها می‌پردازیم.



شکل شماره ۸- قوانین تنظیم‌گری محتوا در اروپا

البته گویا، این قواعد برای حصول نتایج کافی نیست چرا که اتحادیه اروپا در حال تدوین قانون خدمات دیجیتال است، که این قانون قواعدی را برای مسئولیت‌های سرویس‌های حوزه دیجیتال شکل می‌دهد. الزاماتی که قانون خدمات دیجیتال برای پلتفرم‌ها ایجاد می‌کند عبارت است از: ۱. ایجاد رویه‌های اطلاع و اقدام برای محتوای غیرقانونی، ۲. امکان شکایت در خصوص تصمیم‌های مرتبط با تعدیل و مدیریت محتوا.

از سویی دیگر برای پلتفرم‌های آنلاین خیلی بزرگ، نیز استانداردهای سخت‌تری را به منظور پاسخگویی و شفافیت در بحث مدیریت و تعدیل محتوا در نظر گرفته‌اند.

قانون دیگر قانون بازار دیجیتال است، که این قانون، قواعدی پیشینی را برای پلتفرم‌های آنلاین بزرگی که دروازه‌بانان بازار محسوب می‌شوند ایجاد کرده است.

چگونگی اثرگذاری قانون خدمات دیجیتال و قانون بازار دیجیتال بر فرآیند مدیریت و تعدیل محتوا

یکی از موارد مهم در قانون‌گذاری بحث نوآوری است. به واقع قانون‌گذاری باید به گونه‌ای انجام شود که به بحث نوآوری خدشه وارد نشود و از سویی این فرآیند را تسهیل کند. در نتیجه در این دو قانون سعی شده است تا فرآیندهای نوآوری مورد خدشه واقع نشوند. از این رو قانون خدمات دیجیتال مجدداً بر همان رژیم مسئولیت محدودی که در دستورالعمل تجارت الکترونیک از آن صحبت شده است، تاکید می‌کند. این رژیم‌های بنا شده به طور مستقیم محتوای غیرقانونی را هدف قرار داده‌اند و تا اندازه زیادی سعی شده است در مورد محتوای نامناسب و آسیب‌رسان صحبت نشده است.

این قوانین با اتخاذ رویکرد ریسک-محور قواعدی را برای پلتفرم‌های بزرگ در نظر گرفته است. نکته حائز اهمیت، ارتباط میان این قوانین با قوانین موجود در اتحادیه اروپا است. قانون خدمات دیجیتال سعی کرده است رژیم مبنایی و پایه برای همه‌ی انواع محتوای غیرقانونی ایجاد کند.

نوآوری موجود در این قوانین عدم تقارن قانونی است بدین معنا که رژیمی عمومی و کلی برای همه وجود دارد و بر مبنای ارزیابی ریسک محتوا و پلتفرم، قواعدی سخت‌تر تدوین شده است که محتوای آسیب‌رسان و مضر را نیز هدف قرار داده است. این یک تغییر بزرگ است که می‌تواند با نظامی که در دستورالعمل‌های سابق وجود داشته مورد مقایسه قرار بگیرد. و رویکردهای جدیدی را در تنظیم‌گری ایجاد کرده است.

قوانین سابق برای پلتفرم‌های کوچک قابل کاربرد بود اما برای پلتفرم‌های بزرگ سطح مداخله و اجرایی‌سازی قانون باید در سطح اتحادیه اروپا تعریف شود که این قوانین سعی کرده‌اند به این هدف جامه عمل بپوشانند.

ایجاد سازوکار درونی برای رسیدگی به شکایات و حل و فصل مسائل، استفاده از ظرفیت جامعه مدنی و ارزیابی ریسک به صورت مستمر نمونه‌ای از این رویکردهای جدید است. این پلتفرم‌ها در حال تغییر و تکامل هستند که لازمه نظام تنظیم‌گری سرعت و انعطاف‌پذیری است. ویژگی‌های قوانین جدید را می‌توان در الزامات متناسب با ارزیابی ریسک، ایجاد رژیم اجرایی‌سازی نامتقارن و توسعه زیست‌بوم نظارتی که برای بازیگران مختلف نقشی را تعریف کرده است در اتحادیه اروپا مشاهده کرد.

