



حکمرانی فضای مجازی در کشورهای جهان؛ بررسی موردی کشور ترکیه

سلسه گزارشات «تحليل نظام حکمرانی فضای مجازی کشورها»



آزمایشگاه داده و حکمرانی

گروه حکمرانی عصر دیجیتال

۱۴۰۰ مهر





نوع سند	گزارش موردی
حوزه تخصصی	آزمایشگاه داده و حکمرانی
برنامه	
عنوان	حکمرانی فضای مجازی در ترکیه
نگارنده/نگارندگان	
ناظر کیفی	عمادالدین پاینده
تاریخ انتشار	مهر ۱۴۰۰
مخاطب	به سفارش مشاور محترم وزیر فناوری اطلاعات و ارتباطات

جملات کلیدی

کلمات کلیدی

حکمرانی فضای مجازی، ترکیه، نگاهت نهادی ذی نفعان، حمایت‌گرایی دیجیتال

فهرست عناوین

مقدمه	۲
توسعه ترکیه در صنعت ICT	۲
۱.۲. نهادهای اصلی مسئول در حوزه فضای مجازی ترکیه.....	۳
۲.۲. نگاه قانون ۵۶۵۱	۴
۳.۲. سیاست فیلتر اینترنت /اینترنت امن ۲۰۱۱	۷
۴.۲. استراتژی‌های الکترونیک ۲۰۱۹-۲۰۲۳	۸
مهم‌ترین نهادهای ملی حوزه فضای مجازی ترکیه.....	۹
جمع‌بندی	۱۰
منابع	۱۰

۱. مقدمه

امروزه بدون مرز بودن بستر اینترنت و امکان فعالیت پلتفرم‌های مختلف در کشورهای سراسر جهان، باعث شده شکل جدیدی از حضور شرکت‌های بیگانه در قلمرو یک کشور رقم بخورد. برخلاف گذشته که شرکت‌های خارجی برای فعالیت در قلمرو یک کشور نیازمند اخذ مجوزهای لازم و حداقل انجام امور ثبتی به صورت مستقل در آن کشور بودند، امروزه شرکت‌های بزرگ فناوری بدون نیاز به دریافت هیچ مجوزی به راحتی می‌توانند به شهروندان قلمرو دیگر خدمت‌رسانی کنند و بعضاً چالش‌هایی نیز به وجود آورند. فعالیت پلتفرم‌ها و سایت‌های محبوب بیگانه، همواره باعث نگرانی و تشویش دولت‌ها نسبت به آسیب‌هایی شده است که پلتفرم‌های خارجی می‌توانند به وجود آورند، نحوه‌ی تنظیم‌گری این پلتفرم‌ها به مراتب سخت‌تر از پلتفرم‌های داخلی است و در موارد نادری فناوری می‌تواند به توسعه ظرفیت حکمرانی دولت‌ها کمک کند. هنگامی که بحث از حکمرانی فضای مجازی به میان می‌آید ۳ مفهوم زیر به ذهن متبادر می‌شود: ۱- حکمرانی از طریق فضای مجازی که دولت الکترونیک در این دسته است. ۲- حکمرانی در فضای مجازی که به امنیت و حاکمیت سایبری منوط است. ۳- حکمرانی بر فضای مجازی که از طریق سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری و کنترل روابط ذی‌نفعان مختلف است که این گزارش نیز معطوف بر همین ۳ مفهوم شکل گرفته است (لطیفی، ۱۳۹۸).

۲. توسعه ترکیه در صنعت ICT

پس از دهه ۱۹۸۰ و با توسعه صنعت ICT تحولات در زمینه اطلاعات و ارتباطات به نحو چشمگیری افزایش یافت. ترکیه از جمله کشورهایی بود که در آن زمان در حال تکمیل دوره صنعتی شدن خویش قرار داشت. تمامی کشورها از جمله ترکیه در این تحولات سهم داشتند. گسترش شبکه‌های اینترنت و داده در این حوزه از فرآیندهای تاثیرگذار در پویایی اقتصاد در آن زمان شد. تحول و پیشرفت اقتصادی باعث توسعه زیرساخت‌های تجارت الکترونیک در ترکیه شد و به دلیل سرعت و کیفیت مناسب تحولات الکترونیک، توانست پیشرفت چشمگیری در این عرصه به دست آورده و در مقیاس اروپایی یکی از کشورهای موفق در این زمینه شود. این کشور به دلیل موفقیت نسبی در این زمینه و تشابهات دینی، مذهبی و فرهنگی با ایران

نمونه مناسبی برای بررسی جهت الگوبرداری و مقایسه برای ترسیم اهداف و برنامه‌ریزی استراتژیک است (همان، ۱۳۹۸).

