

تجزیه فیسبوک دردی از مشکلات شبکه‌های اجتماعی دوا نمی‌کند - دیجیاتو

محمد قریشی | دوشنبه، ۱۴ مهر ۱۳۹۹

شبکه‌های اجتماعی تاثیر زیادی روی زندگی روزمره ما دارند و گاهی مخرب هستند. در این میان ایده‌های مختلفی مطرح شده که یکی از آنها، تجزیه فیسبوک است که نمی‌تواند مشکلات شبکه‌های اجتماعی را برطرف کند.

فیسبوک با فشارهای شدیدی مواجه شده و رگولاتورها می‌خواهند بزرگترین شبکه اجتماعی جهان را تجزیه کنند. رگولاتورها در استدلال‌های خود آسیب‌های واقعی ناشی از زیرسوال رفتن حریم شخصی، انتشار اطلاعات غلط، سخنان نفرت انگیز، تسریع در دو قطبی شدن جامعه و همچنین تهدید سلامت انتخابات آمریکا اشاره می‌کنند. طبق اعلام آنها، رقابت فیسبوک را مجبور به رفع این مشکلات خواهد کرد.

با وجود چنین مواردی، اقدامات ضدانحصاری نامناسب بدون اصلاحات ساختاری، نه تنها نمی‌تواند مشکلات شبکه‌های اجتماعی را برطرف کند، بلکه اوضاع را وخیم‌تر از گذشته خواهد کرد. برای درک علت این موضوع، منطق اقتصادی این کسب و کارها را مدنظر قرار دهید.

عدم تاثیر تجزیه فیسبوک روی شبکه‌های اجتماعی

بازار شبکه‌های اجتماعی به علت اثرات شبکه‌ای به سمت انحصار حرکت می‌کند: ارزش یک پلتفرم شبکه‌ای به تعداد افراد متصل به آن وابسته است. هرچه افرادی بیشتری از این شبکه استفاده کنند، ارزش آن افزایش بیشتری پیدا خواهد کرد.



با افزایش تعداد افراد حاضر در یک شبکه، قدرت جاذبه آن نیز بیشتر می‌شود. با بالا رفتن این نیروی جاذبه، میزان وابستگی مشتریان کنونی افزایش پیدا می‌کند. تجزیه فیسبوک به بخش‌های تشکیل‌دهنده آن می‌تواند سرعت این فرایند را کاهش دهد، اما تغییری در این واقعیت که اثرات شبکه‌ای در بلندمدت باعث ایجاد انحصار می‌شوند را تغییر نخواهد داد.

