



سال دهم / تابستان ۱۴۰۰

از تنظیم‌گری در پلتفرم تا تنظیم‌گری با پلتفرم^۱ (چالش قانونگذاری در فضای مجازی؛ چه کسی مسئول نشر مطالب نامناسب است؟)

• نوشته تارلتون گیلسپی^۲

• مترجم ابراهیم محمدحسینی^۳

DOR: 20.1001.1.38552322.1400.10.39.12.3

چکیده

بنیان‌گذاران پلتفرم‌ها^۴، به این امید رسانه‌های اجتماعی^۵ را تأسیس کرده‌اند که کاربران در زمینه اقتصاد و کارآفرینی، بالا بردن سطح تعاملات اجتماعی و گفتگوی دوطرفه از آن بهره ببرند. از سوی دیگر، این بستر می‌تواند برای ترویج تروریسم و بنیادگرایی اسلامی، تمایلات جنسی همجنس‌گرایانه و سوء رفتار و خشونت علیه زنان - که برای دولت و کاربران مضر هستند - استفاده شود. معمولاً این موارد، مطالبی هستند که کاربران منتشر می‌کنند در حالی که فلسفه وجودی پلتفرم‌ها، واسطه بودن بین کاربران است و آن‌ها مسئول بازنشر مطالب استفاده‌کنندگان نیستند. بر این اساس، هم کاربران باید، برای صاحبان شبکه‌های اجتماعی در دست نزنند و هم ضروری است که مسئولان پلتفرم‌ها با خودتنظیم‌گری و اقدام‌هایی چون حذف، فیلتر و پرچم‌گذاری مطالب نامناسب کاربران - با در نظر گرفتن جوانب آزادی بیان، رعایت اعتدال و واگذاری کار تعدیل مطالب به افراد بی‌طرف - محدودیت ایجاد کنند. واژگان کلیدی: پلتفرم، شبکه‌های اجتماعی، حکمرانی پلتفرمی، کاربران، بندر امن.

۱ این مقاله ترجمه فصل ۱۴ (Regulation of and by Platforms) کتاب زیر است:

Burgess, Jean, Marwick, Alice & Poell, Thomas, (2018). The SAGE handbook of social media. New Delhi, SAGE Publications.

Regulation of and by Platforms (The challenge of cyberspace legislation; who is responsible for publishing inappropriate content.)

2 Tarleton Gillespie

۳ دانشجوی دکتری مدیریت رسانه دانشگاه تهران emhoseini.ebrahim@gmail.com

4 platforms

5 Social media

مقدمه

شبکه‌های اجتماعی، ادامه‌دهنده وب^۱ هستند. بنیانگذاران آن‌ها از آن آزادی که در فضای مجازی برای انتشار مطلب وعده داده شده بود، الهام گرفته و امید داشتند که با بستریایی که فراهم شده، فضا و فرصتی خوب برای گفتگوی طرفین و تعامل گسترده کاربران به صورت شبکه‌ای، فراهم کنند. با این وجود کنار این مزایا، نشر مطالب و تصاویر مستهجن، مبهم، خشونت‌آمیز و نفرت‌انگیز نیز در پلتفرم‌ها مشاهده می‌شود (boyd, 2011; Varnelis, 2008). در این راستا، دانشمندان و حقوقدانان تاکنون برای تدوین قوانین در حوزه فضای مجازی، مقرراتی پیش‌بینی کرده‌اند که بخشی از آن در ارتباط با پلتفرم‌ها بوده است (Balkin, 2004; Godwin, 2003; Lessig, 1999; Litman, 1999).

در این مقاله، منظور از پلتفرم‌ها، سایت‌هایی هستند که به کاربران خدمات ارائه می‌دهند؛ بسترهای مورد نیاز را برای تعامل اجتماعی فراهم می‌کنند، یا میزبان مطالب کاربران هستند و همچنین مطالب آنان را سازماندهی می‌کنند، که شامل فیسبوک^۲، یوتیوب^۳، توییتر^۴، پینترست^۵، اینستاگرام^۶ و اسنپ چت^۷ و... هستند.

با مشاهده این مجموعه فزاینده و پر قدرت از میانجی‌های دیجیتال، ما باید باری دیگر، درباره نحوه فعالیت‌های اجتماعی پلتفرم‌ها، شیوه‌های میزبانی آن‌ها برای کاربران، حقوق و مسئولیت‌هایشان، پرسش‌هایی را مطرح کنیم. اصولاً در ایالات متحده و دیگر کشورها، برای ارائه‌دهندگان اطلاعات (ناشران و...)، توزیع‌کنندگان و فروشندگان در حوزه ارتباطات از راه دور و سنتی، قوانینی مصوب شده، اما تدوین قانون و اجرای آن در حوزه ارتباطات جدید و آنلاین دشوار است.

(DeNardis & Hackl, 2015; Gillespie, 2015; Grimmelman, 2015; MacKinnon et al., 2014; Obar & Wildman, 2015; van Dijck, 2013; Wagner, 2013)

حتی راه‌حلی حول محور اینترنت مانند مسئولیت محدود و «بندر امن»^۸ تدوین شده که برای موتورهای جستجو و ارائه‌دهندگان خدمات اینترنت (ISPs)، مناسب و برای شبکه‌های اجتماعی نامناسب است.

1 web
2 Facebook
3 YouTube
4 Twitter
5 Pinterest
6 Instagram
7 Snapchat
8 Safe Harbor

این مقاله، با محور «تنظیم‌گری در پلتفرم تا تنظیم‌گیری با پلتفرم»^۲ و «حکمرانی پلتفرمی»^۳ به نگرارش درآمده است تا قوانین و سیاست‌هایی را که در دهه گذشته برای فعالیت پلتفرم‌ها و کاربران و مسئولیت آن‌ها در فضای مجازی تدوین شده است بررسی کند. مقررات تدوین شده در ایالات متحده آمریکا برای پلتفرم‌ها، آن‌ها را زیاد محدود نمی‌کند، ولی مقررات تدوین شده در سطح بین‌المللی، فعالیت شبکه‌های اجتماعی را با محدودیت بیشتری روبه‌رو کرده که نگاه دولت‌ها به این محدودیت‌ها متفاوت است.

