



فصلنامه سیاستگذاری عمومی، دوره ۶، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۹، صفحات ۲۹-۵۹

### مقاله پژوهشی

## سیاستگذاری اینترنت: مرور سیستماتیک رویکردهای حکمرانی پلتفرم‌های آنلاین و رسانه‌های اجتماعی

حسین حسنی<sup>۱</sup>

استادیار مطالعات فضای مجازی پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات

عبدالحسین کلانتری

دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۹۹/۲/۲۳ - تاریخ پذیرش: ۹۹/۵/۳)

### چکیده

هدف این مقاله، مرور سیستماتیک مطالعات مرتبط با حکمرانی پلتفرم‌های آنلاین و ارائه دسته‌بندی موضوعی بر اساس رویکردشان به حکمرانی پلتفرم‌ها و درک مضامین محوری آنها است. برای مطالعه ادبیات سیاستگذاری پلتفرم‌ها از روش مرور سیستماتیک و برای تحلیل یافته‌ها از روش ترکیب مضمونی استفاده و کلیه مقالات منتشر شده در پایگاه‌های عمده بین‌المللی بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ میلادی با کلیدواژه‌های مرتبط با حکمرانی پلتفرم جستجو شدند. در مجموع ۱۰۶ مقاله شناسایی و مورد ارزیابی قرار گرفتند. در کل، سیاستهای مرتبط با حکمرانی پلتفرم‌ها در سه دسته شامل حکمرانی بر پلتفرم‌ها، حکمرانی در پلتفرم‌ها و حکمرانی به واسطه پلتفرم‌ها تقسیم‌بندی شد. نتایج نشان داد با وجود نقش عمده پلتفرم‌ها در تنظیم مقررات، پیچیدگی و تغییرات شتابان ابعاد فنی-فرهنگی پلتفرم‌ها، دولتهای مختلف می‌توانند سیاستهایی را در جهت اعمال حاکمیت بر پلتفرم همانند رسمیت بخشیدن به فعالیت آنها درون مرزهایشان و نیز حکمرانی مشترک در پیش بگیرند.

**واژگان کلیدی:** حکمرانی اینترنت، پلتفرم‌های آنلاین، حکمرانی پلتفرم‌ها، رسانه‌های اجتماعی، مرور سیستماتیک.

## مقدمه

شرکت‌های اپل، آمازون، فیس‌بوک و گوگل عامل ایجاد طیف گسترده‌ای از محصولات و خدماتی هستند که با زندگی روزمره میلیاردها نفر در سرتاسر کره زمین گره خورده است (Galloway, 2017). به این چهار شرکت بزرگ که اصطلاحاً گافا نامیده می‌شوند شرکت مایکروسافت را نیز می‌توان افزود. روز به روز بر ارزش اقتصادی این شرکت‌ها یا پلتفرم‌های آنلاین افزوده می‌شود، به طوری که اخیراً (ژانویه ۲۰۲۰) ارزش شرکت مادر گوگل یعنی گوگل آلفابت<sup>۳</sup> از یک تریلیون دلار فراتر رفته است (Klobnikov, 2020). افزایش قدرت اقتصادی این پلتفرم‌ها بیش از پیش زمینه سلطه آنها را بر حوزه‌ها و ابعاد گوناگون زیست خصوصی/عمومی و محلی/جهانی انسانها فراهم کرده است. سرمایه‌گذاری و پیشرفت سریع این پلتفرم‌ها در حوزه‌های گوناگون اینترنت از جمله بیگ دیتا و رایانش ابری (Mosco, 2017) و نیز دانش هوش مصنوعی، منجر به توسعه، توانمندی و تثبیت جایگاه این پلتفرم‌های بزرگ شده است. آنها به سرعت و به شکلی فزاینده ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی تمامی جوامع را متأثر کرده‌اند. در نتیجه تأثیرات فرایند پلتفرمی شدن بر تمامی قلمروی‌های زندگی فردی و جمعی، ما اکنون در یک «جامعه پلتفرمی»<sup>۴</sup> (Van Dijk, 2018) زندگی می‌کنیم که ارتباط تنگاتنگی با «سیاست پلتفرمی» دارد. رشد و توسعه سریع پلتفرم‌های آنلاین عظیم به شکل‌گیری «سوپرپلتفرم‌هایی» منجر شده که بیش از پیش تعاریف و معناهای حق حاکمیت، قلمرو سرزمینی و نیز مفهوم حکمرانی را در عرصه سیاست متأثر کرده‌اند. در واقع ما با وضعیت جدیدی در عرصه جهانی و ژئوپلیتیک مواجه هستیم که شرکت‌های نیرومند فناوری اطلاعات، ورای محل استقرار خود که عمدتاً در آمریکا قرار دارند، بر حدود قدرت و اختیار دولتها برای قانونگذاری، تنظیم مقررات و اعمال قانون و حق حاکمیت در عرصه‌های مختلف سیاسی و اقتصادی نفوذ پیدا کرده‌اند و در این زمینه‌ها نقشی تعیین‌کننده دارند. از سوی دیگر، قدرتمند شدن «تعداد اندکی از شرکت‌هایی که کنترل بسیار زیادی بر داده‌های شخصی افراد دارند، سبب نگرانی جدی نهادهای دولتی و گروه‌های مختلف کاربران شده است» (فن دایک، ۱۳۹۶: ۳۰۰).

یکی از حوزه‌های پژوهشی نوظهور در زمینه سیاستگذاری و تنظیم مقررات اینترنت، مطالعه نقش میانجی‌های اطلاعاتی یا پلتفرم‌های آنلاین در اعمال حاکمیت است (دی‌ناردیس و هکل، ۲۰۱۴). با ملاحظه رشد فزاینده پلتفرم‌ها در تعاملات آنلاین کاربران، نقش این پلتفرم‌ها در تنظیم مقررات اینترنت بیش از پیش اهمیت پیدا می‌کند. همانطور که ژیلسپی می‌نویسد، از طریق سیاستگذاری در مورد مؤسسات اطلاعاتی، حکمرانی بر پلتفرم‌ها انجام می‌شود. خود پلتفرم‌ها نیز از طریق تنظیم مقررات درباره محتوا و نحوه رفتار کاربران بر محیط خود اعمال

2- GAFA

3- Google-Alphabet

4- Platform society

حکمرانی می‌کنند (Gillespie, 2018a). گرچه مطالعه و پژوهش درباره حکمرانی اینترنت چندین دهه قدمت دارد و مطالعات گسترده‌ای از سوی پژوهشگران مختلف درباره آن انجام شده است اما موضوع حکمرانی پلتفرم‌ها مفهوم نسبتاً جدیدی به شمار می‌رود که طی چند سال اخیر مورد توجه پژوهشگران و سیاستگذاران حوزه حکمرانی اینترنت قرار گرفته و اهمیت ویژه‌ای پیدا است؛ به طوری که می‌توان گفت، پلتفرم‌ها به «کانون محوری کنترل بر اینترنت» تبدیل شده‌اند (Suzor, 2019: 92). با این حال، نوپا بودن این حوزه مطالعاتی و نیز تحولات سریع فنی پلتفرم‌ها سبب شده تا چشم‌انداز و بصیرت فراگیری از تحولات نظری و پژوهشی مرتبط با این حوزه، به رغم اهمیت بسیار آن در تنظیم زندگی دیجیتال کنونی ما، موجود نباشد. بنابراین، پرسش اساسی این مقاله است که مطالعات و پژوهش‌هایی که تاکنون درباره مفهوم «حکمرانی پلتفرم‌ها» انجام شده‌اند از چه منظرهایی نقش پلتفرم‌های آنلاین و رسانه‌های اجتماعی را در حکمرانی اینترنت مورد ملاحظه قرار داده‌اند؟ حاصل پاسخ به این مسئله، ارائه تصویری جامع یا مدلی مفهومی از ادبیات نظری این حوزه حکمرانی اینترنت است. با وجود آنکه پژوهش‌های مختلف تلاش کرده‌اند تا به تحلیل و مطالعه موضوع نحوه حکمرانی پلتفرم‌های آنلاین بپردازند، با این همه، مطالعه جامعی که سعی در دسته‌بندی و ارائه یک مدل کلی همراه با موضوعات کلیدی آنها باشد تاکنون صورت نگرفته است. از سوی دیگر، توجه به موضوع حکمرانی در اینترنت در ایران یک موضوع کاملاً جدید است، چه رسد به نقش پلتفرم‌های آنلاین در حکمرانی اینترنت؛ این دلایل بدیع بودن و اهمیت مسئله مورد توجه در این مقاله را نشان می‌دهد. در این مقاله در ابتدا به شکل اجمالی مفاهیم اصلی مرتبط از جمله حکمرانی، حکمرانی اینترنت و حکمرانی پلتفرم‌ها بررسی خواهد شد. پس از این، بخش عمده مقاله به مباحث روش‌شناختی و تحلیلی اختصاص خواهد داشت و در نهایت نیز نتیجه‌گیری حاصل از تحلیل یافته‌ها برای پاسخ به پرسش اصلی پژوهش ارائه می‌شود.