ساختار حکمرانی فضای مجازی در ترکیه در شکل زیر قابل مشاهده است:



۱.۲. نهادهای اصلی مسئول در حوزه فضای مجازی ترکیه

۱- اداره فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات ترکیه (ICTA (BTK)

این اداره مسئول اصلی در زمینه تدوین سیاست‌ها، قوانین، آیین‌نامه‌ها و اجرای آنها در حوزه فضای مجازی است. این نهاد در سال ۲۰۰۰ تأسیس شد که مسئولیت نظارت بر مخابرات در سطح ملی را بر عهده گرفت. از فعالیت‌های مهم اداره فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات: آغاز طرح اینترنت امن در سال ۲۰۱۱، ممنوع کردن تبلیغات تطبیقی در سال ۲۰۱۲ و سهمیه بندی اینترنت در همان سال را می‌توان نام برد. وظایف این اداره به صورت مختصر شامل: حفاظت از حقوق مشترکین، حفظ رقابت و مصالحه بین اپراتورها، پیگیری تحولات، برنامه‌ریزی در راستای آن و اجرای استراتژی‌ها است.

۲- وزارت حمل و نقل و زیرساخت (UAB)

این وزارتخانه نیز در کنار ICTA به سیاستگذاری، اجرا و نظارت بر نهادهای سایبری می‌پردازد. از سال ۱۹۳۹ برای ارائه و نظارت حمل و نقل اطلاعات و ارتباطات تأسیس شد. وظایف این نهاد به صورت مختصر شامل: افزایش تعداد کاربران باند پهن، رفع اختلافات در دسترسی به اینترنت، نظارت بر استفاده از فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و گسترش اینترنت نسل سوم است.

۳- Turkey Blocks

این سازمان پژوهشی در سال ۲۰۱۵ تاسیس شده و در زمینه محدودیت‌های دسترسی به اینترنت و حوادث سیاسی و در زمینه نظارت و کنترل بر شبکه‌های جاسوسی فعالیت می‌کند. ترکیه با کمک این سازمان توانست پس از کودتای سال ۲۰۱۶ سانسور و فیلترینگ را در فضای مجازی با شدت بیشتری اعمال کند. از اقدامات این سازمان باید به سانسور و یکپدیا، از بین بردن دسترسی به ذخیره‌سازی ابری و سانسور جمعی شبکه‌ها اشاره کرد (همان، ۱۳۹۸)

۴- شورای عالی رادیو و تلویزیون (RTÜK)

این نهاد در بخش تنظیم‌گری رادیو و تلویزیون فعالیت دارد. وظیفه آن تدوین سیاست‌ها، نظارت و تنظیم‌گری در حوزه خدمات دیداری و شنیداری با در نظر گرفتن مباحث حقوقی، ارزش‌ها و علایق افراد ذینفع در این حوزه است. این ارگان در بخش حکمرانی فرهنگی کشور ترکیه نقش تعیین‌کننده‌ای دارد (www.rtuk.gov.tr).

۲.۲. نگاه قانون ۵۶۵۱

تنظیم‌گری فضای مجازی در ترکیه در وهله‌ی اول مبتنی بر قانون ارتباطات الکترونیکی و قانون اینترنت انجام می‌شود. نهاد تنظیم‌گر در این حوزه نیز وزارت فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICTA) است. در کنار وزارت فناوری اطلاعات و ارتباطات، پارلمان ترکیه در سال ۲۰۱۸ قانونی تصویب کرد که به شورای عالی صدا و سیما در این کشور اختیار نظارت و تنظیم خدمات اینترنتی را می‌داد. (این شورا در کشور ترکیه با نام اختصاری RTÜK شناخته می‌شود و نهاد تنظیم‌گر پخش رسانه‌ی ملی است). قانون اینترنت (Internet law) (قانون شماره ۵۶۵۱ ترکیه)، ارائه‌دهندگان خدمات ویدئویی و پخش آنلاین به کاربران ترکیه‌ای را موظف به دریافت مجوز پخش می‌کند. (Wikipedia contributors, 2021)

