

A Framework for the Responsibility of Online Transaction Platforms in Line with Their Nature

Zohreh Karimmian 

Assistant Professor, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Tehran, Iran.
(zohreh.karimmian@iau.ac.ir)

Abstract

Online platforms have played a central role in digital communication and business environments in recent decades. As these platforms have grown and expanded, their responsibilities regarding user behavior and its oversight have become increasingly significant. This study aims to propose a theoretical framework—based on national experiences—for the responsible conduct of Iranian online transaction platforms in selected domains. It seeks to delineate the boundaries of their responsibilities concerning the transactions they facilitate. Using thematic analysis and expert interviews, the study identifies and analyzes platform responsibilities based on their role in financial transactions, data flows, and value chains. The findings indicate that platforms with a direct role in financial and physical transactions between users bear greater responsibility for ensuring the security and quality of transactions and for protecting user rights. Accordingly, appropriate legal and regulatory frameworks are required to govern platform responsibilities. On the other hand, platforms that serve solely as data intermediaries have more limited responsibilities regarding the transactions themselves, pointing to a need for a combination of governmental oversight and self-regulation.

Keywords: Platform Responsibility, Digital Regulation, Transaction Platform, Iranian Platform.

How to Cite this Paper:

Karimmian, Z. (2025). **A Framework for the Responsibility of Online Transaction Platforms in Line with Their Nature.** *Journal of Science & Technology Policy*, 18(1), 69-82. {In Persian}.
doi: 10.22034/jstp.2025.11801.1829



چارچوبی برای مسئولیت پلتفرم‌های آنلاین مبادله‌ای متناسب با ماهیت آن‌ها

زهره کریم‌میان 

استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران. (zohreh.karimmian@iau.ac.ir)

چکیده

پلتفرم‌های آنلاین طی دهه‌های اخیر به بازیگرانی کلیدی در عرصه ارتباطات دیجیتال و شیوه‌های نوین کسب‌وکار تبدیل شده‌اند. با رشد و گسترش سریع این بسترها، مسئله مسئولیت‌پذیری آن‌ها در قبال رفتار کاربران و شیوه نظارت بر تعاملات دیجیتال، اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده است. پژوهش حاضر با هدف ارائه چارچوبی نظری مبتنی بر تجارب ملی، به بررسی نحوه کنش مسئولانه پلتفرم‌های ایرانی مبتنی بر مبادله در حوزه‌های منتخب پرداخته و تلاش دارد مرزهای مسئولیت آن‌ها را در قبال مبادلات شکل‌گرفته در بستر پلتفرمی روشن سازد. این مطالعه با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون و مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با خبرگان متنوعی از نهادهای حاکمیتی و بخش خصوصی، به شناسایی و تحلیل مسئولیت‌های پلتفرم‌ها بر اساس جایگاه و میزان مداخله آن‌ها در تبادلات مالی، داده‌ای و زنجیره ارزش می‌پردازد. یافته‌ها نشان می‌دهد پلتفرم‌هایی که در مبادلات مالی یا فیزیکی میان کاربران نقش مستقیم ایفا می‌کنند، در قبال تضمین امنیت، کیفیت تبادل و صیانت از حقوق کاربران، مسئولیت بیشتری بر عهده دارند. به همین دلیل، تدوین چارچوب‌های حقوقی و مقررات نظارتی متناسب با این نقش‌ها، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. در مقابل، پلتفرم‌هایی که صرفاً به‌عنوان واسطه داده‌ای یا اطلاعاتی عمل می‌کنند، از مسئولیت مستقیم کمتری نسبت به محتوا و کالا (خدمت) مبادله‌شده برخوردارند. در این موارد، بهره‌گیری از ترکیبی از نظارت دولتی و سازوکارهای خودتنظیمی، رویکردی مؤثر برای حفظ تعادل میان کارایی اقتصادی و پاسخ‌گویی اجتماعی است. در مجموع، یافته‌های تحقیق بر ضرورت اتخاذ سیاست‌های افتراقی و متناسب با نقش و عملکرد پلتفرم‌ها تأکید دارد تا رفتار مسئولانه و منافع کسب‌وکار به طور هم‌زمان تضمین شود.

کلیدواژه‌ها: مسئولیت پلتفرم‌های آنلاین، تنظیم‌گری دیجیتال، پلتفرم مبادله‌ای، پلتفرم ایرانی.

برای استنادات بعدی به این مقاله، قالب زیر به نویسندگان محترم مقالات پیشنهاد می‌شود:

کریم‌میان، زهره. (۱۴۰۴). چارچوبی برای مسئولیت پلتفرم‌های آنلاین مبادله‌ای متناسب با ماهیت آن‌ها. *سیاست علم و فناوری*، ۱۸(۱)، ۸۲-۶۹.

doi: 10.22034/jstp.2025.11801.1829



۱- مقدمه

پلتفرم‌های آنلاین در دهه گذشته نقش محوری در شکل‌دهی به فضای اطلاعاتی و ارتباطی جهان ایفا کرده‌اند [۱]. غول‌های فناوری مانند فیس‌بوک، یوتیوب، توییتر و نظایر آن، با خدمات پرترفدار و جمعیت کاربری میلیاردی خود، به دروازه‌بانان اصلی جریان اطلاعات و محتوا در اینترنت تبدیل شده‌اند [۲]. در کنار این پلتفرم‌های جهانی، رشد پلتفرم‌های آنلاین محلی در بسیاری از کشورها از جمله ایران نیز اتفاق افتاده که شرایط متفاوتی با پلتفرم‌های جا افتاده بین‌المللی را تجربه می‌کنند [۳]. با افزایش تأثیرگذاری این پلتفرم‌ها بر جنبه‌های مختلف زندگی اجتماعی و اقتصادی، نگرانی‌های فزاینده‌ای در مورد نقش و مسئولیت‌های آنها در حوزه‌هایی مانند حفظ حریم خصوصی داده‌ها [۴]، مبارزه با اطلاعات نادرست و تشویش اذهان عمومی، حمایت از آزادی بیان و کنترل محتوای مضر مانند گفتار ناخوشایند [۵] مطرح شده است. بر این اساس، تنظیم‌گری پلتفرم‌های آنلاین به یکی از مهم‌ترین مباحث سیاست‌گذاری در عصر دیجیتال تبدیل شده است [۶]. با وجود این که مطالعات زیادی در مورد مقررات‌گذاری پلتفرم‌های جهانی بزرگ مانند [۴] و [۱] انجام شده، اما پلتفرم‌های محلی در کشورهای مختلف کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. این پلتفرم‌ها اگرچه از نظر دامنه کوچک‌ترند، اما نقش تعیین‌کننده‌ای در سطح ملی دارند [۷]؛ [۸]. از سوی دیگر، مداخلات مستقیم حاکمیتی بویژه مداخلات منجر به برخورد قضایی با این کسب و کارها می‌تواند مشکلات جدی در زیست بوم نوآوری و فضای کسب و کار ایجاد کند [۹]. از این رو، بررسی چگونگی تعیین مسئولیت این پلتفرم‌ها بمنظور مدیریت و تنظیم‌گری این پلتفرم‌ها بویژه در کشورهایی مانند ایران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. مقاله حاضر، بر اساس مرور جامع پیشینه نظری و تجربی موجود در این حوزه، به دنبال ارائه یک چارچوب نظری مبتنی بر تجربه پلتفرم‌های آنلاین در خصوص مسئولیت در برابر مبادله انجام شده با تمرکز بر پلتفرم‌های ملی در ایران است. هدف اصلی، تعیین ابعاد اصلی مسئولیت‌های قانونی این پلتفرم‌هاست تا زمینه برای سیاست‌گذاری متناسب و اقدامات تنظیم‌گری مناسب فراهم

شود. اتخاذ رویکرد ملی در طراحی این چارچوب، می‌تواند به غنای بحث نظری در حوزه حکمرانی پلتفرمی و تطبیق آن با واقعیت‌های کشورهای در حال توسعه کمک کند [۱۰]. بنابراین سوال این پژوهش به صورت زیر تنظیم شده است: چارچوب تعیین مسئولیت پلتفرم‌ها در قبال مبادله چگونه است؟

برای پاسخگویی به این سوال ابتدا مرور مبانی نظری در این خصوص انجام می‌شود. در ادامه پیشینه تجربی، بررسی می‌شود. بخش سوم به تشریح روش تحقیق اختصاص دارد و در بخش چهارم یافته‌های تحقیق ارائه می‌شود. بخش پنجم به بحث پیرامون یافته‌ها و بخش ششم به جمع‌بندی مقاله اختصاص دارد.

