



آزمایشگاه داده و حکمرانی  
Data 4 Governance Lab



سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر  
در فضای مجازی

گزارش

# مروری بر نظام حکمرانی اینترنت در چین و بررسی موردی سوپراپلیکیشن وی چت

فاز سوم پروژه سوپراپلیکیشن



اندیشکده حکمرانی شریف

مهسا نوری زنوز، عمادالدین پاینده

گروه حکمرانی عصر دیجیتال

بهمن ۱۳۹۹





<b>گزارش پروژه</b> گروه حکمرانی عصر دیجیتال بخش دوم از فاز سوم پروژه سوپراپلیکیشن مروری بر نظام حکمرانی اینترنت در چین و بررسی موردی ... <b>مهسا نوری زنوز ، عمادالدین پاینده</b> دکتر حسین میرزاپور زمستان ۱۳۹۹ سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر	<b>نوع سند</b> <b>حوزه تخصصی</b> <b>برنامه</b> <b>عنوان</b> <b>نگارنده/نگارندگان</b> <b>ناظر کیفی</b> <b>تاریخ انتشار</b> <b>مخاطب</b>
---	---

### جملات کلیدی

حکمرانی اینترنت که پیش تر مفهومی فنی بود، در عصر وب ۲٫۰ اهمیت بیشتری یافته و دولت‌ها را به تک و تکی تنظیم‌گری محتوا و اقتصاد زمانه جدید انداخته‌است. کشور چین چارچوب قانونی وسیعی در تنظیم‌گری اینترنت دارد. تحلیل این قوانین و مقررات نشان می‌دهد از اولین سال‌های دهه ۲۰۰۰ به بعد پلتفرم جای محتوا را در موضوع هدف این تنظیم‌گری گرفته‌است. پلتفرم‌های بومی چین که حاصل امنیت نوآوری بوده‌اند، دیگر جایگزین‌های بی‌کیفیتی برای رهبران بازار آمریکا نیستند.

### کلمات کلیدی

حکمرانی اینترنت، دیوار آتشین بزرگ چین، سازمان فضای مجازی چین، یک-اپ-دو سیستم، امنیت نوآوری، تنظیم‌گری محتوا، تنظیم‌گری پلتفرم، تنظیم‌گری انحصار



## فهرست مطالب

۲	پیشگفتاری در حکمرانی اینترنت
۴	تاریخچه حکمرانی اینترنت در چین
۷	تنظیم‌گری صوت و تصویر
۹	دیوار بزرگ آتشین، بستر رشد نوآوری
۱۱	تنظیم‌گری محتوا
۱۳	سانسور محتوا در وی چت
۱۵	بررسی فنی سانسور محتوا در وی چت
۱۷	تنظیم‌گری انحصار
۱۹	مولفه‌های اصلی قانون جدید ضدانحصار
۱۹	کنترل ادغام شرکت‌ها
۱۹	ممنوعیت توافق‌نامه‌های انحصار
۱۹	سواستفاده از موقعیت غالب در بازار
۲۰	نظارت بر انحصارگرایی وی چت
۲۲	جمع‌بندی

## پیشگفتاری در حکمرانی اینترنت

در دهه ۹۰ میلادی، اینترنت عرصه ارتباطات و تجارت را برای همیشه تغییر داد. یک دهه بعد، انقلاب وب ۱۲،۰ تحول جدیدی را رقم زد که به صدها میلیون شهروند قابلیت انتشار، اشتراک‌گذاری، اظهار نظر، بارگذاری محتوای چندرسانه‌ای و ... را در محیط آنلاین بسیار پویاتری می‌داد. این ارتباط دوسویه را تکنولوژی‌های وب جدیدی فراهم کردند که عموماً «رسانه/شبکه‌های اجتماعی» نامیده می‌شدند. از زمانی که اولین شبکه‌های اجتماعی آنلاین شکل گرفتند، این تحول به مرور به دولت‌ها هم سرایت پیدا کرد و موجب تغییراتی در ساختارهای قدرت شد. تغییراتی به بزرگی تحولات حاصل از اختراع دستگاه چاپ! (Howard, 2011)

شبکه‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین جهش‌های جهانی و رو به جلوی بشر در تاریخ بوده‌است. این پدیده امکان خود-اظهاری و فهم مشترک میان انسان‌ها را فراهم کرد. شبکه‌های اجتماعی افراد، ایده‌ها و ارزش‌ها را به گونه‌ای که پیش‌تر ممکن نبود به هم متصل کرد. از این‌رو اینترنت به حوزه‌ای عمومی در زمانه ما تبدیل شد. یک چالش بزرگ اما در این نکته مهم نهفته است که پلتفرم‌های شخص سوم این میدان عمومی قرن ۲۱امی را کنترل می‌کنند و همین واقعیت به چالشی نوین برای رابطه میان دولت‌ها و شرکت‌های تکنولوژی که میزبان این فضای دیالوگ شهروندی هستند، منجر شده‌است.

حکمرانی اینترنت که پیش‌تر مفهومی فنی بود، در این زمان اهمیت بیشتری پیدا کرده‌است و دولت‌ها را به تک و تالی تنظیم‌گری محتوا و اقتصاد زمانه جدید انداخته‌است. اما مفهوم حکمرانی اینترنت - حتی در سطح تعریف - مفهومی کم و بیش چالش برانگیز است. نوعاً متخصصان ارتباط از راه دور، حکمرانی اینترنت را از لنز توسعه زیرساخت‌های فنی می‌بینند. متخصصان کامپیوتر بر توسعه استانداردها و کارکردهای متفاوت تمرکز می‌کنند. متخصصان ارتباطات بر تسهیل ارتباط تاکید می‌کنند. فعالان حقوق بشر حکمرانی اینترنت را از چشم‌انداز آزادی بیان، حریم خصوصی و سایر حقوق بنیادین بشر می‌بینند. حقوق‌دانان بر رفع اختلاف و حوزه‌های قضایی مرتبط با اینترنت تمرکز می‌کنند. سیاستمداران در سراسر جهان روی مسائلی تاکید می‌کنند که بر رای‌دهندگان آنها تاثیر دارند، مثلاً نگاه مثبت به تکنولوژی (کامپیوتر بیشتر = آموزش بیشتر) یا تهدیدها (امنیت سایبری، جرایم سایبری، محافظت از کودکان و ...) . دیپلمات‌ها عمدتاً بر فرآیند و محافظت از منافع ملی در فضای دیجیتال تمرکز دارند و این فهرست چشم‌اندازهای حرفه‌ای متفاوت در حکمرانی اینترنت ادامه دارد.

حکمرانی اینترنت تقریباً سه دوره اصلی را طی کرده‌است. دوره اول، تقریباً تا اواسط دهه ۹۰ به طول انجامید. دوره‌ای که می‌توان رژیم فنی نامید. در این دوره هنوز دولت‌ها چندان بر کنترل و نظارت اینترنت - برخلاف سایر رسانه‌ها - علاقمند نبودند. حتی در اوایل دهه ۹۰ اینترنت اسباب‌بازی‌ای تلقی می‌شد که به

<sup>1</sup> Web 2.0

زودی فراموش می‌شود. بنابراین اینترنت به حال خود و به دست مهندسانی رها شده بوده که آن را توسعه داده بودند. اصلی‌ترین مجمع در این زمان گروه ویژه مهندسی اینترنت<sup>۲</sup>، اولین سازمان استانداردهای اینترنت است. در این دوره حکمرانی اینترنت اساساً معادل توسعه استانداردها بود. بی‌تفاوتی دولت‌ها به اینترنت به این سازمان قدرت تصمیم‌گیری بی‌نظیری می‌داد.

دوره دوم اواسط دهه ۹۰ با تنش میان رویکردهای متفاوت سیاست‌گذاری، تجاری‌سازی اینترنت و ظهور شبکه جهانی<sup>۳</sup> WWW آغاز شد. WWW به اینترنت رابط کاربری گرافیکی داد و فرم‌های جدیدی از ارائه و نمایش را مقدور کرد. یکی از پیامدهای این شبکه‌ای شدن تقاضای فزاینده برای نام‌های جالب دامنه‌های اینترنت بود. بنابراین نام‌ها به سرعت به کالایی کمیاب و کسب و کاری پررونق تبدیل شدند. بروز این اختلاف به تنشی میان دولت آمریکا و جامعه اینترنت در مسأله سلسله‌مراتب تصمیم‌گیری در خصوص سیستم نام‌گذاری دامنه‌ها منجر شد. در این وضعیت نه جامعه اینترنت و نه دستگاه دولت-ملت نمی‌توانست نظام سیاست‌گذاری اینترنت را یک‌جانبه هدایت کند. از یک سو تا این زمان که دولت‌ها وارد مباحثه سیاست‌گذاری اینترنت شوند، نهادهای حکمرانی جاافتاده‌ای در بخش خصوصی، جامعه مدنی و آکادمی و بر مبنای اصول همکاری، شایسته‌سالاری و توافق بوجود آمده بودند. از سوی دیگر تمام این بازیگران در چارچوب‌های قانونی دولت‌ها کار می‌کردند. این اختلاف، فاصله میان دیدگاه‌های متفاوت در خصوص تصمیم‌سازی و طبیعت اساساً جهانی سیاست‌گذاری مرتبط با اینترنت را برجسته می‌کرد. برای بسیاری در جامعه اینترنت، علاقه فزاینده دولت‌ها به مسائل حکمرانی اینترنت تجاوز به روح این پدیده و بنیادهای هنجاری آن بود. بنابراین این دوره با تلاش برای نهادینه کردن ساز و کارهای خود-تنظیم‌گری اینترنت و پیدا کردن راه‌حل مناسب برای مسأله «غیرقابل حکمرانی» بودن اینترنت بدون دخالت مستقیم دولت‌ها شناخته می‌شود.

