



جمهوری اسلامی ایران
شورای عالی فضای مجازی
مرکز ملی فضای مجازی

فضای
مجازی

گزارش سریع ۱۹

حکمرانی فضای مجازی در کشورهای جهان

چین





مرکز ملی فضای مجازی
پژوهشگاه فضای مجازی

حکمرانی فضای مجازی در کشور چین

گزارش شماره (۱۹)

اسفند ماه ۱۳۹۸

تهیه شده در: پژوهشگاه مرکز ملی فضای مجازی - گروه علوم و فناوری های نوین
تهیه کننده: محمد مهدی رضاپور

نشانی: تهران، میدان آرژانتین، خیابان بیهقی، نبش خیابان ۱۶ غربی، پلاک ۲۰، کدپستی ۱۵۱۵۶۷۴۳۱۱

<http://www.majazi.ir>

شماره تماس: ۸۶۱۲۱۰۶۱

حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به مرکز ملی فضای مجازی است و استفاده از مطالب آن صرفاً با ذکر مأخذ بلامانع است.

محتوای انتشار یافته در این گزارش الزاماً بیانگر دیدگاه مرکز ملی فضای مجازی نیست

سخن تحت

فضای مجازی با شتاب شگرف و روبه‌ترایدی که در حال بطن و گسترش است تمام ساحات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی زندگی بشر را در نور دیده و هر روز بخش بزرگی از زندگی واقعی را در خود فرو برده و حیات متفاوت و جدیدی به آن می‌دهد. لذا به نظری رسد دو نگاه کلان به فضای مجازی وجود دارد: نگاه اول که بالانحص در ابتدای رشد و تکوین فضای مجازی مسلط شده بود، آن را همچون ابزارهای کنایه‌ساز برای بشری تصویر می‌کرد که تنها طریقت داشت. اما نگاه دوم، در نتیجه رشد تحولات خیره‌کننده فضای مجازی و سایه‌گسری آن در حوزه‌ها و شئون بشر در یک دهه اخیر آن را چون سکویی می‌داند که بسیار فراتر از شأن ابزاری حیات انسان‌ها را سامان جدیدی داده و ادعای تمدن‌نویسی را دارد. رویکردی که از قضا از چشمان بصیر رهبران انقلاب نیز دور نمانده و انتظاری تمدنی از فضای مجازی در ایران را مطالبه داشته‌اند.

در همین راستا گزارش‌های عصر فضای مجازی تلاش می‌کنند تا فهم سازمان‌ها و دستگاه‌های مرتبط با حوزه‌ی فضای مجازی را ارتقاء بخشیده و آن‌ها را برای مواجهه فعال و خردمندانه با تحولات این عرصه مهیا سازد.

سید ابوالحسن فیروزآبادی

دبیر شورای عالی و رئیس مرکز ملی فضای مجازی

چکیده

چین میزبان بزرگ‌ترین جامعه آنلاین در جهان است. براساس آمار، جمعیت اینترنتی چین تا سال ۲۰۱۹، حدود ۸۴۰ میلیون نفر بوده است و تا سال ۲۰۲۳، به ۹۷۵ میلیون نفر خواهد رسید. ضریب نفوذ اینترنت در کشور چین در حدود ۶۰ درصد بوده و همچنین براساس آمار موجود تا سال ۲۰۱۸، حدود ۶۷۴ میلیون نفر کاربر چینی در شبکه‌های اجتماعی عضویت دارند. با توجه به اصل حاکمیت سایبری یکی از رویکردهای اصلی در مدیریت فضای مجازی در کشور چین به حساب می‌آید و مسدود شدن سکوهایی چون *facebook*، *youtube* و *twitter* در این کشور، شبکه‌های اجتماعی محلی از جمله *Weibo* و *Tencent WeChat* کاربران زیادی را به خود جذب کردند و چین تبدیل به یکی از بزرگ‌ترین بازارهای شبکه‌های اجتماعی شد. آمار و ارقام و سیاست‌های ذکر شده که تنها بخشی از وضعیت فضای مجازی در کشور چین را پوشش می‌دهد، اقدامات متعدد نهادهای حاکمیتی چین برای مواجهه با چالش‌ها و فرصت‌های متعدد در حوزه‌های مختلف فضای مجازی را در پی داشته است که در این گزارش تلاش می‌شود بخشی از ساختارهای شکل گرفته و اقدامات صورت گرفته در سطح کلان حاکمیت این کشور روایت شود.