شبکه‌های اجتماعی، مسئولیت مطالب کاربران را در زمان‌هایی که موارد توهین‌آمیز یا آزاردهنده نشر می‌دهند، تقبل کرده‌اند ولی رسانه‌های اجتماعی به تمام الزامات قانونی و سیاست‌های تحمیلی دولت‌ها، توجه نکرده و نتوانسته [یا نخواسته‌اند] آن را برآورده کنند. این پذیرش مسئولیت پلتفرم‌ها در برابر اجتماع به این دلیل است که تبلیغ‌کنندگان مایل هستند که مارک‌های خود را در یک محیط سالم [شبکه‌های اجتماعی] در معرض دید عموم قرار دهند و به اخلاق حقیقی و حقوقی احترام بگذارند و از شخصیت شرکت خود محافظت کنند.

پلتفرم چیست؟

پلتفرم‌ها به‌عنوان موسسه‌های حقوقی، فنی، اجتماعی، تجاری و پیچیده در ابتدا با شعار وعده آرمان‌شهر، آزادی بیان و توسعه آن به میدان آمدند. آن‌ها بسترهای نرم‌افزاری هستند که از نظر میزان تأثیرگذاری بر کاربران و نحوه اداره، متفاوت و نحوه استفاده مخاطبان و کاربران آن‌ها، ذی‌نفعان و منتقدان آن‌ها نیز افراد مختلفی هستند (Gillespie, 2010).

پلتفرم‌ها به‌عنوان واسطه‌های آنلاین

بیشتر خط‌مشی‌هایی که در حال حاضر برای پلتفرم‌ها تدوین شده، در حوزه یک طیف گسترده‌تر از خدمات آنلاین قرار می‌گیرد درحالی‌که، اصطلاح «واسطه‌های آنلاین»^۴، که جایگزین اصطلاح قدیمی «خدمات محاسبه‌تعاملی»^۵ شده، وسیع‌تر است.

براساس تعریف «سازمان همکاری اقتصادی و توسعه»^۱، شبکه‌های اجتماعی، ابزارهایی هستند که خاطرات افراد را گردآوری و برای دسترسی در اختیار عموم قرار می‌دهند. همچنین

1 Internet Service Providers

2 Regulation of and by Platforms

3 governance of platform

4 online intermediaries

5 interactive computing services

آن‌ها، محتوا و مطالب را میزبانی می‌کنند و در اینترنت در دسترس قرار می‌دهند. براساس این تعریف، واسطه‌های آنلاین، ارتباط دیگران را تسهیل می‌کنند و محتوای تولیدشده توسط دیگران را نشر می‌دهند.

شبکه‌های اجتماعی معاصر متناسب با این دسته هستند، اما آن‌ها «تولیدکننده محتوا»^۲ نیستند. هرچند، بسترهای لازم را برای تولید محتوا فراهم می‌کنند ولی در اصل، شبکه‌های اجتماعی مانند میزبانی هستند که محتوای مطالب کاربران را برای نشر، ذخیره، سازماندهی و گردش در دسترس قرار می‌دهند. در این میزبانی، ارائه‌دهندگان خدمات اینترنت (ISPs) با موضوع مرتبط هستند، یعنی پلتفرم‌ها، میان کاربرانی که محتوا تولید می‌کنند و کاربرانی که خواهان دسترسی به محتوا هستند، واسطه می‌شوند و طیف گسترده‌ای از کاربران با هویت‌های مشخص و نامشخص از پلتفرم‌ها، استفاده می‌کنند.

پس با این طیف از کاربران، پیرامون نشر محتوای غیرقانونی، نگرانی‌های عمومی و سیاسی به وجود آمده است. این نگرانی‌ها در ابتدا بیشتر حول تصاویر غیرواقعی ولی خشن و زننده بود و سپس دسته‌های دیگری مانند گفتار نفرت‌آمیز، خودآزاری و افراط‌گرایی را در بر گرفت. پس برای مقابله با مشکل بزرگ سوء رفتار کاربر - که با اقدامات؛ نژادپرستانه، هراس افکنی، آزار و اذیت و تهدید به خشونت همراه بود- و سایر کاربران را هدف قرار می‌داد، مسئولیت شبکه‌های اجتماعی نیز گسترش یافت.

سؤالات مربوط به مسئولیت پلتفرم‌ها براساس عملکرد و تخصص و کاربرد آن‌ها متفاوت است؛ برای سایت‌های حراج مانند «ای بی»^۳، سایت‌های مبادله‌ای چون «کرایگ سلاپت»^۴ و سیستم‌عامل‌های تجارت الکترونیکی مانند «ایتسی»^۵، سایت‌های سرمایه‌گذاری «کیوا»^۶ و «ونمو»^۷ و سایت‌هایی که در حوزه گردش کار فعال هستند چون؛ «آمازون مکانیکال ترک»^۱،

1 Organization for Economic Co-operation and Development

این سازمان، عمده‌ترین سازمان بین‌المللی تصمیم‌گیرنده اقتصادی است. مقر اصلی آن در شهر پاریس است که در سال ۱۹۴۸ میلادی تحت عنوان سازمان همکاری اقتصادی اروپا تأسیس شد. در سال ۱۹۷۷ میلادی اولین کوشش‌های بین‌المللی در جهان را در مورد بحث و بررسی مشکلات حقوقی در برابر جرم رایانه‌ای آغاز کرد و در سال ۱۹۸۹ میلادی، فهرستی از سوء استفاده‌های رایانه‌ای ارائه کرد (مترجم).