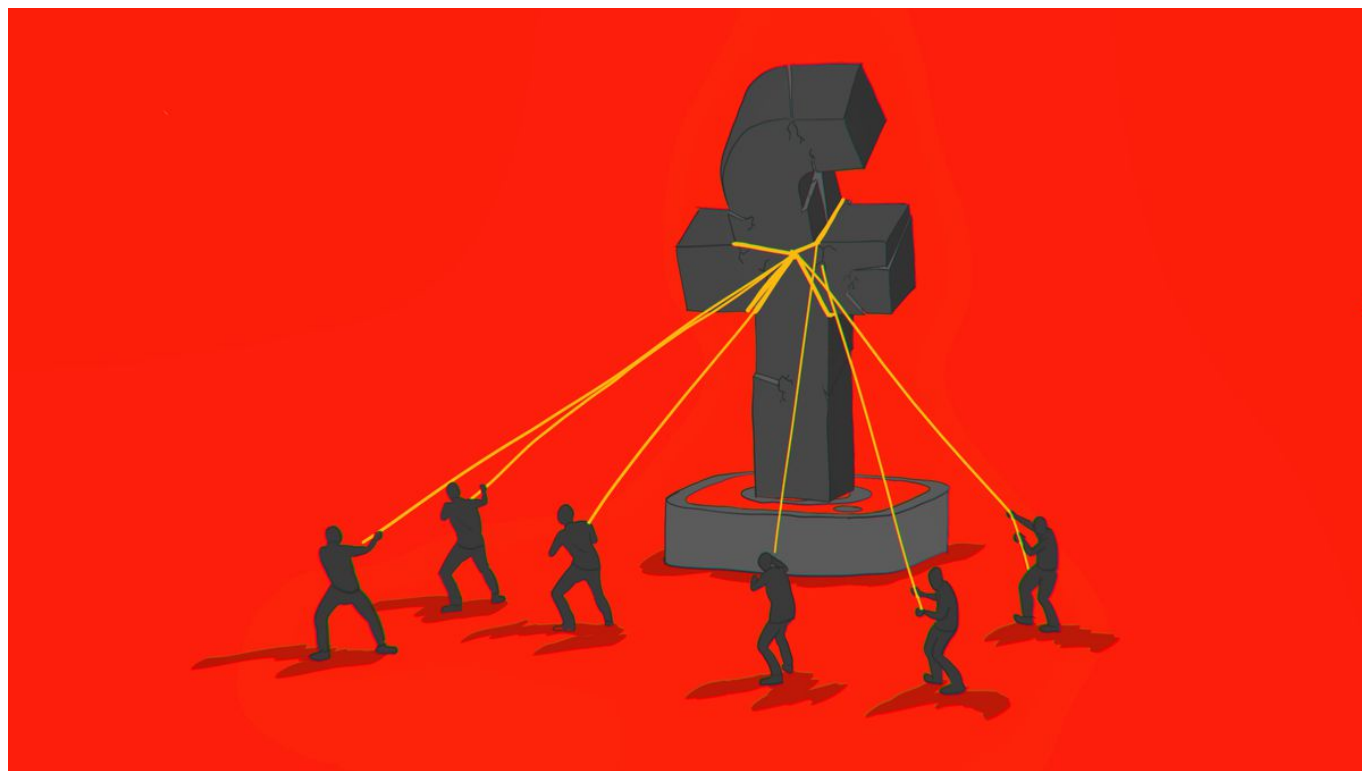
افرادی که شبکه‌های اجتماعی را مدیریت می‌کنند، به انحصارگرایی تمایل دارند و اقداماتی انجام می‌دهند که کاربران نتوانند به راحتی از آن‌ها عبور کنند. پلتفرم‌های آن‌ها با یکدیگر سازگاری ندارند و اطلاعاتی که درون آن‌ها آپلود می‌کنیم را نیز کنترل می‌کنند.

اگر روزی ما تصمیم به ترک فیسبوک یا اینستاگرام بگیریم، تصاویر، گفتگوها و خاطرات خود را از دست می‌دهیم. ما نمی‌خواهیم آن‌ها را از دست بدهیم و همچنین شاهد از دست رفتن روابط خود باشیم. ترک این باغ‌های فناوری که دیوارهای بلندی اطراف خود دارند، کاری دشوار است و ترکیب آن با اثرات شبکه‌ای بیش از پیش شرکت‌ها را به سمت انحصار می‌کشاند.

ایجاد رقابت در اقتصاد شبکه‌های اجتماعی ضروری است. اثرات مثبتی را تصور کنید که شبکه‌های اجتماعی در رقابت برای حفظ حریم شخصی کاربران ایجاد می‌کنند. در حالی که این رقابت می‌تواند شرکت‌ها را به سمت حفاظت از ارزش‌های اجتماعی سوق دهد، نیروهای موجود در بازار که موجب انحصارگرایی شبکه‌های اجتماعی می‌شوند، همچنان وجود دارند، حتی اگر فیسبوک تجزیه شود.

تجزیه فیسبوک قدم مثبتی برای شرایط بازار محسوب نمی‌شود و به علت اثر شبکه‌ای پس از تجزیه این کمپانی، یک شبکه اجتماعی دیگر به جایگاه آن دست پیدا می‌کند. بنابراین تجزیه یک شرکت نمی‌تواند اقتصاد بازار را تغییر دهد.