## حکمرانی

کلمه انگلیسی حکمرانی<sup>۵</sup> که از زبان لاتین و یونانی مشتق شده، در اصل به معنای کنترل، راهنمایی و دستکاری است. معنای این واژه با واژه حکومت<sup>۶</sup> هم‌پوشانی دارد که در اصل به معنای فعالیت‌های اجرایی و سیاسی مرتبط با امور عمومی ملی است (Keping: 2018: 1). از اواخر قرن گذشته، حکمرانی از دیدگاه سیاستمداران و اقتصاددانان غربی معنای تازه‌ای پیدا کرد که فراتر از معنای سنتی آن بود و تفاوت چشمگیری با معنای حکومت پیدا کرد. این مفهوم اکنون خارج از قلمرو سیاست در حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی نیز به شکل گسترده به کار می‌رود. اصطلاح «حکمرانی» از دهه ۱۹۸۰ میلادی به دلایل مختلفی رواج پیدا کرد. تغییر

5- Governance

6- Government

نظریه‌های اجتماعی سبب شد تا افراد به نحو متفاوتی به جهان بنگرند و یک نکته مهم دیگر اینکه خود جهان هم تغییر پیدا کرد. از طرف دیگر، رویکردها و نظریه‌های جدید سبب شد تا توجهات از نهادهای مرکزی دولت به سمت عمل حکمرانی شامل فعالیت‌های سازمان‌های خصوصی و داوطلبانه و عمومی معطوف شود. وجه تمایز حکمرانی از حکومت، تمرکز بیشتر آن بر کردارها و فعالیت‌های اجتماعی به جای دولت و نهادهای وابسته به آن است. بنابراین حکمرانی به معنای همه فرایندهای اداره کردن خواه از طرف دولت، بازار، شبکه و سازمان‌های رسمی و غیررسمی از طریق قوانین، هنجارها، قدرت و زبان است (Bevir, 2014: 1). یکی از تعاریف کامل و استاندارد درباره حکمرانی را کمیسیون حکمرانی جهانی در یک گزارش پژوهشی با عنوان «محلّه جهانی ما»<sup>۷</sup> در سال ۱۹۹۵ ارائه کرده است. طبق تعریف این کمیسیون: حکمرانی مجموع روش‌های بسیاری است که افراد و نهادها، خصوصی و عمومی، امور مشترک خود را مدیریت می‌کنند. حکمرانی فرایندی مداوم است که از طریق آن می‌توان منافع متضاد یا متنوع را با هم همساز کرد و کنشی همکارانه را انجام داد. حکمرانی شامل نهادهای رسمی و رژیم‌هایی است که توانایی وادار کردن افراد برای تبعیت را دارند، و نیز ترتیبات غیررسمی هستند که مردم و نهادها یا با آنها موافق هستند یا اینکه تصور می‌کنند در راستای منافع آنها است» (نقل شده در 3, 2018, Keping). این تعریف دارای چهار ویژگی است، نخست اینکه حکمرانی مجموعه‌ای از قواعد یا یک فعالیت نیست، بلکه یک فرایند است؛ فرایند حکمرانی مبتنی بر کنترل نیست بلکه مبتنی بر هماهنگی است؛ حکمرانی شامل بخشهای عمومی و خصوصی است؛ حکمرانی نهادی رسمی نیست بلکه تعامل مداوم است.

### پلتفرم‌ها و حکمرانی پلتفرم‌ها

ظهور پلتفرم به منزله یک مدل تجاری یکی از مهمترین تحولات اقتصادی و اجتماعی عصر کنونی است که می‌توان آنرا یک «انقلاب» نامید. مدل پلتفرمی مبنا و علت موفقیت بسیاری از شرکتهای بزرگ همانند گوگل، آمازون، مایکروسافت، اوپن، ایربی‌اندبی و ای‌بی است که به سرعت در حال رشد هستند. پلتفرم در حال تغییر دادن حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی گوناگون از مراقبت بهداشتی و سلامتی و آموزش گرفته تا انرژی و حکومت هستند. مدل جدیدی پلتفرمی در حال ایجاد تحول در عملکرد شرکتهای سنتی، واژگون کردن بازارها و تغییر حرفه‌ها است (Parker, Van Alstyne & Choudary, 2017). اصطلاح «پلتفرم‌های آنلاین» برای توصیف انواع خدماتی که از طریق اینترنت در دسترس قرار دارند به کار رفته است که شامل بازارگاه‌ها، موتورهای جستجو، رسانه‌های اجتماعی، مجاری انتشار محتوای خلاقانه، فروشگاه‌های اپ، خدمات ارتباطی، نظام‌های پرداخت، خدماتی که شامل اصطلاحاً اقتصاد «همکارانه» یا «گیگ»<sup>۸</sup>

7- Our Global Neighborhood

8- Gig

هستند و غیره می‌شوند (OECD, 2019, 20). بنیانگذاران پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی دو هدف را دنبال می‌کنند. نخست سرمایه‌گذاری و استفاده سرمایه‌دارانه از آزادی ایجاد شده توسط وب؛ آنها در عین حال امیدوار بودند تا بهترین و بیشترین استفاده را از این جنبه‌های اجتماعی ببرند. امروزه پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی فرصتهای جدیدی را به کاربران خود داده‌اند تا با طیف وسیعی از مردم وارد تعامل شوند و عموم مردم را به شکل شبکه‌ای سازماندهی می‌کنند. پلتفرمها در کنار این نویدها مخاطراتی همچون ارائه محتوای هرزه‌نگارانه، مستهجن، خشن، سوءاستفاده‌گرانه، غیرقانونی و نفرت‌آمیز را هم در پی دارند (Gillespie, 2018). از منظر سیاسی، دولت‌ها در گذشته بازیگران مشروع و عمده اعمال حق حاکمیت در عرصه‌های گوناگون بودند اما توسعه فضای سایبری که نتیجه افزایش نقش آفرینی پلتفرم‌های بزرگ است، حدود اختیارات دولتها در درون مرزها را به پرسش کشیده است (حافظ‌نیا، ۱۳۹۴)، به طوری که مرزهای سایبری با تعریف سنتی از مرزها انطباق ندارد. در نتیجه حاکمیت و حکمرانی به عنوان حق انحصاری دولت در یک قلمروی ارضی خاص ناچار به تسهیم سهم خود با دیگران، از قبیل بازار، عرصه عمومی و پلتفرم‌های بزرگ شده است. انباشت روزافزون قدرت و سرمایه این پلتفرم‌های بزرگ سبب شده تا آنها به بازیگران بزرگی در سطح بین‌الملل تبدیل شوند و افزایش نابرابری‌ها و استثمار نیروی کار-در مدلهای فعالیت تجاری پلتفرم‌های بخشی در عرصه حمل و نقل همچون اوبر (که نمونه ایرانی آنها پلتفرم‌هایی همچون اسنپ و تپسی) هستند- و از طرف دیگر ناتوانی و کم‌توانی دولت‌ها برای اعمال قواعد رگولاتوری خود در فضای سایبر را در پی داشته باشند؛ اموری که در تقابل اساسی با حدود و اختیارات سنتی دولت‌های مختلف قرار دارد. بنابراین، توسعه و تأثیرگذاری جهانی این پلتفرم‌های زیرساختی سبب توزیع قدرت شده است و بازیگران جدیدی در عرصه تنظیم مقررات در حدود اختیارات دولت‌های ملی دخالت می‌کنند (Van Dijk, Poell & De Wall, 2018).

امروزه، محققان، سیاستگذاران و عامه مردم بیش از پیش تلاش می‌کنند تا شیوه‌های حکمرانی پیچیده اینستاگرام، جستجوی گوگل، ایر.بی.اند.بی، اوبر، آمازون و پلتفرم‌های دیگر را درک و آنها را از منظر دموکراتیک پاسخگوتر کنند. نحوه حکمرانی پلتفرمها کار ساده‌ای نیست زیرا، حوزه سیاستگذاری تکه تکه است و مسئولیت نقش سیاسی و اجتماعی پلتفرمها بین شرکت‌های پلتفرمی-به عنوان معماران محیط‌های آنلاین- کاربران-به عنوان افرادی که در مورد رفتار خاص-شان در یک محیط آنلاین تصمیم می‌گیرند-و دولتها-به عنوان پیکره‌هایی که قوانین کلی را برای آن تعاملات تدوین می‌کنند- تقسیم شده است (Gorwa, 2019). گرچه درک ما از نحوه مدلهای تجاری، محتوا، کاربرد و کاربرد پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به نحوی قابل ملاحظه تعمیق شده است، اما مسئله نحوه حکمرانی پلتفرمها همچنان باز است و به همین دلیل ادبیات نظری رو به رشدی تلاش می‌کنند تا شیوه‌ها و سازوکارهای گوناگون حکمرانی پلتفرمها را

صورت‌بندی و در مورد آن مفهوم‌سازی و نظریه‌پردازی کنند. یکی از اهداف این مطالعه پرتوافکنی بر این کوشش‌های نظری است.

### روش‌شناسی

این پژوهش به روش مرور سیستماتیک انجام و از روش ترکیب مضمونی<sup>۹</sup> برای دسته‌بندی و تحلیل یافته‌ها استفاده شده است. روش مورد استفاده برای تحلیل مضمونی این مقالات بر اساس شیوه‌ای است که توماس و هاردن (۲۰۰۸) برای ترکیب مضمونی پژوهش‌های کیفی در مرورهای نظام‌مند معرفی کرده‌اند. مرور نظام‌مند یا سیستماتیک یکی از روش‌های شناخته شده مرور تحقیقات گذشته است که نوعی مطالعه و تحلیل ثانویه مطالعات پیشین محسوب می‌شود. مرور سیستماتیک نوعی مطالعه ساخت‌یافته است که بر اساس قوانین و ضوابط از پیش تعیین شده انجام می‌شود (سجادی، ۱۳۹۲). گام‌ها یا مراحل مختلفی برای انجام یک مرور سیستماتیک پیشنهاد شده است که پس از تدوین مسئله پژوهش؛ شامل شناسایی آثار و پژوهش‌های مرتبط؛ ارزیابی کیفیت مطالعات؛ خلاصه‌کردن شواهد؛ و تفسیر یافته‌ها است (Khan, Kunz, Kleijnen & Antes, 2003). بر اساس این الگو، این مراحل به ترتیب برای پی بردن به وجوه مختلف حکمرانی پلتفرم‌های آنلاین طی می‌شوند.