۲- مرور پیشینه

۲-۱ مبانی نظری مسئولیت پلتفرم‌های دیجیتال

مفهوم پلتفرم مجموعه‌ای بسیار متنوع از شرکت‌ها، ساختارهای سازمانی و مدل‌های کسب‌وکار را در بر می‌گیرد که از اندازه‌های بسیار بزرگ تا متوسط و کوچک را شامل می‌شود. این پلتفرم‌های دیجیتالی عظیم، نفوذ بسیار زیادی دارند و به‌عنوان «نگهبانان برای همه چیز» از اخبار و سرگرمی گرفته تا تجارت الکترونیکی و تبلیغات عمل می‌کنند. تنظیم مقررات پلتفرم‌های دیجیتال در سال‌های اخیر به دلیل گسترش مقیاس و نفوذ شرکت‌های فناوری بزرگ، به یک موضوع برجسته تبدیل شده است. برخی از مقالات، تحول چگونگی مفهوم‌سازی پلتفرم‌های اینترنتی را از دیدگاه حقوقی و فلسفی مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و بطور خاص زیربناهای فلسفی و قانونی مقررات‌گذاری پلتفرم‌ها را بررسی می‌کنند. یک تبارشناسی سیر پیش‌روی این حوزه را از دیده‌شدن اولیه پلتفرم‌ها به‌عنوان «بسترهای بی‌طرف معاف از مسئولیت محتوای کاربر»، تا دیده‌شدن تدریجی آن‌ها به‌عنوان «گردانندگان رسانه و مسئول رفتار کاربران در ارائه خدمات» را ردیابی می‌کند [۱۱]. به همین ترتیب، سیاست‌گذاران در اتحادیه اروپا از توصیف پلتفرم‌ها به‌عنوان صرف «واسطه‌ها» فاصله گرفتند و انتظارات بیشتری برای پاسخگویی داشتند که منجر به مواردی مانند قانون خدمات دیجیتال شد [۱۲]. این

تغییر، قدرت بی‌نظیر پلتفرم‌های اینترنتی را به‌عنوان نگهبانان و تنظیم‌کنندگان محتوا منعکس می‌کند. هدف فلسفه تعیین مسئولیت «حفظ ارزش»، کاهش اثرات منفی و آسیب‌های اجتماعی است [۱۳]. راهبردی مکمل وجود دارد که نظارت و اجرای مقررات توسط دولت را با خودگردانی پلتفرم (خودتنظیم‌گری) و اقدامات داوطلبانه تلفیق می‌کند [۱۴]. مدلی چندبعدی برای ارزیابی مسئولیت‌های پلتفرم در ابعاد اقتصادی مانند حمایت از مصرف‌کننده و رقابت منصفانه؛ ابعاد اجتماعی مانند مقابله با اطلاعات نادرست و همچنین ابعاد حقوق بنیادین که شامل آزادی بیان و حریم خصوصی داده‌ها می‌شود نیز بیان شده است [۴].

با رشد مقیاس و تأثیر اجتماعی این پلتفرم‌ها، مطالعات پیرامون مسئولیت‌ها و تنظیم مقررات بالقوه آن‌ها نیز افزایش یافته است. این موارد همواره دولت‌ها را به چالش کشیده تا با تنظیم‌گری مناسب پلتفرم‌های بین‌المللی و محلی، از حقوق کاربران حفاظت کنند. پلتفرم‌هایی مانند فیس‌بوک و یوتیوب به منظور انجام مسئولیت خود در مقابل محتوای نامناسب، نیروی کار جهانی بزرگی را به کار گرفته‌اند که وظیفه آن‌ها ارزیابی و حذف محتوای جنجالی یا ممنوع بر اساس قواعد و فرآیندهای پیچیده است. الگوریتم‌های گردآوری و سیستم‌های توصیه سفارشی‌شده به کارگرفته‌شده توسط پلتفرم‌های بزرگ نشان می‌دهد که منطق رتبه‌بندی و ترویج محتوای آن‌ها می‌تواند گسترش ویروسی اطلاعات نادرست، گفتار نفرت‌انگیز و تشویش اذهان عمومی را تسهیل کند [۵].

۲-۲ تجارب بین‌المللی در مواجهه با مسئولیت‌های پلتفرم‌ها

پلتفرم‌های دیجیتال، چه بین‌المللی و چه ملی، با چالش‌های مشابهی در زمینه مسئولیت‌پذیری مواجه هستند. از منظر پلتفرم‌ها، مسئولیت آن‌ها در قبال رفتار و تعاملات کاربران نه تنها یک الزام قانونی، بلکه یک تعهد اخلاقی است که تأثیرات عمیقی بر جامعه و کاربران می‌گذارد. پلتفرم‌های بزرگ جهانی مستقر در خارج از مرزهای یک کشور، به‌ویژه در کشورهای کوچک‌تر، مشکلاتی را برای هماهنگی و تطبیق با مقررات ملی ایجاد می‌کنند. پلتفرم‌ها در چنین شرایطی باید به‌طور فعال در فرایندهای نظارتی داخلی کشورها مشارکت

کنند و به‌طور مداوم سیاست‌های خود را در راستای تطبیق با قوانین و هنجارهای محلی به‌روزرسانی کنند [۱۵]. این پلتفرم‌ها می‌بایست به‌ویژه با در نظر گرفتن ماهیت فراملی خود، در نظارت و مدیریت محتوای منتشرشده بر بسترشان دقت بیشتری داشته باشند. پلتفرم‌هایی مانند فیس‌بوک و اینستاگرام در مواجهه با کمپین‌های دستکاری رسانه‌ای، که از تعاملات واقعی کاربران برای تقویت روایت‌های نادرست استفاده می‌کنند، باید روش‌های مؤثری برای شناسایی و متوقف کردن چنین فعالیت‌هایی در نظر بگیرند [۱۶]. همچنین، پلتفرم‌ها باید به دقت فرایندهای خود را برای جلوگیری از گسترش اطلاعات نادرست و ارتقای محتوای معتبر مدیریت کنند [۱۷]. در پاسخ به این مسئولیت‌ها، برخی کشورها اقدام به ایجاد قوانین و دستورالعمل‌هایی کرده‌اند که پلتفرم‌ها را به حذف محتوای مضر و غیرقانونی ملزم می‌کند. به‌عنوان مثال، قانون NetzDG آلمان از پلتفرم‌ها خواسته که به سرعت اقدام به حذف محتوای غیرقانونی و اخبار جعلی کنند [۱۸]. لایحه ایمنی آنلاین انگلستان به‌عنوان یکی از نخستین تلاش‌ها برای تنظیم مؤثر پلتفرم‌های اینترنتی در یک اقتصاد بزرگ شناخته می‌شود [۱۹]. این قانون، پلتفرم‌ها را ملزم به رعایت الزامات مشخصی می‌کند و به مقامات دولتی این اجازه را می‌دهد که جریمه‌های سنگینی علیه پلتفرم‌های غیرمنطبق اعمال کنند. در اتحادیه اروپا، قانون خدمات دیجیتال، مسئولیت‌های پلتفرم‌ها را به‌روز کرده و الزامات شفافیت، رسیدگی منصفانه و سایر اقدامات پاسخگویی را برای پلتفرم‌های فناوری بزرگ الزامی می‌کند. این قوانین نه تنها بر نحوه مدیریت محتوا و تعامل با کاربران تمرکز دارند، بلکه مسئولیت پلتفرم‌ها را در قبال تأثیرات آن‌ها بر کاربران و جوامع نیز مشخص می‌کنند [۲۰]. پلتفرم‌های بزرگ مانند یوتیوب، فیس‌بوک، و توییتر، که اغلب از مدل‌های ترکیبی استفاده می‌کنند، باید به‌طور مؤثری سیستم‌های تشخیص خودکار را با نیروی انسانی برای ارزیابی و مدیریت محتوای گزارش‌شده تلفیق کنند [۲۱]. با وجود تمرکز بیشتر پژوهش‌ها بر پلتفرم‌های محتوا، برخی از پلتفرم‌های دیگر، در زمینه‌های متفاوتی مسئولیت‌های مهمی دارند. به عنوان نمونه، پلتفرم‌هایی مانند ای‌بی و ایر بی‌ان‌بی، باید اطمینان حاصل کنند