این شرایط به ظهور مباحثات جهانی درباره سیاست‌گذاری اینترنت و نهایتاً برگزاری مجمع جهانی جامعه اطلاعاتی به حمایت سازمان ملل منجر شد. این مجمع در دو بخش برگزار شد. سال ۲۰۰۳ در ژنو و ۲۰۰۵ در تونس. این دیدارها که با دستورکاری توسعه‌محور آغاز شده بودند به سرعت تبدیل به مذاکرات بین‌المللی سطح بالایی درباره حکمرانی اینترنت تبدیل شدند. این دوره سوم بود که داشت شکل می‌گرفت. مجمع جهانی که در ژنو تشکیل شد بر اهمیت حکمرانی اینترنت به عنوان یک میدان سیاست‌گذاری تاکید کرد. به‌ویژه کشورهای توسعه‌یافته ناراضیتی خود را از وضعیت حکمرانی نشان دادند و تقاضای راه‌حل‌های میان-حاکمیتی بهتری کردند. دولت‌ها دیگر نمی‌توانستند به راحتی اقتدار خود را از طریق کانالی‌های بین‌المللی همچون ITU اعمال کنند چرا که در این زمان تقریباً عمده قدرت تصمیم‌سازی به سازمان‌های غیردولتی مانند IETF و ICANN محول شده بود. اینترنت، جهانی بودن و چند ارزشی بودنش، اختلافاتی که بوجود آمد و مدل‌هایی

<sup>2</sup> IETF

<sup>3</sup> World wide web

که برای حکمرانی آن مطرح شد در نهایت کار را به اینجا رساند که WSIS مدل «چند ذینفعی» را برای حکمرانی اینترنت صورت‌بندی و ارائه کرد. مدلی که مطابق آن نمایندگان گروه‌های مدافع منافع عمومی، انجمن‌های کسب و کارها و ... در کنار حاکمیت‌ها در مذاکرات سیاست‌گذاری بین حاکمیتی مشارکت می‌کنند. پس از مشاوره با بازیگران این حوزه در نهایت کارگروه حکمرانی اینترنت<sup>۴</sup> تعریفی عملیاتی از حکمرانی اینترنت ارائه کرد:

«حکمرانی اینترنت توسعه و کاربرد آن اصول، هنجارها، قوانین و فرآیندها و برنامه‌های تصمیم‌گیری توسط دولت‌ها، بخش خصوصی و جامعه مدنی در نقش‌های مربوط به خود است که به تکامل و استفاده از اینترنت شکل می‌دهند.» (The Evolution of the Internet Governance, 016)

در این گزارش، مروری بر حکمرانی اینترنت در داخل کشور چین به‌ویژه بعد از ظهور وب ۲.۰ و نمونه‌هایی از تاثیر این حکمرانی بر عملکرد بزرگترین شرکت‌های اینترنتی در چین می‌کنیم تا به فهم بهتری از اکوسیستم حکمرانی اینترنت در این کشور دست یابیم.

## تاریخچه حکمرانی اینترنت در چین

جمهوری خلق چین در سال ۱۹۹۴ وارد عصر اینترنت شد. امروزه بعد از ۲۶ سال، چین با بیش از یک میلیارد کاربر اینترنت، بیشترین جمعیت آنلاین را در سراسر جهان دارد. اما همزمان کشور چین سختگیرانه‌ترین چارچوب قانونی استفاده از اینترنت را هم بنا کرده‌است.

کشور چین چارچوب قانونی وسیعی در تنظیم‌گری اینترنت دارد. از زمان تصویب «مقررات داخلی مدیریت شبکه بین‌المللی اطلاعات رایانه‌ای»<sup>۵</sup> در سال ۱۹۹۶، چین بیش از ۱۳ اساسنامه و آیین‌نامه مستقیماً در خصوص مدیریت امور مربوط اینترنت تصویب کرده‌است. تحلیل این قوانین و مقررات نشان می‌دهد از اولین سال‌های دهه ۲۰۰۰ به بعد پلتفرم جای محتوا را در موضوع هدف این تنظیم‌گری گرفته‌است.

برای درک این تغییر، باید به تفاوت اساسی دو عصر وب ۲.۰ و پیش از وب ۲.۰/شبکه‌های اجتماعی توجه کرد. پیش از ظهور وب ۲.۰ اینترنت فضایی یک‌سویه و اصطلاحاً «فقط خواندنی»<sup>۶</sup> بود. به عبارت دیگر فقط تعداد محدودی از ارائه‌کنندگان می‌توانستند برای تعداد زیادی از مصرف‌کنندگان محتوا تولید کنند. این شرایط در چین هم برقرار بود. از همین رو مسئولان امر بر کنترل محتوا متمرکز بودند. برای نمونه «حکم محافظت از امنیت اینترنت»<sup>۷</sup> که در سال ۲۰۰۰ مصوب شد برخورد مجرمانه را با فعالیت‌های آنلاینی که

<sup>۴</sup> WGIG

<sup>۵</sup> Interim Regulations on the Management of International Networking of Computer Information

<sup>۶</sup> Read-only

<sup>۷</sup> Decision on Safeguarding Internet Security

مرتکب موارد زیر شوند، اجباری می‌کرد: به خطر انداختن امنیت ملی، تضعیف موقعیت دولت، تهدید وحدت ملی، ترویج فرقه‌های مذهبی.

تقریباً در همین زمان در سال ۲۰۰۰، دولت «مقررات مخابراتی»<sup>۸</sup> را نیز وضع کرد که طرح مجوز تولیدکننده محتوای اینترنت (ICP) را ارائه می‌کرد. مطابق این طرح تولیدکنندگان محتوا -عموماً وبسایت‌ها- موظف بودند اطلاعات خود را در وزارت صنعت و فناوری اطلاعات<sup>۹</sup> ثبت کنند. پس از این تولید محتوای خلاف مقررات به لغو مجوز ICP منجر و دسترسی به وبسایت از داخل چین مسدود می‌شد.

اولین تغییر موضع قابل توجه به سوی تنظیم‌گری پلتفرم به جای محتوا، وارد کردن مفهوم «خود-تنظیم‌گری صنایع» با تصویب «سند عمومی خود-انضباطی برای صنعت اینترنت چین»<sup>۱۱</sup> در سال ۲۰۰۴ اتفاق افتاد. در سال‌هایی که شبکه‌های اجتماعی در حال ظهور بودند، اصطلاح وب ۲.۰ به تازگی تعریف شده بود و شیوه تولید، اشتراک‌گذاری و مصرف محتوا در معرض تحولی انقلابی بود؛ خود-تنظیم‌گری گواهی بود بر اینکه مدیریت مستقیم محتوا از سوی دولت دیگر نمی‌تواند به نتایج مطلوب دولت‌ها منجر شود. در زمانه‌ای که هر کاربر به‌طور برابر و همزمان یک تولیدکننده بالقوه محتواست، چنین رویکردی عملاً نشدنی بود. از این‌رو قوانین بعد از سال ۲۰۰۴، همچون «مقررات موقت برای مدیریت توسعه خدمات اطلاعات عمومی در ابزارهای پیام‌رسان سریع»<sup>۱۲</sup> بر تنظیم‌گری پلتفرم‌ها مقدم بر محتوا تمرکز داشتند.

البته این مساله به این معنا نبود که فیلتر کردن محتوای حساس دیگر رخ نمی‌داد بلکه دولت چین در مورد پلتفرم‌های داخلی به جای مسیر اعمال قدرت مستقیم از نوک هرم استراتژی اعمال قدرت پاسخگوینه خود-تنظیم‌گری را به خدمت می‌گرفت. (Fell, 2017)

امروزه دیگر هر شرکت اینترنتی که در چین فعالیت می‌کند موظف است الزامات دولتی را - الزاماتی همچون به عهده گرفتن مسئولیت محتوای منتشر شده بر روی پلتفرم- رعایت کند. شرکت‌های اینترنتی برای این منظور باید سرمایه‌گذاری کافی در نیروهای انسانی و تکنولوژی‌های فیلترینگ خود داشته باشند تا بتوانند محتوای منتشر شده را تعدیل<sup>۱۳</sup> کنند و هماهنگ با قواعد دولتی عمل کنند. عدم رعایت این قواعد ممکن است به جریمه شدن یا حتی لغو مجوز فعالیت منجر شود.

قانون امنیت مجازی همه اپراتورهای شبکه را موظف می‌کند تا بر محتوای تولید شده توسط کاربران نظارت کنند تا از انتشار اطلاعاتی که پیش‌تر توسط نهادهای تنظیم‌گر ممنوع اعلام شده پیشگیری کنند.

<sup>8</sup> Telecommunications Regulations

<sup>9</sup> Internet Content Provider (ICP) license scheme

<sup>10</sup> Ministry of Industry and Information Technology (MIIT)

<sup>11</sup> Public Pledge on Self-Discipline for the Chinese Internet Industry

<sup>12</sup> Provisional Provisions for Administrating the Development of Public Information Services on Instant Messaging Tool

<sup>13</sup> moderate



در سال ۲۰۱۰ اداره اطلاعات شورای دولتی چین اولین راهنمای<sup>۱۴</sup> (مقاله سفید<sup>۱۵</sup>) خود را در مسأله سیاست‌گذاری اینترنت منتشر کرد. این سند شامل فهرستی از موضوعات ممنوعه بود که به شیوه‌ای مبهم تعریف شده بودند. برای نمونه فهرست شامل عناوین موضوعاتی همچون «برهم‌زننده نظم و ثبات جامعه» و «آسیب‌رسان به شان و منافع دولت» بود. این گونه تنظیم‌گری بدتعریف اما نه تنها موجب می‌شود نحوه رعایت قواعد برای اشخاص شفاف نباشد، بلکه به دولت فضای کافی می‌دهد تا هر زمان که ضرورت داشته باشد در فعالیت‌های شرکت‌ها مداخله کند. به نظر برخی متخصصین، این نوع تنظیم‌گری حتی معمولاً به سانسور افراطی منجر می‌شود.

شرکت‌های اینترنتی علاوه بر چالش کنار آمدن با تنظیم‌گری مبهم محتوا موظفند به طیف گسترده‌ای از نهادهای دولتی پاسخگو باشند تا از فعالیت بی‌دردسر خود در کشور چین اطمینان حاصل کنند. وزارت فرهنگ، وزارت صنعت و تکنولوژی ارتباطات، سازمان کل مطبوعات و نشریات، رادیو، فیلم و تلویزیون<sup>۱۶</sup>، اداره اطلاعات شورای دولتی چین و نهادهای دولتی دیگری در چین به طور مشترک جنبه‌های متفاوت فعالیت اینترنتی را تنظیم‌گری می‌کنند. فعالان حوزه اینترنت موظفند تاییدها و مجوزهای متنوعی را پیش از فراهم کردن هرگونه خدمات اطلاعات اینترنتی از دولت دریافت کنند.