### فرایند جستجو

جستجوی منابع کتابخانه‌ای و اسنادی برای انجام این پژوهش در دیماه ۱۳۹۸/ دسامبر سال ۲۰۲۰ انجام شده شد و در خرداد ۱۳۹۹ این جستجو با هدف دستیابی به مقالات جدیدی که طی این فاصله زمانی منتشر شده بودند تکرار شد که طی آن مقالات جدید و مرتبط دیگری به دست آمد. نظر به اهمیت بیان مکان مقالات جستجو شده (Vieira et al, 2014) و ذکر دلایل شمول یا عدم شمول منابع اطلاعاتی (Vieira, Neto & Amaral, 2014)، باید توضیح داده شود که به دلیل بدیع بودن حوزه حکمرانی پلتفرم‌های آنلاین در ایران و عدم مشاهده مقاله علمی متناسب، جستجو برای یافتن آثار منتشر شده مرتبط منحصراً در پایگاه‌های اطلاعاتی انگلیسی زبان و شناخته شده بین‌المللی انجام شد. این پایگاه‌های داده عبارت بودند از: گوگل اسکالر<sup>۱۰</sup>، ساینس دایرکت، مجلات سیج<sup>۱۱</sup>، کتابخانه آنلاین وایلی<sup>۱۲</sup> و تیلور اند فرانسیس<sup>۱۳</sup>. از طرف دیگر، علت عمده انتخاب این پایگاه‌های اطلاعاتی این است که آنها مهمترین و اصلی‌ترین جایگاه انتشار یافته‌های مطالعات تجربی و نیز مروری مرتبط با حوزه مطالعات فضای مجازی، مطالعات اینترنت و نیز حکمرانی به شمار می‌روند. بیشتر مقالات معتبر این حوزه در نشریاتی که ذیل این

9- Thematic Synthesis

10- Google Scholar

11- Sage Journals

12- Wiley Online Library

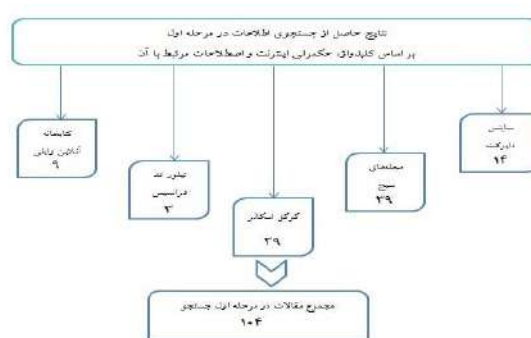
13- Taylor & Francis

پایگاه‌ها قرار دارند منتشر می‌شوند. معیارهای دیگری نیز برای انتخاب مقالات وجود داشت؛ از جمله اینکه این مقالات به طور مستقیم در ارتباط با مسئله حکمرانی اینترنت تألیف شده باشند. بنابراین، مقالاتی که به شکل غیرمستقیم یا گذرا به این موضوع پرداخته بودند مورد توجه قرار نگرفتند. انجام این پژوهش با تکیه بر مقاله‌های منتشر شده طی سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹ صورت گرفت. زیرا حدوداً از این زمان به بعد است که با اوج‌گیری رشد رسانه‌های اجتماعی اصطلاح پلتفرم برای اشاره به این رسانه‌ها بیش از پیش به کار رفت و نقش شرکت‌های بزرگ آنلاین در سیاستگذاری ارتباطات (Gillespie, 2010) مورد توجه اندیشمندان مطالعات حکمرانی اینترنت قرار گرفت. در جدول ۱ مهمترین معیارهای شمول و عدم شمول مقالات ذکر شده است.

جدول ۱- معیارهای شمول و عدم شمول برای مرور سیستماتیک

انتشار بین سال‌های ۲۰۱۰-۲۰۲۰	
انتشار در مجله‌های علمی معتبر	
معیارهای شمول	ارتباط مستقیم با حکمرانی پلتفرم‌ها تمرکز بر پلتفرم‌های آنلاین یا رسانه‌های اجتماعی مقاله بدیع (نه مروری یا شکل‌های دیگر)
معیارهای عدم شمول	عدم تمرکز بر موضوع حکمرانی پلتفرم‌ها نوشته‌های غیر از مقالات (سرمقاله‌ها، نقد کتاب و...) انتشار در دوره زمانی خارج از زمان تعیین شده

برای جستجوی مطالعات انجام شده در این حوزه از اصطلاحات یا کلیدواژه‌هایی استفاده شد که بتواند به طور جامع کلیه مطالعات مرتبط را استخراج کند. این اصطلاحات عبارت بودند از: «حکمرانی پلتفرم»، «حکمرانی پلتفرم‌های آنلاین»، «حکمرانی رسانه‌های اجتماعی»، «حکمرانی پلتفرم‌های دیجیتال»، «تنظیم مقررات پلتفرم‌ها»، «تنظیم مقررات رسانه‌های اجتماعی»، «حکمرانی رسانه‌های اجتماعی» و «گرداندگی محتوا»<sup>۱۴</sup>.

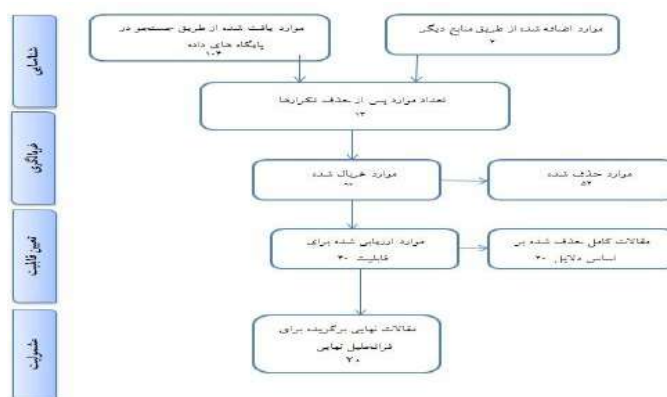


شکل ۱- نتایج حاصل از جستجوی اولیه در منابع اطلاعاتی.

همانطور که در شکل ۱ مشخص است در مجموع در مرحله اولیه جستجو تعداد ۱۰۴ مقاله با کلیدواژه‌های فوق یافت شدند که بیشترین آنها مربوط به گوگل اسکالر و انتشارات سیج است که از هر کدام از این پایگاه‌ها تعداد ۳۹ مقاله مرتبط به دست آمد. کمترین تعداد مقالات مرتبط در پایگاه تیلور اند فرانسیس مشاهده شد.

### گزینش و ارزیابی کیفیت مقالات

مرحله ارزیابی کیفیت مقالات برگزیده، مرحله سوم یک مرور سیستماتیک است (Khan et al, 2003). در این مرحله در ابتدا عنوان و چکیده هر کدام از مقالات گردآوری شده بررسی شد. برای اطمینان بیشتر در مورد مقاله‌هایی که عنوان و چکیده آنها مبهم بود متن مقاله‌ها نیز بررسی شد. سپس مجموعه مقاله‌های گردآوری شده از منابع اطلاعاتی مختلف با هم ترکیب شدند تا موارد تکراری مشخص و حذف شوند. در این مرحله مقالات دیگری که پیش از این از منابعی غیر از پایگاه‌های داده ذکر شده جستجو شده بودند به مجموعه مقالات باقیمانده اضافه شدند. برای اینکه این مقالات به علت ارزیابی پیشین ارتباط مستقیمی با سئوالهای پژوهش داشتند. بنابراین در مرحله شناسایی تعداد ۱۰۶ مقاله گردآوری شد. پس از این، مرحله غربالگری انجام شد. همانطور که پیشتر اشاره شد، معیارهای شمول و عدم شمول نقش مهمی در این مرحله دارند. بر اساس معیارهای ذکر شده برای گزینش مقالات، تعدادی از مقالات حذف شدند و تعدادی نیز برگزیده شدند. همانطور که در شکل ۲ به تصویر کشیده شده است، این مرحله شامل مرور کل متن مقالات بود که طی آن مشخص شد برخی مقالات قابلیت گنجانده شدن در مطالعه را دارند. در این مرحله نیز تعدادی از مقالات از فهرست حذف شدند. در نهایت تعداد بیست مقاله برای تحلیل نهایی باقیمانده.



شکل ۲- روند ارزیابی و انتخاب مقالات برای تحلیل نهایی.