۲-۳ انواع پلتفرم‌های آنلاین و تفاوت در مسئولیت‌ها

در یکی از دسته‌بندی‌ها، پلتفرم‌ها به سه دسته اصلی تقسیم می‌شوند: اول، پلتفرم‌های نوآوری و توسعه محصول که از دهه ۱۹۸۰ مطرح شدند و با استانداردسازی اجزا توسعه محصول را تسهیل می‌کنند؛ دوم، پلتفرم‌های دیجیتال که با پیشرفت اینترنت محیطی برای نوآوری توزیع‌شده و تبادل خدمات و اطلاعات فراهم می‌آورند؛ و سوم، پلتفرم‌های تراکنش دیجیتال که بازارهایی چندسویه برای تسهیل تراکنش‌ها هستند و خود محصول یا خدمت ارائه نمی‌دهند. نقش پلتفرم‌ها شامل نقش واسطه‌ای در کاهش هزینه‌های تراکنش، مدیریت اعتماد و تسهیل تعاملات، مسئولیت مکمل‌ها در رعایت قوانین و کنترل الگوریتمی، و نقش مشتریان در بازخورد و تنظیم ساختار پلتفرم است [۲۹]. از منظر مالش، پلتفرم‌ها به سه دسته تراکنشی، شبکه‌ای و ارتباطی تقسیم می‌شوند. از آن جایی که روابط مختلف C2C، B2B، B2C و C2B را همزمان دارند، نمی‌توان فقط برای یک نوع از کاربران قواعد مسئولیت وضع کرد و باید قواعدی جامع و نوع‌گرا ایجاد شود. در غیاب شفافیت، پلتفرم باید مسئول شناخته شود. در صورت نفوذ اقتصادی عمده پلتفرم، مسئولیت مشترک پلتفرم با تأمین‌کننده وجود دارد [۳۰]. پلتفرم‌ها بر اساس نوع تعامل کاربران و شیوه ارزش‌آفرینی نیز به چند دسته تقسیم می‌شوند. دو دسته اصلی شامل پلتفرم‌های مبادله‌ای (مانند اوبر و ایربی‌ان‌بی) هستند که بین عرضه‌کننده و مصرف‌کننده واسطه‌گری می‌کنند، و پلتفرم‌های نوآورانه (مانند اپل و گوگل) که بستری برای توسعه محصولات مکمل فراهم می‌کنند [۳۱]. از منظر دیگری، پلتفرم‌های دیجیتال در چهار دسته اصلی قرار می‌گیرند: پلتفرم‌های مبادله‌ای مانند اوبر و ایربی‌ان‌بی که با تسهیل مبادلات، تطبیق عرضه و تقاضا، ایجاد اعتماد و نظارت اجرایی فعالیت می‌کنند؛ پلتفرم‌های نوآوری مانند آی‌اواس و اندروید که با فراهم کردن زیرساخت فنی، امکان توسعه محصولات مکمل را فراهم کرده و بین کنترل و آزادی نوآورانه تعادل برقرار می‌کنند؛ پلتفرم‌های یکپارچه که ترکیبی از نوآوری و تراکنش‌اند و تعاملات پیچیده میان کاربران، تولیدکنندگان و توسعه‌دهندگان را مدیریت می‌کنند؛ و در نهایت پلتفرم‌های سرمایه‌گذاری که با

که تراکنش‌ها امن هستند و کلاهبرداری‌ها به حداقل می‌رسند [۲۲]. اعتمادسازی بین کاربران و ایجاد سیستم‌های مدیریت اعتبار نقشی کلیدی در عملکرد این پلتفرم‌ها دارد [۲۳]. در مقابل، پلتفرم‌هایی مانند گوگل ادز یا فیسبوک ادز وجود دارند که در آن‌ها پول به‌طور غیرمستقیم رد و بدل می‌شود. در این نوع پلتفرم‌ها، کاربران برای خدمات تبلیغاتی پرداخت می‌کنند و پلتفرم به‌عنوان واسطه عمل می‌کند. این پلتفرم‌ها مسئولیت کمتری در مورد تراکنش‌های مالی بین خریداران و فروشندگان دارند، اما مسئولیت‌های قانونی و اخلاقی در زمینه نمایش شفاف و دقیق تبلیغات به کاربران دارند. همچنین، این پلتفرم‌ها برای افزایش اعتماد و کاهش مسائل ناشی از عدم شفافیت، به تکنیک‌های مدیریت اطلاعات و بهبود سیستم‌های بازخورد نیاز دارند [۲۴]. پلتفرم‌هایی مانند اوبر یا اتسی که به تسهیل مبادله کالا و خدمات می‌پردازند، باید استانداردهای کیفیت و ایمنی را تضمین کنند. اوبر باید اطمینان حاصل کند که رانندگان و وسایل نقلیه ایمن هستند. در حالی که اتسی باید مطمئن شود که کالاهای فروخته‌شده از استانداردهای مناسب برخوردارند و توصیفات محصول دقیق هستند [۲۵]. نت‌فلیکس، که یکی از بزرگ‌ترین سرویس‌های پخش آنلاین است، نیز مسئولیت‌های قانونی و اخلاقی زیادی دارد، به‌خصوص در زمینه حفظ کیفیت و حقوق محتوایی که به کاربران ارائه می‌دهد. این پلتفرم باید مطمئن شود که محتوا در برابر نقض حقوق مولفین محافظت شده و داده‌های کاربران به خوبی از دسترسی‌های غیرمجاز محافظت می‌شوند [۲۶]. برخی پلتفرم‌ها مانند کریگ‌لیست، بازارگاه آنلاین فیسبوک و فروم‌های تخصصی خرید و فروش، کاربران را قادر می‌سازند تا مستقیماً با یکدیگر معامله کنند بدون آنکه پلتفرم در تراکنش مالی دخالت داشته باشد. در این حالت، پلتفرم تنها نقش یک میزبان را دارد که محیطی برای معامله فراهم می‌کند و مسئولیت کمتری در قبال امنیت مالی یا تراکنش‌ها دارد [۲۷]. پلتفرم‌هایی مانند یوتیوب یا اسپاتیفای که در آن‌ها کالا یا خدمات به‌صورت محتوای دیجیتال ارائه می‌شود، مسئولیت نظارت بر کیفیت و حقوق محتوای دیجیتالی را بر عهده دارند [۲۸].

نقش راهبری کلان، مدیریت پرتفوی و سیاست‌گذاری استراتژیک، چند پلتفرم را به صورت یکجا هدایت می‌کنند، اما درگیر عملیات اجرایی روزمره نیستند [۳۲]. پلتفرم‌های مبادله دیجیتال با رویکرد تحلیل ارزش پیشنهادی، به عنوان ساختارهای چندسویه‌ای بررسی می‌شوند که تبادل میان کنشگران ناهمگون را از طریق ارزش‌های پیشنهادی خاص هر گروه تسهیل می‌کنند. این پلتفرم‌ها بر اساس هویت فروشنده به پنج نوع اصلی تقسیم می‌شوند: خرده‌فروش به مصرف‌کننده مانند اوبر، برند به مصرف‌کننده مانند آمازون، مدل‌های ترکیبی مانند علی‌بابا، مصرف‌کننده به مصرف‌کننده مانند سواپ. کام، و مدل ترکیبی خرده‌فروش-مصرف‌کننده مانند ای‌بی [۳۳].

گرچه به طور مستقیم پژوهشی به بیان مسئولیت پلتفرم‌ها متناظر با انواع آن‌ها نپرداخته، با این وجود می‌توان در مقالات مربوط به مسئولیت‌های پلتفرم‌ها ردپاهایی از تفاوت مسئولیت‌ها جستجو کرد. چن، سه نوع اصلی مسئولیت مدنی برای پلتفرم‌های آنلاین مبادله‌ای برمی‌شمارد که متناسب با نقش آن‌ها در فرایند خرید تعریف می‌شود. نخست، مسئولیت افشای اطلاعات است که پلتفرم را موظف می‌داند اطلاعات واقعی و قابل اعتماد فروشنده (نام، نشانی و تماس) را به موقع در اختیار مصرف‌کننده قرار دهد؛ در صورت اهمال و بروز زیان، پلتفرم مسئول شناخته می‌شود. دوم، مسئولیت در قبال تعهدات افزوده است؛ اگر پلتفرم به صورت داوطلبانه وعده‌هایی مانند تضمین بازپرداخت یا کیفیت ارائه دهد و به آن‌ها عمل نکند، در برابر مصرف‌کننده مسئول است حتی اگر فروشنده چنین تعهدی نداده باشد. سوم، مسئولیت در برابر نقض‌های آشکار است؛ چنانچه پلتفرم از تخلف فروشنده آگاه باشد یا باید می‌بود و اقدامی مانند هشدار، حذف کالا یا تعلیق حساب انجام ندهد، مسئول محسوب می‌شود [۳۴]. با استفاده از نظریه تقسیم ریسک و مفهوم «دستان بسیار»، مسئولیت پلتفرم‌ها باید مشارکتی میان کاربران، پلتفرم‌ها و نهادهای عمومی باشد [۴]. نبود قانون‌گذاری جهانی برای حمایت از حقوق کاربران پلتفرم‌های فروش آنلاین نیز مورد توجه بوده که محققان خواستار تدوین چارچوبی جهانی و مشترک شده‌اند [۳۵]. چارچوبی مبتنی بر ریسک برای

مسئولیت‌پذیری نیز ارائه شده که از نظام مبارزه با پولشویی الهام گرفته، اما بدون توجه به تفاوت‌های نوعی پلتفرم‌ها است [۳۶]. این مقالات عمدتاً به صورت کلی به مسئولیت‌های پلتفرم‌ها پرداخته‌اند، به‌ویژه در مورد پلتفرم‌های مبادله‌ای که تمرکز این مقاله است، چارچوب مشخصی ارائه نشده و صرفاً به نکاتی مانند افشای اطلاعات متخلف، حذف حساب کاربری یا حذف کالا بسنده کرده‌اند. دسته‌بندی‌های رایج از پلتفرم‌های مبادله‌ای بیشتر مبتنی بر حوزه فعالیت (مانند سلامت، آموزش یا جابجایی) هستند، حال آنکه تفاوت در مدل کسب‌وکار آن‌ها (حتی در یک حوزه واحد) می‌تواند مسئولیت‌های متفاوتی را ایجاب کند. بنابراین، پیشینه نظری در پرداختن به مسئولیت‌پذیری مبتنی بر تفاوت‌های نوعی پلتفرم‌های مبادله‌ای با کاستی روبروست. (جدول ۱). این شکاف نظری نه تنها مانع تدوین سیاست‌های مؤثر شده، بلکه به سردرگمی کاربران، توسعه‌دهندگان و نهادهای ناظر نیز انجامیده که نمونه‌هایی از آن در ایران نیز دیده می‌شود.^۱

۳- روش تحقیق

در مطالعات سیاست‌گذاری عمومی، بهره‌گیری از روش‌های پژوهش کیفی اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا این روش‌ها به درک عمیق و زمینه‌مند پدیده‌های مورد بررسی کمک می‌کنند. در این راستا، تحلیل مضمون به عنوان یکی از رویکردهای اساسی پژوهش کیفی، نقش مهمی در شناسایی، تحلیل و ارائه الگوهای موجود در داده‌های کیفی ایفا می‌کند. به‌طور خاص، تحلیل مضمون به عنوان یک راهبرد برای تقلیل و تحلیل داده‌ها، به طبقه‌بندی، خالص‌سازی و بازسازی داده‌های کیفی می‌پردازد [۳۷].