قانون ۵۶۵۱ با عنوان مقررات انتشار اینترنتی و جلوگیری از جرائم مرتبط با آن یکی از مهم‌ترین و پرحاشیه‌ترین قوانین در حوزه فضای مجازی است که از سال ۲۰۰۷ تا سال ۲۰۲۰ حدود ۴ بار اصلاح شد. تا پیش از این قانون، تقریباً معیار و قانونی برای حوزه فضای مجازی ترکیه وجود نداشت. هدف اصلی این قانون که در مقدمه آن بیان شده، حفاظت آنلاین کودک و خانواده در برابر محتوای غیرقانونی اینترنت است. با استفاده از این قانون سازمان فن‌آوری ارتباطات و اطلاعات وظیفه‌ی مقابله با جرائمی نظیر آزار جنسی کودک، فحشا، قمار، مواد مخدر، تشویق به خودکشی و توهین به آتاتورک را پیدا کرد (Bedii kaya, 2021). قانون مذکور در ژوئیه سال ۲۰۲۰ اصلاح شد و تحت عنوان «تنظیم‌گری انتشار بر روی اینترنت و مقابله با جرائم ارتكابی از طریق اینگونه انتشار، ناظر بر پلتفرم‌های شبکه اجتماعی و سرویس‌های آنلاین» به اجرا

درآمد. این قانون دامنه شمول مقررات قبلی را به شبکه‌های اجتماعی گسترش داده و حقوق و تکالیف جدیدی نیز برای آن‌ها وضع کرده است، نهاد ناظر بر اجرای این قانون، یعنی ICTA نیز در اکتبر همان سال، اصول و رویه‌های اجرای قانون مذکور را تدوین و اجرایی نمود که به اختصار به آن‌ها اشاره می‌کنیم.

مطابق قانون اینترنت در ترکیه، ارائه‌دهندگان شبکه‌های اجتماعی، اشخاص حقیقی یا حقوقی هستند که به کاربران خود اجازه‌ی ایجاد، تماشا و اشتراک‌گذاری محتواهای متنی یا تصویری یا صوتی یا مکانی را بر روی اینترنت می‌دهند. حقوق و تکالیف شبکه‌های اجتماعی باتوجه به دو عامل «تعداد دسترسی روزانه به یک شبکه‌ی اجتماعی از ترکیه» و «داخلی یا خارجی بودن شبکه‌ی اجتماعی» متفاوت هستند. (Yilmaz, 2020)

تکالیف ارائه‌دهندگان شبکه‌های اجتماعی (SNP) که به صورت روزانه بیش از ۱ میلیون درخواست دسترسی از ترکیه دریافت می‌کنند به شرح زیر است:

- الزام به تعیین نماینده داخلی: مطابق قانون جدید، برای اطمینان از انجام تعهدات توسط شبکه‌ی اجتماعی موردنظر، حداقل یک نفر واجد شرایط باید به عنوان نماینده در ترکیه به ICTA معرفی شود. (Yilmaz, 2020)

به موجب رویه‌ها و اصول نظارتی حاکم بر اعمال قانون جدید، که توسط سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICTA) ترکیه مشخص شده‌اند (این نمایندگان باید اختیارات لازم برای پذیرش اسنادی که ICTA مشخص می‌کند را داشته باشند)، نماینده‌ی SNP باید یک شهروند ترکیه‌ای یا یک شخص حقوقی ثبت شده در ترکیه باشد. SNP همچنین باید اطلاعات تماس نمایندگان خود را به نحوی که برای کاربران به راحتی قابل دسترسی باشد، در وبسایت خود منتشر کند. (library of Congress, 2020)

- پاسخ به درخواست حذف محتوا ظرف ۴۸ ساعت: وظیفه‌ی نماینده‌ی شبکه‌ی اجتماعی علاوه بر پذیرش اسناد ارائه شده توسط ICTA، پاسخ به درخواست حذف محتوا نیز هست. مطابق مقررات جدید مربوط به «حقوق شخصی» و «حریم خصوصی زندگی شخصی»، شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی باید به درخواست‌های حذف محتوایی که دریافت می‌کنند، حداکثر ظرف ۴۸ ساعت پاسخ مثبت یا منفی بدهند. در صورتیکه پاسخ شبکه‌ی اجتماعی منفی باشد باید دلایل مربوط به آن هم به کاربر اطلاع داده شود. (Yilmaz, 2020)