واژگان کلیدی

چین، اداره کل فضای مجازی، CAC، شبکه ملی اطلاعات، سپر طلایی، شبکه‌های اجتماعی چین، فناوری اطلاعات و ارتباطات چین، شورای عالی امنیت فضای مجازی

فهرست مطالب

- ۱- مقدمه ۱
- ۲- تاریخچه فضای مجازی در چین ۲
- ۳- ساختار حکمرانی ۳
- ۴- نهادهای اصلی مسئول در حوزه فضای مجازی چین ۳
- ۴-۱- شورای عالی امنیت فضای مجازی و توسعه جامعه اطلاعاتی ۳
- ۴-۱-۱- سیاست‌های ابلاغی شورای عالی امنیت فضای مجازی و توسعه جامعه اطلاعاتی ۴
- ۴-۲- اداره کل فضای مجازی چین (CAC) ۴
- ۴-۳- وزارت صنعت و فناوری اطلاعات ۶
- ۴-۴- دفتر اطلاعات شورای دولتی چین (SCIO) ۶
- ۴-۵- وزارت فرهنگ و گردشگری چین ۷
- ۴-۶- انجمن اینترنت چین (ISC) ۷
- ۵- برخی از اقدامات صورت گرفته چین در حوزه فضای مجازی ۹
- ۵-۱- مرکز خوانش چین ۱۳
- ۵-۲- حق حاکمیت در قوانین فضای سایبری چین ۱۳
- ۵-۳- تنظیم مقررات برای فعالیت اپلیکیشن‌ها ۱۶
- ۵-۴- مقررات تجارت الکترونیک ۱۷
- ۶- سیاست‌های حاکمیتی فضای مجازی در چین ۱۹
- ۷- جمع بندی ۱۹
- منابع ۲۰

۱- مقدمه

چین میزبان بزرگ‌ترین جامعه آنلاین در جهان است. براساس آمار، جمعیت اینترنتی چین تا سال ۲۰۱۹، حدود ۸۴۰ میلیون نفر بوده است و تا سال ۲۰۲۳، به ۹۷۵ میلیون نفر خواهد رسید. براساس آمار همچین ضریب نفوذ اینترنت در کشور چین در حدود ۶۰ درصد است و این میزان، نشان می‌دهد از هر ۵ شهروند چینی ۳ نفر از اینترنت استفاده می‌کنند [۱].

تلفن‌های هوشمند ارزان قیمت، نقش مهمی را در افزایش جمعیت اینترنتی چین ایفا می‌کنند. در سال ۲۰۱۹، بیش از ۹۰ درصد از مردم چین برای دسترسی به اینترنت از تلفن همراه استفاده می‌کردند. ارسال پیام، تماشای فیلم و شنیدن موسیقی از جمله کارهای رایجی است که افراد با تلفن همراه انجام می‌دهند. در واقع، کاربران تلفن همراه در کشور چین روزانه بیش از ۷۰ درصد از زمان خود را به صورت آنلاین سپری می‌کنند. از بین جمعیت ۶۰۰ میلیون نفری که روش‌های پرداخت آنلاین را استفاده می‌کنند، ۵۸۰ میلیون نفر به‌کارگیری خدمات پرداخت از طریق تلفن همراه را ترجیح می‌دهند [۱].

این جمعیت بزرگ و مشتاق اینترنت تلفن همراه فرصت‌های زیادی را برای شرکت‌های فناوری اطلاعات چینی فراهم آورده است. طبق آمار تا سال ۲۰۱۸، حدود ۲۷ درصد از کاربران اینترنتی چین در روستاهای این کشور زندگی می‌کردند. به منظور ارائه خدمات اینترنتی سریع‌تر و مقرون به‌صرفه، اقداماتی در جهت کاهش نرخ خدمات و افزایش پهنای باند ۱۰۰۰ مگابایتی در بیش از ۳۰۰ شهر این کشور، صورت گرفت. در سال ۲۰۱۹، دولت خبر راه‌اندازی شبکه‌های 5G در شهرهای پکن، شانگهای، شنزن و چند شهر بزرگ دیگر را اعلام کرد. دستاوردهای فناوری علاوه بر اینکه تعداد کاربران اینترنتی را افزایش می‌دهد، دسترسی به اینترنت در مناطق روستایی را نیز بهبود می‌بخشد [۱].

براساس آمار موجود تا سال ۲۰۱۸، حدود ۶۷۴ میلیون نفر کاربر چینی در شبکه‌های اجتماعی هستند. با مسدود شدن *youtube facebook* و *twitter* در این کشور، شبکه‌های اجتماعی محلی از جمله *Weibo* و *Tencent WeChat* کاربران زیادی را به خود جذب کردند و چین تبدیل به بزرگ‌ترین بازار شبکه‌های اجتماعی شد [۲].