در این پژوهش، با هدف استخراج و تحلیل الگوهای مورد نیاز برای توصیف و ارائه دلالت‌های سیاستی در زمینه مسئولیت‌های پلتفرم‌ها در قبال مبادله، از روش تحلیل مضمون بهره گرفته شده است.

^۱ مانند: پارساپور، آرش. (۱۳۹۹، آبان ۵). چرا مدیرعامل آپارات به ۱۰ سال حبس محکوم شد؟ وسایت دیجیاتو. همچنین: اسلامیه، سعیده. (۱۴۰۱، دی ۲۶). مدیرعامل دیوار برای تحمل حبس احضار شد. وسایت زومیت.

جدول ۱) دسته‌بندی‌های پلتفرم‌ها و تحلیل توجه به مسئولیت‌پذیری آن‌ها در مطالعات منتخب

منبع	نوع یا دسته‌بندی پلتفرم	مبنای دسته‌بندی	پرداختن به مسئولیت پلتفرم‌ها
[۲۹]	پلتفرم‌های نوآوری و توسعه محصول / پلتفرم‌های دیجیتال / پلتفرم‌های مبادله دیجیتال	سیر تاریخی و تحول نقش پلتفرم‌ها در نوآوری و تعاملات	نقش واسطه‌ای در کاهش هزینه‌های تراکنش، مدیریت اعتماد، کنترل الگوریتمی، و تعامل کاربران در ساختار پلتفرم
[۳۰]	تراکنشی / شبکه‌ای / ارتباطی	تنوع روابط کاربران (C2C، B2B، B2C، C2B)	ضرورت وضع قواعد جامع و نوع‌گرا، مسئولیت پلتفرم در غیاب شفافیت، و مسئولیت مشترک در صورت نفوذ اقتصادی عمده
[۳۱]	مبادله‌ای / نوآورانه	شیوه ارزش‌آفرینی پلتفرم (واسطه‌گری یا بستر توسعه مکمل)	—
[۳۲]	مبادله‌ای / نوآوری / یکپارچه / سرمایه‌گذاری	نقش ساختاری و راهبردی پلتفرم‌ها در نظام چندلایه	—
[۳۳]	خرده‌فروش به مصرف‌کننده / برند به مصرف‌کننده / مدل ترکیبی C2C / /مدل ترکیبی خرده‌فروش - مصرف‌کننده	هویت فروشنده در مدل کسب‌وکار	—
[۳۴]	—	نقش پلتفرم در فرایند خرید	افشای اطلاعات، تعهدات افزوده، و مسئولیت در برابر نقض‌های آشکار
[۴]	—	نظریه «دستان بسیار» و تقسیم ریسک	پیشنهاد مسئولیت مشارکتی میان کاربران، پلتفرم و نهادهای عمومی
[۳۵]	—	—	اشاره به نبود قانون‌گذاری جهانی و پیشنهاد تدوین چارچوب مشترک برای حمایت از کاربران
[۳۶]	—	—	ارائه چارچوب مبتنی بر ریسک برای مسئولیت‌پذیری، الهام گرفته از نظام مبارزه با پولشویی

بدین منظور، از مصاحبه‌های باز و نیمه ساختاریافته با خبرگان استفاده شده است. نمونه‌گیری به صورت هدفمند و در برخی موارد به شیوه گلوله‌برفی انجام شد. به منظور پوشش دیدگاه‌های متنوع و جلوگیری از سوگیری نهادی، مصاحبه‌شوندگان این پژوهش به صورت هدفمند از میان چهار دسته اصلی شامل: سیاست‌گذاران دولتی (نظیر معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان فناوری اطلاعات)، مدیران پلتفرم‌های بومی، نهادهای تنظیم‌گر و صنفی (مانند ساترا و اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی) و بازیگران اجرایی منتخب شده‌اند. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه

یافت؛ به این معنا که در ادامه مصاحبه‌ها، اطلاعات جدیدی به دست نیامد و یافته‌ها به‌طور مداوم تکرار می‌شدند. لازم به ذکر است که این محورهای مستخرج از تجارب بین‌المللی، در ابتدای کار به عنوان خطوط راهنما برای مصاحبه‌ها در نظر گرفته شدند، اما در طول مصاحبه‌ها مسیر و اولویت‌های محورها بر اساس پاسخ‌های مشارکت‌کنندگان تغییر کردند.

- در پلتفرم‌ها، چه مکانیزم‌هایی برای تضمین امنیت تراکنش‌ها و جلوگیری از کلاهبرداری وجود دارد؟
- آیا پلتفرم در قبال تخلفات مالی کاربران مسئولیت قانونی دارد؟
- در صورت بروز خطا یا نقص در خدمات فیزیکی، مسئولیت بر

محوری شامل تبادلات مالی، تبادلات فیزیکی و زنجیره ارزش، و پردازش داده‌ها به عنوان ابعاد اصلی مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها شناسایی شد. در جدول ۲، دسته‌بندی مقولات فرعی و نمونه‌هایی از کدهای استخراج‌شده از متن مصاحبه‌ها ارائه شده است.

دسته‌بندی سه‌گانه فوق، با عبور از تقسیم‌بندی‌های مرسوم مبتنی بر نوع خدمات یا ساختار حقوقی، بر درجه مداخله عملی پلتفرم‌ها در فرایندهای حساس و آسیب‌پذیر تمرکز دارد. این تمایزگذاری تحلیلی، امکان تفکیک دقیق‌تر مسئولیت‌ها را برای انواع پلتفرم‌ها فراهم می‌سازد و می‌تواند به عنوان مبنایی قابل اتکا برای طراحی مقررات متناسب با نقش واقعی هر پلتفرم در اکوسیستم دیجیتال ایران مورد استفاده قرار گیرد. بنابراین، چارچوب مفهومی اولیه برای تعیین مسئولیت پلتفرم‌ها به صورت شکل ۱ دست آمده است. در ادامه، داده‌های موجود در پیشینه و همچنین متن مصاحبه‌ها بر اساس این چارچوب تحلیل شده و جدول ۳ به دست آمد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که مسئولیت پلتفرم‌ها به شدت به میزان دخالت آن‌ها در فرایندهای مالی، فیزیکی و پردازش داده بستگی دارد. بر این اساس در یک دسته بندی کلی می‌توان چهار نوع تبادل مستقیم کالا/خدمات، تبادل غیر مستقیم و واسطه پرداخت، پلتفرم محتوای دیجیتال، و تبادل غیر مستقیم و بدون واسطه پرداخت را بر اساس مسئولیت تفکیک نمود. یافته‌ها نشان می‌دهد مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها بسته به میزان دخالت آن‌ها در فرایندهای مالی، فیزیکی و داده‌ای متفاوت است؛ پلتفرم‌هایی با مداخله مستقیم مانند اسنپ و دیجیکالا باید چارچوب‌های نظارتی سخت‌گیرانه‌ای را رعایت کنند، در حالی که پلتفرم‌های واسطه پرداخت مانند باسلام مسئولیت‌های مالی و امنیتی مهمی دارند، اما دخالت فیزیکی کمتری دارند. پلتفرم‌های محتوای دیجیتال مانند آپارات بر شفافیت الگوریتم و حفاظت از حریم خصوصی تمرکز می‌کنند و پلتفرم‌های تسهیل‌گر اطلاعات مانند دیوار و جاجیگا، با حداقل نظارت مستقیم، بر ایجاد شفافیت و جلوگیری از سوءاستفاده تاکید دارند.