<sup>1</sup> Ex ante rules

چالش مهم هم ارتباط این قوانین با قوانین سابق به طور خاص دستورالعمل رسانه‌های صوتی و تصویری اتحادیه اروپا است که هم‌پوشانی‌هایی دارد در نتیجه باید مشخص شود که چه کسی و چه نهادی مسئول اجرای این بخش‌ها است.

پلتفرم‌ها؛ قانون‌گذار یا مجری قانون

اگر در عمل پلتفرم‌های آنلاین مسئولیت‌های خود را انجام دهند و ابتکاراتی داوطلبانه را نیز به طور مثال در حذف محتوا به کار ببرند، آن‌گاه چگونه می‌توان در خصوص تعادل منافع مختلف صحبت کرد. در این حالت پلتفرم‌ها هم خود قانون‌گذار خواهند بود و هم خود قاضی و مجری در نتیجه تضاد منافع به وجود می‌آید.

در نتیجه بهترین حالت برای قضاوت کردن در مورد این که چه محتوایی حذف بشود و چه محتوایی حذف نشود باید بر عهده یک دادگاه مستقلی از اعضای دولت‌ها قرار بگیرد. چرا که در لیبرال دموکراسی شما نمی‌توانید مسئولیت احقاق حقوق اساسی را به طور کامل به کمپانی‌های خصوصی واگذار کنید. از سویی دیگر به احتمال قوی کمپانی‌های خصوصی هرگز دوست نخواهند داشت که چنین مسئولیتی را برعهده بگیرند. اما زمانی که از رسانه‌های اجتماعی صحبت می‌شود، این رسانه‌های متفاوت از کمپانی‌های خصوصی هستند چرا که رسانه‌های اجتماعی در حال شکل‌دهی به فضای عمومی هستند. در نتیجه با کمپانی‌های خصوصی معمولی متمایز هستند.

تعریف محتوای غیرقانونی و محتوای آسیب‌رسان

بهترین رویکرد در تعریف محتواهای مختلف آن است که تمرکز بر تعریف محتوای غیرقانونی قرار بگیرد. چرا که تعریف محتوای آسیب‌رسان، مسائل و چالش‌های مختلفی به همراه خواهد داشت. در اتحادیه اروپا یک رژیم مبنایی وجود دارد که به همه انواع پلتفرم‌ها و محتواهای غیرقانونی اعمال می‌شود، در نتیجه تمرکز بر روی این گونه محتوا از سهولت بیشتری برخوردار است.