2 Content producers

3 Ebay

4 Craigslist

5 Etsy

6 Kiva

7 Venmo

«اوبر»^۲ و «تسک ریت»^۳ و «ایر بی ان بی»^۴ که مکان‌های قامتی را اجاره می‌دهند، باید براساس تخصص هر کدام، مسائل و مشکلاتشان را مطرح و بررسی کرد.^۵

پلتفرم‌ها و اسطوره سکوی بی طرفی

بنیانگذاران شبکه‌های اجتماعی، از زمان شروع به کار تاکنون، خود را به‌عنوان بی‌طرف و غیرمذهبی تبلیغ می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی این شیوه تبلیغ را مأموریتی اساسی و روشی برای جذب تاجران مطرح و می‌گفتند که شبکه‌های اجتماعی تسهیل‌گر کسب‌وکارند و اطلاع‌رسانی در بستر آن‌ها نیز رایگان است. اگرچه به نظر می‌رسد کاربران می‌دانند که شبکه‌های اجتماعی به روش‌های بی‌شماری مشغول دستکاری هستند اما شبکه‌های اجتماعی همچنان، مدعی بی‌طرفی‌اند (Gillespie, 2010; Vaidhyanathan, 2011).

باین‌وجود، پلتفرم‌ها همچون یک آرکستر می‌نمایند که همه‌چیز برای فعالیت و نواختن آن‌ها مهیاست این در حالی است که فعالیت‌های اجتماعی بدون فیسبوک یا توییتر نیز می‌تواند وجود داشته باشد (Weltevrede et al., 2014).

پلتفرم‌ها نه تنها واسطه‌گفتمان عمومی هستند بلکه شکل دهنده آن نیز به شمار می‌آیند. آن‌ها برای دعوت کردن و تشویق کردن کاربران به مشارکت دادن برای [به سمت] اهداف خاص طراحی شده‌اند. به همین دلیل این سؤالات مطرح می‌شوند که چرا برخی از پیام‌ها برجسته‌سازی می‌شوند؟ چرا برخی مطالب اشخاص در صدر قرار می‌گیرند و چرا برخی مطالب افراد خاص، مورد توجه کاربران قرار می‌گیرد و استقبال بیشتری از آن‌ها می‌شود، آیا برجسته کردن نظرات افراد در این شبکه‌های اجتماعی نوعی دستکاری مطلب نیست؟ (Gillespie, 2015; Grimmelmann, 2015).

ظهور بندر امن؛ آغاز قانونگذاری در حوزه پلتفرم‌ها

اواسط دهه ۱۹۹۰ میلادی، سیاست‌گذاران در ایالات متحده و سایر کشورها، از افزایش نگرانی‌ها درباره نشر محتوای غیرقانونی در وب به‌ویژه پورنو و دزدی دریایی آگاه شدند. در چنین مواردی،

1 Amazon Mechanical Turk

2 Uber

3 Task rabbit

4 Airbnb

۵ برای مثال چالش قانون مالکیت معنوی در پلتفرم‌هایی نظیر آپارات و گوگل، قانون کار در پلتفرم‌های اسنپ و تپسی و مساله حریم خصوصی در پلتفرم‌های پیام‌رسان نظیر فیس‌بوک مطرح است (مترجم)

پیگیری مستقیم این تخلف و شناسایی افراد به دلیل ناشناس بودن ناشر مطالب، دشوار بود. به همین دلیل، برخی از کیفرخواست‌های مطرح‌شده در ایالات‌متحده، ارائه‌دهندگان خدمات اینترنت را خطاب قرار دادند (Ardia, 2010; Kreimer, 2006; Mann & Belzley, 2005).

این بحث در بندرگاه‌های امن مطرح شد که در بخشی از قانون ارتباطات از راه دور ایالات‌متحده معروف به بند ۲۳۰ آمده است. براساس این قانون، پلتفرم‌ها که به‌عنوان واسطه عمل می‌کنند، نمی‌توانند مسئول گفتار کاربران باشند زیرا آن‌ها فقط به اینترنت یا سرویس‌های شبکه دسترسی دارند و آن‌ها به معنای حقوقی «انتشاردهندگان» محتوای کاربران‌شان تلقی نمی‌شوند، بلکه واسطه هستند. همچنین این بند به پلتفرم‌های اجتماعی، اجازه می‌دهد محتوایی با مضمون خشونت‌آمیز، مستهجن یا آسیب‌رسان را از سرویس‌های خود حذف یا دسترسی به آن‌ها را محدود کند (Mueller, 2015).

در خارج از ایالات‌متحده آمریکا هم تعدادی از کشورها، قانون بندر امن را رعایت و از آن پیروی می‌کنند؛ رویکرد آمریکا مصونیت گسترده است. بسیاری از کشورهای اتحادیه اروپا و همچنین روسیه و بیشتر کشورهای آمریکای جنوبی، مسئولیت مشروط را در نظر گرفته‌اند. براساس قانون این کشورها، بسترهای نرم‌افزاری در خصوص آنچه کاربران‌شان ارسال یا توزیع می‌کنند، مادام که مطالبی غیرقانونی را دنبال نکرده‌اند و نشر نداده‌اند، مسئولیتی ندارند، ولی اگر شکایتی مطرح شد باید به پیگیری‌های دولت یا دستگاه قضا پاسخ دهند.

چین و بسیاری از کشورها در خاورمیانه، واسطه‌های اینترنتی را ملزم به جلوگیری از پخش محتوای غیرقانونی می‌کنند که این به‌طورکلی به معنای حذف یا سانسور فعالانه است گرچه مسئولان پلتفرم‌ها هم در بیشتر مواقع به درخواست دولت پاسخ مثبت می‌دهند. در کشورهای جنوب صحرای آفریقا هم تاکنون قوانینی وضع نشده است. باین‌وجود این سؤال پیش می‌آید که پلتفرم‌ها در صورتی که به دنبال ایمنی خویش هستند، باید بحث ارتقای آزادی بیان و تنوع مطلب را نیز در نظر داشته باشند. این تکانه‌های رقابتی میان کاربر برای تنوع و آزادی بیان و ایمن شدن پلتفرم‌ها در برابر قانون، بحث نقش و مسئولیت واسطه‌های اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی را پرننگ‌تر می‌کند (MacKinnon et al., 2014: 52).