عهده پلتفرم است یا کاربر؟

- آیا پلتفرم در قبال حفاظت و امنیت داده‌های حساس کاربران مسئولیت دارد؟
- پلتفرم‌هایی که به داده‌های حساس کاربران دسترسی دارند، چه مسئولیت‌های بیشتری نسبت به سایر پلتفرم‌ها بر عهده دارند؟
- آیا پلتفرم به صورت مستقیم محتوای تولیدشده توسط کاربران را نظارت و مدیریت می‌کند؟
- در صورت انتشار محتوای مضر یا غیرقانونی، مسئولیت بر عهده پلتفرم است یا کاربر؟

برای تحلیل داده‌های به دست آمده، در این پژوهش از شیوه تحلیل مضمون استربرگ که یکی از جامع‌ترین رویکردهای تحلیل مضمون است، بهره‌برداری شده است [۳۸]. این روش شامل پنج مرحله اصلی می‌باشد که در سایر پژوهش‌ها نظیر [۳۹] و [۴۰] مورد استفاده قرار گرفته است.

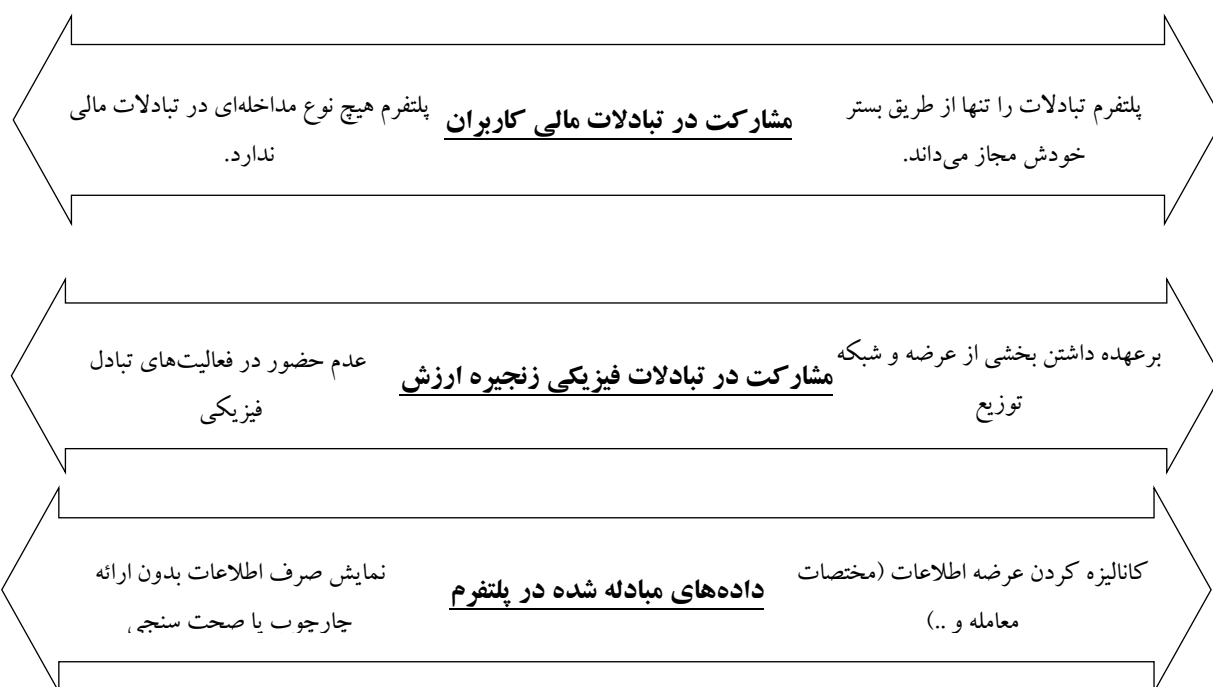
۱. مدیریت داده‌ها: در این مرحله، داده‌های حاصل از مصاحبه‌های با خبرگان تنظیم و سازماندهی شدند تا معیارهای مهم برای تعیین سهم مسئولیت پلتفرم و کاربر مشخص شود.
۲. درگیری با داده‌ها: بر اساس تکرار مضامین و ارائه آن‌ها توسط ذی‌نفعان مختلف، موارد اصلی شناسایی شدند.
۳. ترسیم داده‌ها: در این مرحله، مقوله‌ها و مضامین در قالب نقشه‌های جدولی یا نموداری دسته‌بندی شدند.
۴. توسعه تحلیل: در این مرحله، تحلیل‌های مبتنی بر مقوله‌ها و مضامین انجام و توسعه یافتند و الگوهایی از داده‌ها ایجاد شد.
۵. سنخ‌شناسی: در این مرحله نهایی، پژوهشگر الگوهای ایجاد شده را بر اساس شباهت‌ها و تفاوت‌ها دسته‌بندی کرد. برای افزایش روایی تحقیق، نتایج با ذینفعان مرتبط مطرح شد (مثلث سازی) و با اصلاحات جزئی تأیید شد. همچنین، برای افزایش پایایی، پروتکل مصاحبه بر اساس چارچوب مفهومی تدوین و فرایند پژوهش بر اساس طرح تحقیق طراحی شده تکمیل گردید. تمام مراحل تحلیل و استخراج مضامین به طور دقیق مستندسازی شدند و فرایندها به شکلی شفاف و قابل بازبینی ثبت شدند.

۴- یافته‌ها

در این بخش، نتایج تحلیل مضمون مصاحبه‌های انجام‌شده ارائه می‌شود. بر اساس الگوی تحلیل مضمون، سه مقوله

جدول ۲) دسته‌بندی مقولات و کدهای اصلی تحلیل مضمون بر اساس سه محور اصلی مسئولیت

مثال‌هایی از کدها یا نقل‌قول‌های مستقیم مصاحبه‌شوندگان	مقوله‌های فرعی شناسایی شده از تحلیل مضمون	محور مسئولیت
«اگر این‌ها {هشدارهای امنیتی، آموزش‌ها و آگاهی‌ها} کم باشد یا نباشد، به نظرم یک محدودی از مسئولیت تخلفات می‌تونه متوجه پلتفرم باشه.» (خبره ۱۰) «پول نزد ما (پلتفرم) بمونه تا کالا برسد و تایید، بعد آزاد بشه تا خیال مشتری راحت‌تر باشه.» (خبره ۱۱)	امنیت پرداخت و تراکنش آموزش و هشدارهای مالی استفاده از حساب‌های واسط (escrow)	تبادلات مالی
«اگه خیلی ارجاعی از یه فروشگاه زیاد بود یا یه کاربر خیلی کالا رو پس می‌فرستاد، خب اینا شناسایی می‌شدن و وارد یه لیست‌های خاکستری می‌شدن که کمتر پروموت باشن.» (خبره ۱۱) «دیجیکالا کالا وارد می‌کنه و می‌گن قاچاقه، در حالی که مغازه همان را می‌فروشد و قابل ردیابی هم نیست.» (خبره ۱۳)	نظارت بر عرضه‌کننده تضمین کیفیت خدمات کنترل زنجیره تأمین و تحویل	زنجیره فیزیکی / تبادلات خدمات و کالا
«تا الان رویه این جور بوده که پلتفرم‌ها در واقع به ازای دیتا گرفتن خدمات رایگان می‌دادن و با اون دیتا هر کاری می‌خواستن بکنن، ولی الان خوب همه تنظیم‌گرا و افکار عمومی روی این مسائل دیتا ساورینتی حساس شدن.» (خبره ۱۰) «حفاظت از داده‌های کاربران و عدم دسترسی غیرمجاز به‌شون مورد توجه ویژه بود و افزایش هزینه حملات احتمالی اولویت داشت.» (خبره ۱۱)	-حفاظت از داده‌های حساس -شفافیت در استفاده از داده‌ها -عدم استفاده غیرمجاز از اطلاعات کاربران	پردازش داده‌ها و اطلاعات کاربران



شکل ۱) چارچوب مفهومی تحقیق (نویسنده)

جدول ۳) دسته‌بندی پلتفرم‌ها براساس یافته‌ها و الزامات مسئولیت‌پذیری بر اساس مداخله در مبادله (جمع‌بندی نویسنده)

نوع پلتفرم	نمونه‌ها	نوع مداخله در فرآیندها	حوزه‌های مسئولیت کلیدی	الزامات مسئولیتی و پاسخگویی
تبادل مستقیم کالا/خدمات	اسنپ (خودرو)، دیجیکالا (کالای موجود در انبار)	مداخله مستقیم در تبادلات مالی، فیزیکی و داده‌ای	کیفیت خدمات و کالا، امنیت تراکنش، حفاظت از داده	چارچوب‌های سخت‌گیرانه برای نظارت و شفافیت
تبادل غیر مستقیم و واسطه پرداخت	باسلام، دیجی کالا (مارکت پلیس)	پردازش مالی بدون مداخله فیزیکی مستقیم	امنیت تراکنش، شفافیت مالی، حفاظت از داده	گزارش‌دهی مالی دقیق، نظارت بر سوءاستفاده‌های احتمالی
پلتفرم محتوای دیجیتال	آپارات	پردازش داده و الگوریتم‌های پیشنهادی محتوا	حفظ حریم خصوصی، شفافیت الگوریتم، مقابله با اطلاعات نادرست	نظارت بر الگوریتم، ارائه گزارش‌های شفاف
تبادل غیر مستقیم و بدون واسطه پرداخت	دیوار، جاجیگا	تنها تسهیل‌گری اطلاعات، بدون مداخله مالی/فیزیکی	زیرساخت امن، شفافیت اطلاعات، جلوگیری از سوءاستفاده	حداقل نظارت مستقیم؛ تمرکز بر ایجاد شفافیت