• گزارش شش ماهه: شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی باید هر شش ماه یکبار گزارشی شامل اطلاعات آماری و طبقه‌بندی شده درمورد تصمیمات راجع به برداشتن محتوا، مسدودسازی و درخواست‌هایی که افراد داشته‌اند به شورای عالی صدا و سیما ارائه کند. گزارش مربوط به درخواست های افراد، بعد از حذف اطلاعات شخصی افراد، بر روی وبسایت SNP قرار می‌گیرد. (Yilmaz, 2020)

• بومی‌سازی داده‌ها: بسته به اینکه شبکه‌ی اجتماعی بومی یا بین‌المللی باشد، آن SNP باید اقدامات لازم را برای اینکه داده‌های کاربران در ترکیه، در همین کشور میزبانی شود انجام دهند. داده‌های موردنظر در این قسمت «داده‌های اساسی کاربر و داده‌هایی هستند که ICTA آن‌ها را مشخص می‌کند». (Yilmaz, 2020)

• پاسخ به درخواست حذف محتوا یا مسدودسازی دسترسی ظرف ۲۴ ساعت: در مواردی که محتوا از طرف یک قاضی یا ناشی از یک تصمیم قضایی به SNP گزارش می‌شود، اگر SNP علیرغم دریافت هشدار و اطلاعیه، ظرف ۲۴ ساعت از تصمیم قضایی تبعیت نکند، ملزم به جبران خسارت‌هایی است که به بار می‌آید. برای اجرای این مسئولیت لازم نیست، فراهم‌کننده‌ی محتوا ابتدا تحت تعقیب قرار گیرند. (library of Congress, 2020)

علاوه بر این مقررات که نیازمند به‌کارگیری فناوری‌های مناسب از سوی ارائه‌دهندگان شبکه‌های اجتماعی است، باید توجه کرد که قانون اینترنت در ترکیه اولین بار در سال ۲۰۰۷ به تصویب رسیده و از آن زمان اصول کلی مربوط به تنظیم‌گری پلتفرم‌ها را مقرر داشته است؛ بااینحال مقررات مربوط به این قانون در موارد بسیاری منوط به تصویب اصول و رویه‌های اجرایی شده است و اکنون با تصویب این اصول و رویه‌ها از طرف وزارت اطلاعات و فناوری ارتباطات می‌توان انتظار اجرایی شدن مقررات اولیه را نیز داشت. به طور مثال قانون سال ۲۰۰۷ مقرر داشته است:

« ماده ۳: ارائه‌دهندگان محتوا، میزبانی و دسترسی موظفند مجموعه اطلاعات مقدماتی خود را -در چارچوب اصول و رویه‌های تعیین شده در آیین‌نامه -به روز کرده و در دسترس کاربران قرار دهند.»

آیین‌نامه تعیین کننده‌ی اصول و رویه‌های اجرایی، اطلاعات مقدماتی را شامل «ابزارهای ارتباطی، نام دامنه، آدرس IP و موارد مشابه درمورد صفحات اینترنتی» دانسته و مقرر کرده است که اطلاع‌رسانی به کاربران می‌تواند از طریق ایمیل یا دیگر راه‌های ارتباطی -براساس اطلاعات به دست آمده از منبع- باشد.

آیین‌نامه اصول و رویه‌ها همچنین درمورد سرویس‌های میزبان، مقرر داشته که این سرویس‌ها ملزم به بررسی محتوای ارائه شده در یک سرویس نیستند و لازم نیست تحقیق کنند که فعالیت غیرقانونی صورت می‌گیرد یا نه! بااینحال سرویس‌های میزبان باید اطلاعات مربوط به ترافیکی که فراهم کرده‌اند را برای یک دوره‌ی معین نگهداری کنند. اطلاعات ترافیکی در این مورد عبارتست از:

«آدرس IP، درگاه اطلاعاتی دو طرف، زمان شروع و پایان سرویس ارائه‌شده، نوع سرویس استفاده شده، میزان داده انتقال داده‌شده و اطلاعات هویتی مشترکین».