فشارها بر بندرهای امن

از دیدگاه قانونی، بندرهای امن، برای واسطه‌های اینترنتی کاملاً سودمند هستند. اما برای شبکه‌های اجتماعی که مطالب کاربران را نشر می‌دهند، مسئولیت بیشتری در بردارد (Urban

et al., 2016 چون این قوانین برای سیستم شبکه‌های اجتماعی، تدوین‌نشده است و در زمان قانونگذاری، تعداد کمی از این شبکه‌های اجتماعی ظهور کرده بودند. از سویی دیگر، پلتفرم‌های مهم رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان اشخاص حقوقی، در ایالات‌متحده که از وسیع‌ترین بندر امن برخوردارند، مستقر هستند و آن‌ها به میلیون‌ها کاربر ساکن در کشورهایی دیگر خدمات ارائه می‌دهند و از سوی دیگر، مسئولان پلتفرم‌ها به درخواست دولت‌ها، مطالب کاربران را حذف و فعالیت آنان را محدود می‌کنند.

همچنین رسانه‌های اجتماعی مجبور بوده‌اند برای حذف محتوای کاربران، سیاست‌های خود را در خصوص چگونگی پاسخ به درخواست دولت‌های خارجی، تدوین کنند. «گوگل» از قانون چین پیروی نکرد و فعالیت خود را در این کشور، تعطیل کرد. «لینکدین»^۱ به سیاست‌های دولت چین احترام گذاشت و فعالیتش را در آن کشور ادامه داد و توییت‌ها، در پاسخ به درخواست‌های دولت، توییت‌ها را حذف می‌کرد.

از سوی دیگر از آنجاکه شبکه‌های اجتماعی غربی نسبت به نحوه پاسخگویی به درخواست دولت‌ها برای حذف مطالب، احتیاط کرده‌اند، برخی از کشورها چون چین و کشورهای اسلامی در خاورمیانه و شمال آفریقا از این شیوه استفاده و شبکه‌های اجتماعی را تهدید می‌کنند و یا، لیست سیاهی از جرم‌های احتمالی در فضای مجازی یا صفحات غیرمجاز را به (ISPs) محلی می‌دهند تا جایی که یک کشور یوتیوب را نه تنها به حذف فیلم‌ها بلکه به مسدود کردن فیسبوک یا یوتیوب تهدید کرد.

از سوی دیگر بحث نظارت و کنترل بر محتوا و ایجاد محدودیت درباره شبکه‌های اجتماعی، چالش‌های سیاسی و فرهنگی به دنبال دارد و باعث احساس نارضایتی عمومی از دولت‌ها می‌شود. برخی از کشورها هم بستن شبکه‌های اجتماعی را به‌عنوان بزرگ‌ترین راه‌حل در برابر نفوذ ناخواسته فرهنگ و ارزش‌های غربی توجیه می‌کنند.

با این حال به دلیل احتمال نشر مطالب نامناسب، دولت‌ها همیشه نگران بوده‌اند و بزرگ‌ترین نگرانی آن‌ها، تروریسم بوده است زیرا سازمان‌های تروریستی به‌طور فزاینده‌ای از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. همانطور که داعش و سایر گروه‌های افراطی، ویدیوهای حاوی صحنه‌های سربردن وحشیانه را پخش می‌کنند و به همین علت، فشار دولت‌های غربی بر رسانه‌های اجتماعی برای سرکوب کردن سازمان‌های تروریستی افزایش یافته است. در اروپا،

1 LinkedIn

این به معنای افزایش انتظارات از پلتفرم‌هاست و هنگامی که مدیران شبکه‌های اجتماعی از محتوای تروریستی مطلع شوند، باید به سرعت آن را حذف کنند (Archetti, 2015). در فرانسه براساس قانون، از به حراج گذاشتن آنلاین یادگارهای نازی‌ها، در «یاهو» جلوگیری شده است. در آرژانتین، به مسئولان شبکه‌های اجتماعی گفته شد که نظر افراد را در خصوص مسائل نژادپرستانه یا تبعیض‌آمیز، حذف کنند. در مصر، ایران، پاکستان، تونس و امارات متحده عربی هم مانند ایجاد محدودیت برای رسانه‌های سنتی، این محدودیت‌ها برای شبکه‌های اجتماعی وجود دارد.

در کشورهای دیگر از جمله کویت و لبنان، در صورتی که فعالیت فعالان سیاسی در شبکه‌های اجتماعی منجر به تخطی از قوانین شود، عنوان مجرمانه چون اخلال در نظم عمومی در نظر گرفته می‌شود و برخی دیگر از کشورها، انتقاد علیه رهبران در شبکه‌های اجتماعی را ممنوع کرده‌اند. در سال ۲۰۱۲ میلادی، مقامات کشور برزیل، مسئول گوگل آن کشور را به دلیل امتناع از حذف فیلم‌های یوتیوب - که کاندیداهای سیاسی برزیل را هدف قرار داده بودند - دستگیر کردند. در ویتنام و ترکیه مطالب علیه حکومت سلطنتی و شاه ممنوع است و باید حذف شود. سایر کشورها، قوانینی در خصوص مبارزه با جرائم سایبری، محافظت از کودکان و یا ممنوعیت محتوای تروریستی تدوین کرده‌اند. روسیه از این منظر نمونه‌ای عجیب است؛ در سال ۲۰۰۹ میلادی، قوانین روسیه تصریح کرد که صاحبان وبسایت در برابر آنچه کاربران درباره مطالب در سایت‌ها، اظهار نظر می‌کنند، مسئول هستند. در سال ۲۰۱۲ میلادی، آن‌ها لیست سیاه سایت‌هایی که شامل اطلاعات ممنوعه (مواد مخدر غیرقانونی، پورنو، خودکشی) را تهیه و (ISPs) های روسی را ملزم کردند به دادگاه یا مقامات نظارتی ایالتی پاسخ دهند. عجیب‌تر از این موارد در روسیه این بود که کاربران باید مطالب ذخیره شده را روی سرورهای مستقر در روسیه ذخیره کنند، در غیر این صورت، کل پلتفرم در سراسر کشور مسدود خواهد شد. علاوه بر این، در سال ۲۰۱۵ میلادی روسیه تصویب کرد که وبلاگ نویسان و دارندگان صفحات مجازی با بیش از ۳،۰۰۰ بازدید از صفحه در روز، باید رسانه را ثبت قانونی و از قوانین رسانه‌های آن کشور، پیروی کنند.