در بین کاربران اینترنت به خصوص نسل جوان، شبکه‌های اجتماعی جذابیت به‌سزایی دارد. رسانه‌های اجتماعی چینی همانند نمونه‌های غربی، نه تنها راهی برای برقراری ارتباطات آنلاین هستند، بلکه منابع اصلی اخبار و سرگرمی، کانال‌های دوست‌یابی و پرداخت‌های الکترونیکی هستند. در نظرسنجی انجام شده در سال ۲۰۱۷، در بین کاربران شبکه‌های اجتماعی بیش از ۶۰ درصد افراد رضایت خود را از به‌کارگیری شبکه‌های

اجتماعی اعلام کردند. بنا به گفته افراد شرکت کننده در نظرسنجی، شبکه‌های اجتماعی علاوه بر اینکه سبب حفظ ارتباط آن‌ها با خانواده و دوستانشان می‌شوند، دانش و آگاهی ایشان را نسبت به مسائل و اتفاقات جهان افزایش می‌دهند. از آن طرف، کاربران ناراضی از شبکه‌های اجتماعی که در نظرسنجی شرکت کرده بودند، این نوع رسانه‌ها را باعث استفاده‌ی کمتر افراد از نسخه‌های چاپی کتاب‌ها و روزنامه‌ها و استراحت کوتاه‌مدت ایشان دانسته‌اند. [۲].

۲- تاریخچه فضای مجازی در چین

در سال ۲۰۱۴، اداره فضای مجازی چین (CAC) تأسیس شد. "شین جین‌پینگ" رئیس جمهور کشور چین به عنوان رئیس و لی‌کی‌کیانگ نخست وزیر چین به عنوان نایب رئیس این نهاد انتخاب شدند. هم‌چنین در این نهاد، تقریباً تمام رؤسای وزارتخانه‌های مرتبط با اینترنت چین حضور دارند [۳].

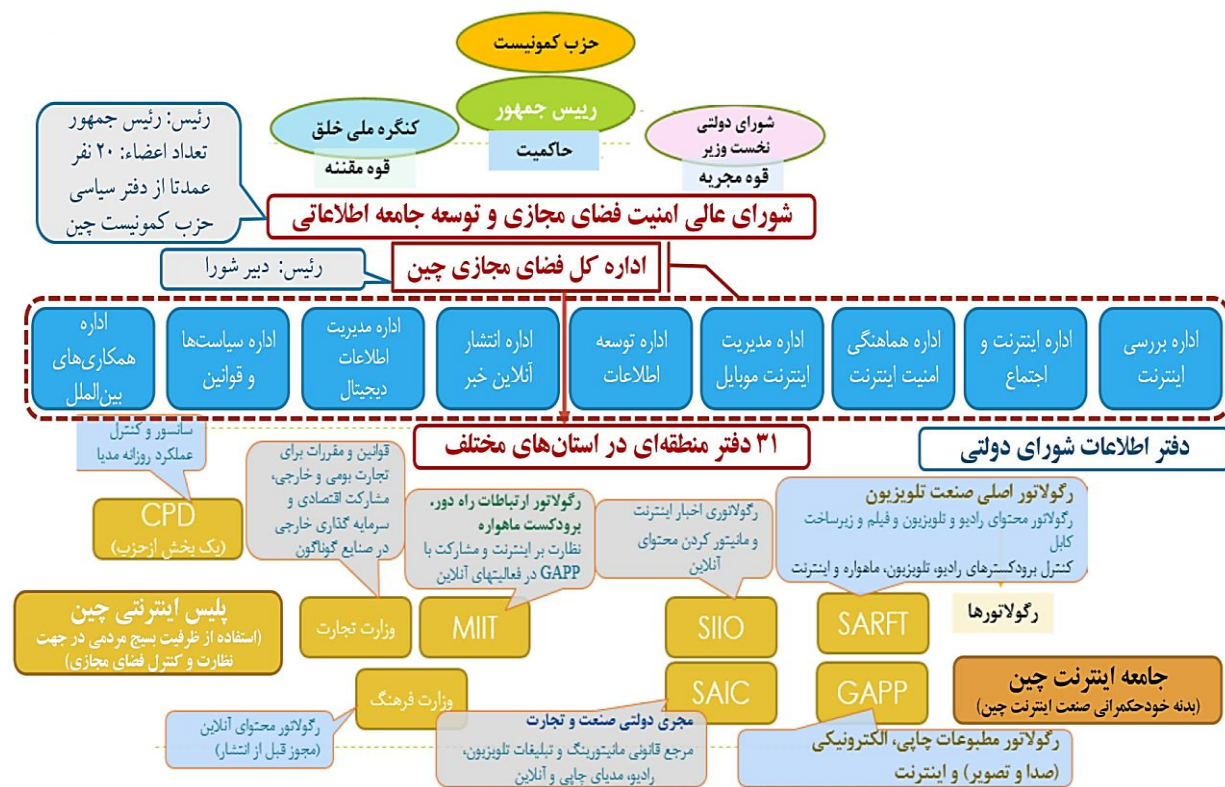
زمانی که چین به‌طور رسمی در سال ۱۹۹۴ به اینترنت متصل شد، اولویت‌های اصلی، ایجاد زیرساخت امنیت سیستم اطلاعاتی و توسعه صنعتی بود. از این‌رو، وزارتخانه صنعت و فناوری اطلاعات (MIIT) به عنوان نهاد اصلی حاکم بر اینترنت تأسیس شد. با وجود تأثیر اینترنت بر توسعه‌ی اجتماعی و سیاسی چین، دولت چین همواره نسبت به محتوای موجود در آن ابراز نگرانی نموده است. در سال ۲۰۰۰، دفتر اطلاعات شورای دولتی چین (SCIO)، اداره‌ی تنظیم مقررات اخبار اینترنتی را تأسیس کرد. سپس در سال ۲۰۱۱، اداره‌ی اطلاعات اینترنتی دولت، جایگزین اداره‌ی تنظیم مقررات اخبار اینترنتی شد. در واقع، دولت چین با تأسیس این نهاد قصد ایجاد یک سیستم جامع برای اداره و مدیریت فضای مجازی را داشته است [۳].