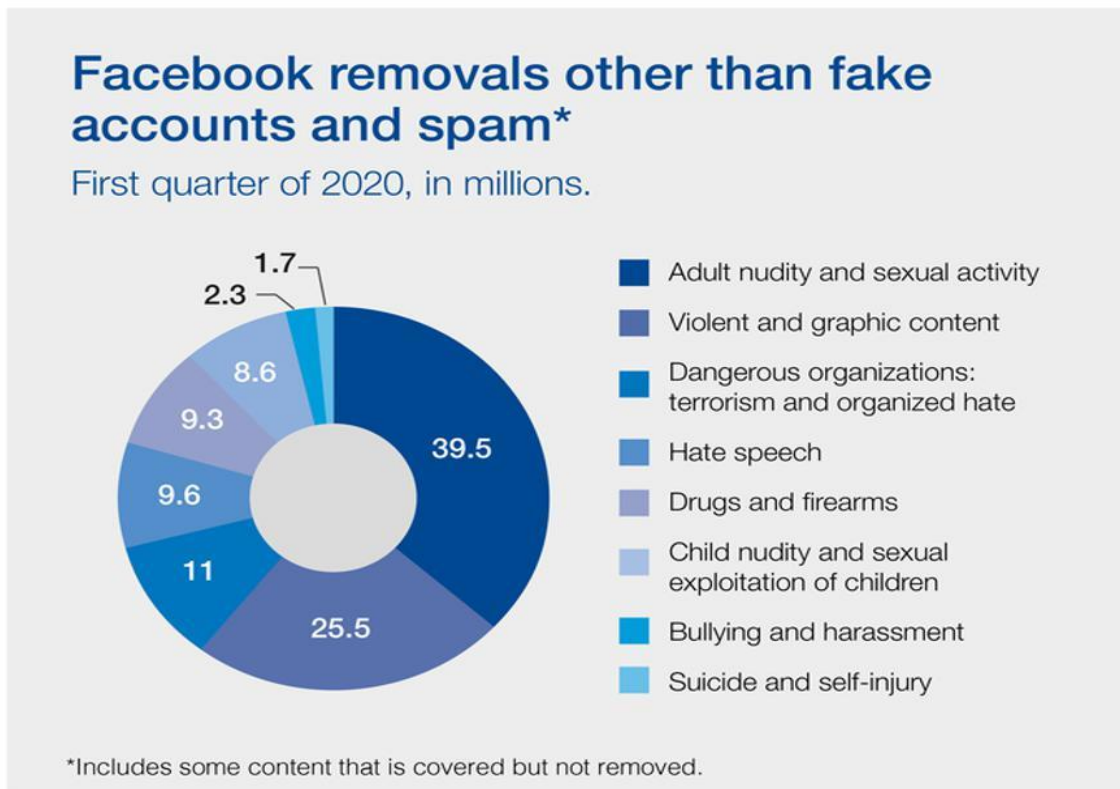
مدیریت و تعدیل محتوا و چالش قانون‌گذاری

مساله تعدیل و مدیریت محتوا تا حد بسیار زیادی مرتبط به اندازه، حجم محتوا و نوع محتوا است. وقتی به قانون خدمات دیجیتال اتحادیه اروپا نیز نگاه می‌اندازیم این تمایز در اندازه پلتفرم را مشاهده می‌کنیم. کمپانی‌های بزرگ برای مدیریت و تعدیل محتوا، تعداد زیادی از افراد و گروه‌های مختلف را به کار می‌گیرند. این افراد تحت دوره‌های آموزشی طولانی مدت و بسیار رسمی قرار می‌گیرند. به طور مثال در فیسبوک گروه‌های مختلف حرفه‌ای جهانی در حال انجام این فعالیت هستند و فیسبوک سعی کرده است با انجمن‌ها و گروه‌های مختلف در این خصوص ارتباط ایجاد کند.

<sup>1</sup> Content moderation



به منظور انجام این کار در کمپانی‌های خصوصی، قدم ابتدایی مشخص کردن ارزش‌های کمپانی است. در نتیجه مدیریت و تعدیل محتوا که محصولی از یک کمپانی خصوصی است باید متولی ارزش‌های کمپانی باشد. از این رو هرگونه قاعده‌گذاری و تدوین مقررات باید ارزش‌های کمپانی را نمایندگی کند. ما در قانون خدمات دیجیتال اتحادیه اروپا نیز شاهد الزام گزارش‌های شفافیت توسط پلتفرم‌های آنلاین هستیم. چرا که بر طبق این گزارش‌ها، کاربران می‌توانند قضاوت کنند که آیا تعدیل و مدیریت محتوای انجام شده بازتاب دهنده‌ی ارزش‌های کمپانی است یا خیر؟



شکل شماره 9- دلایل حذف محتوای فیسبوک (Koetsier, 2020)

یکی از چالش‌های اساسی در این ارتباط این است که محتوای غیرقانونی در کشورهای مختلف تعریف مختلفی دارد و غیرقانونی بودن از کشوری به کشور دیگر متفاوت است. از سویی دیگر هنجارهای اجتماعی و همین‌طور انتظارات و توقعات دولت‌ها نیز در طی زمان در حال تغییر است. در نتیجه این چالش همواره وجود خواهد داشت که نهاد قانون‌گذار چه کسی است و چه تضمینی وجود دارد که این قوانین و مقررات تغییر پیدا نکنند..