تاکنون ایالات متحده، به قانون بندرگاه امن - که برای اولین بار جهت واسطه‌های آنلاین تصویب شد - وفادار مانده است. اما نگرانی‌های فزاینده در خصوص تروریسم و محتوای افراط‌گرایانه، آزار و اذیت و زورگویی در فضای مجازی و پورنوگرافی و پورن انتقام‌جویی در

آمریکا مشاهده شده است. شماری از شبکه‌های اجتماعی، سیاست‌های خاصی برای ممنوعیت پورن انتقام جویانه تدوین کرده‌اند، اما در مجموع پلتفرم‌ها، موظف به پیگیری تخلفات نیستند (Kayyali and O'Brien, 2015; Matias et al., 2015).

در اوایل سال ۲۰۱۶ میلادی، دولت اوپاما از شرکت‌های فناوری آمریکا خواست تا برای شناسایی محتوای افراط‌گرایانه، استراتژی‌های جدید را تهیه یا آن را حذف و یا به مقامات امنیت ملی گزارش کنند که در آن زمان ۲۲۲ مورد آزار و اذیت زنان و اقلیت‌های نژادی در آن زمان اعلام شد.

خودتنظیم‌گری پلتفرم‌ها

شبکه‌های اجتماعی مشتاق هستند که از بندر امن محافظت کنند. اما از نظر تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر گفتمان عمومی و تجربه زیسته کاربران در این شبکه‌ها، باید محدودیت‌های قانونی برای این پلتفرم‌ها اتخاذ کرد. بنابراین این سؤال را باید مطرح کرد که شبکه‌های اجتماعی چگونه اداره می‌شوند؟

شبکه‌های اجتماعی اگر مطالب نامناسب را حذف و یا برای دسترسی محتوای پورنوگرافی، محدودیت ایجاد کنند از این می‌ترسند که کاربران این مطالب، به سراغ دیگر شبکه‌ها بروند. بنابراین بخشی از خودتنظیمی شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به دیگر رقیبان و یا براساس رفتار دیگر رقیبان تنظیم می‌شود.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای کاربران به‌مثابه یک شمشیر دو لبه است؛ کاربران ممکن است برای جلوگیری از خطرات محیط رسانه‌های اجتماعی، آن را ترک کنند و همچنین ایجاد محدودیت زیاد توسط مدیران شبکه‌های اجتماعی هم می‌تواند کاربران را آزار دهد.

هرچند شبکه‌های اجتماعی در ابتدا با یک جمع همگن آغاز به کار کردند ولی طیف گسترده‌ای از افراد از آن استفاده می‌کنند. آن‌ها از همان ابتدا به پرورش یک جامعه سالم و تشویق کاربران برای تولید خلاقانه پایبند بوده‌اند. باین‌حال، گاهی در بستر شبکه‌های اجتماعی، افرادی از جمله فعالان سیاسی، گروه‌ها، جنبش‌های زنان و همجنسگراها برای دیده شدن از این بستر سوءاستفاده می‌کنند. با این موارد غیرقابل‌اجتناب و شاید غیرقابل‌حل، شبکه‌های اجتماعی مجبور به تدوین و تصحیح قوانین خود و توسعه روش‌های پیشرفته‌تر برای اداره سایت‌های خود هستند (Bucher, 2012; Milan, 2015; Thompson, 2005).

جایی که خطوط ترسیم شده‌اند

مواردی چون محتوای جنسی و مستهجن، بازنمایی خشونت، آزار و اذیت سایر کاربران، سخنان تنفرآمیز، بازنمایی خودزنی، فعالیت و انجام کارهای غیرقانونی و به‌ویژه معاملات در حوزه مواد مخدر از جمله عناوینی است که شبکه‌های اجتماعی نباید آن‌ها را نشر دهند و باید در صورت درخواست توسط کاربران یا دولت‌ها، این مطالب را حذف کنند. علاوه بر این، برخی از شبکه‌های اجتماعی در قبال هویت‌های ناشناس، نمی‌دانند چکار کنند. همچنین نحوه برخورد هر کدام از شبکه‌های اجتماعی در مقابل این محدودیت‌ها متفاوت است.

باین‌حال، شبکه‌های اجتماعی را منصف و چون داوران ارزش‌های فرهنگی توصیف می‌کنند که بدون ابهام در حال فعالیت هستند. از سوی دیگر برخی از شبکه‌های اجتماعی در برابر یکدیگر به خودتنظیمی دست می‌زنند و شبکه‌های اجتماعی کوچک‌تر هم قوانین آن‌ها را برمی‌گزینند. پس با این تفاسیر، شبکه‌های اجتماعی به دنبال فعالیت‌های نامناسب و نشر بدی‌ها نیستند بلکه مداوم در حال توسعه قوانین هستند. آن‌ها دارای تیم‌های سیاستگذاری محتوا هستند تا به‌مرور تعهد قانونی جدید را به یک قانون عملی تبدیل کنند و تیم‌های رسیدگی مرتب، به شکایت‌ها پاسخ می‌دهند.