در سال ۲۰۱۴، این کشور سازمان فضای مجازی چین<sup>۱۷</sup> را بنیاد نهاد که به نهاد دیگری تحت عنوان گروه مرکزی اصلی امنیت اینترنت و اطلاعاتی شدن<sup>۱۸</sup> پاسخگوست. این گروه مجموعه‌ای از نهادهاست که به سیاست‌گذاری و اجرای سیاست‌ها برای مدیریت مسائل مربوط به اینترنت می‌پردازد.

ریاست این گروه را که متشکل از برخی از بالاترین مقامات سیاسی است، شخص شی جین‌پینگ<sup>۱۹</sup> به عهده دارد. به نظر می‌رسد گروه یاد شده بناست تلاش‌های حزب کمونیست چین برای متمرکزسازی منافع متنوع و حتی متناقض نهادهای مدیریت اینترنت در کشور چین را به ثمر برساند. این نهاد حکمرانی سطح بالای اینترنت بر گسترش خدمات آنلاین نظارت می‌کند، به مسائل امنیت اینترنت می‌پردازد و از قلمرو قدرت قضایی وسیعی درباره سیاست‌های سانسور اینترنت برخوردار است.

سازمان فضای مجازی چین از زمان آغاز به کار تا کنون، همواره چارچوب کنترل بر محتوای آنلاین و هویت شخصی کاربران را گسترش داده‌است. مهم‌ترین قانونی که بر مدیریت اینترنت در چین نظارت می‌کند، قانون امنیت مجازی<sup>۲۰</sup> بوده است که در زمان مقامات کنونی چین تصویب شد.

<sup>14</sup> China's State Council Information Office (SCIO)

<sup>15</sup> White paper

<sup>16</sup> State Administration of Press and Publication, Radio, Film and Television (SAPPRFT)

<sup>17</sup> Cyberspace Administration of China

<sup>18</sup> Central Leading Group for Internet Security and Informatisation (CLG)

<sup>19</sup> Xi Jinping

<sup>20</sup> Cyber Security Law (CSL)

قانون امنیت مجازی چین که از ژوئن ۲۰۱۷ لازم‌الاجرا بوده‌است، بر تمام فعالیت‌های آنلاین در چین حکمرانی می‌کند و تمام خدمات‌دهندگان آنلاین را مکلف می‌کند که کاربران را با نام واقعی احراز هویت کنند. همین قانون است که تمام اپراتورهای شبکه را نیز متعهد می‌کند که بر محتوای تولید شده توسط کاربران نظارت کنند تا از نشر اطلاعاتی که پیش‌تر ممنوع اعلام شده جلوگیری کنند.

پس از تصویب این قانون، سازمان فضای مجازی چین در مدت دو هفته مجموعه‌ای از قواعد اساسی را برای مدیریت اینترنت منتشر کرد. این قواعد شامل طیف گسترده‌ای از الزامات بود که از تقویت مقررات ثبت‌نام با نام واقعی در فروم‌های اینترنتی و کامنت‌های آنلاین تا مسئول شمردن افراد برای محتوای منتشر شده در پلتفرم خودشان (اکانت عمومی یا گروه‌های گفتگو) را شامل می‌شد. این مقررات مسئولیت را در زنجیره انتشار محتوا از شرکت‌های تکنولوژی و رسانه تا سطح کاربران منفرد پایین آوردند. (Ruan, 2019)

### تنظیم‌گری صوت و تصویر

در سال ۱۹۸۲، وزارت رادیو، فیلم و تلویزیون<sup>۲۱</sup> قوانین مدیریت محصولات صوت و تصویر<sup>۲۲</sup> را تصویب کرد. مطابق این قوانین تولید و توزیع محصولات صوت و تصویر نیاز به دریافت مجوز داشت و همین وزارت باید بر بررسی و تایید ورود محصولات خارجی هم نظارت می‌کرد. گرچه معیارهای این بررسی دقیقاً مشخص نبود، از برخی بندهای این قانون می‌توان بعضی از مهم‌ترین نگرانی‌های سیاست‌گذاران را تشخیص داد. مطابق این قانون سازمان‌های قضایی و امنیت عمومی باید به محتوای ارتجاعی، مستهجن و غیرقانونی رسیدگی کنند و محتوای ضدچین، ضدکمونیسم، ضدسوسیالیسم، مستهجن، ناشایست و پروپاگاندای مذهبی باید توقیف شوند.

در سال ۱۹۹۰ اساسنامه‌ای تحت عنوان تدابیر مدیریت تلویزیون کابلی<sup>۲۳</sup> (مصوب همان وزارتخانه) تنظیم شد که به نهادهای غیررسانه‌ای دولتی اجازه رسمی راه‌اندازی شبکه‌های کابلی داخلی برای کارمندان خود -به‌عنوان مزایای کارمندی- می‌داد. طبق این مقررات، واحدهای دولتی از جمله سازمان‌ها و بنگاه‌های دولتی می‌توانستند در صورتی که امکان تامین هزینه و تجهیزات کافی را داشتند، شبکه‌های تلویزیون کابلی بسته‌ای صرفاً برای کارمندان این سازمان‌ها راه‌اندازی کنند. تولید محتوای ارتجاعی، مستهجن، آسیب‌رسان به امنیت ملی و ثبات اجتماعی نیز ممنوع بود.

با ظهور اینترنت و محصولات صوت و تصویر آنلاین، تغییرات متعددی طی سال‌ها در مقررات حاکم بر این حوزه رخ داد. مقررات مدیریت سرویس‌های برنامه صوت و تصویر اینترنتی در سال ۲۰۰۸ توسط وزارت صنعت و فناوری اطلاعات و اداره ملی رادیو و تلویزیون وضع شد. این مقررات بنا بود سرویس‌های صوت و تصویر از جمله فعالیت‌هایی که برنامه‌های صوتی-تصویری و سرویس‌های بارگزاری و نشر

<sup>21</sup> MRFT

<sup>22</sup> Provisional Audiovisual Products Management Rules

<sup>23</sup> Provisional Cable Television Management Measures

برنامه‌های صوت و تصویر را برای مردم در بستر اینترنت فراهم می‌کنند تنظیم‌گری کند. مطابق این قانون اداره دولتی رادیو، فیلم و تلویزیون (که امروزه اداره خبرگزاری‌ها، انتشارات، رادیو، فیلم و تلویزیون نام دارد) نهاد تنظیم‌گر این حوزه است. علاوه بر این وزارتخانه صنعت و فناوری اطلاعات نیز مسئول تنظیم‌گری صنعت مخابرات مرتبط با این حوزه بود. و فراهم‌کنندگان سرویس‌هایی که قصد داشتند در این حوزه فعالیت کنند باید برای نشر برنامه‌های صوت و تصویر از طریق شبکه اطلاعات، از نهادهای تنظیم‌گر مجوز دریافت کنند. همچنین اگر کسب و کار فراهم‌کنندگان سرویس‌های صوت و تصویر شامل مسائل مربوط به امور سیاسی شود، باید مجوز نهادهای رادیو-تلویزیون، مجوزهای خدمات اطلاعات خبری آنلاین و مجوزهای تولید و اجرای برنامه‌های رادیو-تلویزیونی دریافت کنند.

در سال ۲۰۱۶ مقررات مدیریتی شبکه‌های خصوصی و خدمات برنامه‌های ارتباطات هدفمند صوت و تصویر توسط اداره ملی رادیو و تلویزیون به تصویب رسید. این قانون به هدف تنظیم‌گری فعالیت‌هایی وضع شد که برنامه‌های رادیو تلویزیونی و سایر خدمات صوت و تصویر از طریق IPTV، شبکه خصوصی تلویزیون موبایل و تلویزیون اینترنتی تولید می‌کنند. مطابق این قوانین اداره دولتی رادیو، فیلم و تلویزیون (اکنون اداره خبرگزاری‌ها، انتشارات، رادیو، فیلم و تلویزیون) نهاد تنظیم‌گر این حوزه بوده و ارائه‌کنندگان خدمات صوت و تصویر که در این حوزه فعالیت می‌کنند باید از نهادهای تنظیم‌گر مجوز دریافت می‌کردند. اما نکته مهم اینجاست که این ارائه‌کنندگان خدمات باید بنگاه‌های دولتی یا تحت نظارت دولت باشند.

در نهایت در سال ۲۰۲۰ اداره فضای مجازی چین مقررات مدیریت سرویس‌های اطلاعات صوت و تصویر آنلاین را تصویب کرد. مطابق این مقررات جدید ارائه‌کنندگان خدمات اطلاعات صوت و تصویر آنلاین می‌بایست اطلاعات هویت کاربران را احراز کند. هیچ سازمان یا فردی اجازه ندارد از خدمات اطلاعات صوت و تصویر آنلاین و سایر فناوری‌های اطلاعات برای مشارکت در فعالیت‌های غیرقانونی یا نشر محتوای غیرقانونی استفاده کند. اگر ارائه‌کننده خدمات و کاربران آن‌ها از فناوری‌های جدید مبتنی بر یادگیری عمیق و واقعیت مجازی برای تولید، انتشار و توزیع صوت و تصویر غیرواقعی استفاده کنند باید نشانه‌هایی مشهودی به این محتوا اضافه کنند تا غیرواقعی بودن آن را یادآوری کند و همچنین اخبار نادرست را تولید، منتشر یا توزیع نکنند. در نهایت ارائه‌کنندگان سرویس‌ها می‌بایست ساز و کارهایی برای ردّ شایعات بنا کنند.

## دیوار بزرگ آتشین<sup>۲۴</sup>، بستر رشد نوآوری

در مطالعه عدم حضور شبکه‌های اجتماعی غربی یا در واقع غیرقابل دسترس بودن تحمیلی آنها از داخل چین باید شیوه تنظیم‌گری دوگانه پلتفرم‌های داخلی و خارجی را تحلیل کرد. دولت چین چه از جنبه زیرساخت‌های فنی و چه از جنبه حکمرانی ابزار کافی برای مدیریت پلتفرم‌های متخلف داخلی و خارجی را دارد. تمام بخش‌های اصلی اینترنت چینی تحت نظارت سازمان‌های دولتی هستند و به عبارت دیگر هیچ کانال خصوصی یا غیردولتی برای اتصال چین با اینترنت جهانی وجود ندارد.