برخی معتقد هستند به منظور غلبه بر این چالش باید قاعده‌گذاری بر مبنای اصول انجام داد و به اجماع نظری در مورد اصول نائل آمد. مدیر سیاست‌گذاری عمومی فیسبوک معتقد است نکته مهم در مساله تعدیل و مدیریت محتوا، اعتماد کاربران به نهادهای حرفه‌ای امنیت و اعتماد است چرا که این افراد بسیار دغدغه خروجی مدیریت و تعدیل محتوا را دارند در ضمن آن، با مهارت هستند و آموزش‌های بسیاری دیده‌اند. و سال‌ها زمان برده است تا این افراد به سطحی از تخصص در این زمینه برسند چرا که این کار عملی و زمان‌بر است. این تخصص با ابزارهای دیگری چون هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی ترکیب می‌شود.

چه چیزی حذف شود، چه چیزی حذف نشود؟

۳۵ هزار نفر در بحث مدیریت و تعدیل محتوا در فیسبوک مشغول به کار هستند.

برای این که بتوان تصمیم گرفت که چه محتوایی حذف شود یا چه محتوایی حذف نشود باید چند گام به عقب بازگشت و در مورد این مساله صحبت کرد که فیسبوک چیست و رسالت رسانه‌ی اجتماعی چیست؟ از سویی دیگر باید در نظر داشت

که کلیت این فعالیت‌ها در زیست‌بومی شکل می‌گیرد که ابعاد و بازیگران مختلف دارد. به طور مثال فیسبوک سرویسی است که میلیاردها کاربر هر روزه بر بستر آن فعالیت می‌کنند، علاقه‌مندی‌های خود را دنبال می‌کنند به ابزار عقاید خود می‌پردازند و با افراد دیگر در حال تعامل و ارتباط هستند. و این فعالیت‌ها در مقیاس بسیار کلانی اتفاق می‌افتد.

از دید متخصصان مدیریت و تعدیل محتوا در فیسبوک فضایی که کاربران در آن به تعامل و ارتباط می‌پردازند با مفهوم فضای عمومی دارای تمایز است. کاربران از پلتفرم‌ها توقع دارند که فضایی امن را برای فعالیت آنان ایجاد کنند، از این رو پلتفرم‌ها قواعدی را در این خصوص وضع کرده‌اند که این قواعد همان استانداردهای جامعه فیسبوک است. پیش از تدوین استانداردهای جامعه فیسبوک، کلیه قواعد جهانی بود اما با گذشت زمان و الزام فیسبوک به رعایت قوانین، استانداردهای جامعه فیسبوک ایجاد شد تا بتواند چارچوب قوانین داخلی و بومی کشورها را نیز رعایت کند. که این امر فضایی بسیار پیچیده را به وجود می‌آورد.

به بیانی دیگر تنها صحبت از قوانین و مقررات و تدوین سیاست‌های مختلف نیست بلکه مساله اساسی چگونگی اجرایی‌سازی این قوانین و کاربردی کردن آن است. از این رو در بحث تعدیل و مدیریت محتوای فیسبوک سعی شده است از یک رویکرد چنددستی‌نفعی بهره برده شود. از سویی دیگر نهاد *oversight* فیسبوک که از سال ۲۰۱۸ ایجاد شده است سعی کرده است یک سازوکار نظارتی خارجی را ایجاد کند. این چنین سازوکارهایی به منظور افزایش شفافیت، پاسخگویی و نظارت بیشتر است. اتحادیه اروپا سعی دارد

<sup>1</sup> Facebook community standards/guidelines

بر مبنای این سه اصل قاعده‌گذاری کند. از سویی دیگر قواعدی سخت‌تر را برای پلتفرم‌های بزرگ‌تر در نظر گرفته است در نتیجه مسئولیت این پلتفرم‌ها نظیر فیسبوک بیشتر خواهد شد.

مسئولیت بیشتر یا خیرخواهی بیشتر

وقتی صحبت از مسئولیت بیشتر و قواعد بیشتر در قانون خدمات دیجیتال اتحادیه اروپا می‌شود، مقصود اقدامات خیرخواهانه نیست، چرا که رسانه‌های اجتماعی کسب‌وکارهای خصوصی هستند که محصول آنان محیطی امن برای تعامل و ارتباطات کاربران است، در نتیجه صحبت از مسئولیت به معنای اقدامات خیرخواهانه نیست. بلکه سازوکار و ابزاری است که به وسیله آن پلتفرم به هدف خود می‌رسد.