مشکل عدالت در اجرای قانون توسط شبکه‌های اجتماعی

مدیران شبکه‌های اجتماعی به استبداد خیرخواهانه و داوری عمومی در بین کل جامعه محکوم شده‌اند. بسیاری از اپراتورهای شبکه‌های اجتماعی نیز در استفاده از مجموعه‌ای از شیوه‌ها و دانش‌ها به کنترل محتوا دست زدند ولی آنچه در این بین بایستی مدنظر قرار گیرد، اعتدال است تا هم دولت‌ها، هم کاربران و هم ذینفعان شبکه‌های اجتماعی راضی باشند (Forsyth, 2016).

خودتنظیم‌گیری در شبکه‌های اجتماعی گاهی توسط سردبیران، افراد توانمند به‌عنوان مدیران (مثلاً در فیسبوک) انجام می‌شود. در برخی از شبکه‌های اجتماعی بزرگ هم، یک مدیر موارد را با دقت، بررسی می‌کند. مثلاً «پل»، هر برنامه «آیفون» را قبل از عرضه در فروشگاه، بررسی می‌کند (Shirky, 2008 & Hestres, 2013).

رویکردهای رسانه‌های اجتماعی، نه‌فقط برای تعدیل محتوا بلکه با عنوان مدیریت اطلاعات هم مطرح است. از سویی، گاهی با یک فرد ناشناس مواجه می‌شوید یا با افراد زیادی که در

مقیاس بزرگ که کنترل و مدیریت محتوا را سخت می‌کند. با این حال، این غیرممکن است که در شبکه‌های اجتماعی بتوان جلو انتشار همه موارد غیراخلاقی را گرفت لذا گاه مطالب غیراخلاقی نیز منتشر می‌شوند. از طرفی دیگر، برخی از کشورها خود برای کنترل محتوا در شبکه‌های اجتماعی اقدام کرده‌اند. به‌عنوان مثال دولت چین، صدها هزار نفر را به خدمت گرفته تا مطالب مربوط به انتقادهای سیاسی را از دولت در شبکه‌های اجتماعی پاک کند. در غرب، ما پذیرفته‌ایم که شبکه‌های اجتماعی نمی‌توانند مطالب کاربران را ابتدا بررسی و سپس منتشر کنند زیرا باعث تأخیر در انتشار مطالب می‌شود ولی باید همواره به شکایت‌ها پاسخ دهند و محدودیت‌هایی نیز اعمال کنند.

نیروی انسانی به‌عنوان کنترل‌کننده محتوا

شبکه‌های اجتماعی در مقیاس بزرگ، فرایند و سیستم پیچیده‌ای را برای تعدیل و کنترل محتوا ایجاد کرده‌اند که به منابع انسانی عظیم نیاز دارد (Roberts, 2016). افرادی که محتوا را تعدیل یا کنترل می‌کنند به‌صورت گمنام کار می‌کنند. در رأس این شبکه‌ها، بیشتر سیستم‌عامل‌ها دارای یک تیم سیاست داخلی هستند که وظیفه نظارت بر تعدیل را بر عهده دارند؛ آنان، قوانین را وضع و بر اجرای آن‌ها نظارت می‌کنند.

در بسیاری از شرکت‌ها، یک گروه بزرگ‌تر که به‌صورت پیمانکاری کار می‌کنند، وجود دارند که به‌عنوان خط مقدم، مطالب خاص را ارائه می‌دهند یا آن‌ها را تعدیل می‌کنند. آن‌ها در خانه و یا دفاتری در سراسر جهان در مکان‌هایی مانند «دوبلین» و «حیدرآباد» و به‌خصوص در فیلیپین و هند به‌عنوان نیروی کار ارزان مشغول کار هستند. از طرفی دیگر برخی سایت‌ها توسط مردم به‌عنوان ناظران جامعه کنترل می‌شوند همچنین گروه‌های فیسبوک به بنیانگذار این گروه اختیارات محدودی می‌دهند تا نظرات کاربران را حذف یا تعدیل کنند همچنین از جمله دیگر روش‌ها برای شناسایی کاربرانی که محتوا و رفتار مناسب و نامناسب تولید می‌کنند، رتبه‌بندی محتوا برای مطالب خوب و درج پرچم برای مطالب نامناسب است که به‌عنوان نمونه موردی، پرچم‌گذاری اکنون در سراسر شبکه‌های رسانه‌های اجتماعی گسترده شده است و آن، درج یک نماد یا پیوند کوچک در زیر یک پُست است. مدیران پلتفرم‌ها، همچنین پرچم را بیان حال جامعه توصیف می‌کنند [به این معنی هر چه پرچم‌گذاری بیشتر باشد نشان‌دهنده افزایش نشر مطلب نامناسب بیشتر است (Crawford and Gillespie, 2016)].

به‌تازگی، برخی از شبکه‌های اجتماعی، قرار دادن موقعیت برخی از کاربران به‌عنوان «ابر پرچم‌گذار»^۱ را برای گذاشتن پرچم، تجربه کرده‌اند. اما یک نگرانی وجود دارد و آن این است افرادی که پرچم را می‌گذارند آیا بی‌طرفی را رعایت می‌کنند و سوگیری نمی‌کنند؟ (Matias et al., 2015).

حذف یا فیلتر کردن

تقریباً تمامی شبکه‌های اجتماعی، رویکرد فیلتر قبل از نشر مطالب را پذیرفته‌اند. پلتفرم‌ها در برخورد با محتوای توهین‌آمیز دو گزینه پیش رو کاربران گذاشته‌اند؛ حذف و یا علامتگذاری مطلب. حذف مطالب کاربران یا حذف و بیرون انداختن آنان از شبکه‌های اجتماعی عوارضی دارد و به‌طورکلی، حذف مطلب، چنان ابزاری ناخوشایند است و پلتفرم‌ها با این اقدام‌ها به ذهنیت‌گرایی، ریاکاری، کنشگرایی سیاسی و منافع شخصی متهم می‌شوند، از طرفی دیگر، کاربرانی که از شبکه‌های اجتماعی حذف می‌شوند، گاه گریه می‌کنند، گرچه کاربران تعلیق شده توسط یک پلتفرم، می‌توانند در سایر شبکه‌های اجتماعی فعالیت کنند.