با توجه به ارزش بازار چین و ظرفیت دولت چین برای برخورد موثر با رفتار ناسازگار با قوانین در سرویس‌های شبکه اجتماعی و وب ۲.۰، پلتفرم‌های خارجی احتمالاً تمایل دارند تلاش کنند تا محتوا را مطابق استانداردهای دولت چین مدیریت کنند و موقعیت خود را در این بازار از دست ندهند. اما با وجود تلاش‌های پلتفرم‌های خارجی برای دستیابی به این بازار و ارسال سیگنال تمایل به تابعیت از استانداردهای چینی - همچون تلاش فیسبوک برای ورود به چین - به نظر می‌رسد هیچ تغییری در شیوه تنظیم‌گری دولت چین حاصل نشده است.

ابزارهای تنظیم‌گری مدیریتی و فنی چین برای برخورد با پلتفرم‌های متخلف داخلی و خارجی به یک‌اندازه موثرند اما با سرویس‌های خارجی و داخلی همچنان متفاوت برخورد می‌شود. این مساله، نکته بسیار مهمی در تحلیل قوانین اینترنت چینی است که به انگیزه‌ای فراتر از سانسور در این شیوه قانون‌گذاری اشاره می‌کند. فهم انگیزه‌های یاد شده به تحلیلی پس‌زمینه‌ای از اینترنت به‌طور عمومی و اینترنت در چین نیاز دارد. زمانی که چین وارد عرصه اینترنت شد، ایالات متحده آمریکا - یا در واقع مرکز نوآوری‌های فناوری در حوزه اینترنت - تجربه ۳۰ سال برخورداری از اینترنت را داشت. آنچه که به عنوان پروژه شبکه دفاعی آمریکا<sup>۲۵</sup> در زمان جنگ سرد آغاز شده بود در این کشور به صنعتی کامل تبدیل شد و سیاست توسعه اینترنت در آمریکا، سیلیکون‌ولی را به مرکز جهانی نوآوری تبدیل کرد.

در جبهه فرهنگی اما، تاثیر محتوای برخط غربی بر جامعه چینی همواره در معرض انتقادات داخلی این کشور قرار داشت. در همین فضا بود که سیاست‌مداران و اندیشمندان چینی مفهومی را تعریف کردند که در آکادمی غربی به ندرت منعکس شده است. مفهومی تحت عنوان «امنیت فرهنگی» که طبق تعریف یکی از اساتید دانشگاه پکن<sup>۲۶</sup> به «حفاظت از ساختارهای بنیادین فرهنگی، زبان ملی، تاریخ، سنت فکری، دانش بومی و باورهای مذهبی در برابر فرسایش و نابودی از سوی نیروهای تخریب‌گر داخلی و خارجی» اشاره دارد.

<sup>24</sup> Chinese Great Firewall

<sup>25</sup> ARPANET

<sup>26</sup> Shi Zhongying of Beijing Normal University

اینترنت جایگاهی مرکزی در اقتصاد امروز چین دارد و نقشی فعال در تحول اقتصادی این کشور و ورودش به عرصه جهانی داشته است. در نتیجه از نظر چینی‌ها اینترنت فعال‌کننده توسعه اقتصادی چین تلقی می‌شود. از طرفی این کشور طی ۵۰۰۰ سال و به ویژه در آغاز قرن ۱۹ - دوره عهدنامه‌های نابرابر<sup>۲۷</sup> - تجربه ناخوشایندی از مبادلات جهانی داشته است. از این رو عدم تمایل ویژه این کشور به تبادلات فرامرزی تا حدی قابل درک است. اما از نخستین روزهای پس از اصلاحات جدید به رهبری دنگ شیائوپینگ در سال‌های ۱۹۸۰، این کشور بر یک اصل استوار بوده است: اینکه از سرمایه‌گذاران خارجی تنها در صورتی استقبال می‌شود که حضورشان به نفع اقتصاد چین و جامعه چینی باشد. اینترنت نیز از این اصل مستثنی نیست.

بازار بسیار بسته چین بستر رشد انبوهی از پلتفرم‌های پایدار و بسیار نوآورانه داخلی وب ۲،۰ شبکه اجتماعی را فراهم کرده است. در سال‌های اولیه شرکت‌های اینترنتی فیسبوک، گوگل و توییتر مشابه شرکت‌های غربی همچون کوکاکولا و IBM که در سال‌های ۱۹۸۰ در انتظار فروش محصول به پرجمعیت‌ترین بازار جهان وارد چین شده بودند، نگاهی خوشبینانه داشتند. اما دولت چین تمایل نداشت اجازه دهد که کشور چین بدون اینکه منافعی بلندمدت برای شهروندانش تامین کند به بازاری از مصرف‌کنندگان متکی بر واردات تبدیل شود.

وضعیت یاد شده شباهتی اساسی با وضعیت امروز و در مورد صنعت اینترنت دارد. شبکه‌های اجتماعی / وب ۲،۰ و فناوری‌ها و مدل‌های کسب و کاری که از آنها ریشه گرفته‌اند، هر روز نقش گسترده‌تری در زندگی روزمره پیدا می‌کنند و به نظر می‌رسد برای جامعه چین در تکیه اقتصادی، فنی و فکری بر پلتفرم‌های خارجی این حوزه منفعتی وجود ندارد. ناتوانی بخش عمده‌ای از اقتصادهای توسعه‌یافته جهان برای مقابله با تسلط سیلیکون‌ولی هشدار می‌دهد برای کشور چین بوده است.

در مجاورت مفهوم امنیت فرهنگی، مفهوم «امنیت نوآوری» مطرح شد. مفهومی که اشاره دارد به «حفاظت از محیطی که در آن، جامعه می‌تواند برای دستیابی به نوآوری‌های قابل توجه تقلاهای فکری لازم را به جا بیاورد و به موازات آن اقتصاد ملی‌ای که قادر است کاربردهای تجاری چنین نوآوری‌هایی را از فرسایش و نابودی توسط نیروهای تخریبگر داخلی و خارجی حفظ کند.»

این مفهوم به‌طور عملی در ظهور علی‌بابا، تنسنت (کیوکیو و وی‌چت)، یوکو تودو و سایر پلتفرم‌های چینی موفق، تجلی پیدا کرد. تا چندی پیش، ساحل غربی ایالات متحده تجسم نوآوری بود. اما امروزه چین در حال بر هم زدن این تصویر است.

پلتفرم‌های بومی چین که حاصل امنیت نوآوری بوده‌اند، دیگر جایگزین‌های بی‌کیفیتی برای رهبران بازار آمریکا نیستند. برای نمونه امروزه خدمات پرداخت شخص ثالث علی‌پی و وی‌چت‌پی در حال ورود به بازارهای

<sup>27</sup> traumatic humiliation of China during the unequal treaties period

جهانی هستند. پیامدهای این مساله برای صنایع خدمات مالی جاافتاده و قدیمی در کشورهای غربی بسیار جدی خواهد بود. این امنیت نوآوری حاصل فایروال بزرگ چین است که فضایی محافظت شده برای رشد نوآوران و استارت‌آپ‌های داخلی فراهم می‌کند.

حقوق بشر، آزادی بیان، مباحثه آزاد و دموکراسی ارزش‌های بنیادین جوامع غربی هستند و تحقق یافتن آنها، دستاورد بزرگی بوده‌است. اما اگر چین را تنها از زاویه دید رژیم اقتدارگرا بررسی کنیم ناگزیر به این نتیجه می‌رسیم که قانون چین تنها در خدمت حفظ جایگاه حزب کمونیست است. اما تحلیل قانون و سیاست‌های اینترنت چین از این زاویه تنها روایت‌های پیشین درباره شرایط سیاسی و اجتماعی چین را تایید می‌کند و اجازه نمی‌دهد فهمی جدید از استراتژی و سیاست اقتصادی چین یا توسعه نوآوری اینترنت چین پیدا کنیم. (Fel1, ۲۰۱۷)

### تنظیم‌گری محتوا

چنان که گفته شد شرکت‌های اینترنتی چینی، به منظور رعایت قوانین و مقررات گسترده کنترل محتوا، هزینه‌های بسیاری را در جذب نیروی انسانی کافی و تکنولوژی مورد نیاز برای نظارت و فیلتر اطلاعات در پلتفرم‌های خود متحمل شده‌اند. فرآیند سانسور به شیوه‌های «مختلط» از بررسی‌های انسانی تا فیلتر ماشینی اجرا می‌شود تا مدیریت محتوا هم به صورت پیشگیرانه و هم بعد از انتشار محتوا امکان‌پذیر باشد.

اما شهرت شرکت‌های چینی در حال رشد به رعایت مقررات داخلی چین، گاه مانع گسترش برون‌مرزی این شرکت‌ها می‌شود. برای نمونه وی‌چت، که امروزه محبوب‌ترین شبکه اجتماعی چینی است، به خاطر اعمال «اتفاقی» سانسور بر کاربران بین‌المللی، در مسیر رشد جهانی خود بارها با واکنش‌های شدید روبرو شده‌است. نمونه‌های مشابه این مورد، اعتماد کاربران به وی‌چت را کاهش داده و کاربران بین‌المللی را از محدودیت‌های اپلیکیشن‌های چینی در چین آگاه می‌کند.

به این ترتیب شرکت‌های اینترنتی در دوراهی رعایت کردن خط قرمزهای دولتی در چین و رفع نیاز کاربران بین‌المللی که اینترنت را محیطی آزاد از کنترل می‌خواهند گیر افتاده‌اند و از این‌رو به شیوه‌هایی خلاقانه برای اعمال سانسور روی آورده‌اند.

نتیجه تحقیقات دانشگاه تورنتو<sup>۲۸</sup> نشان می‌دهد که وی‌چت سازوکاری دوگانه یا به اصطلاح مکانسیم -یک اپ، دو سیستم- را به کار گرفته است که طی آن فرآیند سانسور فقط حساب‌های کاربری ثبت‌نام‌شده با شماره چین را تحت نظر می‌گیرد. البته اگر صاحب حساب بعدها شماره خود را به شماره‌های بین‌المللی تغییر دهد نیز، سانسور در این حساب‌های کاربری پابرجا می‌ماند.