اثرات شبکه‌ای مزایای اقتصادی قابل توجهی برای میلیاردها نفر در سراسر جهان دارد. از آنجایی که این مزایا به ارتباطات ما از طریق شبکه‌های اجتماعی بستگی دارد، نابودی شبکه‌ها این مزایا را بدون برطرف کردن نیروهای اقتصادی که اقتصاد اجتماعی را به سمت تمرکز سوق می‌دهد، کاهش خواهد داد.



متغیرهای اقتصادی مانند تولید ناخالصی داخلی (GDP) و رشد بهره‌وری ارزش مصرفی که فیسبوک ایجاد می‌کند را نشان نمی‌دهند، چرا که کاربران برای استفاده از سرویس‌ها هزینه‌ای پرداخت نمی‌کنند. با وجود چنین مواردی، ارزش آن واقعی است. محققان در دانشگاه‌های استنفورد و MIT در یک پژوهش میزان هزینه‌ای که کاربران با دریافت آن حاضر به ترک فیسبوک هستند را مورد بررسی قرار دادند که مشخص شد افراد عادی ارزش بالایی برای سرویس‌ها قائل هستند.

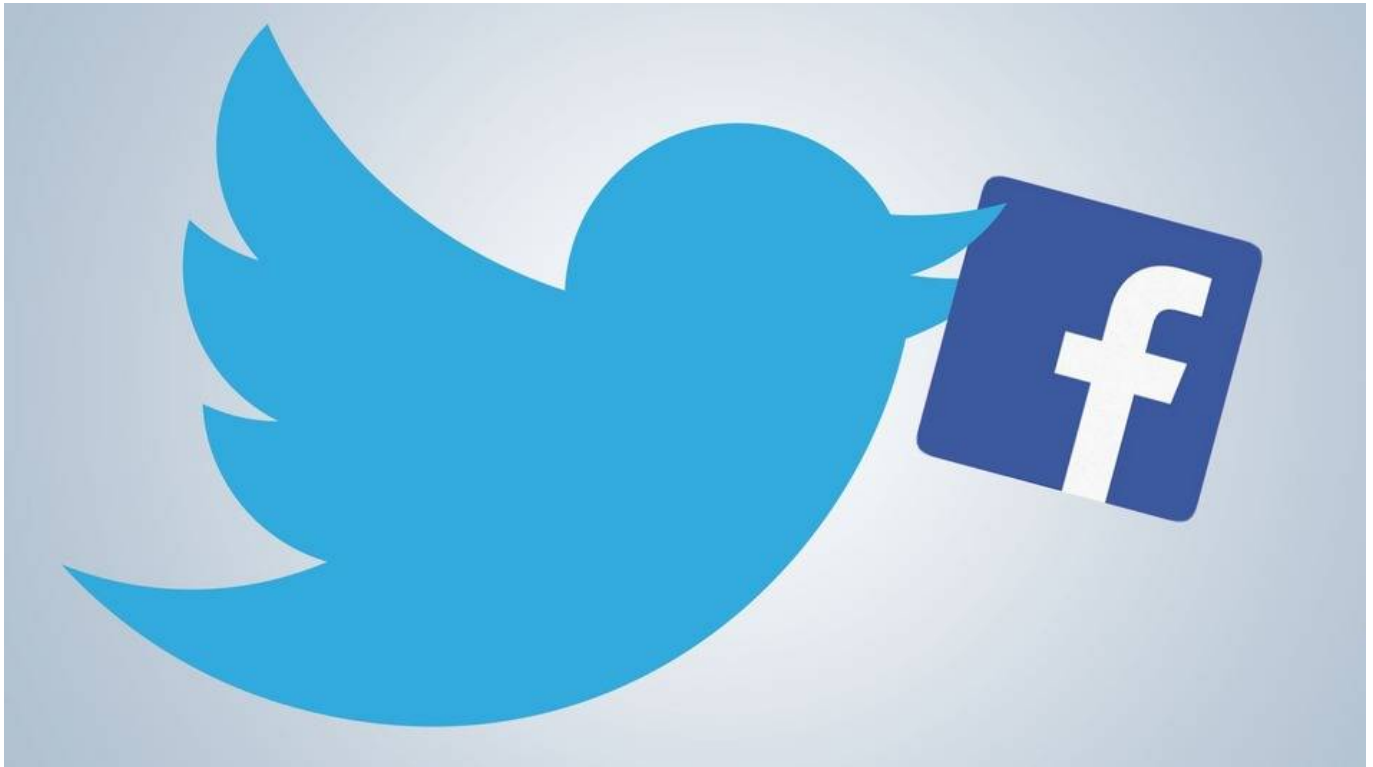
این پژوهش تخمین می‌زند فیسبوک سالانه تنها در ایالات متحده آمریکا نزدیک به ۳۷۰ میلیارد دلار مزایا برای مصرف‌کننده تولید می‌کند که این رقم در سطح جهانی بسیار بیشتر خواهد بود. پرونده ضدانحصار علیه فیسبوک این شرایط اقتصادی را مدنظر قرار نمی‌دهد و به صورت مستقیم از حریم شخصی محافظت نمی‌کند، میان آزادی بیان و سخنان نفرت انگیز تمایز ایجاد نمی‌کند، سلامت انتخابات را تضمین نمی‌کند و حتی منجر به کاهش اخبار جعلی نمی‌شود.