## خلاصه یافته‌ها

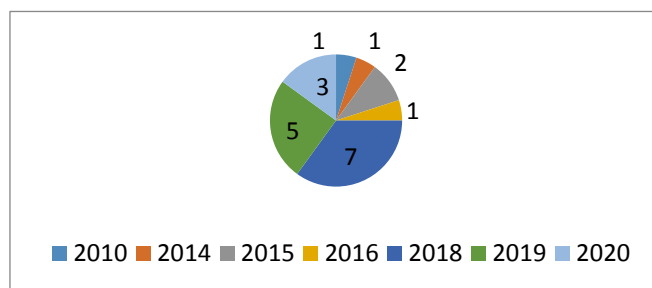
همانطور که در شکل ۲ مشاهده می‌شوند در مرحله اولیه و پس از جستجو با کلیدواژه‌های مورد نظر در بازه زمانی مشخص شده، تعداد ۱۰۶ مقاله گردآوری شد. در این مرحله دو مقاله دیگر که پیشتر از منابع دیگر جستجو شده بودند به نتایج جستجو در منابع اطلاعاتی افزوده شدند. مرحله اولیه غربالگری با کنار هم قرار دادن همه مقالات صورت گرفت. در این مرحله مشخص شد که تعداد ۱۴ مقاله تکراری هستند و بنابراین آنها حذف شدند. در مرحله بعد تعداد ۹۲ مقاله باقیمانده بر اساس عنوان و چکیده بررسی و تعداد ۵۲ مورد از مقالات نیز در این مرحله حذف شدند. مقالات حذف شده تناسبی با پرسش پژوهش نداشتند. سپس تعداد ۴۰ مقاله باقیمانده نیز برای ارزیابی قابلیت به طور کامل مطالعه و بررسی شدند. در این مرحله تعداد ۲۰ مقاله به دلیل آنکه با موضوع اصلی مقاله حاضر تناسب نداشتند توسط نویسنده حذف شدند. در نهایت تعداد ۲۰ مقاله برای تحلیل نهایی انتخاب شدند. این ۲۰ مقاله به طور کامل در راستای مسئله پژوهش قرار دارند. عناوین و مشخصات کلی این مقاله‌ها در جدول ۲ ذکر شده است.

جدول ۲- مشخصات مقاله نهایی مورد استفاده در تحلیل ثانویه

سال انتشار	نام مجله	نویسنده/گان	عنوان مقاله	ردیف
2014	Information Systems Research	Amrit Tiwana, Benn Konsynski, Ashley A. Bush	Research Commentary—Platform Evolution: Coevolution of Platform Architecture, Governance, and Environmental Dynamics	۱
2019	Information, Communication & Society	Robert Gorwa	What is platform governance?	۲
2019	Internet Policy Review Journal on internet regulation	Robert Gorwa	The platform governance triangle: conceptualizing the informal regulation of online content	۳
2018	Social Media + Society	Nicolas Suzor	Digital Constitutionalism: Using the Rule of Law to Evaluate the Legitimacy of Governance by Platforms	۴
2015	Telecommunications Policy	L. DeNardis A.M. Hackl	Internet governance by social media platforms	۵
2018	Policy & Internet	Pieter Nooren, Nicolai van Gorp, Nico van Eijk, and Ronan O Fathaigh	Should We Regulate Digital Platforms? A New Framework for Evaluating Policy Options	۶
2018	Sage Handbook of Social Media	Tarleton Gillespie	Governance of and by platforms	۷

2019	journal of digital media & policy	Terry Flew, Fiona Martin, Nicolas Suzor	Internet regulation as media policy: Rethinking the question of digital communication platform governance	۸
2019	European Business Organization Law Review	Mark Fenwick1 · Joseph A. McCahery2 · Erik P. M. Vermeulen	The End of ‘Corporate’ Governance: Hello ‘Platform’ Governance	۹
2018	the Information Society An International Journal	Natali Helberger, Jo Pierson & Thomas Poell	Governing online platforms: From contested to cooperative responsibility	۱۰
2018	Telecommunications Policy	Natascha Just	Governing online platforms: Competition policy in times of platformization	۱۱
2010	Information Systems Research	Amrit Tiwana, Benn Konsynski, Ashley A. Bush	Research Commentary— Platform Evolution: Coevolution of Platform Architecture, Governance, and Environmental Dynamics	۱۲
2020	computer law & security review	Nicolas Suzor	A constitutional moment: How we might reimagine platform governance	۱۳
2019	California Management Review	Jessica Schmeiss. Et al.	Designing Governance Mechanisms in Platform Ecosystems: Addressing the Paradox of Openness through Blockchain	۱۴
2020	Journal of Management	Yan Chen et al.	Decentralized Governance of Digital Platforms	۱۵
2018	new media & society	Daniel Greene, Katie Shilton	Platform privacies .Governance, collaboration, and the different meanings of “privacy” in iOS and Android development	۱۶
2020	Big Data & Society	Robert Gorwa et al.	Algorithmic content moderation: Technical and political challenges in the automation of platform governance	۱۷
2015	Social Media + Society	Terry Flew	Social Media Governance	۱۸
2016	Media, Culture & Society	Ergin Bulut	Social media and the nation state: of revolution and collaboration	۱۹
2018	Alternative Law Journal	Melissa de Zwart	Keeping the neighbourhood safe: How does social media moderation control what we see (and think?)	۲۰

پس از تعیین فهرست نهایی مقالات، تحلیل نهایی بر روی مقاله‌های باقیمانده انجام شد. همانطور که گفته شد در این مقاله برای تحلیل یافته‌ها از روش ترکیب مضمونی استفاده شده است. روش ترکیب مضمونی برخلاف روش تحلیل مضمون که منحصر به یک مطالعه است، یافته‌های مطالعات مختلف را با هم ترکیب می‌کند. همانطور که توماس و هاردن (۲۰۰۸) گفته‌اند، روش ترکیب مضمونی شامل سه مرحله یا گام است که با هم تا اندازه‌ای همپوشان هستند. در این روش، یافته‌های هر کدام از مقالات به طور جداگانه و خط به خط کدگذاری می‌شوند. در مرحله بعد این کدهای آزاد به هم مرتبط می‌شوند تا مضمون‌های توصیفی یا فرعی را بسازند. سپس در مرحله سوم و نهایی این مضمون‌های توصیفی با یکدیگر پیوند می‌خورند تا در سطحی انتزاعی‌تر مضمون‌های تحلیلی را ایجاد کنند. پس از طی کردن مراحل مختلف در این روش در نهایت سه مضمون تحلیلی شناسایی شدند. این مضامین عبارتند از: «حکمرانی بر پلتفرم‌ها»<sup>۱۵</sup>، «حکمرانی در پلتفرم‌ها»<sup>۱۶</sup> «حکمرانی به واسطه پلتفرم‌ها»<sup>۱۷</sup>.



شکل ۳- سهم مقالات طی سال‌های مورد بررسی.

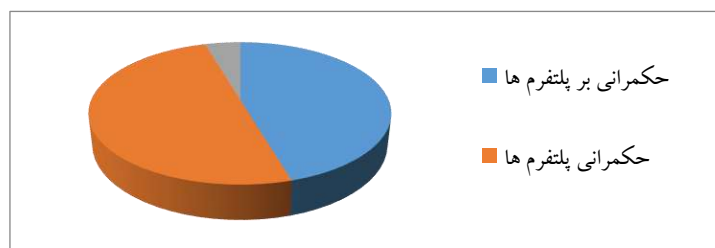
شکل ۳ سهم انتشار مقالات مرتبط با حکمرانی پلتفرم‌ها را طی دوره مورد مطالعه یعنی ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ نشان می‌دهد. این شکل نشان می‌دهد که ۷۵ درصد از مقالات مورد تحلیل طی سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۰ در مجله‌های علمی منتشر شده‌اند. با وجود آنکه مفهوم پلتفرم از حدود دهه ۲۰۱۰ میلادی همزمان با رشد رسانه‌های اجتماعی (Woodcock & Graham, 2020) کم‌کم بر سر زبانها افتاد اما طی دو الی سه سال اخیر است که موضوع نقش پلتفرم‌های آنلاین در حکمرانی اینترنت مورد توجه قرار گرفته است و مقالات مختلفی برای تحلیل ابعاد مختلف آن شروع به انتشار کرده‌اند. همانطور که در شکل ۵ مشاهده می‌شود، بخش عمده مقالات شامل حکمرانی بر پلتفرم‌ها هستند که بحث عمده آنها این است که چگونه باید در مورد پلتفرم‌ها به منزله میانجی‌های نوظهوری که شیوه تعامل اجتماعی، ارتباطات، شیوه انجام کسب و کار و تراکنش را

15- Governance On Platforms (GOP)

16- Governance In platforms (GIP)

17- Governance Through Platforms (GTP)

دگرگون کرده‌اند تنظیم مقررات صورت گیرد. کمتر از نیمی از مقالات نیز به حکمرانی پلتفرمها یا نحوه اعمال حکمرانی بر پلتفرمها اختصاص دارد. با ملاحظه دشواری و پیچیدگی تنظیم مقررات مرتبط با محتوا و رفتار کاربران بسیاری از کشورها ترجیح می‌دهند که خود پلتفرمها این وظیفه را بر عهده بگیرند که البته بخش عمده این وظیفه در آمریکا، که محل استقرار شرکت‌های پلتفرمی بزرگ است و بر اساس قوانین و مقررات حاکم بر این کشور، انجام می‌شود. این موضوع اهمیت و افزایش توجه به شیوه‌های اعمال حکمرانی را نشان می‌دهد.



شکل ۵- سهم دسته‌های مختلف از مقالات.

## بحث و تحلیل یافته‌ها

همانطور که گفته شد پس از بررسی مقالات سه دسته کلی از رویکردها در حکمرانی پلتفرم‌های آنلاین شناسایی شدند که در ادامه مورد بحث قرار می‌گیرند. علاوه بر این، مضامین فرعی هر کدام از این دسته‌ها نیز هنگام بحث درباره مدل نهایی پژوهش ارائه می‌شوند.

