

داستان کشاکشی بی فایده

سیده محمد حسین خلیلی /

پژوهشگر رستاک

تقریباً در یک سال گذشته با بروز هرگونه رخداد یا انتشار خبر مهم درباره پلتفرم های دیجیتال و چالش ها یا دستاوردهای سیاستی-قضایی آنها در ایران و جهان، مسئله مسئولیت پلتفرم ها و کم و کیف آن تبدیل به کشاکشی میان طرفداران مسئولیت حداکثری و حداقلی در بدنه سیاستگذاری و سیاست پژوهی ایران و شاهد مثالی در جهت استفاده برای اثبات ادله هر کدام شده است.

حضور مدیرعامل پلتفرم تیک تاک در یک جلسه پر جزئیات در کنگره ایالات متحده، حکم جدید دیوان عالی این کشور در مورد بخش ۲۳۰ قانون رفتار شایسته در ارتباطات و تأکید بر مصونیت شرکت های اینترنتی، جریمه های چندباره پلتفرم های جهانی توسط تنظیم گران اروپایی در بازه های زمانی مختلف، تلاش های مختلف و متنوع پلتفرم ها در جلوگیری و یا اجرای اقدامات پسینی نسبت به محتوا و رخدادهای و خبرهایی از این دست، به عنوان حجتی برای تأیید چهارچوب فکری هر طیف و بعضاً مصادره آن در بحث ها مورد استفاده قرار گرفته است. این نوع از بحث و جدل و استفاده در خلأ از شاهد مثال های جهانی که عموماً با هدف برتری ایده طرح می شوند، در نهایت منجر به تطبیق دقیق یا خاصی با شاهد مثال های داخلی نمی شوند. نکته مهم تری که در این مسأله در ایران غالباً بدون پاسخ باقی می ماند، پیشنهادی ایجابی حتی با استفاده از شاهد مثال های جهانی است. گزاره های اینچینی که «کشوری

همچون ایالات متحده نسبت به امنیت شهروندانش در برابر پلتفرم های خارجی با جزئیات زیاد حساس است» یا «ایالات متحده با در نظر نگرفتن مسئولیت جدی برای پلتفرم ها امکان رشد و بلوغ اکوسیستم خود را فراهم کرده است» بخشی از صغری و کبرایی است که در نهایت تنها به گزاره هایی کلی و با انتقادهایی بدون پیشنهاد ایجابی در ایران منجر می شود. هر چند می توان گفت در ایران مسیر مشخص و هدفمندی مبتنی بر بلوغ کسب و کارهای دیجیتال - شاید به واسطه عدم بلوغ بخش مهمی از کسب و کارهای دیجیتال در ایران- برای نگاه به مسئولیت پلتفرمی طی نشده است.

استناد پر شمار به بخش ۲۳۰ قانون رفتار شایسته در ارتباطات ایالات متحده امریکا به عنوان سنگ بنای اصلی مواجهه این کشور با مسائل مربوط به مسئولیت پلتفرم های دیجیتال- با وجود منشأ قدیمی آن- تا سیر تطور و تکامل در نظر گرفتن مسئولیت پلتفرمی از دستورالعمل تجارت الکترونیک^۲ تا دستورالعمل خدمات رسانه ای صوتی- تصویری^۳ و قوانین خدمات دیجیتال^۴ و بازارهای دیجیتال^۵ در اتحادیه اروپا با گذار از مسئولیت پلتفرمی قدیم به جدید و با در نظر گرفتن سرفصل های محتوایی و تجاری جدید البته تا حدی با تکیه بر همان چهارچوب در این سیر اسناد برای تمرکز بر تنظیم گری پلتفرم های آمریکایی در اروپا می تواند برای تدوین چهارچوب نظام مسئولیت پلتفرمی در ایران الهام بخش باشد اما کشاکش میان این نوع از شاهد مثال ها با شاهد مثال هایی از مواجهه سخت با پلتفرم ها