۳.۲. سیاست فیلتر اینترنت/اینترنت امن ۲۰۱۱

این سیاست از سال ۲۰۱۱ با هدف دسته‌بندی تمام کاربران اینترنت در ۴ دسته خانواده، فرزندان، خانگی و استاندارد تقسیم‌بندی شد. این کار به جهت فیلتر کردن اطلاعات و محدودیت در دسترسی به اطلاعات سایت‌های مختلف انجام شد. دولت به گفته خود این فعالیت را به جهت نظارت و محافظت از افراد زیر سن قانونی در فضای مجازی انجام داده است، اما مردم این اقدام را حمله بر آزادی شخصی تلقی کردند و اعتراض‌هایی در شهرهای مختلف شکل دادند. دولت با استناد بر این سیاست توانست هزاران سایت را بدون مشخص کردن دلیل آن به صورت همگانی مسدود سازد (ARSU, 2011).

استراتژی‌های الکترونیک ۲۰۱۶-۲۰۲۳

با توجه به اهمیت فضای مجازی و حوزه ICT در ترکیه، علاوه بر قوانین و سیاستگذاری‌های مختلف، استراتژی‌های مختلفی را نیز برای پیشبرد اهداف در این حوزه انتخاب کرده است. این قوانین و سیاستگذاری‌ها مبنای تصمیم‌سازی در انتخاب بین استراتژی‌های مختلف در این زمینه هستند.

استراتژی‌های الکترونیک دولت ترکیه در سال‌های ۲۰۱۶-۲۰۱۹

در سال‌های ۲۰۱۶-۲۰۱۹ استراتژی ملی دولت الکترونیک ترکیه در چهار هدف زیر خلاصه شده بود:

۱- افزایش استفاده، مشارکت و شفافیت

۲- تدارک تحول الکترونیکی خدمات عمومی

۳- پیاده‌سازی سیستم‌های مشترک برای زیرساخت‌های فرایند اداری

۴- تدارک فعالیت‌ها و پایداری اکوسیستم دولت الکترونیک

این ۴ هدف با کمک و همکاری نهادهای بسیاری در کشور ترکیه انجامیده است. تمامی آنها در ۶ بخش با یکدیگر همکاری داشته‌اند که در شکل زیر قابل مشاهده است.

سیاست/استراتژی	هماهنگی	پیاده‌سازی
- وزارت توسعه - وزارت حمل و نقل، امور دریایی و ارتباطات - کمیته اجرایی تحول الکترونیکی ترکیه - دپارتمان اجتماعی اطلاعات، وزارت توسعه	- وزارت توسعه - وزارت حمل و نقل، امور دریایی و ارتباطات - کمیته اجرایی تحول الکترونیکی ترکیه - شورای رهبران تحول مرکز آمار ترکیه	- وزارت توسعه - وزارت حمل و نقل، امور دریایی و ارتباطات - شورای رهبران تحول - آژانسهای دولتی شخصی
پشتیبانی	امنیت اطلاعات	حسابرسی
- مرکز آمار ترکیه - هیئت مشورتی تحول الکترونیکی ترکیه - شورای تحقیقات علمی و فناوری ترکیه	مرکز گواهینامه عمومی	دیوان حسابرسی ترکیه

برخی از اهداف محقق شده در برنامه راهبردی در سال ۲۰۱۸

- «افزایش تعداد مشترکین پهنای باند به ۷۰ میلیون
- هزینه دسترسی به پهنای باند / تماس در تولید ناخالص داخلی به ۱ درصد
- نرخ استفاده افراد از اینترنت به ۷۵ درصد
- سهم بازار فناوری اطلاعات به میزان ۲۳ میلیون دلار
- صادرات فناوری اطلاعات به میزان ۲ میلیون دلار
- میزان خرید آنلاین ۷۰ درصد» (لطیفی، ۱۳۹۸).