## حکمرانی بر پلتفرم‌ها

بخش اول تحلیل شامل تمرکز بر مقاله‌هایی است که در حوزه حکمرانی بر پلتفرم‌ها نوشته شده‌اند. حکمرانی بر پلتفرم به معنای سیاست‌هایی است که طی دهه گذشته برای مشخص کردن مسئولیت‌ها یا عدم مسئولیت‌های پلتفرم‌ها در برابر محتواها و فعالیت‌های کاربرانشان ظاهر شده است. این مقررات در آمریکا به دلیل بی‌میلی ذاتی برای محدود کردن آزادی بیان در این کشور محدود بوده است اما پلتفرم‌ها در سطح بین‌الملل با مجموعه‌ای از قیدوبندها مواجه بوده‌اند (Gillespie, 2018b: 1). گوروا (۲۰۱۹) تلاش کرده تا حکمرانی بر پلتفرم را از منظر اهمیت توانایی‌های متفاوت کنشگران در اقدامات گوناگون تحلیل کند. سه گروه عمده کنشگران فعال و مؤثر در حکمرانی پلتفرمها عبارتند از شرکتهای، دولت و سازمانهای مردم‌نهاد. دولتهای ملی نقش اساسی در تنظیم فعالیت پلتفرم‌های آنلاین در محیط اینترنت بر عهده دارند. تری فلو اعتقاد دارد که حکمرانی بر پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی بر چهار محور نهادهای رسمی و غیررسمی، حکمرانی ملی و فراملی، خصوصی در برابر عمومی و حکمرانی بزرگ‌مقیاس و کوچک‌مقیاس

استوار است (Flew, 2015). سوزو (۲۰۲۰) برای حکمرانی بر فعالیت شرکتهای پلتفرمی بزرگ نوعی مشروطه‌گرایی دیجیتال<sup>۱۸</sup> یا هواخواهی از حکومت قانون را پیشنهاد می‌کند. این نوع حکمرانی با شیوه سنتی مشروطه‌خواهی از حیث عامل اعمال قدرت متفاوت است. در شیوه سنتی حکمرانی فقط دولت توانایی اعمال قدرت را داشت اما در مشروطه‌خواهی دیجیتال برای تنظیم عملکرد پلتفرمها کنشگران دیگر از جمله دولتهای دیگر، شرکتهای، جامعه مدنی و سازمانها دخیل هستند (Suzor, 2020). واکنش به نقض گسترده حریم خصوصی و افزایش اطلاعات نادرست، برای مثال، سبب شد تا بسیاری از افراد به مدل «حکمرانی از خارج» گرایش پیدا کنند. بر این مبنای مداخله حکومت در حکمرانی پلتفرمها بر مبنای اعمال اهرم‌هایی نظیر الزام به پاسخگو بودن پلتفرم‌های واسطه و نیز تنظیم مقررات جامع در زمینه حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها صورت می‌گیرد. برای نمونه، قانون اجرای شبکه آلمان (نتزدی.جی)<sup>۱۹</sup> را دولت آلمان به دلیل ناامیدی از حالت خودحکمرانی پلتفرم‌های آمریکایی نظیر توئیتر و فیس‌بوک به اجرا گذاشت (Gorwa, 2019). پلتفرم‌ها به منظور مواجهه مثبت با انتظارات قانونی، فرهنگی و اخلاقی از آنها، باید رویکرد اساسی خود را از تلقی خود به منزله مجراهای بی‌طرف به معماران فضاهای عمومی گفتمان تغییر دهند و معیارهای جدیدی از شفافیت و مسئولیت‌پذیری برای نحوه انجام این کار وضع شود. همچنین نگرانی از منظری اقتصادی از قبیل سلطه بر بازار و اعمال ضدرقابتی و نیز برخی نگرانی‌های اجتماعی و فرهنگی نیز در این تغییر توجه نقش دارد (Flew, Martin & Suzor, 2018). در همین راستا یکی از روشهای حکمرانی بر پلتفرم‌ها، تکیه بر چارچوب‌های سیاستگذاری موجود برای تنظیم مقررات مرتبط با پلتفرمها است که از جمله می‌توان به اعمال هدفمندتر مقررات فعلی توسط مقامات ملی برای پلتفرمها اشاره کرد. اعمال رگولاتوری بین دولتی یک روش دیگر در این راستا است. برای مثال می‌توان به همکاری بین دولتهای کانادا و انگلستان بر مبنای مقررات حریم خصوصی این کشورها اشاره کرد که سبب شد تا برنامه کاربردی واتساپ تغییراتی در رفتار خود ایجاد کند و حفاظت بهتری از داده‌ها و حریم خصوصی به عمل بیاورد (Nooren, Van Gorp, Van Eijk & Fataigh, 2018). بولوت تجربه کشور ترکیه در زمینه حکمرانی بر رسانه‌های اجتماعی بزرگ فیس‌بوک و توئیتر را پس از اعتراضات سال ۲۰۱۳ در این کشور بررسی کرده است. پس از این حوادث ترکیه تلاش کرده تا زیرساخت قانونی و مادی عملکرد این شرکتهای را در این کشور ایجاد کند. با این همه نحوه همکاری این پلتفرمها با دولت این کشور متفاوت بوده است؛ به طوری که فیس‌بوک برای همکاری با این کشور با انعطاف بیشتری عمل کرده است اما توئیتر ترجیح داده است تا به شکل قانونی با دولت این کشور مذاکره کند (Bulut, 2016).

18- Digital constitutionalism

19- The German Network Enforcement (NetzDG)

## حکمرانی در پلتفرم‌ها

بخش دوم تحیل یافته‌ها به حکمرانی پلتفرم‌های آنلاین یا حکمرانی در پلتفرم‌ها مربوط می‌شود. این نوع حکمرانی شامل اصول و قواعد گوناگون اخلاقی، حقوقی و فرهنگی و نیز ابزارهای فنی است که توسط خود پلتفرم‌ها با هدف قاعده‌مندسازی محتوای در حال انتشار در بستر آنها اجرا می‌شود که از اخطار تا مسدودسازی کامل حساب کاربران متخلف و محتواهای نابهنجار را شامل می‌شود. شناخته‌ترین تبلور این قواعد «شرایط استفاده از خدمات ۲۰» است که عموماً کاربران بدون مطالعه در ابتدای عضویت در یک پلتفرم آنها را امضاء می‌کنند. در همین راستا، اصول راهنمای اجتماعی که فیس‌بوک منتشر کرده است و به نظارت بر و اداره محتوا در این پلتفرم می‌پردازد، شامل اذعان به سه اصل کلیدی ایمنی، صدا (تنوع فرهنگی) و برابری است. مقوله‌هایی از قبیل رفتار خشونت‌آمیز و جنایی، ایمنی، محتوای ناشایست، صحت و صندیت محتوا و احترام به مالکیت معنوی از جمله مواردی است که در صورت نقض دستورالعمل این پلتفرم، فیس‌بوک با آنها برخورد می‌کند (Zwart, 2018). تیوانا، کونسینسکی و بوش (۲۰۱۰) معتقدند که طراحی حکمرانی پلتفرم باید از منظر سه رویکرد تقسیم‌بندی بر اساس حق تصمیم‌گیری، کنترل و مالکیت یا به شکل مشترک مورد توجه قرار گیرد. تقسیم حق تصمیم‌گیری به این معنا است که توان و قدرت تصمیم‌گیری چگونه باید بین مالک پلتفرم و توسعه‌دهندگان اجزای پلتفرم توزیع شود. یک بعد دیگر حکمرانی در اینترنت توجه به نقش این پلتفرم‌ها در اقتصاد کار اشتراکی است. طرفداران این مدل در پی آن هستند تا مدل‌های دموکراتیک‌تری در حکمرانی پلتفرم‌ها به کار گرفته شود. از این منظر حق تصمیم‌گیری توسط کاربران باید بر اساس پویایی کنترل و همکاری بین کاربران و رهبران پلتفرم‌ها تنظیم شود تا تصمیم‌گیری به شکل دموکراتیک‌تری روی دهد (Martin, Upham & Klapper, 2017). پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی بیش از گذشته مسئولیت‌گزینهش محتوا و نظارت بر فعالیت‌های کاربران را برعهده می‌گیرند. دلایل متعددی برای این تحول وجود دارد که از جمله می‌توان تبعیت از الزامات قانونی، ممانعت از تن دادن به سیاست‌های اضافی دولت‌ها، جلوگیری از ترک پلتفرم از سوی کاربران آسیب یا آزاردیده و غیره اشاره کرد (Gillespie, 2018b). برخی پژوهشگران پیشنهاد کرده‌اند که شرکت‌های پلتفرمی برای موفقیت در اعمال حکمرانی باید سه سیاست جدید را در پیش بگیرند که عبارتند از: ۱) استفاده از فناوری‌های دیجیتال فعلی برای نوعی سازماندهی که اجتماع-محور باشد؛ ۲) ایجاد فرهنگ پلتفرمی باز و دسترسی‌پذیر (۳) تسهیل خلق، گزینهش و مصرف محتوای معنادار (Fenwick, McCahery & Vermeulen, 2019). خودتنظیم‌گیری یکی از روش‌های حکمرانی در پلتفرم‌ها است و شامل دستورالعمل‌های مشترکی است که پلتفرم‌های آنلاین در میان خودشان و بر خودشان اعمال می‌کنند که از جمله آنها می‌توان به اصول رفتار یا توافقنامه‌های اجتماعی اشاره کرد. نقطه ضعف خودتنظیم‌گری در کل عدم اعمال مؤثر و جدی آن است