اگر فیسبوک تجزیه شود، با چندین شبکه اجتماعی مواجه می‌شویم که نیاز به نظارت بیشتری دارند که همین موضوع مانع از دستیابی به اهداف می‌شود. دولت بجای سلب اعتماد بنابر منافع سیاسی، باید اصلاحات ساختاری انجام دهد. ابتدا نتایج هرگونه تصمیمی باید مورد بررسی قرار بگیرد و سپس اجرایی شود. در ادامه نگاهی به چندین اصلاح ساختاری که می‌تواند به ما در

دستیابی به وعده‌ها کمک کند، می‌اندازیم.

اصلاحات ساختاری شبکه‌های اجتماعی

یکی از این موارد، تعامل‌پذیری شبکه‌های اجتماعی و امکان جابجایی اطلاعات کاربران میان پلتفرم‌های مختلف است. برای تقویت رقابت میان پلتفرم‌های مختلف، به قانونی نیاز داریم که امکان تعامل شبکه‌های اجتماعی را فراهم کند و به کاربران اجازه دهد که داده‌های خود را به شبکه‌های رقیب منتقل کنند، موضوعی که در صنعت ارتباطات شاهدش هستیم.



امکان جابجایی میان سرویس‌های تلفن همراه باعث شده این بازار رقابتی‌تر از گذشته شود. زمانی که اتحادیه اروپا در اوایل قرن بیست و یکم روی توانایی دریافت شماره موبایل کاربران و افرادی که با آن در ارتباط هستند و قرارگیری آن در اختیار سایر سرویس‌ها اصرار ورزید، رفاه اقتصادی در ۱۵ کشور اروپایی افزایش پیدا کرد. علاوه بر اپراتورهای موبایل، در زمینه پیام‌رسانی نیز چنین موضوعی شاهد بودیم.

زمانی که FCC در سال ۲۰۰۲ شرکت «AOL» را مجبور کرد که «AIM» را با یاهو و MSN مسنجر سازگار کند، سهم AOL در یکسال از ۶۵ درصد به ۵۹ درصد کاهش پیدا کرد و پس از سه سال، سهم آن به کمتر از ۵۰ درصد رسید. در سال ۲۰۱۸ نرم افزار AIM کل بازار چت را به اپل، فیسبوک، اسنپ چت و گوگل واگذار کرد.

قانونی که امکان دسترسی کاربران به داده‌ها در پلتفرم‌های مختلف را فراهم کند، نتیجه‌ای جزو موارد بالا برای شبکه‌های اجتماعی مانند فیسبوک و توییتر نخواهد داشت. آن‌ها مجبور می‌شوند امکان انتقال اطلاعات کاربران به پلتفرم‌های دیگر را فراهم کنند.