<sup>28</sup> University of Toronto's Citizen Lab



شرکت بایت‌دنس<sup>۲۹</sup>، شرکت بالادستی اپلیکیشن‌های انتشار ویدیوی کوتاه -تیک‌تاک/دوین- هم به دلیل نگرانی‌های مشابهی اساساً دو اپلیکیشن جداگانه برای کاربران داخل و خارج چین طراحی کرده‌است. با این حال، بر خلاف چارچوب حقوقی وسیع و در حال گسترش چین در این حوزه، کنترل اطلاعات در چین همچنان یکپارچه و استوار نیست. کشور چین تلاش می‌کند هرچه بیشتر رسانه‌های جدید و تکنولوژی‌های پیشرفته را به خدمت خود درآورد اما همین اقدامات را تا حد زیادی به کمک شرکت‌های خصوصی انجام می‌دهد. (Ruan, ۲۰۱۹)

آنچه این شیوه تنظیم‌گری محتوا را پیچیده‌تر می‌کند این نکته مکرر است که مقررات تنظیم‌گری محتوا بسیار مبهم تعریف شده‌اند. برای نمونه انتشار محتوای «مختل‌کننده نظم و ثبات اجتماعی» ممنوع است اما اینکه چگونه باید این محتوا را تشخیص داد چندان واضح نیست. ممکن است شرکت‌های اینترنتی طی رویدادهایی که به لحاظ سیاسی برای دولت حساس تلقی می‌شوند، آیین‌نامه‌هایی عمومی در خصوص تنظیم محتوا دریافت کنند اما تحقیقات نشان می‌دهد که هیچ لیست سیاه متمرکزی برای سانسور محتوا وجود ندارد. بنابراین شرکت‌ها خود باید برای اعمال سانسور و تعیین محتوای حساس تصمیم بگیرند. (Kenyon, 2020)

اگرچه این نظام کنترل اطلاعات روی‌هم‌رفته در تنظیم‌گری محتوا موثر بوده‌است اما به بروز معما کلاسیکی منجر شده‌است. و آن اینکه کارگزاران مسئول به اجرای مقررات، انگیزه کافی دارند که مطابق منافع خود عمل کنند، حتی اگر این منافع با منافع بالادستی تناقض داشته باشند. در مورد خاص سیستم کنترل آنلاین کشور چین، کارگزاران (شرکت‌های خصوصی) گاهی برای منافع تجاری خود ریاست (دولت) را به چالش می‌کشند و حتی از این ساز و کار سواستفاده می‌کنند.

مطالعات متنوع بر روی اپلیکیشن‌های چت، وبلاگ‌ها، موتورهای جستجو و اپلیکیشن‌های پخش زنده در چین نشان می‌دهد این پلتفرم‌ها به شیوه‌های مختلفی فرآیند سانسور را اعمال می‌کنند. تحلیل‌های دانشگاه تورنتو بر بیش از ۲۰۰ بازی و ۱۸۰۰۰۰ کلیدواژه ممنوع شده نشان می‌دهد، بهترین پیش‌بینی کننده دقیق شباهت لیست سیاه کلیدواژه‌های حساس در حوزه‌های قضایی یکسان، توسعه‌دهندگان و منتشرکنندگان بازی هستند و نه تنظیم‌گران مقررات در آن حوزه‌ها. به عبارت دیگر توسعه‌دهندگان بازی خود درجه‌ای از کنترل بر سانسور محتوا دارند.

در برخی موارد هم پلتفرم‌های اینترنتی نام رقیبان خود را سانسور می‌کنند تا کاربران جذب پلتفرم‌های دیگر نشوند. از این گذشته، پایگاه داده افشا شده دستورالعمل سانسور سرویس سینا-ویو (سرویس تویتر ماندی در چین) نشان می‌دهد که این پلتفرم گاه از اجرای دستورات دولتی سر باز زده و محتوای حساس را از دسترس خارج نکرده تا کاربران خود را از دست ندهد. (Ruan, ۲۰۱۹)

<sup>29</sup> ByteDance

سینا ویبو در سال ۲۰۰۹ ساخته شد. این پلتفرم که به دولت تضمین داده بود جریان اطلاعات را تحت کنترل و نظارت خود بگیرد موفق شد مجوز فعالیتش را دریافت و اولین پلتفرم میکرو-بلاگ را در کشور چین راه‌اندازی کند.

ویبو در مدت کوتاهی امکان انتشار اطلاعات متنوع با سرعت بالا و آزادی بیانی که پیش‌تر وجود نداشت را برای شهروندان چینی فراهم کرد. این شبکه اجتماعی تویتر مانند هم به جنبش‌های مردمی و هم به نخبگان اجتماعی قابلیت شکستن انحصار گفتمان رسانه سنتی و نظارت سختگیرانه دولتی را می‌داد تا اطلاعات را با سرعت بالا به اشتراک بگذارند، برای عقاید عمومی فعالانه دستورکار تهیه کنند، درباره مسائل حساس به راحتی مباحثه کنند و حتی عموم مردم را برای فشار آوردن مستقیم بر مسئولان تحریک کنند.

طبق آمارها، در سال ۲۰۱۳ تعداد کاربران ویبو ۳۳۱ میلیون نفر بود. به عبارت دیگر این اپلیکیشن در مدت چهار سال نظر عموم مردم را جلب کرده بود و به محبوب‌ترین و موثرترین نوع شبکه اجتماعی در کشور تبدیل شده بود.

اما بدون شک، در کشور چین که ثبات سیاسی و اجتماعی مهم‌ترین دغدغه حزب کمونیست چین و دولت چین بوده است، پلتفرمی چون ویبو نمی‌توانست به‌عنوان منطقه ویژه آزادی بیان دوام بیاورد. در واقع هر فرد یا رسانه‌ای که این ثبات سیاسی و اجتماعی را تهدید یا تضعیف کند با مجازات مواجه می‌شود. به همین دلیل بود که از اوایل سال ۲۰۱۳، دولت چین دست به اقداماتی زد تا این اپلیکیشن را تحت نظارت قرار دهد. گزارش آمارهای بعدی نشان می‌دهد که تعداد کاربران ویبو بعد از این اقدامات در مدت یک سال ۹ درصد یا حدود ۲۷,۸ میلیون نفر کاهش داشت. برخی متفکران چینی حتی پیش‌بینی می‌کردند که ویبو در حال خاموشی است.

در مورد دیگری، شرکت تائوتیائو در سال ۲۰۱۸، توسط سازمان فضای مجازی چین متهم به انتشار غیرقانونی محتوای نامناسب شد. بعد از این اتهامات، شرکت تائوتیائو ۲۰۰۰ نفر نیروی انسانی برای مرور محتوا استخدام کرد. این در حالی بود که تائوتیائو در این زمان ۴۰۰۰ نفر کارمند برای مرور محتوا نیز داشت. طبق آگهی استخدام این شرکت، بنا بود این کارمندان روزانه ۱۰۰۰ مطلب را از نظر در بر نداشتن محتوای غیرقانونی بررسی کنند. تائوتیائو همزمان با این اقدامات، ۱۱۰۰ حساب رسانه‌ای مستقل را به بهانه انتشار محتوای کم-کیفیت حذف کرد. (LAI, 2018)

### سانسور محتوا در وی‌چت

در سال ۲۰۱۹ یک خبرنگار بی‌بی‌سی از پکن درباره سانسور وی‌چت چنین گزارش کرده بود: بعد از انتشار عکس‌هایی از مردم در هنگ‌کنگ که هر سال به مناسبت سرکوب اعتراضات میدان تیان‌آن‌من گرد هم می‌آیند



و شمع روشن می‌کنند، مردم ساکن سرزمین اصلی چین<sup>30</sup> از او دربارهٔ مناسبت انتشار عکس‌ها سوال کرده‌بودند. خبرنگار بی‌بی‌سی تلاش کرده‌بود به نحوی غیرمستقیم به رویداد مورد نظر اشاره کند اما حساب کاربری وی چت او بلافاصله تعلیق شده بود و پیامی با این مضمون نمایش داده بود: «این حساب کاربری مظنون به انتشار شایعات معاندانه است و موقتا مسدود شده‌است.»

این خبرنگار توضیح می‌دهد که بعد از یک روز از گذشت تعلیق حساب کاربری برای ورود مجدد، وی چت جهت ورود مجدد به حساب، ابتدا باید انتشار شایعات معاندانه را تایید می‌کرد. سپس برنامه از او می‌خواست تا مستقیم به دوربین گوشی نگاه کند و اعدادی که روی صفحه نمایش داده‌شده بود را به زبان چینی بخواند. به این ترتیب اپلیکیشن به اطلاعات بایومتریک او دسترسی می‌یافت.

خبرنگار بی‌بی‌سی در پاسخ به این سوال که چرا با این درخواست‌های اپلیکیشن موافقت کرده بود می‌گوید، زندگی در چین بدون وی چت ممکن نیست. اینجا وقتی شخص جدیدی را ملاقات می‌کنید، از بیزینس کارت خبری نیست، حساب وی چت خود را با او به اشتراک می‌گذارید. اگر برای تیم فوتبال بازی می‌کنید، اطلاعات تمرین‌ها را باید در وی چت ببینید. برنامه‌های مدرسهٔ بچه‌ها، وی چت. بلیط سینما، وی چت. مرور اخبار، وی چت. اطلاعات رستوران‌ها، وی چت. پرداخت برای هرچیزی از یک کاسه نودل تا مبلمان خانه، وی چت. مردم بدون وی چت با خانواده و دوستان خود هم نمی‌توانند ارتباط داشته باشند. به همین دلیل سانسور وی چت برای بستن حساب‌های کاربری تأثیری واقعی در زندگی شهروندان چینی دارد. استفاده از وی چت که یکی از ناامن‌ترین اپلیکیشن‌ها در جهان است، در حقیقت گریزناپذیر است. (McDonell, 2019)

وی چت - سوپراپلیکیشنی که شرکت تنسنت ارائه می‌کند - و همین‌طور رقیبان این شرکت، حجم عظیمی از داده‌های کاربران چینی را گردآوری می‌کنند. داده‌هایی که تحت نظارت این شرکت‌ها قرار دارند و طبق قوانین چین می‌تواند در اختیار دولت قرار گیرد.

در اپلیکیشن وی چت، گفتگوهای شخصی و گروهی مطابق مقررات سانسور می‌شوند. برای نمونه در استفاده از وی چت، کلماتی چون میدان تیان‌آن‌من<sup>31</sup>، تبت، نام گروه‌های مذهبی ممنوعه یا نام‌های مستعار مسخره‌آمیز سیاستمداران به طور خودکار سانسور می‌شوند. فرستادن محتوای حساسیت برانگیز با توجه به شرایط سیاسی روز کشور می‌تواند برای افراد دردسرساز شود.

<sup>30</sup> Mainland China

<sup>31</sup> Tiananmen Square

تحقیقات نشان می‌دهد وی چت عموماً در دوره‌های زمانی حساس - به لحاظ سیاسی - دست به سانسور گسترده محتوا می‌زند. دوره‌هایی همچون زمان مرگ لیو شیائوبو<sup>۳۲</sup>، نوزدهمین کنگره ملی حزب کمونیست و آغاز پاندمی کووید ۱۹.