۵- بحث

این پژوهش نشان داد که پلتفرم‌های مختلف با توجه به نوع خدمات، نوع تبادل‌ها و مدیریت داده‌های کاربران، مسئولیت‌های متفاوتی در قبال رفتارهای کاربران خود دارند. پلتفرم‌هایی که داده‌های حساس بیشتری را جمع‌آوری می‌کنند و خدماتی ارائه می‌دهند که مستلزم تعاملات مالی یا فیزیکی مستقیم هستند، معمولاً مسئولیت بیشتری در قبال مبادله دارند. در مقابل، پلتفرم‌هایی که بیشتر به عنوان واسطه‌های پیام‌رسان عمل می‌کنند، مسئولیت کمتری دارند. در این زمینه، رعایت اصول حفاظت از داده‌ها اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند، به طوری که پلتفرم‌ها موظف به حفظ امنیت داده‌های کاربران، جلوگیری از حذف یا دستکاری پیام‌های خصوصی و گروهی و مقابله با نفوذهای سایبری هستند. "حفاظت از داده‌های کاربران و عدم دسترسی غیرمجاز به‌شون مورد توجه ویژه بود و افزایش هزینه حملات احتمالی به میزانی که صرفه اقتصادی نداشته باشد، اولویت داشت (خبره شماره ۱۱)".

پلتفرم‌هایی که در آن‌ها تبادلات مالی مستقیم صورت می‌گیرد، مانند اسنپ و دیجیکالا، مسئولیت‌های بیشتری در قبال امنیت تراکنش‌ها، کیفیت کالاها (یا خدمات) و حفاظت از اطلاعات مالی کاربران دارند. این یافته با [۴] که بر لزوم تضمین امنیت و حفاظت از مصرف‌کنندگان توسط این پلتفرم‌های آنلاین

تأکید دارند، تطابق دارد. در همین راستا، پلتفرم‌های مسئول برخلاف مدل‌های صرفاً واسطه‌ای، اقدام به احراز هویت فروشندگان، اتصال به سامانه‌های مالی رسمی (شاپرک) و پیاده‌سازی حساب‌های امانی (ESCROW) برای افزایش اعتماد کاربران می‌کنند. «در آن زمان فیچری توسعه دادیم که پول نزد ما (پلتفرم) بگونه تا کالا برسد و تایید و بعد کالا تحویل شود که اندکی خیال مشتری راحت تر باشد» (خبره شماره ۱۱). با این وجود، این چنین مواردی در سطح مسئولیت پلتفرم‌ها نیست و رعایت استانداردهای امنیتی، ارائه آموزش‌های پرداخت امن به کاربران و هشدار نسبت به مخاطرات تراکنش از الزامات اصلی است و عدم ارائه آموزش کافی می‌تواند مسئولیت پلتفرم در تخلفات مالی را افزایش دهد. «قاعدتا اگر این ها هشدارهای امنیتی، آموزش‌ها و آگاهی‌ها کم باشد یا نباشد به نظرم یک حدودی از مسئولیت تخلفات می‌تونه متوجه پلتفرم باشه» (خبره شماره ۱۰).

در این بخش، به نظر می‌رسد که مسئولیت پلتفرم‌ها باید به میزان مشارکت آنها در فرآیندهای اقتصادی، نظارت بر معاملات مالی و رعایت قوانین محلی و بین‌المللی تنظیم شود. پلتفرم‌ها به تدریج از نقش واسطه‌ای به گردانندگان و نگهبانان محتوا تبدیل شده‌اند که مسئولیت‌های حقوقی آن‌ها بیشتر از گذشته است [۱۱]. در مقابل، پلتفرم‌هایی که به صورت

غیرمستقیم در تبادلات مالی دخالت دارند، مسئولیت کمتری دارند [۵]. در حقیقت، نظارت دوگانه اعمال می‌شود: نظارت خودکار با استفاده از سیستم‌های هوشمند برای شناسایی فوری تخلفات جدی مانند پورنوگرافی کودک یا ترویج خشونت، و جمع‌سپاری گزارش‌های کاربران فعال و بررسی آن‌ها با ترکیب نیروی انسانی و الگوریتم‌های هوش مصنوعی. «اگر واقعا به لحاظ قانونی کاملا خلاف قوانین بود، همون پنج تا قانون بین المللی تو حوزه پورن و کودک آزاری و ترویج خشونت و مواد مخدر و بدافزارها و این‌ها اگه اون‌ها بود که خب سریع مسدود می‌شد اگر نه چیزهای داخلی بود مثل رقص و ... که مبتذل بود تذکر داده می‌شد نسبت به اصلاح محتوا یا حذف محتوا» (خبره شماره ۱۱). با این وجود ترویج (پروموت کردن) برخی محتواها و جهتهایی به رفتار کاربران نیز اگرچه ضرورتی بر برخورد قهری ندارد، ولی از حوزه‌های اصلی مسئول بودن پلتفرم‌هاست. «این رو چون مجموعه پلتفرم پروموت کرده بود و و بالا و توی صفحه اصلی نمایش داد به صورت ویژه این مسئله بله مسئولیتش رو سنگین‌تر کرد که طبیعتا اگر این محتوا به صورت عادی نشان داده می‌شد خب نوع دیگری باید با آن برخورد می‌شد» (خبره شماره ۱۰). «اگه خب خیلی ارجاعی از یه فروشگاه زیاد بود یا یه کاربر خیلی کالا رو پس می‌فرستاد خب اینا شناسایی شد و وارد یه لیست‌های خاکستری می‌شدن که کمتر پروموت باشه» (خبره شماره ۱۱).

پلتفرم‌هایی مانند دیوار و جاجیگا، که مسئولیت کمتری در نظارت بر معاملات مالی دارند، مشابه کریگ‌لیست و بازارگاه آنلاین فیسبوک در مطالعات بین‌المللی هستند که در آن‌ها پلتفرم‌ها تنها نقش تسهیل‌کننده را ایفا می‌کنند و مسئولیت کمتری در قبال تراکنش‌ها دارند. علاوه بر این، پلتفرم‌هایی که داده‌های حساس کاربران را جمع‌آوری و پردازش می‌کنند، مسئولیت بیشتری دارند. در این زمینه، رعایت اصول قلمروی داده، بهره‌برداری مشروع و محدود از داده‌های کاربران و تضمین امنیت داده‌های حساس، وظایف محوری پلتفرم‌های امروزی هستند. افکار عمومی و مقررات بین‌المللی به شدت بر نحوه استفاده از داده‌ها حساس شده‌اند و سوءاستفاده یا

بی‌توجهی به امنیت داده‌ها می‌تواند پیامدهای حقوقی و اعتباری سنگینی ایجاد کند «تا الان رویه این جور بوده که این پلتفرم‌ها در واقع به ازای دیتا گرفتن خدمات رایگان می‌دادند و با اون دیتا هر کاری می‌خواستن میکردن ولی الان خوب همه تنظیم گرا و افکار عمومی روی این مسائل دیتا ساوریتی حساس شدن» (خبره شماره ۱۰).

همچنین، یوتیوب و اسپاتیفای و مشابه‌های ایرانی آن‌ها یعنی آپارات و نواک، که به عنوان پلتفرم‌های محتوای دیجیتال فعالیت می‌کنند، باید از حقوق مالکیت معنوی محافظت کرده و از جمع‌آوری غیرمجاز داده‌ها جلوگیری کنند. این یافته با [۲۱] که به چالش‌های مرتبط با نظارت و سیاست‌گذاری برای داده‌های دیجیتال پرداخته‌اند، هم‌راستا است. پلتفرم‌ها باید مسئولیت‌های بیشتری در زمینه‌ی حفاظت از داده‌های شخصی و جلوگیری از سوءاستفاده از آن‌ها داشته باشند [۲]. در این بخش، مقایسه با [۱] نیز اهمیت دارد که معتقد است پلتفرم‌ها باید با قوانین و مقررات شفاف‌تری در زمینه حفاظت از داده‌ها روبه‌رو شوند تا از نقض حقوق کاربران جلوگیری شود. یافته‌های این تحقیق نیز به همین نتیجه می‌رسند که هرچقدر پلتفرم‌ها بیشتر به جمع‌آوری و پردازش داده‌های حساس پرداخته‌اند، مسئولیت بیشتری در قبال حفظ حریم خصوصی دارند.

پلتفرم‌هایی که نقش مستقیمی در تأمین و جابجایی کالا یا خدمات دارند، مانند اوبر و آمازون، مسئولیت‌های بیشتری در قبال کیفیت و ایمنی کالاها و خدمات دارند. در این بخش، [۲۵] نیز قابل توجه است که به مسئولیت‌های پلتفرم‌ها در تأمین استاندارد‌های ایمنی و کیفیت اشاره کرده است. البته این امر نیازمند وجود قوانین شفاف در زنجیره ارزش فیزیکی کالا چه در مواردی که از طریق پلتفرم‌ها به دست خریدار برسند چه در غیر اینصورت است. بدون وجود نظام خرید و فروش غیرمجازی قانونمند، نمیتوان پلتفرم‌ها را در این خصوص مقصر دانست. «دیجیکالا کالا وارد میکنه و میگن قاچاقه صرف نداشتن برجسب در حالیکه مغازه همان را می‌فروشد و به راحتی قابل ردیابی و برخورد هم نیست» (خبره شماره ۱۳).