(Nooren, Van Gorp, Fataigh, Van Eijk, 2018). حالت غالب کنونی حکمرانی، خودحکمرانی یا خودتنظیم‌گیری است. شفافیت در این نوع حکمرانی عموماً داوطلبانه است و تصمیم‌هایی که پلتفرم می‌گیرد عموماً همراه با نظارت حداقلی بیرونی است. تغییرات و بهبودهای اخیر برای خودحکمرانی طی یکی دو سال اخیر شامل تغییرات فنی، تلاش در جهت شفاف‌سازی و یا ترکیبی از این دو بوده است. در واقع افزایش شفافیت در حوزه‌هایی همانند سیاستگذاری محتوا و تبلیغات در جهت پاسخگو کردن پلتفرم‌ها انجام شده است. برای مثال، در زمینه سیاستگذاری برای محتوا، فیس‌بوک «استانداردهای اجتماع<sup>۱۱</sup>» را منتشر کرد که طبق آن محتواهایی را که کاربران می‌توانند در این سایت منتشر کنند تعیین شده است (Gorwa, 2019). برخی از حوزه‌هایی که پلتفرم‌ها بر آن اعمال حکمرانی می‌کنند عبارتند از: محتوای جنسی و هزینه‌نگاری؛ بازنمایی خشونت و مطالب قبیح؛ آزار کاربران دیگر و گفتار نفرت‌انگیز؛ بازنمایی یا تبلیغ خودآزاری؛ بازنمایی یا تبلیغ فعالیت غیرقانونی به‌ویژه مصرف مواد مخدر. بعضی از پلتفرم‌ها در مورد استفاده از هویت واقعی و محدود فعالیت‌هایی که می‌توان ذیل عنوان گمنامی انجام داد نیز مقرراتی دارند. اغلب شرکتها دارای یک تیم سیاستگذاری داخلی هستند که مسئولیت نظارت بر اداره پلتفرم بر عهده آنها است (Gillespie, 2018). دی‌ناردیس و هاگل (۲۰۱۵) میزان ممانعت یا ترویج گفتار ناشناس و حریم خصوصی فردی، توانایی بیان ایده‌ها یا آزادی از سانسور و نیز امکانات فنی قابلیت عملکرد متقابل و نوآوری بدون کسب اجازه توسط پلتفرم‌ها را تحلیل کرده‌اند. تمرکز اصلی آنها به جای محتوا بر زیرساختهای اساسی نهادی و فنی محتوا بوده است. بر این اساس پلتفرم‌ها می‌توانند از طریق حذف یا مسدود کردن محتوا، از طریق توانایی‌های فنی طراحی سیستم و اعمال حاکمیت کنند. (DeNardis & Hackl, 2015). یک موضوع دیگر در حکمرانی در پلتفرم‌ها شامل طراحی سازوکارهایی است که بتواند کنترل رفتارهای کاربران را به گونه‌ای مدیریت کرد که علاوه بر تعهد به بازبودگی آنها مانع از فعالیت خلاقانه کاربران نشود. بنابراین باید مسائل مرتبط با کنترل، دسترسی و انگیزه‌های کاربران با ملاحظه استاندارد شدن تعاملات آنها مورد توجه قرار گیرد (Schmeiss, Hoelzle & Tech, 2019). یکی از مسائل دیگر حکمرانی در پلتفرم‌ها میزان تمرکز حکمرانی است. به عبارت دیگر انجام شدن حکمرانی توسط مالکان پلتفرم‌ها یا مشارکت اجتماع در این امر است. محققان با مطالعه میزان ارزشمندی مالکیت متمرکز، نیمه‌متمرکز و تمرکززدوده به این نتیجه رسیده‌اند که مالکیت نیمه‌متمرکز یا مشارکت کاربران و مالکان کارآمدترین نوع حکمرانی در پلتفرم است (Chen, Preira & Patel, 2020). موضوع دیگر در طراحی پلتفرم‌ها حکمرانی بر حریم خصوصی است که هر کدام از پلتفرم‌ها می‌توانند راهبردهای مختلفی را برای آن در پیش بگیرند. هر کدام از پلتفرم‌ها تعاریف مختلفی از حریم خصوصی دارند. این موضوع در رویکردهای طراحی حریم خصوصی مشاهده می‌شود که طی آن پلتفرم‌ها صرفاً واسطه نیستند، بلکه به منزله تنظیم‌کنندگان مقررات به تعریف حریم

خصوصی و نحوه اجرای آن کمک می‌کند (Greene & Shilton, 2018). گوروا، بینز و کاتسنباخ، چالشهای فنی و سیاسی حکمرانی محتوای پلتفرمها همانند مطالب نفرت‌آمیز و اطلاعات نادرست را به‌وسیله خودکار شدن یا کاربرد الگوریتمها مطالعه کرده‌اند. آنها نشان داده‌اند که این روش گردانندگی سبب برخی تهدیدها همانند افزایش ابهام، دشوارتر کردن فهم برخی از کردارهایی که شفاف هستند، پیچیده‌تر کردن مسائل انصاف و عدالت در نظامهای فنی-اجتماعی بزرگ مقیاس و نیز مبهم کردن مجدد ماهیت تصمیم‌گیری درباره مطالب منتشر شده می‌شود (Gorwa, Binns & Katzenbach, 2020). پیش از بحث درباره حکمرانی به‌واسطه پلتفرمها، باید اشاره شود که «حکمرانی مشترک» شامل ترکیبی از دو رویکرد پیشین و در واقع اقدام در جهت ایجاد توازن بین دو رویکرد پیشین است. این روش به دنبال ایجاد مسئولیت‌پذیری یا پاسخگویی دموکراتیک بدون ایجاد تغییرات گسترده در وضعیت موجود-یعنی عدم مداخله در حکمرانی توسط پلتفرمها- است (Gorwa, 2019).

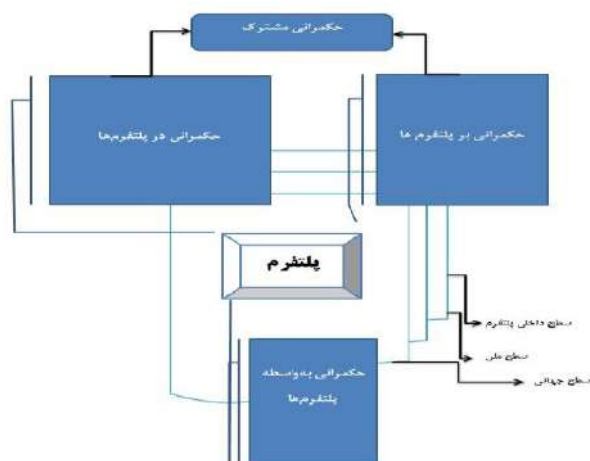
### حکمرانی به‌واسطه پلتفرمها

رویکرد سوم در حکمرانی پلتفرمهای آنلاین و رسانه‌های اجتماعی، حکمرانی به‌واسطه پلتفرمهای آنلاین است. این نوع حکمرانی به معنای تخصیص و کاربرد ابزارهای نوین پلتفرمها توسط دولتها و حکومتها به منظور ارائه خدمات گوناگون به شهروندان و ایجاد ارتباط با آنها است. کمترین میزان ادبیات نظری حکمرانی پلتفرمها به این رویکرد به حکمرانی تعلق دارد. با توجه به نقش فزاینده پلتفرمها در جامعه یکی از نقش‌های مهم پلتفرمها، تحقق ارزشهای عمومی از جمله آزادی بیان، تنوع، ایمنی عمومی، شفافیت و برابری اقتصادی و اجتماعی است. پلتفرمها می‌توانند بر مبنای مفهوم مسئولیت همکارانه<sup>۲۲</sup> در جهت تحقق این اهداف سیاستگذاری عمومی حکمرانی کنند. در کل نقش مرکزی پلتفرمها در سازماندهی زندگی عمومی مستلزم شکل‌های جدیدی از حکمرانی و تسهیم مسئولیت است (Helberger, Pierson & Poell, 2018). توجه به پلتفرمهای رسانه‌های اجتماعی از نظر حکمرانی اینترنت توجه ما را به حوزه‌های پژوهشی مختلفی جلب می‌کند. اول مکانیسم‌هایی است که مقامات دولتی یا ابزارهای بین‌المللی تلاش می‌کنند از منظرهای مختلفی همچون حقوق مالکیت معنوی، قوانین ضدتراست، حریم خصوصی و سایر مسائل مورد توجه عموم برای رسانه‌های اجتماعی تنظیم مقررات کنند. همچنین دولتها می‌توانند از رسانه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط با شهروندان یا ارائه خدمات دولت الکترونیک استفاده کنند (DeNardis & Hackl, 2015). آنچه گفته شد تحلیل مفهومی سه رویکرد کلان درباره نحوه حکمرانی پلتفرمهای آنلاین و رسانه‌های اجتماعی بود. بخش بعد به نتیجه‌گیری و ارائه یک مدل مفهومی از وضعیت کنونی تنظیم مقررات اینترنت و نقش پلتفرمها در تحول آن اختصاص دارد.