از سوی دیگر، تعلیق یا محرومیت در استفاده از یک شبکه اجتماعی، می‌تواند عواقب واقعی برای کاربر داشته باشد. عواقبی چون جدا کردن آنان از حلقه اجتماعی و عزیزان خود، تغییر فاحش در زندگی حرفه‌ای و دسترسی متقابل به شبکه‌های دیگر. در حین حال، کاربران معلق در بیشتر شبکه‌های اجتماعی، می‌توانند به‌سادگی نمایه جدیدی ایجاد و دوباره مطالب مناسب و نامناسب با نام‌های ساختگی پست کنند (Armijo, 2013; Balkin, 2014; Meyerson, 2001).

باین‌وجود، دو دیدگاه مطرح است؛ بگذارید تا کاربران، مطالب نامناسب دیگر کاربران را ببینند و آن‌ها مطالب ناپسند را حذف و پرچم‌دار کنند و یا فیلترینگ بگذارید. از سوی دیگر رمزگذاری مطالب نامناسب براساس طبقه‌بندی مخاطبان از نظر سن و جنس نیز می‌تواند راهکاری برای عدم نشر فراگیر مطالب نامناسب باشد. سرانجام، این رویکردهای فیلترینگ می‌توانند راه‌حل‌های قانع‌کننده برای مطالبات قانونی کشورهای خاص ارائه دهند، اما با راه‌هایی که ممکن است قانون پیش‌بینی کند، متفاوت است. باین‌حال به دلیل قوانین حمایت از افراد زیر سن قانونی، محدودیت دیدن مطالب در شبکه‌های اجتماعی به‌وسیله اقدامات فنی قابل انجام است.

1 super flagger

نتیجه‌گیری: سؤال از مسئولیت‌پذیری

صاحبان پلتفرم‌ها برای تعدیل و کنترل مطالب نامناسب، مسئولیت‌هایی اجتماعی بر عهده دارند که براساس موقعیت تصمیم می‌گیرند. به‌عنوان نمونه، آن‌ها زمانی که دولت‌ها یا کاربران در ارتباط با حذف مطالب نامناسب، درخواست می‌کنند، اقدامات تنظیم‌گری و حذف و تعدیل را انجام می‌دهند. (Mueller, 2015)

از سوی دیگر، دسترس‌پذیر نساختن موارد نامناسب، راهکاری بسیار مفیدتر از حذف است و همچنین بایستی کاربران وفادار بمانند که برای صاحبان شبکه‌های اجتماعی در دسر درست نکنند.

باین‌وجود، شبکه‌های اجتماعی، واقعاً واسطه هستند و از نظر حقوقی و عملی در بین کاربران نقش واسطه را بازی می‌کنند. در غرب براساس اصل و قانون بندر امن، پلتفرم‌ها موظف هستند محتوای غیرقانونی مانند پورنوگرافی کودک و انتقام‌جویی پورنو و محتوای افراطی را حذف کنند.

گرچه توسط پلتفرم‌ها، گام‌هایی برداشته شده است ولی مشکلات تروریسم و بنیادگرایی اسلامی، تمایلات جنسی همجنسگرا و سوء رفتار و خشونت علیه زنان، همچنان نگران‌کننده هستند.

چگونه می‌توانیم در خصوص آزادی بیان که با ارزش‌های جامعه و ایمنی افراد و آرزوی هنرمندان و تاجران پیوند دارد، برخورد کرد. الان زمان مناسبی برای تجدیدنظر در مسئولیت‌های شبکه‌های اجتماعی است. از سویی باید از قانونی که برای شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات اینترنت، بهره برد و از طرفی باید، استانداردی جدید از شفافیت و پاسخگویی برای چگونگی انجام کارها (رعایت اعتدال در انجام محدودیت‌ها، توجه به خدشه‌دار نشدن آزادی بیان، حذف، فیلتر، شیوه پرچم‌گذاری، رعایت بی‌طرفی در پرچم‌گذاری و...) توسط دست‌اندرکاران شبکه‌های اجتماعی تدوین کرد.

منابع

- Archetti, C. (2015). Terrorism, communication and new media: Explaining radicalization in the digital age. *Perspectives on Terror-ism*, 9(1).
- Ardia, D. S. (2010). Free speech savior or shield for scoundrels: An empirical study of intermediary immunity under Section 230 of the Communications Decency Act. *Loyola of Los Angeles Law Review*, 43(2), 373–506
- Armijo, E. (2013). Kill switches, forum doctrine, and the First Amendment’s digital future
- Balkin, J. (2004). Digital speech and democratic culture: A theory of freedom of expression for the information society. *New York University Law Review*, 79, 1–55
- Balkin, J. M. (2014). Old school/new school speech regulation. *Harvard Law Review*, 127(8), 2296–2342
- Baym, N. K., & Boyd, dana. (2012). socially mediated publicness: An introduction. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(3), 320–329.
- Boyd, dana. (2011). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39–58). New York: Routledge
- Bruns, A., & Burgess, J. (2015). Twitter hashtags from ad hoc to calculated publics. In N. Ram-bukkana (Ed.), *Hashtag publics: The power and politics of discursive networks* (pp. 13–28) New York: Peter Lang.
- Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 14(7), 1164–1180.
- *Cardozo Arts & Entertainment Law Journal*, 32, 411–469.
- Citron, D. K. (2014). *Hate crimes in cyberspace*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Couldry, N., & van Dijck, J. (2015). Researching social media as if the social mattered. *Social Media + Society*, 1(2), 2056305115604174.
- Crawford, K., Gillespie, T. (2016). What is a flag for? Social media reporting tools and the vocabulary of complaint. *New Media & Society* 18 (3), 410–428.
- DeNardis, L., & Hackl, A. M. (2015). Internet governance by social media platforms. *Tele-communications Policy*, 39(9), 761–770.
- DeNardis, L., & Hackl, A. M. (2015). Internet governance by social media platforms. *Tele-communications Policy*, 39(9), 761–770.
- Forsyth, H. (2016). Forum. In B. Peters (Ed.), *Digital keywords*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Gerlitz, C., & Helmond, A. (2013). The like economy: Social buttons and the dataintensive web. *New Media & Society*, 15(8), 1348–1365.
- Gillespie, T. (2015). Platforms intervene. *Social Media + Society*, 1(1), 2056305115580479.
- Ginsburg, J. C. (1995). Putting cars on the ‘information superhighway’: Authors, exploiters, and copyright in cyberspace. *Columbia Law Review*, 95(6), 1466–1499.
- Gillespie, T. (2015). Platforms intervene. *Social Media + Society*, 1(1), 2056305115580479
- Godwin, M. (2003). *Cyber rights: Defending free speech in the digital age*. Cambridge, MA: MIT Press.