استانداردسازی زمان پاسخ به شکایات کاربران اهمیت بالایی دارد. «مدل‌های موفق‌ی مانند *DSA* و *DMA* اتحادیه اروپا نشان داده‌اند که وجود فرآیندهای شفاف ارزیابی محتوا و اقدام سریع می‌تواند مسئولیت پلتفرم در قبال انتشار محتوای غیرقانونی را کاهش دهد» (خبره شماره ۱۲).

۶- نتیجه‌گیری

پلتفرم‌های آنلاین به‌عنوان زیرساخت‌های کلیدی دنیای دیجیتال، نقش بی‌بدیلی در تسهیل تبادلات اطلاعاتی، مالی و فیزیکی ایفا می‌کنند. این مقاله با هدف ارائه چارچوبی برای تعیین مسئولیت‌های پلتفرم‌های آنلاین در قبال مبادله، به بررسی نقش‌ها و مسئولیت‌های متفاوت این پلتفرم‌ها در حوزه‌های مختلف پرداخته است. سه معیار اصلی استخراج‌شده در این پژوهش، یعنی میزان مداخله پلتفرم در تبادلات مالی، تبادلات فیزیکی/زنجیره ارزش و پردازش داده‌ها، نقش بنیادینی در تمایزگذاری میان انواع پلتفرم‌ها از منظر مسئولیت‌پذیری ایفا می‌کنند. این سه محور به‌جای تمرکز صرف بر حوزه فعالیت یا مدل مالکیت پلتفرم‌ها، بر میزان درگیری واقعی پلتفرم در فرآیندهای اجرایی تأکید دارند و به همین دلیل می‌توانند مبنایی مفهومی و کاربردی برای دسته‌بندی مسئولیت‌های حقوقی و تنظیمی فراهم کنند. به‌عنوان نمونه، پلتفرم‌هایی که در هر سه حوزه مداخله مستقیم دارند (مانند اسنپ یا دیجیکالا در مدل فروش مستقیم)، در بالاترین سطح مسئولیت قرار می‌گیرند؛ در حالی که پلتفرم‌هایی که صرفاً نقش نمایشگر اطلاعات را ایفا می‌کنند و در هیچ‌یک از این حوزه‌ها مداخله مؤثری ندارند (مانند دیوار)، مسئولیت محدودی دارند. این رویکرد، به جای تقسیم‌بندی‌های سنتی مبتنی بر نوع پلتفرم یا حوزه فعالیت، امکان طبقه‌بندی انعطاف‌پذیرتری را فراهم می‌کند که بر اساس میزان مداخله در فرآیندهای حساس و آسیب‌پذیر، سطح مسئولیت‌ها را به‌طور دقیق‌تری تعیین می‌نماید. در این زمینه، پیشنهادات سیاستی شامل ایجاد چارچوب‌های حقوقی شفاف برای مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها، الزام پلتفرم‌ها به شفاف‌سازی در مورد نحوه عملکرد الگوریتم‌ها، تأسیس

یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در مسئولیت پلتفرم‌ها، نظارت بر محتوا و جلوگیری از انتشار اطلاعات نادرست و سخنان ناخوشایند است. در این زمینه، [۵] بر تأثیرات منفی الگوریتم‌های توصیه و سیستم‌های گردآوری محتوا بر فضای اطلاعاتی جامعه تأکید دارد. پلتفرم‌هایی مانند یوتیوب و اینستاگرام، که محتوای تولید شده توسط کاربران را منتشر می‌کنند، باید مسئولیت بیشتری در قبال محتوای منتشر شده و پیامدهای آن در فضای اجتماعی داشته باشند. این موضوع با سیاست‌های مدیریت محتوا در پلتفرم‌ها نیز پیوند دارد که تلاش دارند با حفظ توازن میان آزادی بیان و رعایت الزامات قانونی، از طریق اعمال تذکر و اقدامات تدریجی علیه متخلفان عمل کنند. پلتفرم‌ها باید در قبال محتوای آسیب‌زا و انتشار اخبار نادرست مسئول باشند [۴]. پلتفرم‌ها باید سیاست‌های شفاف‌تری برای نظارت و حذف محتوای مضر داشته باشند، که این نتایج نیز در یافته‌های تحقیق مشاهده می‌شود [۶]. «به مسیر ریپورتی داشتیم که گزارش‌ها می‌اومد بعد گزارش‌ها بررسی می‌شد ترکیبی از تیم‌های انسانی و هوش مصنوعی که میزان تخلف اون کاربر بررسی می‌شد» (خبره شماره ۱۱).

برخی پژوهش‌ها مانند [۱۷] به لزوم افزایش مسئولیت‌های حقوقی پلتفرم‌ها به عنوان گردآورندگان داده‌ها و محتوا تأکید کرده‌اند. در این زمینه، [۱۱] نیز به تغییرات قانونی که مسئولیت پلتفرم‌ها را در قبال محتوای کاربران افزایش داده‌اند، پرداخته است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که پلتفرم‌ها باید مسئولیت‌های بیشتری در قبال تبادلات داده‌ای و مالی خود داشته باشند و به همین دلیل، تنظیم‌گری دقیق‌تری در خصوص قوانین حقوقی مورد نیاز است تا از حقوق کاربران و اعتماد عمومی به فضای آنلاین محافظت شود. در این راستا، ضمانت اجرای مؤثر شامل طیفی از اقدامات از جمله تذکر، جریمه‌های مالی، الزام به خودتنظیمی داخلی و انتشار گزارش‌های عمومی از سوی گروه‌های مردم‌نهاد است. «اینجا حتماً احتیاج هست که این بررسی و توسط نهادهای حاکمیتی به صورت هم‌تنظیم‌گری با سایر مجموعه‌ها و یا خودتنظیم‌گری پلتفرم انجام بشه» (خبره شماره ۱۰). همچنین

- 4(3), 2056305118787812.
<https://doi.org/10.1177/2056305118787812>
- [2] Gillespie, T. (2018). **Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media.** Yale University Press. <https://doi.org/10.12987/9780300235029>
- [3] Hesam, A., modibo Joni, M., Miri, H. and Yamrali, S. (2021). **Liability of Online Platforms for Violating Information Privacy by Users; A Comparative Study Among Iran, the United States and the European Union.** *Communication Research*, 28(107), 69-91.
<https://doi.org/10.22082/cr.2021.530918.2202>. {In Persian}.
- [4] Helberger, N., Pierson, J., & Poell, T. (2018). **Governing Online Platforms: From Contested to Cooperative Responsibility.** *The information society*, 34(1), 1-14.
<https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391913>
- [5] Gillespie, T. (2020). **Content Moderation, AI, and the Question of Scale.** *Big Data & Society*, 7(2), 2053951720943234.
<https://doi.org/10.1177/2053951720943234>
- [6] Gorwa, R. (2019). **The Platform Governance Triangle: Conceptualising the Informal Regulation of Online Content.** *Internet Policy Review*, 8(2), 1-22.
<https://doi.org/10.14763/2019.2.1407>
- [7] Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). **The Echo Chamber Effect on Social Media.** *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118.
<https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- [8] Flew, T. (2021). **The Challenge of Media Platform Regulation for Small and Medium-Sized Nations.** Available at SSRN 3951610.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3951610>
- [9] Heldt, A., & Dreyer, S. (2021). **Competent Third Parties and Content Moderation on Platforms: Potentials of Independent Decision-Making Bodies from a Governance Structure Perspective.** *Journal of Information Policy*.
<https://doi.org/10.5325/jinfopoli.11.2021.0266>
- [10] Horowitz, M. A., Nieminen, H., & Sirkkunen, E. (2022). **Assessing Media Platformization in Small Nations: A Rights-Based Approach.** *Journal of Creative Industries and Cultural Studies: JOCIS*, (8), 33-50.
- [11] Biatti, E. (2023). **A Genealogy of Digital Platform Regulation.** *Geo. L. Tech. Rev.*, 7, 1.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3859487>
- [12] Buiten, M. C. (2021). **The Digital Services Act From Intermediary Liability to Platform Regulation.** *J. Intell. Prop. Info. Tech. & Elec. Com. L.*, 12, 361. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3876328>
- [13] Cennamo, C. (2020). **Value Preserving Platform Regulation: Network Effects, Platform Value and Regulatory Remedies.** *Platform Value and Regulatory Remedies* (October 10, 2020).
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3901715>