## نتیجه‌گیری

طی یک دهه گذشته رسانه‌های اجتماعی و شرکت‌های دیجیتالی صرفاً از ابزاری برای اتصال افراد، همانند فیس بوک (فن دایک، ۱۳۹۶) و جستجوی اطلاعات و تولید دانش در مورد گوگل (Jordan, 2020)، به شکلی شتابان فاصله گرفته‌اند و به سکوها و بسترهای ارتباطی، تراکنش و تعامل غول‌آسایی به نام پلتفرم تبدیل شده‌اند. پلتفرم‌ها چالش‌های جدید و پیچیده‌ای را برای تنظیم محتوا و رفتارهای کاربران در فضای سایبر و اینترنت ایجاد کرده‌اند. به دلیل تعداد کثیر کاربران این پلتفرم‌ها و ماهیت پیچیده، غیرمتمرکز و حوزه عمل همزمان محلی-ملی و جهانی آنها تنظیم مقررات برای فعالیت آنها دشوار است. کاربرد روش‌شناسی مرور سیستماتیک برای فهم عینی مطالعات نظری درباره حکمرانی پلتفرم‌ها سبب شد تا در بایم وضعیت کنونی مطالعات درباره حکمرانی پلتفرم‌ها عمدتاً قابل تقسیم به سه حوزه حکمرانی بر پلتفرم‌ها، حکمرانی در پلتفرم‌ها و نیز حکمرانی به واسطه پلتفرم‌ها است. ضمن اینکه باید در نظر داشت که همانطور در شکل ۶ مدلسازی شده است، حکمرانی اینترنت مستلزم توجه به شرایط داخلی پلتفرم‌ها، زمینه ملی یا حوزه قضایی و قلمرو حاکمیتی خاص آنها و جهانی بودن فعالیت آن است. بنابراین، از یک طرف وضعیت و موقعیت حاکم بر درون خود پلتفرم (شامل مدل تجاری، سیاست حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها، نوع محتوایی که در آن تولید و به اشتراک گذاشته می‌شود و...) در این مورد نقش دارد؛ و از طرف دیگر موقعیت اجتماعی و سیاسی دیگری که دسترسی کاربران به امکانات یک پلتفرم را فراهم کرده است و بالاخره ماهیت جهانی پلتفرم‌ها و فرامرزی آنها و نسبت‌شان با سازمان‌های بین‌المللی که می‌کوشند زمینه تن دادن پلتفرم‌ها را به سازمان‌های بین‌المللی تنظیم مقررات ایجاد کنند، در زمینه اهمیت به‌سزایی دارد



شکل ۶- مدل نهایی حاصل از مرور سیستماتیک مقالات حوزه حکمرانی پلتفرم.

از طرف دیگر باید اشاره کرد که هر کدام از این سه رویکرد یا مضمون اصلی دارای مضامین فرعی دیگری نیز هستند که مهمترین موضوعات مورد توجه در هر کدام از این رویکرد را شامل می‌شوند. این رویکردها در جدول ۳ ذکر شده‌اند.

جدول ۳- مضامین اصلی و فرعی حکمرانی پلتفرمها

<p>-شرکت‌ها، دولت‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد به عنوان بازیگران اصلی</p> <p>-الزام به پاسخگو بودن پلتفرمها</p> <p>-ضروت تنظیم مقررات جامع درباره حریم خصوصی و حفاظت از داده</p> <p>-شفافیت و مسئولیت‌پذیری</p> <p>-مقابله با انحصار و رقابتی شدن</p>	<p><b>حکمرانی بر پلتفرم</b></p>	
<p>-اعمال کنترل یا مالکیت توسط پلتفرمها یا به شکل مشترک</p> <p>-بحث درباره حق تصمیم‌گیری توسط کاربران</p> <p>-مسئولیت و میزان نظارت بر محتوای تولیدی کاربران</p> <p>-تبعیت از الزامات قانونی</p> <p>-حفظ حضور کاربران</p> <p>-شفافیت در سیاستگذاری محتوا</p> <p>-هرزه‌نگاری، آزار، گفتار نفرت‌برانگیز، حفظ حریم خصوصی و تبلیغ مواد قانونی و احراز هویت یا گمنامی به عنوان موضوعات چالش‌برانگیز</p> <p>-اعمال یا عدم اعمال حاکمیت فنی بر تولید محتوا و فعالیت کاربران</p>	<p><b>حکمرانی در پلتفرم</b></p>	
<p>-تحقق ارزش‌های عمومی: آزادی بیان، تنوع، شفافیت و برابری اجتماعی</p> <p>-ارائه خدمات دولت الکترونیک</p>	<p><b>حکمرانی به واسطه پلتفرمها</b></p>	

با مرور ادبیات تولید شده در زمینه حکمرانی پلتفرمها مشخص شد که تاکنون رویکرد حکمرانی در پلتفرمها یا خودحکمرانی اصلی‌ترین و در واقع مهمترین وجه حکمرانی پلتفرمها است. در واقع این خود پلتفرمها بوده‌اند که با طراحی و اجرای برخی اصول در نحوه ثبت نام و نوع اطلاعات مورد نیاز گرفته تا تدوین یک توافقنامه جامع به نام شرایط ارائه خدمات اولین گام را در جهت حکمرانی محتواها و رفتارها در پلتفرمها برداشته‌اند. رویکرد غالب دیگر در این مطالعات حکمرانی بر پلتفرمها، حکمرانی خارجی یا حکمرانی از بیرون نامیده می‌شود. چالش‌برانگیزترین موضوع در حکمرانی اینترنت و به طور خاص حکمرانی پلتفرمها، تنظیم مقررات توسط دولت‌ها یا حکومت‌ها است. با اینکه دولت‌ها تمایل دارند تا برای فعالیت شرکتهای پلتفرمی قواعدی را وضع کنند اما فرامرزی بودن پلتفرمهای بزرگ سبب شده تا آنها نتوانند بر اساس نظام سنتی قانونگذاری برای رسانه‌ها و صنایع ارتباطی، قواعدی را درون قلمرو حاکمیتی خود وضع و بر فعالیت‌های مرتبط با پلتفرمها اعمال کنند و هر نوع انحراف از قوانین را مجازات یا جریمه نمایند. رویکرد کمتر مورد توجه در موضوع حکمرانی پلتفرمها کاربرد پلتفرمهای

آنلاین در جهت حکمرانی و اداره جامعه است. موضوعی که می‌توان آنرا در حوزه دولت الکترونیک یا دولت پلتفرمی و شهرپلتفرمی درک کرد. انتقال خدمات به شهروندان در سطح ملی و محلی به عرصه پلتفرمی و نگاه پلتفرمی به اداره شهر و جامعه یکی از فرایندهای ناگزیر حکومت و حکمرانی است. در نهایت، رویکرد دیگری با عنوان حکمرانی مشترک قابل فهم است که ترکیب حکمرانی از خارج و نیز حکمرانی بر اساس سازوکارهای داخلی پلتفرم‌ها و با مشارکت گروه‌ها و سازمانهای مردم‌نهاد و کنشگران مدنی و اجتماعی است. این رویکرد در اصل با ظهور مفهوم حکمرانی و ضرورت مشارکت و همکاری نهادهای دولتی و عمومی و مردمی در تصمیم‌گیری و هدایت جامعه نسبت مستقیم دارد. با وجود آنکه فرایند پلتفرمی شدن و شکل‌گیری جوامع پلتفرمی یک روند فراگیر جهانی است که حدوداً از یک دهه پیش شتاب گرفته است و پیامد توسعه گسترده و شتابان شرکت‌های نوآفرین و رسانه‌های اجتماعی به پلتفرم‌های بزرگ‌مقیاسی است که همه ابعاد زندگی اجتماعی ما را تحت‌الشعاع قرار داده است، با این همه اقدامات نهادها و مسئولان در ایران برای سیاستگذاری و تنظیم مقررات مرتبط با فعالیت‌های پلتفرم‌های بزرگ جهانی کند، ناکارآمد، سلبی، انفعالی و ناشی از عدم شناخت ماهیت و ابعاد واقعی پلتفرمی‌شدن بوده است. به همین دلیل شاید ساده‌ترین و ناکارآمدترین روش به کار رفته در برخورد با توسعه کاربرد شرکت‌های بزرگ فناورانه در کشور ما مسدودسازی فعالیت پلتفرم‌های بزرگ نظیر یوتیوب و فیس‌بوک بوده است که عمده‌تأ بر اساس سیاستگذاری امنیتی به اجرا گذارده شده است. از همین ضرورت دارد تا ضمن اتخاذ رویکردهای واقع‌انگارانه‌تر در سیاستگذاری نسبت به فعالیت پلتفرم‌های بزرگ و پلتفرم‌های بدیلی که در داخل ایران مشغول فعالیت هستند، زمینه برای تحول و توسعه اجتماعی، تغییر شیوه خدمات‌رسانی و اطلاع‌رسانی و نظام‌مند کردن شیوه‌های رفتاری کاربران و اصول تولید محتوا در این فضا انجام شود و با پلتفرمی شدن شهرها و دولتها زمینه فعالیت یک دولت کارآمدتر فراهم شود.