### بررسی فنی سانسور محتوا در وی چت

پژوهش citizenlab بر سانسور محتوا در اپلیکیشن وی چت طی گزارش‌های متعددی به شیوه‌های تنظیم‌گری محتوا در این اپلیکیشن پرداخته است. این گزارش‌ها نشان می‌دهد که وی چت تصاویر و کلمات کلیدی حساسی را برای کاربرانی که با شماره تلفن متعلق به چین (سرزمین اصلی) ثبت‌نام کرده‌باشند سانسور می‌کند.

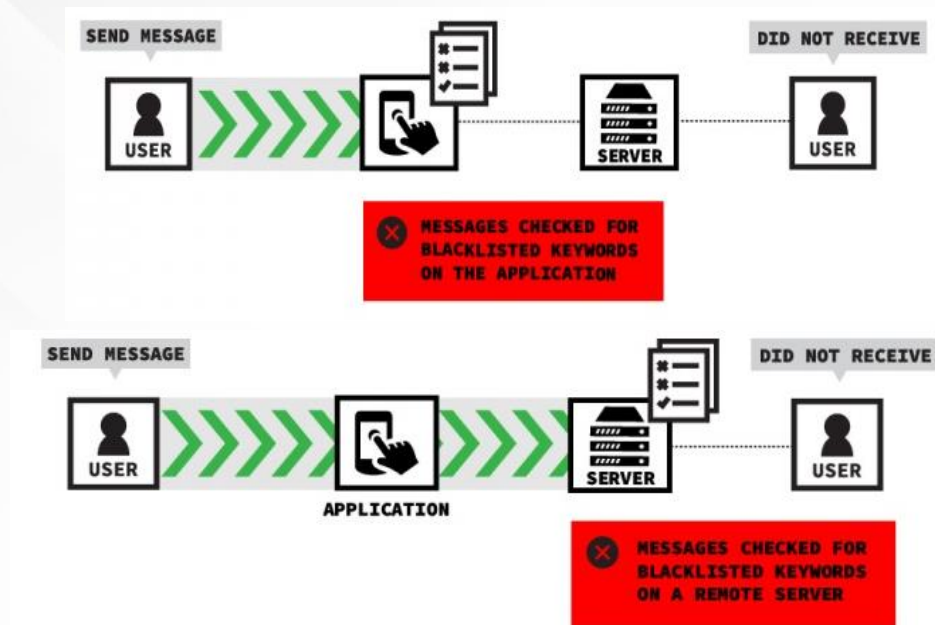
وی چت این محتواها را در سمت سرور سانسور می‌کند. به عبارت دیگر تمام قواعد اعمال سانسور روی یک ریموت سرور قرار دارند. وقتی که پیامی از یک کاربر به کاربر دیگری ارسال می‌شود، از سروری متعلق به شرکت تنسنت عبور می‌کند که پیام‌های حاوی کلمات لیست سیاه این شرکت را پیش از ارسال به گیرنده تشخیص می‌دهد. اگر این پیام سانسور شود، کاربر فرستنده یا گیرنده هیچ پیغامی مبنی بر حذف شدن پیام دریافت نمی‌کند.

### اما کلمات و تصاویر حساس چطور در وی چت شناسایی می‌شوند؟

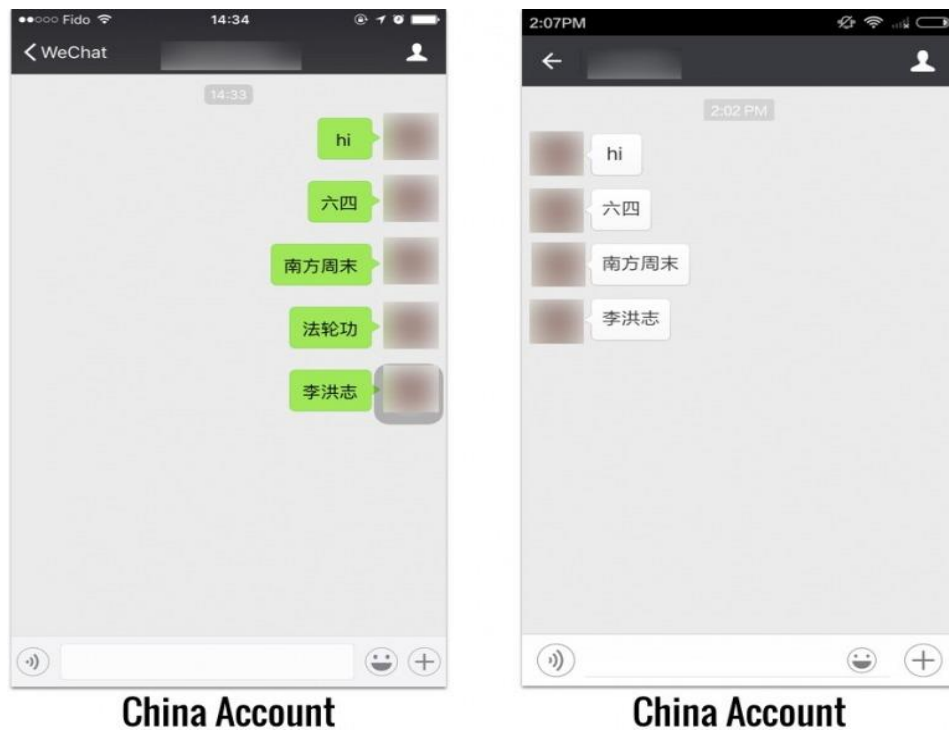
وی چت اسناد، پیام‌ها و تصاویر را به دنبال محتوای نوشتاری حساس اسکن و تحلیل می‌کند. خود تصاویر نیز با لیست سیاهی از تصاویر حساس مقایسه می‌شوند. اگر این فایل‌ها و پیام‌ها از نظر سیاسی مساله‌ساز تلقی شوند، MD5 Hash<sup>۳۳</sup> این فایل‌ها نشانه‌گذاری و ذخیره می‌شود تا برای سانسور فایل‌های مشابه در آینده استفاده شود.

<sup>۳۲</sup> منتقد، نویسنده، فعال حقوق بشر، زندانی سیاسی و برنده جایزه صلح نوبل اهل چین بود که برای اصلاحات سیاسی و پایان حاکمیت حزب کمونیست چین تلاش می‌کرد.

<sup>۳۳</sup> نوعی اثر انگشت دیجیتال که برای هر فایل به طور یکتا تولید می‌شود.



شکل ۱: تصویر بالا سانسور در سمت کاربر و تصویر پایین سانسور در سمت سرور (به روش وی چت) را تصویر زیر گفتگویی را میان دو حساب کاربری در چین ثبت شده نشان می‌دهد. یکی از کاربران کلیدواژه حساس falun gong (به زبان چینی) را برای دیگری ارسال کرده. پیام به شخص دوم نرسیده اما هیچ یک از دو طرف از این موضوع با خبر نشده‌اند.



شکل ۲: گفتگوی دو کاربر چینی در وی چت

### چه تفاوتی میان حساب‌های کاربری چینی و غیر چینی وجود دارد؟

حساب‌های کاربری چینی تحت شرایط و ضوابط خدمات حوزه قضایی چین (شنژن) قرار دارند و از این رو طبق قوانین چین مورد سانسور قرار می‌گیرند. حتی وقتی کاربران که با شماره چینی در وی‌چت ثبت‌نام کرده‌اند، حساب کاربری خود را به شماره‌ای غیرچینی مرتبط می‌کنند نیز تحت همان قواعد سانسور قرار دارند. اما حساب‌های کاربری غیرچینی تحت شرایط و ضوابط خدمات حوزه قضایی خارج از چین (سنگاپور) قرار دارند.

### آیا حساب‌های کاربری غیر چینی هم مورد نظارت قرار می‌گیرند؟

گزارش citizenlab نشان می‌دهد حساب‌های کاربری غیرچینی اگرچه مورد سانسور قرار نمی‌گیرند، به نظر می‌رسد تحت نوعی نظارت هستند و محتوای ارتباطات این حساب‌ها برای بهبود سانسور حساب‌های کاربری چینی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در حقیقت گویی ارتباطات کاربران غیرچینی به سیستم سانسور ارتباطات کاربران چینی کمک می‌کند.

مطابق قانون امنیت مجازی کشور چین، اطلاعاتی که در پلتفرم‌های شرکت‌های چینی تولید می‌شوند می‌تواند به هدف تحقیقات جرم‌انگاره و مرتبط با امنیت ملی در اختیار دولت چین قرار بگیرند. در مورد وی‌چت، پژوهش پژوهشگران وی‌چت نشان نمی‌دهد که آیا شرکت تنسنت ارتباطات کاربران غیرچینی را نیز در اختیار دولت چین قرار می‌دهد یا نه. اما به نظر می‌رسد این کاربران تحت نظارت محتوایی قرار دارند و حتی شرایط و ضوابط خدمات اپلیکیشن برای این کاربران این نکته را به درستی و وضوح بیان نکرده‌است.

پژوهشگران citizenlab برای رسیدن به این یافته دو گفتگو میان دو حساب کاربری چینی و دو حساب کاربری غیرچینی طراحی کردند. زمانی که محتوایی حساس در گفتگوی دوم به اشتراک گذاشته شد، میزان حساسیت و سانسور در گفتگوی میان دو حساب چینی هم تغییر کرد و بیشتر شد. گویی گفتگوی میان حساب‌های غیرچینی تحت نظارت قرار داشته و موجب عملکرد دقیق‌تر سانسور داخلی شده‌است. (Kenyon, ۲۰۲۰)

## تنظیم‌گری انحصار

اقتصاد کشور چین تحت تاثیر انقلاب حوزه دیجیتال، تحولات گسترده‌ای داشته‌است. پلتفرم‌های دیجیتالی در این تغییرات نقشی کلیدی ایفا کرده‌اند و منجر به ظهور اقتصاد پلتفرمی در این سرزمین شده‌اند. اقتصادی مبتنی بر حوزه دیجیتال که پلتفرم‌های آنلاین، فعالیت‌های اقتصادی را تسهیل می‌کنند. امروزه اقتصاد پلتفرمی چین به ویژه در حوزه تجارت الکترونیک و پرداخت دیجیتال، رشدی انفجاری را تجربه می‌کند. علی‌بابا، تنسنت و آنت فاینشال بزرگترین بنگاه‌های پلتفرمی در کشور چین هستند.