اسرار تجاری و گزارش‌های شفافیت

به منظور پاسخ به دوگانه گزارش‌های شفافیت و اسرار تجاری در ابتدا باید به این سوال پاسخ داد که منظور از شفافیت چیست؟ بر طبق نظر متخصص حوزه تعدیل و مدیریت محتوای فیسبوک شفاف بودن را باید از آشکارسازی الگوریتم‌ها تمایز داد. و می‌توان مرز معناداری را میان شفاف بودن و آشکارسازی الگوریتم‌ها مشخص کرد.

انتظارات مخاطبان و مساله تعدیل و مدیریت محتوا

در بحث تعدیل و مدیریت محتوا ما شاهد استفاده بیشتر از هوش مصنوعی هستیم چرا که کمپانی‌ها تمایل دارند هزینه کمتری بپردازند و پول بیشتری را پس انداز کنند و استفاده از هوش مصنوعی کم‌هزینه‌تر از ابزارهای انسانی است. پژوهشی توسط دیده‌بان الگوریتم انجام شده است که نشان می‌دهد اگر یک زن سیاهپوست، با کامنتی مخالف باشد ده برابر بیشتر احتمال حذف محتوا وجود دارد تا این که یک مرد فرانسوی با همان کامنت مخالف باشد.

روح قانون خدمات دیجیتال اتحادیه اروپا باید بر مبنای منفعت عمومی باشد. از سویی دیگر حقوق اساسی نیز شاکله قانون خدمات دیجیتال باید باشد. در بند ۱۹ در مورد آزادی بیان، ذکر شده است که هر فردی حق آزادی بیان دارد و این حق به معنای حق دسترسی به اطلاعات هم است. در نتیجه صرفاً مساله بیان نیست بلکه به معنای حق خواندن و شنیدن نیز هست. از سویی دیگر افکار عمومی باید در شرایطی شکل بگیرد که اطلاعات درست، معتبر و قابل اعتماد به آن برسد. آزادی بیان که سبب آن به ۱۹۵۰ برمی‌گردد و بعد از آن نیز بهتر شاکله‌بندی شده است. بهانه‌ای را به دست گروهی برای گسترش اطلاعات گمراه کننده و نادرست و پروپاگاندا داده است که نمونه آن را در خصوص ترامپ قابل مشاهده است.

نکته بعدی در ارتباط با قواعد، سازوکار اجرایی‌سازی آن است. قواعد خوب باید اجراپذیر باشند. در نتیجه قواعد باید توسط کاربران شناخته و فهمیده شود. از این رو مساله توانمندسازی و آموزش کاربران بسیار

<sup>1</sup> Algorithm watch

ضروری است. آموزش در خصوص چگونگی گزارش محتوای غیرقانونی، چگونگی فرآیند گزارش‌دهی و سواد رسانه‌ای. قاعده‌گذاری در این خصوص تنها نباید به مقررات‌گذاری محدود شود بلکه این قاعده‌گذاری باید به نحوی باشد که منفعت و انگیزه کاربران را در تبعیت از دستورالعمل‌ها و راهنمایی‌ها افزایش دهد.

مساله بعدی دیدگاه‌ها و درک متفاوت شهروندان در کشورهای مختلف است. از این رو پاسخگویی به حساسیت‌های بومی و داخلی هر کشوری در ارتباط با پلتفرم‌های آنلاین از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌گردد. در نتیجه ضروری است در مورد مساله زبان و فرهنگ مدیران و تعدیل‌گران محتوایی پلتفرم‌ها تصمیمات کارآمدی گرفته شود. با این حال باید در نظر داشت که نمی‌توان از کمپانی‌های خصوصی که هدف آن‌ها کسب منفعت مالی و سود است، انتظار تحقق اهداف عمومی و منافع عمومی داشت. در نتیجه باید ذی‌نفعان مختلف به ویژه جامعه مدنی این کمپانی‌ها را وادار به تحقق اهداف عمومی کند. اصولاً در فرآیند قانون‌گذاری نقش نهادهای مدنی بسیار کم‌رنگ دیده می‌شود و اعتنای کمتری به مفهوم کاربر شده است.