- Grimmelman, J. (2015). The virtues of moderation: Online communities as semicommons. *Yale Journal of Law and Technology*, 17(42).
- Grimmelman, J. (2015). The virtues of moderation: Online communities as semicommons. *Yale Journal of Law and Technology*, 17(42).
- Humphreys, S. (2013). Predicting, securing and shaping the future: Mechanisms of governance in online social environments. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 9(3), 247–258
- Jeong, S. (2015). The Internet of garbage. *Forbes Media*. Retrieved from www.forbes.com/ebooks/the-internet-of-garbage/
- Kayyali, N., & O'Brien, D. (2015). Facing the challenge of online harassment. Retrieved from www.eff.org/deeplinks/2015/01/facing-challenge-online-harassment
- Kreimer, S. F. (2006). Censorship by proxy: The First Amendment, Internet intermediaries, and the problem of the weakest link. *University of Pennsylvania Law Review*, 155(1), 11
- Langlois, G. (2013). Participatory culture and the new governance of communication: The paradox of participatory media. *Television & New Media*, 14(2), 91–105
- Lessig, L. (1999). *Code and other laws of cyber-space*. New York: Basic Books.
- Litman, J. (1999). Electronic commerce and free speech. *Ethics and Information Technology*, 1(3), 213–225.
- MacKinnon, R. (2012). *Consent of the net-worked: The worldwide struggle for Internet freedom*. New York: Basic Books.
- MacKinnon, R., Hickok, E., Bar, A., & Lim, H. (2014). *Fostering freedom online: The roles, challenges and obstacles of Internet intermediaries*. New York: United Nations Educational
- MacKinnon, R., Hickok, E., Bar, A., & Lim, H. (2014). *Fostering freedom online: The roles, challenges and obstacles of Internet intermediaries*. New York: United Nations Educational.
- Mann, R. J., & Belzley, S. R. (2005). The promise of Internet intermediary liability. *William & Mary Law Review*, 47, 239–308.
- Matias, J. N., Johnson, A., Boesel, W. E., Keegan, B., Friedman, J., & DeTar, C. (2015). Reporting, reviewing, and responding to harassment on Twitter. *Women, Action & the Media*. Retrieved from www.womenactionmedia.org/twitter-report/
- Matias, J. N., Johnson, A., Boesel, W. E., Keegan, B., Friedman, J., & DeTar, C. (2015). Reporting, reviewing, and responding to harassment on Twitter. *Women, Action & the Media*. Retrieved from www.womenactionmedia.org/twitter-report/
- Meyerson, M. (2001). The neglected history of the prior restraint doctrine: Rediscovering the link between the First Amendment and the separation of powers. *Indiana Law Review*, 34(2), 295–342
- Milan, S. (2015). When algorithms shape collective action: Social media and the dynamics of cloud protesting. *Social Media + Society*, 1(2), 2056305115622481.
- Mueller, M. L. (2015). Hyper-transparency and social control: Social media as magnets for regulation. *Telecommunications Policy*, 39(9), 804–810.
- Mueller, M. L. (2015). Hyper-transparency and social control: Social media as magnets for regulation. *Telecommunications Policy*, 39(9), 804–810

- Obar, J. A., & Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745–750.
- Postigo, H. (2009). America Online volunteers: Lessons from an early co-production community. *International Journal of Cultural Studies*, 12(5), 451–469.
- Reagle, J. (2015). *Reading the comments: Likers, haters, and manipulators at the bottom of the web*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Roberts, S. T. (2016). Commercial content moderation: Digital laborers' dirty work. In S. U. Noble & B. Tynes (Eds.), *Intersectional Internet: Race, sex, class and culture online*. New York: Peter Lang
- Roth, Y. (2015). 'No overly suggestive photos of any kind': Content management and the policing of self in gay digital communities. *Communication, Culture & Critique*, 8(3), 414–432.
- Sandvig, C. (2015). The social industry. *Social Media + Society*, 1(1), 2056305115582047.
- Shepherd, T., & Landry, N. (2013). Technology design and power: Freedom and control in communication networks. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 9(3), 259–275.
- Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: How change happens when people come together*. New York: Penguin Press.
- Stein, L. (2013). Policy and participation on social media: The cases of YouTube, Facebook, and Wikipedia. *Communication, Culture & Critique*, 6(3), 353–371.
- Thompson, J. B. (2005). The new visibility. *Theory, Culture & Society*, 22(6), 31–51.
- Urban, J. M., Karaganis, J., & Schofield, B. L. (2016). Notice and takedown in everyday practice. Retrieved from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2755628
- Vaidhyanathan, S. (2011). *The Googlization of everything (and why we should worry)*. Berkeley, CA: University of California Press
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford: Oxford University Press. Varnelis, K. (Ed.). (2008). *Networked publics*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Varnelis, K. (Ed.). (2008). *Networked publics*. Cambridge, MA: MIT Press
- Wagner, B. (2013). Governing Internet expression: How public and private regulation shape expression governance. *Journal of Information Technology & Politics*, 10(4), 389–403.
- Weltevrede, E., Helmond, A., & Gerlitz, C. (2014). The politics of real-time: A device perspective on social media platforms and search engines. *Theory, Culture & Society*, 31(6), 125–150