اما این رشد گسترده و قدرت اقتصادی غول‌های اینترنتی، نگرانی‌هایی را دربارهٔ اثرات منفی آنها بر بازار به وجود آورده است. نگرانی‌هایی از قبیل انحصارگرایی و رقابت ناعادلانه، تخلف در این حوزه و موارد متعدد دیگر. برای رسیدگی به همین دغدغه‌هاست که دولت چین در تلاش است با افزایش تحقیقات قضایی و جریمه‌ها بازار دیجیتال را بیش از پیش مقررات‌گذاری کند.

در همین راستا، ادارهٔ دولتی تنظیم‌گری بازار چین<sup>۳۴</sup> در نوامبر سال ۲۰۲۰ پیش‌نویس راهنمای ضد انحصار در اقتصاد پلتفرمی را تصویب کرد تا از رفتار انحصارگرایانه در این عرصه جلوگیری کند، اپراتورهای این حوزه را در مسیر هماهنگی با این قوانین و مقررات راهنمایی کند و توسعهٔ سالم و پایدار اقتصاد آنلاین را ترویج دهد.

این راهنما بناست قانون ضد انحصار<sup>۳۵</sup> از پیش موجود چین را مورد بازبینی قرار دهد و اصول و قوانینی برای انضباط بخشی به بازار آنلاین تدوین کند که با مقررات پیشین قانون ضدانحصار هماهنگ باشند. قانون ضد انحصار در چین برای اولین بار در سال ۲۰۰۸ اجرا شد و سند یادشده اولین بازبینی بر این قانون است. پیش‌نویس جدید قانون ضدانحصار با افزایش جریمه‌ها و مسئولیت جرم، مسئولیت قانونی متخلفان از قانون را افزایش داده است. اما نکتهٔ مهم‌تر این است که این پیش‌نویس با افزودن ساز و کارهای جدید بسیاری همچون بررسی مسئولیت قانونی اپراتورهایی که به سایر اپراتورها برای رسیدن به توافق‌نامه‌های انحصاری کمک می‌کنند، ارزیابی موقعیت غالب در عرصهٔ اینترنت بر اساس فهرستی از فاکتورهای پیشنهادی چون اثر شبکه، اقتصاد مقیاس، اثر قفل<sup>۳۶</sup> و توانایی تصاحب و پردازش داده اکنون بهتر با مسائل روز اقتصاد دیجیتال ارتباط پیدا می‌کند.

برای نمونه، مطابق سند راهنما این پدیده که در یک مبادله با مشتریان متفاوت مبنی بر کلان‌داده‌ها، توانایی پرداخت، ترجیحات مصرف، عادت‌های مصرف و ... به شیوه‌های مختلفی برخورد می‌شود، اهمیت پیدا می‌کند. این سند همچنین از اقداماتی همچون اجبار طرف شخص ثالث به فروش محصول خود بر روی یک پلتفرم خاص و خودداری از فروش در پلتفرم‌های رقیب، جلوگیری می‌کند. این مقررات جدید، اثراتی جدی بر بازار اقتصاد دیجیتال داشته است. برای نمونه گروه آنت دست کم دوبار هدف جریمه و مجازات این مقررات در مسائل مختلفی قرار گرفته است. (Baruzzi, 2020)

<sup>34</sup> China's State Administration for Market Regulation ("SAMR")

<sup>35</sup> Anti-Monopoly Law ("AML")

<sup>36</sup> Lock-in effect

## مولفه‌های اصلی قانون جدید ضدانحصار

### کنترل ادغام شرکت‌ها

مطابق این مولفه بنگاه‌های اقتصادی باید پیش از شروع فرآیندهای ادغام، دربارهٔ این اقدام به دولت چین اطلاع دهند و تایید این نهاد را دریافت کنند. این فرآیند ممکن است از ۳۰ تا ۱۸۰ روز به طول بیانجامد. طبق قانون ضدانحصار، شرکت‌های خارجی نیز برای اقدام به تملیک یا سرمایه‌گذاری که «ممکن است بر امنیت ملی تاثیر داشته‌باشد» تایید دولت چین را دریافت کنند.

### ممنوعیت توافق‌نامه‌های انحصار

رهنمود جدید قانون ضدانحصار از «توافق‌نامه‌های انحصارگرایانه» جلوگیری می‌کند و آنها را چنین تعریف می‌کند: توافق‌نامه‌ها، تصمیمات (اعم از کتبی یا شفاهی) و سایر اقدامات هماهنگ‌شدهٔ متصدیان پلتفرم‌ها و کارگزارانی که بنا دارند رقابت را حذف یا محدود کنند.

توافق‌نامه‌های انحصار افقی شامل توافق‌نامه‌های میان شرکت‌های رقیب است که اقدام به تعیین قیمت، بخش‌بندی بازار، محدود کردن حجم تولید یا فروش، محدود کردن خرید یا توسعهٔ فناوری‌های جدید (تولیدات) و تحریم رقبا می‌کنند.

توافق‌نامه‌های انحصار عمودی، شامل توافق‌نامه‌های میان شرکت‌ها و طرفین معاملات آنهاست که اقدام به تعیین قیمت حراج مجدد یا تحدید حداقل قیمت حراج مجدد به طرفین شخص ثالث می‌کنند.

این قانون به مسئولان تنظیم‌گری در تعیین انحصارگرایی سایر توافق‌نامه‌های افقی و عمودی نیز اختیار می‌دهد. این ممنوعیت علیه انحصارگرایی شامل برخی موارد استثنا نیز می‌شود. برای نمونه این قانون محدودیت‌هایی را که موجب بهبود فناوری، بهبود کیفیت تولیدات یا بهره‌وری تولید، بهبود رقابت میان شرکت‌های کوچک و متوسط، محافظت از منافع مشروع مربوط به مشارکت و مبادلهٔ اقتصادی خارجی، یا دستیابی به منافع اجتماعی عمومی همچون حفاظت از انرژی و منابع طبیعی می‌شوند، دربرنمی‌گیرد. گرچه اثبات این امر بر دوش خود طرفین توافق‌نامه‌هاست.

### سواستفاده از موقعیت غالب در بازار

قانون ضد انحصار کسب و کارها را از سواستفاده از موقعیت غالب در بازار هم منع می‌کند. اقداماتی که سواستفاده از این موقعیت تلقی می‌شوند شامل فروش تولید به قیمت‌های ناعادلانه، فروش پایین‌تر از هزینه

تولید (در صورتی که قابل توجیه نباشد)، امتناع از معامله با سایرین یا تحمیل شرایط غیرمنطقی بر معامله یا گره زدن<sup>۳۷</sup> محصولات در فروش می‌شود.

این مولفه اهمیت بالایی دارد چرا که گاه حتی بنگاه‌های کوچکی که در بازارهای متمرکز رقابت می‌کنند ممکن است دارای موقعیت غالب در بازار تلقی شوند. کسب و کاری که بیش از ۵۰ درصد از سهم بازار را در دست داشته‌باشد از موقعیت غالب در بازار برخوردار است. اما کسب و کارها ممکن است حتی مبتنی بر سهم بازاری که در اشتراک با سهم‌های بزرگتر سایر بنگاه‌ها دارند در این موقعیت قرار بگیرند. به عبارت دیگر اگر سهم بازار کسب و کاری ۱۰ درصد باشد اما در اشتراک با کسب و کار دیگری ۶۶ درصد یا بیش از آن در بازار سهم داشته‌باشند، در موقعیت غالب در بازار قرار دارد. (MayerBrown, 2020)

## نظارت بر انحصارگرایی وی‌چت

در سال ۲۰۱۹، ژانگ ژنگسین، وکیل پکنی از شرکت تنسنت به دلیل مسدود کردن دسترسی کاربران وی‌چت به لینک‌های تائوبائو-بازارگاه آنلاین علی‌بابا- شکایت کرد. کاربرانی که تلاش می‌کردند وارد لینک‌های تائوبائو در وی‌چت شوند با صفحه هشدار روبه‌رو می‌شدند که برای دسترسی به لینک باید آدرس مدنظر را کپی کرده و در مرورگر گوشی وارد کنند. این در حالیست که وی‌چت خود مرورگری داخلی داشت که به کاربران اجازه دسترسی به سایر صفحات وب را می‌داد.

دادگاه مالکیت فکری پکن، در دسامبر ۲۰۱۹ جلسه‌ای برای استماع دادرسی این شکایت ترتیب داد که طی آن، مساله به بن‌بستی درباره انحصارگرایی وی‌چت در بازار تبدیل شد. ژنگسین با تکیه بر قانون ضد انحصار چین، عملکرد وی‌چت را خلاف قانون و انحصارگرایانه خواند. این قانون تنها در مورد شرکت‌هایی صادق است که «موقعیتی غالب در بازار» داشته باشند. قانون ضدانحصار سال ۲۰۰۸ پیش از گسترش اینترنت در این کشور تصویب شده بود و در آن زمان هیچ شرکت اینترنتی‌ای نقشی انحصارگرایانه در بازار نداشت. از این‌رو طبق تعریف این قانون در خصوص شرکت‌هایی که «موقعیتی غالب در بازار» دارند، تنسنت در سال ۲۰۱۹ چنین موقعیتی نداشت و مساله دادگاه به انحصارگرایی تنسنت تحت مقررات بازار سرویس پیام‌رسان سریع<sup>۳۸</sup> تبدیل شد.

ژن‌سینگ ادعا می‌کرد طبق آخرین آمارها، تنسنت با سهمی بیش از ۵۰ درصد، در بازار سرویس پیام‌رسان‌ها موقعیت غالب را در بازار دارد.

<sup>37</sup> Tie-in

<sup>38</sup> instant messaging (IM) service market



اما شرکت تنسنت استدلال می‌کرد که به دلیل پویایی پدیده اینترنت، اساساً چنین بازاری وجود ندارد و بازاری که موقعیت غالب یک شرکت را باید در آن شناسایی کرد خود باید بر اساس تقاضاهای ویژه کاربران تعیین شود. از آنجا که تقاضای شاکی این پرونده، اشتراک‌گذاری لینک تأیید برای کاربران بوده‌است، هر محصول اینترنتی که می‌تواند چنین عملکردی داشته‌باشد نیز باید در بازار مربوطه در نظر گرفته‌شود.