چالش سیستمی، پاسخ سیستمی

با توجه به تدوین قانون خدمات دیجیتال و قانون بازار دیجیتال، و همین‌طور دستورالعمل رسانه‌های صوتی و تصویری اتحادیه اروپا، تنظیم‌گران اروپایی با وظایف متعدد و قواعدی که هم‌پوشانی بسیاری دارند مواجه شدند که این امر چالش‌هایی را برای تنظیم‌گران ایجاد کرده است. باید خاطر نشان کرد که بسیاری از کشورها تاکنون نتوانسته‌اند دستورالعمل رسانه‌های صوتی و تصویری ۲۰۱۸ را اجرایی‌سازی کنند.

اما نکته مهم آن است که رویکردی که دستورالعمل رسانه‌های صوتی و تصویری در ارتباط با پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری ویدئو اتخاذ کرده بود بسیار به رویکرد پیش نویس قانون خدمات دیجیتال نسبت به پلتفرم‌های آنلاین نزدیک است. در نتیجه به این نوع تنظیم‌گری، تنظیم‌گری نظامند گفته می‌شود بدین معنا که دیگر به حوزه اینترنت به صورت بخش‌های مجزا نگاه نمی‌شود (اشاره به شناسایی و تشخیص پلتفرم اشتراک‌گذاری ویدئو از دیگر پلتفرم‌های رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی دارد).

نگاه نظاممند به تنظیم‌گری می‌تواند موفقیت‌آمیزتر باشد. چرا که در دنیای اینترنت و پلتفرم‌های آنلاین نمی‌توان در مورد یک محتوای مجزا و منفرد تصمیم گرفت بلکه تنظیم‌گری بر روی قواعد و سازوکاری که این خروجی محتوایی را به وجود می‌آورد، قرار می‌گیرد. یکی از ابزارهای مهم برای تنظیم‌گری نظامند، بحث داده است از این رو مساله‌ی شفافیت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌گردد.

پلتفرم‌هایی که هدف تنظیم‌گری قوانین قرار گرفته‌اند، خود قاعده‌گذار و در عین حال مجریان قانون خودساخته نیز هستند. در نتیجه به منظور تنظیم‌گری نیازمند یک سیستم بازرسی و نظارتی است که اجرای قانون را مورد بررسی قرار دهد. از این رو در بحث شفافیت صرفاً نمی‌توان به گزارش‌های شفافیت ارسال شده توسط پلتفرم‌ها اکتفا کرده بلکه برای تنظیم‌گری نظاممند، تنظیم‌گران نیازمند آن هستند که

بدانند چه اتفاقی‌هایی در حال رخ دادن و چه فرآیندهایی در حال طی شدن است تا بتوان داده‌های منتشر شده را مورد تایید قرار داد.

به منظور حل این مساله می‌توان از نهادهای واسطه‌ای نظارتی بهره برد که در قانون این حق به طور مشخص باید مورد شناسایی قرار بگیرد. این نهادها به موجب قانون صلاحیت این را خواهند داشت که داده‌های منتشر شده را مورد تایید قرار دهند و تنظیم‌گران از داده‌های مورد تایید این نهادها بهره‌برداری خود را انجام دهند. این دسترسی و نظارت تنها شامل نهادهای تنظیم‌گر صوت و تصویر نمی‌شود بلکه کلیه نهادهای تنظیم‌گری که برای فعالیت‌های خود نیازمند داده‌های معتبر هستند از این واسطه‌ها استفاده خواهند کرد.

به طور مثال هیئت تنظیم‌گری فیسبوک ایده خوبی است اما باید دید آیا این نهاد می‌تواند به صورت نظام‌مند اثر بگذارد یا خروجی‌های فعالیت آن صرفاً موردی و اثرگذار بر یک محتوای مشخص و محدود است. هنگام مواجهه با یک چالش سیستمی باید رویکرد سیستمی نیز برای حل آن اتخاذ کرد. در نتیجه اولین و مهم‌ترین گام در تنظیم‌گری شفافیت است چرا که تا تنظیم‌گران ندانند چه اتفاقی در حال افتادن است، تصمیم درستی نمی‌توانند بگیرند.