۴.۲. استراتژی‌های الکترونیک ۲۰۱۹-۲۰۲۳

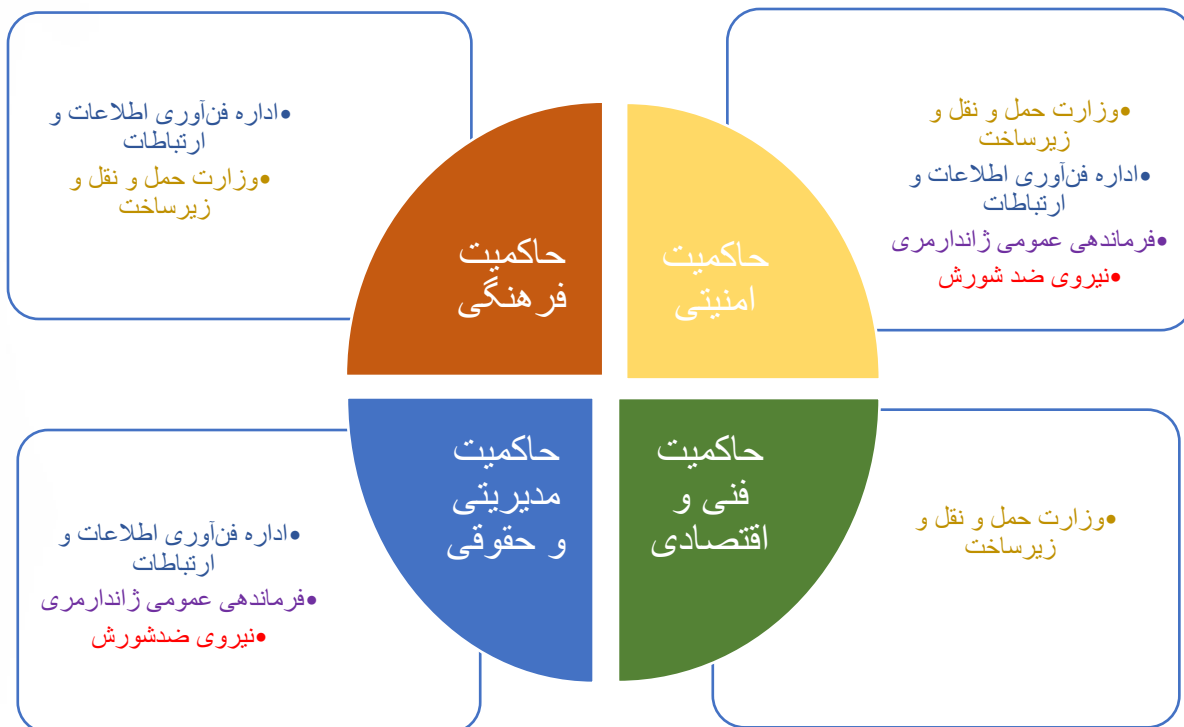
موسسه ارتباطات و فناوری اطلاعات ترکیه ۳ جدول برای طرح راهبردی سال‌های ۲۰۱۹-۲۰۲۳ طراحی

کرده است که خلاصه اهداف آن را در شکل زیر مشاهده می‌کنید:



۳. مهم ترین نهادهای ملی حوزه فضای مجازی ترکیه

در شکل زیر، نهادهای دخیل در تصمیم گیری در هر بخش حاکمیتی قابل مشاهده است. در نمودار زیر فقط نهادهایی که در چند بخش فعالیت دارند به جهت میزان تاثیرگذاری ذکر شدند.



همانطور که در بالا مشاهده می‌کنید وجود سازمان‌های واحد در حکمرانی‌های متفاوت در این عرصه به چند کارکردی شدن هر سازمان انجامیده است. نکته دیگر آن که وجود نهادهای مختلف در چندین بخش حاکمیتی نشان از عدم تمرکز و نبود متولی اصلی در یک حوزه است که این امر به موازی‌کاری‌ها، ناهماهنگی و اختلال در بخش‌های مختلف حاکمیتی منجر می‌شود.

۴. جمع‌بندی

کشور ترکیه با اینکه توسعه و شروع فعالیت در زمینه‌ی ICT را پس از ایران آغاز کرده، اما با استناد بر همکاری‌های بین‌المللی یا پلتفرم‌های خارجی و در اختیار گرفتن موثرتر فضای مجازی کشور و به لحاظ آمادگی سایبری در نسبت با ایران موفق‌تر عمل کرده است. بدین جهت یکی از نمونه‌های مهم برای بررسی دولت الکترونیک و حکمرانی فضای مجازی است. در این گزارش تلاش شد به صورت مختصر به مهم‌ترین نهادها، سیاست‌ها، قانونگذاری‌ها و فعالیت‌های این حوزه در این کشور پرداخته شود تا شروعی برای گزارشات عمیق‌تر در این حوزه باشد.

۵. منابع

لطیفی، محمدرضا (۱۳۹۸) «حکمرانی فضای مجازی در کشورهای جهان، ترکیه»، شورای عالی فضای مجازی مرکز ملی فضای مجازی، گزارش ۱۳.

.Mehmet, Bedii kaya(2021) The Turkish Internet Law, www.mbkaya.com

Sebnem, Arsu (2011)Internet Filters Set Off Protests Around Turkey,
www.nytimes.com

www.rtuk.gov.tr