طبق قانون پیشین ضدانحصار در چین، شرکت‌هایی که بیش از ۵۰ درصد سهام در این «بازار مربوطه» را داشته باشند، از «موقعیتی غالب» در بازار برخوردارند. طبق این قانون، کارگزاران اجرای قانون همچنین باید فاکتورهایی چون توانایی شرکت‌ها برای کنترل زنجیره تأمین و آستانه دسترسی به بازار رقبا را نیز در نظر بگیرند.

در عرصه فضای مجازی تعریف «بازار مربوطه» بسیار مبهم است. استدلال شرکت تنسنت در دادگاه نیز نشان داد که تشخیص چنین بازاری تا چه حد می‌تواند دشوار باشد. حقوقدانان این حوزه هم سال‌ها قانون ضدانحصار سال ۲۰۰۸ را به همین دلیل مورد انتقاد قرار می‌دادند. چرا که قانون ۲۰۰۸ به گونه‌ای تدوین شده بود که تنها می‌توانست بر صنایع سنتی اعمال قانون کند و به سختی حوزه اینترنت را - که اکنون بخش بسیار بزرگی از اقتصاد کشور را تشکیل می‌دهد - در بر می‌گرفت. گرچه به نظر برخی حقوق‌دانان، چارچوب قانونی پیشین چین برای اقدام علیه برخی شرکت‌های اینترنتی کفایت می‌کرد اما مسئولان امر از اینکه در فضای پویا و سریع‌التغییر بازارهای دیجیتال تصمیم بگیرند، امتناع می‌کردند. (Sheng, 2020)

چنان که گفته شد، در حدود یک سال بعد از این دادگاه، نهاد مسئول تنظیم انحصارگرایی چین، پیش‌نویس مقررات جدیدی را تصویب کرد که اقدامات ضد رقابتی حوزه اینترنت را نیز پوشش می‌داد. فردای تصویب این پیش‌نویس، ارزش سهام شرکت‌های اینترنتی بزرگ چینی همچون علی‌بابا، تنسنت و میتون به شدت افت کرد. اگرچه به نظر برخی متخصصان، با وجود رقابت جدی میان شرکت‌های بزرگ قدیمی چون علی‌بابا و تنسنت با شرکت‌های نوظهوری چون پیندودو و بایت‌دنس که موقعیت شرکت‌های قدیمی‌تر را پیش از این به خطر انداخته بودند، پیامدهای این قانون جدید دیگر نمی‌تواند چندان معنی‌دار باشد.

گزارش‌هایی که در اولین روزهای پس از تصویب پیش‌نویس جدید منتشر شد گاه ادعا می‌کردند که قانون جدید ممکن است بر شرکت تنسنت که عموماً در عرصه‌هایی چون بازی آنلاین، شبکه اجتماعی، موسیقی و ویدیوی آنلاین و ... فعالیت دارد، اثری جدی در این حوزه‌ها نداشته‌باشد. اما در مسأله سواستفاده از داده‌های کاربران یا مسدود کردن دسترسی رقبا از اکوسیستم وی‌چت این شرکت هم می‌تواند موضوع مقررات جدید واقع شود. (Choudhury, Morgan Stanley names internet companies that will be hit by China's proposed anti-monopoly rules, 2020)



با این وجود در حدود یک ماه پس از تصویب این پیش‌نویس، تنظیم‌گران بازار در چین، شرکت‌های علی‌بابا و تنسنت را در چند مورد اقدام به تملیک و ادغام سایر شرکت‌ها پیش از دریافت مجوزهای لازم جریمه کردند. اکنون این پرونده‌های جدید منجر به افت مجدد ارزش سهام شرکت‌های علی‌بابا و چین شده‌است. (SOO, 2020)

## جمع‌بندی

در یک نگاه کلی به تاریخ حکمرانی اینترنت در چین و در دو دهه گذشته، به نظر می‌رسد نظام تنظیم‌گری فضای مجازی و عرصه اقتصاد دیجیتال در این کشور به مرور زمان گسترده‌تر و متمرکزتر شده‌است. گزارش‌های متعددی نشان می‌دهند مقررات متعددی که در حوزه نظارت بر محتوا به مرور در چین تصویب شد کم و بیش نشان از اهمیت یک دغدغه اساسی برای این نظام حکمرانی داشته‌است و آن هم مطرح نشدن محتوای حساس سیاسی - به‌طور خاص آنچه که به حزب کمونیست چین ارتباط پیدا می‌کند - در شبکه‌های اجتماعی و عدم امکان مباحثه آزاد حول این محتوا بوده‌است. گرچه این نظام سانسور بعد از ظهور شبکه‌های اجتماعی شیوه و جزئیات سانسور محتوا را بر عهده خود پلتفرم‌ها قرار داده‌است و شرکت‌های اینترنتی را در قبال انتشار محتوای حساس مسئول اصلی تلقی می‌کند.

از سوی دیگر نهاد تنظیم‌گری اقتصادی اکوسیستم شرکت‌های اینترنتی نیز که به علت قدیمی بودن چارچوب تنظیم‌گری تا اواخر سال ۲۰۲۰ قدرت چندانی برای برخورد موثر با شرکت‌های اینترنتی نداشت، بعد از پرونده‌های بحث‌برانگیز حول غول‌های صنعت اینترنت در چین و حتی در کشورهای غربی، دست به بازبینی قوانین پیشین زد و رهنمودهای جدیدی برای مقابله با انحصارگرایی این شرکت‌ها تصویب کرد که جزئیات و رویکردهای نوینی در این عرصه ارائه می‌کند.

اپلیکیشن وی‌چت متعلق به شرکت اینترنتی بزرگ تنسنت، محبوب‌ترین سوپراپلیکیشن چینی با بیش از یک میلیارد و دویست‌هزار کاربر در جهان، از آغاز در معرض قوانین حکمرانی اینترنت بوده‌است. اما مقررات تنظیم محتوای کشور چین بسیار بیشتر از مقررات تنظیم بازار این کشور، بر نحوه عملکرد این اپلیکیشن تاثیر داشته‌است. وی‌چت به همراه بسیاری دیگر از اپلیکیشن‌های پرکاربر و پرکاربرد چینی، شیوه‌های متعددی برای سازگاری با مقررات تنظیم محتوای چین به کار بسته‌است و در این امر تا نظارت بر محتوای ارتباطات کاربران غیرچینی به منظور بهبود نظام سانسور بر کاربران چینی هم پیش رفته‌است. با این وجود این سوپراپلیکیشن که تحت تاثیر قوانین نه چندان سخت‌گیرانه ضدانحصار در چین، توانسته بود به غول بزرگی در این عرصه تبدیل شود، اخیراً در معرض مقررات جدید ضدانحصار این کشور قرار گرفته و به زودی باید با چالش‌های جدیدی در این زمینه دست و پنجه نرم کند.

در مجموع اما در تحلیل نظام حکمرانی اینترنت در چین باید زوایای جدیدی را نیز در کنار دیدگاه‌های رایج جست. نباید این نکته را از نظر دور داشت که این نظام حکمرانی سختگیرانه که به فایروال بزرگ چین مشهور شد، در عمل بستری فراهم کرد که شرکت‌های اینترنتی بسیاری بعد از تقلید از شرکت‌های اینترنتی و محصولاتی اینترنتی غربی، دست به نوآوری مبتنی بر نیازهای روز بازار بومی زدند. این نوآوری‌ها چنان متفاوت و در نوع خود یگانه بود که به سرعت به کشورهای منطقه -جنوب شرق آسیا- و بسیاری از کشورهای در حال توسعه دیگر جهان نیز صادر شد و اکنون از جنبه مبدا و مرکز نوآوری بودن این کشور را در جایگاه بسیار متفاوتی نسبت به یک دهه قبل قرار داده‌است.

## فهرست منابع

- Howard, A. B. (2011, AUGUST 9). The Atlantic. Retrieved from How governments deal with social media: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2011/08/howgovernments-deal-with-social-media/243288/>
- Fell, J. (2017, Oct 18). Chinese Internet Law: What the West Doesn't See. Retrieved from The Diplomat: <https://thediplomat.com/2017/10/chinese-internet-law-what-the-westdoesnt-see/>
- Ruan, L. (2019, OCT 7). Regulation of the internet in China: An explainer. Retrieved from The Asia Dialogue: <https://theasiadialogue.com/2019/10/07/regulation-of-theinternet-in-china-an-explainer/>
- Kenyon, M. (2020, may 7). WeChat Surveillance Explained. Retrieved from TheCitizenLab: <https://citizenlab.ca/2020/05/wechat-surveillance-explained/>
- LAI, C. (2018, JANUARY 4). China news app Toutiao hires 2,000 more content reviewers as internet regulator cracks down. Retrieved from Hong Kong Free Press: <https://hongkongfp.com/2018/01/04/china-news-app-toutiao-hires-2000-contentreviewers-internet-regulator-cracks/>
- McDonell, S. (2019, June 7). China social media: WeChat and the Surveillance State . Retrieved from BBC: <https://www.bbc.com/news/blogs-china-blog-48552907>
- Baruzzi, S. (2020, December 16). China Releases Anti-Monopoly Guidelines for its Platform Economy. Retrieved from China Briefing: <https://www.chinabriefing.com/news/china-releases-anti-monopoly-guidelines-for-its-platformeconomy/>
- MayerBrown. (2020). China's Anti-Monopoly Law: Overview. Retrieved from Mayer|Brown: <https://www.mayerbrown.com/en/capabilities/key-issues/chinas-antimonopolylaw?tab=overview>
- Sheng, W. (2020, April 26). China's antitrust law doesn't seem to apply to internet giants. Retrieved from TechNode: <https://technode.com/2020/04/26/chinas-antitrust-lawdoesnt-seem-to-apply-to-internet-giants/>
- Choudhury, S. R. (2020, NOV 12). Morgan Stanley names internet companies that will be hit by China's proposed anti-monopoly rules. Retrieved from CNBC: <https://www.cnbc.com/2020/11/12/morgan-stanley-chinas-draft-anti-monopoly-rulesimpact-on-internet-firms.html>
- SOO, Z. (2020, December 14). China's Alibaba, Tencent unit fined under anti-monopoly law. Retrieved from abc NEWS: <https://abcnews.go.com/Technology/wireStory/chinas-alibaba-tencent-unit-fined-anti-monopoly-law-74710721>
- China Laws Portal – CJO, <https://www.chinajusticeobserver.com/law/x/online-audio-and-video-information-services-20191118>