همگرایی قانونی در قانون خدمات دیجیتال و چالش هماهنگی تنظیم‌گران مختلف

قانون خدمات دیجیتال اتحادیه اروپا کلیه خدمات دیجیتال و پلتفرم‌های آنلاین را هدف قرار داده است از این رو یکی از چالش‌های مهم بر سر اجرایی‌سازی این قانون، نسبت قانون جدید با دیگر قوانین سابق و هماهنگی نهادهای تنظیم‌گر بخشی نظیر تنظیم‌گران رسانه با نهادهای حوزه‌های دیگر است. مساله اساسی در این ارتباط این است که چه نهادی مسئول هماهنگی تنظیم‌گران است؟

این مساله از موضوعات داغ مباحثات در سطح اتحادیه اروپا است. یکی از ابعاد مهم پنهان قانون خدمات دیجیتال، چشم‌انداز همگرا و جامع آن است که عناصر مختلفی را هدف تنظیم‌گری قرار داده است. و مساله هماهنگی و حل این چالش را به دولت‌ها واگذار کرده است. ساختار کنونی قانون خدمات دیجیتال و تفویض این موارد به دولت‌ها به احتمال زیاد موفقیت آمیز نخواهد بود. تنظیم‌گران متعددی در این حوزه وجود دارند نظیر تنظیم‌گران حفاظت از داده، تنظیم‌گران حفاظت از حقوق مصرف‌کنندگان، تنظیم‌گران ارتباطات الکترونیک و تنظیم‌گران سرویس‌های رسانه‌ای صوتی و تصویری که باید وظایف متعددی میان این تنظیم‌گران تقسیم شود که این امر به بروکسل و اتحادیه اروپا در هماهنگی با ۲۶ کشور عضو اتحادیه امکان‌پذیر است و نمی‌توان به تنظیم این وظایف در سطح هر دولت اکتفا کرد.

<sup>1</sup> Data protection regulators

<sup>2</sup> Consumer protection regulators

<sup>3</sup> Electronic communication regulators

<sup>4</sup> Audiovisual media services regulators

نکته مهم دیگر در ارتباط با قانون خدمات دیجیتال تاثیرگذاری این قانون بر بعد محتوایی خدمات دیجیتال است. چرا که پیش از این دستورالعمل تجارت الکترونیک وجود داشت و بر ابعاد مختلف خدمات دیجیتال تاثیر می‌گذاشت در حال حاضر بیشترین اثرگذاری قانون خدمات بر روی محتوا است. از این رو قانون خدمات دیجیتال نوعی تنظیم‌گری محتوا است. برای حل این مساله علاوه بر تنظیم‌گران مستقل، نیازمند تنظیم‌گرانی است که با مساله تنظیم‌گری محتوا سروکار داشتند. از این رو باید مجموعه‌ای از تنظیم‌گران که با مساله محتوا یا دیگر مسائل مرتبط با خدمات دیجیتال سروکار داشتند زنجیره سلسله مراتبی را تشکیل دهند. چرا که هر تنظیم‌گر به تنهایی متخصص تمامی حوزه‌ها نخواهد بود.



### جمع‌بندی

قانون خدمات دیجیتال با محور تنظیم‌گری محتوا، تغییر پارادایمی به سمت ایجاد یک قانون همگرا در سطح اتحادیه اروپا در حوزه دیجیتال است. از سویی دیگر در این قانون سعی شده است نوعی از عدم تقارن قانونی برای بازیگران و محتواهای مختلف با رویکردی ریسک-محور اتخاذ شود.

قانون جدید مسئولیت‌های بیشتری را برای تنظیم‌گران و پلتفرم‌های آنلاین در نظر گرفته است و به نوعی از رویکرد نظارت پسینی به سمت نظارت رویکرد نظارت پیشینی در جایی که ریسک بالاتری احساس می‌شود در حال حرکت است.