نهادهای نظارتی مستقل، توسعه استانداردهای جهانی برای مقررات‌گذاری پلتفرم‌ها و تشویق خودتنظیمی در کنار نظارت دولتی می‌توان ارائه داد. در نتیجه، مسئولیت پلتفرم‌ها باید به‌صورت متناسب با نوع خدمات، میزان مداخله در تبادلات و میزان پردازش داده‌ها تعیین شود. اتخاذ رویکردی ترکیبی از خودتنظیمی و مقررات‌گذاری دولتی می‌تواند زمینه‌ای برای حکمرانی مؤثرتر پلتفرم‌ها فراهم آورد. این چارچوب نه تنها به بهبود اعتماد عمومی به پلتفرم‌ها کمک می‌کند، بلکه باعث ارتقای امنیت داده‌ها، کاهش تخلفات و بهبود تجربه کاربری در فضای دیجیتال خواهد شد. با وجود تلاش پژوهشگران برای ارائه چارچوبی جامع جهت تبیین مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌های آنلاین، این پژوهش نیز دارای محدودیت‌هایی است که می‌تواند در مطالعات آتی مورد توجه قرار گیرد. نخست، در این تحقیق بر سه محور اساسی مسئولیت‌پذیری در تبادلات مالی، تبادلات فیزیکی و پردازش داده‌ها تمرکز شده است. همچنین، انواع دیگری از پلتفرم‌ها مانند پلتفرم‌های آموزشی آنلاین، پلتفرم‌های حوزه سلامت، بوم‌گردی، خیریه و اجتماعی و پلتفرم‌های مبتنی بر بلاک‌چین نیز وجود دارند که هرکدام مسئولیت‌های منحصر به فردی دارند. بررسی این پلتفرم‌ها می‌تواند ابعاد جدیدی از مسئولیت‌پذیری و چالش‌های مربوط به آن را روشن کند. در مجموع، گسترش دامنه محورها و بررسی انواع متنوع‌تری از پلتفرم‌ها می‌تواند به تقویت چارچوب پیشنهادی این پژوهش و تعمیم‌پذیری بهتر نتایج آن کمک کند. پژوهش‌های آتی می‌توانند با در نظر گرفتن این ابعاد، تصویری جامع‌تر از مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌های آنلاین ارائه دهند.

تعارض منافع

نویسندگان تعهد می‌کنند که هیچ تعارض منافی در این مقاله وجود نداشته‌است.

References

- [1] Suzor, N. (2018). **Digital Constitutionalism: Using the Rule of Law to Evaluate the Legitimacy of Governance by Platforms.** *Social Media+ Society*,

Fine - Grained Access Control and Privacy Protection for Video Sharing in Media Convergence Environment. *International Journal of Intelligent Systems*, 37, 3025-3049. <https://doi.org/10.1002/int.22810>

[27] Pham, S., Kuipou, F. R., Arbanowski, S., & Steglich, S. (2018). **On the Current State of Interoperable Content Protection for internet video streaming.** 2018 *IEEE Seventh International Conference on Communications and Electronics (ICCE)*, 13-17. <https://doi.org/10.1109/cce.2018.8465735>

[28] Gillespie, T. (2010). **The Politics of 'Platforms'.** *New Media & Society*, 12(3), 347-364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>

[29] Hänninen, M. (2020). **Review of Studies on Digital Transaction Platforms in Marketing Journals.** *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 30(2), 164-192. <https://doi.org/10.1080/09593969.2019.1651380>

[30] Maultzsch, F. (2018). **Contractual Liability of Online Platform Operators: European Proposals and Established Principles.** *European Review of Contract Law*, 14(3), 209-240. <https://doi.org/10.1515/ercl-2018-1013>

[31] Recker, J., Bockelmann, T., & Barthel, F. (2024). **Growing Online-to-Offline Platform Businesses: How Vytal Became The World - Leading Provider of Smart Reusable Food Packaging.** *Information Systems Journal*, 34(1), 179-200. <https://doi.org/10.1111/isj.12474>

[32] Evans, P. C., & Gawer, A. (2016). **The rise of the platform enterprise: A global survey.**

[33] Hokkanen, H., Hänninen, M., Yrjölä, M., & Saarijärvi, H. (2021). **From customer to actor value propositions: An analysis of digital transaction platforms.** *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 31(3), 257-279. <https://doi.org/10.1080/09593969.2021.1880463>

[34] Chen, Xianzhu. (2024). **On the Responsibility of Network Trading Platform Providers – Discussion on Article 44 of the Consumer Rights and Interests Protection Law of the People's Republic of China.** *International Journal of Frontiers in Sociology*, 6(8), 11-15. <https://doi.org/10.25236/ijfs.2024.060803>

[35] Tanaka, S. (2020). **Digital Platforms' Responsibilities to Platform Users; 'Consumer Protection' in B2C and C2C e-Commerce.** In *Innovation and the Transformation of Consumer Law: National and International Perspectives* (pp. 47-52). Singapore: Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-15-8948-5_6

[36] Ullrich, C. (2018). **A Risk-Based Approach Towards Infringement Prevention on the Internet: Adopting the Anti-Money Laundering Framework to online Platforms.** *International Journal of Law and Information Technology*, 26(3), 226-251. <https://doi.org/10.1093/ijlit/eay008>

[14] Iglesias Keller, C. (2021). **Policy by Judicialisation: the Institutional Framework for Intermediary Liability in Brazil.** *International Review of Law, Computers & Technology*, 35(3), 185-203. <https://doi.org/10.1080/13600869.2020.1792035>

[15] Flew, T. (2023). **The Return of the Regulatory State: Nation-States as Policy Actors in Digital Platform Governance.** In *Global Communication Governance at the Crossroads* (pp. 161-178). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-29616-1_10

[16] Faddoul, M., Chaslot, G., & Farid, H. (2020). **A Longitudinal Analysis of Youtube's Promotion of Conspiracy Videos.** *arXiv preprint arXiv:2003.03318*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2003.03318>

[17] Bail, C. A., Guay, B., Maloney, E., Combs, A., Hillygus, D. S., Merhout, F., ... & Volfovsky, A. (2020). **Assessing the Russian Internet Research Agency's Impact on the Political Attitudes and Behaviors of American Twitter Users in Late 2017.** *Proceedings of the national academy of sciences*, 117(1), 243-250. <https://doi.org/10.1073/pnas.1906420116>

[18] Tworek, H., & Leerssen, P. (2019). **An Analysis of Germany's NetzDG law. First session of the Transatlantic High Level Working Group on Content Moderation Online and Freedom of Expression.**

[19] Celeste, E. (2022). **Digital Constitutionalism: The Role of Internet Bills of Rights** (p. 254). *Taylor & Francis*. <https://doi.org/10.4324/9781003256908-6>

[20] Lindseth, P. L. (2022). **The Brussels Effect: How the European Union Rules the World.** <https://doi.org/10.1093/ajcl/avad001>

[21] Gorwa, R., Binns, R., & Katzenbach, C. (2020). **Algorithmic Content Moderation: Technical and Political Challenges in the Automation of Platform Governance.** *Big Data & Society*, 7(1), 2053951719897945. <https://doi.org/10.31235/osf.io/fj6pg>

[22] Einav, L., Farronato, C., & Levin, J. (2016). **Peer-To-Peer Markets.** *Annual Review of Economics*, 8(1), 615-635. <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-080315-015334>

[23] Teubner, T., Hawlitschek, F., & Adam, M. T. (2019). **Reputation transfer.** *Business & Information Systems Engineering*, 61, 229-235. <https://doi.org/10.1007/s12599-018-00574-z>

[24] Chakraborty, A., Hannak, A., Biega, A. J., & Gummadi, K. (2017). **Fair Sharing for Sharing Economy Platforms.** In *Fairness, Accountability and Transparency in Recommender Systems-Workshop on Responsible Recommendation*. <https://doi.org/10.18122/b2bx2s>

[25] Filatova-Bilous, N. (2021). **Once Again Platform Liability: on the Edge of the 'Uber' and 'Airbnb' Cases.** *Internet Policy Review*, 10. <https://doi.org/10.14763/2021.2.1559>

[26] Ahmed, F., Wei, L., Niu, Y., Zhao, T., Zhang, W., Dong, Z., & Dong, W. (2022). **Toward**

- [39] Narimani, M. , Karimmian, Z. and Hosseini, S. J. (2020). **An Institutional Framework for Regulating New Business Models: A Case Study of Application-based Transportation**. *Iranian Journal of Public Policy*, 6(1), 9-34. <https://doi:10.22059/jppolicy.2020.76998> {In Persian}.
- [40] Dhanpat, N., Buthelezi, Z. P., Joe, M. R., Maphela, T. V., & Shongwe, N. (2020). **Industry 4.0: The Role of Human Resource Professionals**. *SA Journal of Human Resource Management*, 18(1), 1-11.
- [37] Kamali, Y. (2018). **Methodology of Thematic Analysis and its Application in Public Policy Studies**. *Iranian Journal of Public Policy*, 4(2), 189-208. <https://doi:10.22059/jppolicy.2018.67875> {In Persian}.
- [38] Tayebi Abolhasani, A. (2019). **Introduction to Research Methodology: Standard Procedures for Qualitative Data Analysis**. *Science and Technology Policy Letters*, 09(2), 67-96 {In Persian}.