### توصیه‌های سیاستی

در این مقاله تلاش شد تا با ملاحظه آخرین یافته‌های مطالعات منتشر شده، ابعاد گوناگون موضوع حکمرانی پلتفرم‌ها و اکاوی شود. بنابراین، این مقاله می‌تواند درک بهتر و چشم‌انداز روشن‌تری در اختیار سیاستگذاران و متولیان حکمرانی اینترنت در ایران قرار دهد تا با ملاحظه این یافته‌ها برای حکمرانی و تنظیم مقررات اینترنت در ایران اقدام کنند. طبیعی است که به دلیل سرعت رشد تحولات پلتفرم‌های آنلاین و چالش‌های نوظهور ناشی از آن، درک و فهم نحوه حکمرانی این پلتفرم‌ها باید دائماً به‌روزرسانی شود. در همین راستا این پیشنهادها برای مواجهه با پلتفرم‌های بزرگ رسانه‌های اجتماعی و آنلاین ارائه می‌شود: - همانند تجربه برخی کشورها نظیر آلمان یا اتحادیه اروپا تلاش شود سازوکار نحوه فعالیت پلتفرم‌های بزرگ جهانی در ایران مشخص و مجازاتها و جرایمی در صورت عدم تبعیت از قوانین محلی ایران برای آنها وضع

شود. گام اول در این زمینه فراهم کردن امکان فعالیت رسمی آنها در داخل ایران است تا بتوان آنها را در برابر قابلیت‌هایی که برای فعالیت کاربران و اشتراک‌گذاری محتوای کاربرساخته ایجاد کرده‌اند پاسخگو کرد. -یک نظام مقررات جامع درباره محتوای پلتفرم‌ها از قبیل حریم خصوصی، حفاظت از داده‌ها، احراز هویت، حدود و ثغور محتوای منتشر شده و نحوه رفتار کاربران و جرایم و مجازات‌های مرتبط برای سازماندهی فعالیت پلتفرم‌های جهانی و نمونه‌های بدیل داخلی آنها تهیه و تصویب شود. -تلاش شود ضمن مذاکره با پلتفرم‌های جهانی برای حاکمیت مشترک که شامل همکاری میان دولت و مدیران پلتفرم‌های جهانی برای نظارت بر رفتار کاربران و محتوا است توافق حاصل شود. -با توجه به ماهیت غیرمتمرکز فعالیت پلتفرم‌ها و فعالیت تعداد کثیری از کاربران در آنها، سازوکاری برای مشارکت کاربران عادی و کنشگران و فعالان اجتماعی و شرکت‌های خصوصی برای تولید محتوا، تنظیم مقررات و نظارت بر رفتار و محتواها اندیشیده شود. -از تأسیس و توسعه نمونه‌های پلتفرم‌های بدیل که خدماتی مشابه پلتفرم‌های جهانی ارائه می‌کنند، به شکل تسهیل‌گیری فعالیت و نه حمایت مالی مستقیم، حمایت شود و از آنها در جهت تولید محتوای بومی، توسعه کسب و کارهای آنلاین، اطلاع‌رسانی و ارتباط با افکار عمومی و ارائه خدمات دولت الکترونیک استفاده شود.

## منابع

- ۱- حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۹۴). جغرافیای سیاسی فضای مجازی، تهران: سمت.
- ۲- سجادی، حمیرا و دیگران (۱۳۹۲). مرور سیستماتیک مطالعات مرتبط با افسردگی دوران بارداری در مطالعات ایرانی (۹۰-۱۳۷۵)، مجله دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی، تابستان ۱۳۹۲، ۵ (۲): ۵۳۰-۵۲۱.
- ۳- فن دایک، یوزه (۱۳۹۶). فرهنگ اتصال: تاریخ انتقادی رسانه‌های اجتماعی، ترجمه حسین حسینی، تهران: انتشارات سوره مهر.
- 4- Bulut, E. (2016). Social media and the nation state: of revolution and collaboration, *Media, Culture & Society*. Vol. 38(4) 606-618
- 5- Chen, Y.; Pereira, I. & Patel, P. C. (2020). Decentralized Governance of Digital Platforms. *Journal of Management*, Forthcoming. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3553368>
- 6- DeNardis, L., & Hackl, A. M. (2015). Internet governance by social media platforms. *Telecommunications Policy*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.telpol.2015.04.003i>
- 7- Fenwick, M., McCahery, J. A., & Vermeulen, E. P. M. (2019). The End of 'Corporate' Governance: Hello 'Platform' Governance. *European Business Organization Law Review* (2019) 20:171-199. <https://doi.org/10.1007/s40804-019-00137-z>
- 8- Flew, T. (2015). Social Media Governance. *Social Media + Society*. April-June 2015: 1-2
- 9- Flew, T., Martin, F. and Suzor, N. (2019). Internet regulation as media policy: Rethinking the question of digital communication platform governance. *Journal of Digital Media & Policy*. 10:1, pp. 33-50, doi: 10.1386/jdmp.10.1.33\_1
- 10- Galloway, S. (2107). *The Four: The Hidden DNA of Amazon, Apple, Facebook and Google*. New York: Portfolio/Penguin.
- 11- Gillespie, T. (2018a). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*, New Hawen & London: Yale University Press.
- 12- Gillespie, T. (2018b). Regulation of and by Platforms. in *The Sage handbook of Social Media*. edited by Jean Burgess, Alice Marwick & Thomas Poell. Los Angeles & London: Sage.

- 13- Gorwa, R. (2019). The platform governance triangle: Conceptualising the informal regulation of online content. *Internet Policy Review*, 8(2). DOI: 10.14763/2019.2.1407
- 14- Gorwa, R. (2019). What is platform governance?. *Information, Communication & Society*. DOI: 10.1080/1369118X.2019.1573914
- 15- Gorwa, R. & Binns, R. and Katzenbach, Ch. (2020). Algorithmic content moderation:
- 16- Greene, D. & Shilton, K. (2018). Platform privacies: Governance, collaboration, and the different meanings of “privacy” in iOS and Android development. *New Media & Society*. Vol. 20(4) 1640–1657
- 17- Helberger, N., Pierson, J. & Poell, T. (2018). Governing online platforms: From contested to cooperative responsibility. *The Information Society*. 34:1, 1-14, DOI:10.1080/01972243.2017.1391913
- 18- Jordan, T. (2020). *Digital Economy*. Cambridge: Polity.
- 19- Just, N. (2018). Governing online platforms: Competition policy in times of platformization. *Telecommunications Policy* (2018), <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2018.02.006>
- 20- Kenney, M., & Zysman, J. (2016). *The Rise of Platform Economy*. *Issues in Science and Technology*. Spring 2016. [https://www.nbp.pl/badania/seminaria/25x2016\\_2.pdf](https://www.nbp.pl/badania/seminaria/25x2016_2.pdf)
- 21- Keping, Y. (2018). Governance and Good Governance: A New Framework for Political Analysis. *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences* (2018) 11:1–8. <https://doi.org/10.1007/s40647-017-0197-4>
- 22- Khan et al. (2003). Five steps to Conducting a Systematic Review. *Journal of the Royal Society of Medicine*, 96(3): 118–121.
- 23- Klobnikov, S. (2012). Google Parent Alphabet Passes \$1 Trillion in Market Value. *Www. Forbes.com* (date of access: 26 January 2020). <https://www.forbes.com/sites/sergeiklebnikov/2020/01/13/google-parent-alphabet-set-to-hit-1-trillion-in-market-value/#1e039fe84dcf>
- 24- Martin, C.J., Upham P., & Klapper, R. (2017). Democratising platform governance in the sharing economy: An analytical framework and initial empirical insights. *Journal of Cleaner Production* (2017), doi: 10.1016/j.jclepro.2017.08.123.
- 25- Mosco, V. (2017). *Becoming Digital: Toward A Post-Internet Society*. Bingley: Emerald Publishing.
- 26- OECD. (2019). *An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation*. [www.oecd.org](http://www.oecd.org). <https://www.oecd.org/publications>
- 27- Parker, G. G.; Van Alstyne, M. W., and Choudary, S. P. (2017). *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You*. London & New York: W. W. Norton & Company.
- 28- Pieter Nooren, P., Van Gorp, N., van Eijk, N. & Fathaigh, R. O. (2018). Whould We Regulate Digital Platforms?. A New Framework for Evaluating Policy Options. *Policy & Internet*. 10(3), 264–301. doi: 10.1002/poi3.177.
- 29- Schmeisse, J., Hoelzle, K. and Tech, R. P. G. (2019). Designing Governance Mechanisms in Platform Ecosystems: Addressing the Paradox of Openness Through Blockchain Technology. *California Management Review*. Volume: 62 issue: 1, page(s): 121-143
- 30- Suzor, N. (2020). Constitutional Moment: How We Might Reimagine Platform Governance. *Computer Law & Security Review*. 36 (2020) 105381
- 31- Suzor, N.P. (2019). *Lawless: Secret Rules that Govern Our Digital Lives*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Technical and political challenges in the automation of platform governance. *Big Data & Society*. January–June: 1–15
- 32- Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for The Thematic Synthesis of Qualitative Research in Systematic Review. *BMC Medical Research Methodology*. 8, (45) (2008). <https://doi.org/10.1186/1471-2288-8-45>
- 33- Tiwana, A., Konsynski, B. & Bush, A. A. (2010). Research Commentary—Platform Evolution: Coevolution of Platform Architecture, Governance, and Environmental Dynamics. *Information Systems Research* 21(4):675-687. <http://dx.doi.org/10.1287/isre.1100.0323>
- 34- Van Dijck, J., Thomas, T. & De Waal, M. (2018). *Platform Society*. New York: Oxford University Press.
- 35- Vieira, G. B. B.; Neto, F. J. K. & Amaral, F. G. (2014). Governance, Governance Models and Port Performance: A Systematic Review. *Transport Reviews*. 34:5, 645-662
- 36- Woodcock, J., & Graham, M., (2020). *The Gig Economy: An Introduction*. Cambridge: Polity Press.
- 37- Zwart, M.D. (2018). Keeping the neighbourhood safe: How does social media moderation control what we see (and think)?. *Alternative Law Journal*. Vol. 43(4) 283–288.