یکی از مسائل مهم به زعم متخصصین این حوزه برای قانون‌گذاری موثر و کارآمد، دسترسی به داده است و حدود و ثغور این دسترسی و نسبت دسترسی با اسرار تجاری کمپانی‌ها و شرکت‌ها همواره از چالش‌های اساسی بوده است. با این وجود تنظیم‌گران و سیاست‌گذاران معتقد هستند که بدون دسترسی به داده و بدون فهم از آنچه که بر بستر پلتفرم‌ها اتفاق می‌افتد، نمی‌توان انتظار قانونی اثرگذار و کارآمد داشت. یکی از راهکارهای دسترسی به داده، انتشار گزارش‌های شفافیت پلتفرم‌های آنلاین است که البته برخی از



متخصصین حوزه تنظیم‌گری این راهکار را به تنهایی اثربخش نمی‌دانند و تاکید دارند که صحت و سقم این گزارش‌ها نیز محل بحث و بررسی است.

چالش دیگر در جهت اجرایی‌سازی قانون خدمات دیجیتال نسبت این قانون با دیگر قوانین سابق اتحادیه اروپا و مساله هماهنگی نهادهای مختلف تنظیم‌گری دیجیتال در سطح دولت‌ها و اتحادیه است. از این رو یکی از راهکارهای بیان شده توسعه ابزارهای نهادهای تنظیم‌گر به منظور انجام وظایف خود است. چرا که نهادهای تنظیم‌گر در قانون خدمات دیجیتال با وظایف جدیدی مواجه شده‌اند.

پلتفرم‌ها موضوع اصلی تنظیم‌گری این قانون هستند، از این رو دولت‌ها می‌توانند بخشی از وظایف خود را به پلتفرم‌ها موظف کنند اما به هیچ عنوان نمی‌توانند وظایف و مسئولیت‌ها خود را برون‌سپاری کنند. این نوع تفویض به گونه‌ای تغییر پارادایمی در تحقق کالاها و خدمات عمومی است که چالش‌های جدیدی را به همراه دارد که بسیاری از ذی‌نفعان باید با این چالش‌ها سروکار داشته باشند.

و در آخر نباید این نکته را فراموش کرد که:

- قانون‌گذاری هنر ایجاد تعادل میان ذی‌نفعان مختلف است. از یک سو منافع کسب‌وکاری و تجاری، سوی دیگر حفاظت از مصرف‌کننده و همین‌طور آزادی بیان .
- قانون‌گذاری هنر تعریف کردن نیز است. تعریف کردن باید زیرکانه باشد چرا که تعریف، مسیر محدود شده را مشخص می‌کند. با تعریف کردن محدوده‌ها و قلمروهای هر گروهی تعیین می‌شود. یکی از مهم‌ترین مفاهیم مندرج در این قانون که نیازمند تعریف است، مفهوم قانونی و غیرقانونی است که بسیار چالش برانگیز است از سویی دیگر مرز میان غیرقانونی و آسیب‌رسان و مضر نیز از دیگر چالش‌های مهم است. اجماعی میان متخصصان وجود دارد که نباید محتوای آسیب‌رسان و مضر را تعریف کرد از این رو این محتوا انتزاعی خواهد بود. در این حال مساله قضاوت در مورد این نوع محتوا و نهاد صاحب صلاحیت برای تشخیص این نوع محتوا مورد سوال و بحث است.

در آخر آن‌که اتحادیه اروپا سعی دارد در قالب قانون خدمات دیجیتال حاکمیت و عرصه حکمرانی رسانه‌ای خود را در قبال بازیگران خارجی تقویت و توسعه دهد و هرچه بیشتر بر بازیگران خارجی اعمال حاکمیت کند. به واقع قانون خدمات دیجیتال ابزاری برای احیای عرصه حکمرانی رسانه‌ای اتحادیه اروپا است.



## منابع

1. Koetsier, J (2020). **Report: Facebook Makes 300,000 Content Moderation Mistakes Every Day**. Access at May 22, 2021 at:

<https://www.forbes.com/sites/johnkoetsier/2020/06/09/300000-facebook-content-moderation-mistakes-daily-report-says/?sh=4d5790b154d0>

2. Observatory (2020). **The new Digital Services Act Package: a paradigm shift?** Access at May 22, 2021 at:

<https://youtu.be/eqFLGiTsnFQ>

3. Observatory (2020). **Transparency of content moderation on social media**. Access at May 22, 2021 at:

<https://youtu.be/c0s9nEbEdT0>

4. European Commission. **The Digital Services Act package**. Access at May 22, 2021 at:

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>