مورد بعدی، حفاظت از سلامت انتخابات است. کنگره باید قوانینی مانند قانون آتش‌نشانی، قانون محافظت از دموکراسی و قانون حفظ امنیت سایبری سیستم رای‌گیری را برای حفاظت از امنیت انتخابات آمریکا تصویب کند. شبکه‌های اجتماعی علاوه بر مبارزه با اخبار جعلی، باید برای ارائه داده‌ها جهت بررسی تاثیر شبکه‌های اجتماعی روی دموکراسی تعهد دهند.

مورد بعدی محافظت از حریم شخصی و اطلاعات کاربران است. قانون فدرال برای حفظ حریم شخصی باید سیاست‌های ایالتی را هماهنگ کرده و تعادلی میان اهمیت اخلاقی، عملی و کاربردی حریم شخصی ایجاد کند و علاوه بر این، برای پشتیبانی از روزنامه‌نگاری، تحقیقات علمی، برنامه‌های تجاری یادگیری ماشینی، بررسی سلامت انتخابات و مازاد اقتصادی تولید شده توسط صنعت تبلیغات، اطلاعات را به اشتراک بگذارد.



چهارمین مورد، مبارزه با انتشار اطلاعات غلط است. برای کاهش سرعت گسترش اطلاعات غلط، پلتفرم‌ها باید از الگوریتم‌ها، کارکنان و جمعیت برای برچسب‌گذاری اخبار جعلی استفاده کنند، منابع شفاف‌سازی شوند، از نمایش تبلیغات در کنار محتوای غلط جلوگیری کنند و همانند کاری که واتساپ درباره اطلاعات غلط پیرامون [ویروس کرونا](#) انجام داد، اشتراک اطلاعات را محدود کنند. پلتفرم‌ها همچنین می‌توانند اطلاعات نیازمند به تایید را در آخرین نتایج جستجوها قرار دهند.

آخرین مورد پیدا کردن تعادل بهتری میان آزادی بیان و سخنان نفرت انگیز است. برای محافظت از آزادی بیان در حالی که سخنان مضر محدود شوند، باید در اطراف ماده ۲۳۰ قانون شایستگی ارتباطات مرزهای معقولانه‌ای ایجاد کنیم. ماده ۲۳۰ دسترسی به اینترنت آزاد و باز را فراهم می‌کند

و حذف این ماده می‌تواند آزادی اینترنت را محدود کرده و کارایی بسیاری از بزرگترین کسب و کارهای آنلاین را با مشکل مواجه کند.

با وجود چنین مواردی، رگولاتورها می‌توانند پرونده‌های این ماده را محدود کنند. بجای اینکه کمیسیون‌های سیاسی مانند FTC یا FCC با استفاده از فرمان‌های اجرایی درباره اجرای ماده ۲۳۰ تصمیم‌گیری کنند، باید مرزهای قانونی دیگری مانند «FOSTA-SESTA» میان آزادی بیان و سخنان نفرت انگیز تعادل ایجاد کنند.

تجزیه فیسبوک می‌تواند ۱۰ سال طول بکشد و زمانی که این فرایند تکمیل شود، شاید شبکه‌های اجتماعی هیچ شباهتی به وضعیت کنونی خود نداشته باشند. بجای چنین اقدامی، قانونی آینده‌نگرانه که بتواند رقابت و بازارهای آزاد را تضمین کند و همچنین راه‌حل‌های قانونی برای جلوگیری از انتشار اطلاعات غلط، حفظ حریم شخصی، حفاظت از آزادی بیان و حفظ سلامت انتخابات، مسیر مناسب‌تری محسوب می‌شود.

ما نباید درگیر این موضوع که شبکه‌های اجتماعی خوب یا بد هستند، شویم، چرا که می‌دانیم آن‌ها مزایا و معایبی دارند. ما باید گفتگوها را نزدیک کردن آن‌ها به صخره‌ها، به سوی تغییر مسیر حرکت به سمت آب‌های آرام‌تر تغییر دهیم و از همین امروز دست به کار شویم.

[دیجیاتو](#)