جریان‌های مربوط به اینترنت بومی و بین‌المللی منجر شد دولت چین نسبت به حکمرانی و اداره فضای اینترنت، جدی‌تر وارد عمل شود. در سال‌های اخیر، با استفاده‌ی گسترده از اینترنت به صورت فردی و عمومی، چین شاهد فعالیت‌های اینترنتی و آنلاین بسیار متنوعی بود. طبق گفته‌ی رئیس جمهور این کشور در سال ۲۰۱۳، اینترنت مستقیماً به امنیت ایدئولوژی ملی و امنیت رژیم مربوط می‌شده است. هم‌چنین، حاکمیت و مدیریت اینترنت در چین با مشکلات بدیهی و آشکاری از جمله مدیریت چنگانه، قدرت هم‌پوشانی، عدم تطابق اعتبار و مسئولیت‌پذیری و ناکارآمدی روبه‌رو بود [۳].

سرانجام، با وجود این موارد، در سال ۲۰۱۴، با هدف پایان بخشیدن به هرج‌ومرج در اجرای قوانین، اداره کل فضای مجازی (CAC) برای تنظیم مجدد قوانین حاکمیت اینترنت در چین تأسیس شد [۳].

۳- ساختار حکمرانی

Error! Reference source not found. (۱-۱) ساختار حکمرانی فضای مجازی در کشور چین را نشان می‌دهد. همان‌طور که در این شکل مشاهده می‌شود، هسته‌ی اصلی مدیریت فضای مجازی کشور به عهده‌ی شورای عالی امنیت فضای مجازی و توسعه جامعه اطلاعاتی بوده که از اداره کل فضای مجازی چین به‌عنوان بازوی اجرایی خود استفاده می‌نماید. اداره کل فضای مجازی چین که متشکل از ۹ واحد سازمانی اصلی است، در قالب ۳۱ دفتر منطقه‌ای در استان‌های مختلف چین فعالیت می‌کند. اساس تنظیم مقررات محتوایی فضای مجازی در چین، توسط اداره کل فضای مجازی چین انجام می‌گیرد. همچنین تنظیم مقررات مربوط به زیرساخت و ارتباطات توسط واحد MIIT انجام می‌گیرد.



شکل ۳-۱: ساختار حکمرانی فضای مجازی چین

۴- نهادهای اصلی مسئول در حوزه فضای مجازی چین

۴-۱- شورای عالی امنیت فضای مجازی و توسعه جامعه اطلاعاتی
 نهاد اصلی مسئول در نظارت بر فضای مجازی در کشور چین، «شورای عالی امنیت اینترنت و توسعه جامعه اطلاعاتی» است که «دفتر مرکزی حزب حاکم برای امور فضای مجازی» محسوب می‌گردد [4]. این شورا در

سال ۲۰۱۳ تأسیس گردیده است. تعداد این‌گونه شوراهاى عالی در کشور چین انگشت‌شمار است و موارد مشابه آن عناوینی مانند اقتصاد، سیاست خارجی و تبلیغات را در برمی‌گیرد. رئیس شورای عالی امنیت اینترنت و توسعه جامعه اطلاعاتی، دبیر کل حزب کمونیست چین است که در عین حال منصب ریاست جمهوری این کشور را نیز به عهده دارد. تعداد اعضای این شورا حدود ۲۰ نفر است که عمدتاً از دفتر سیاسی حزب کمونیست چین هستند. سطح فعالیت این شورا، هماهنگی فرا وزارتی سیاست‌ها است. بدین ترتیب، شورای مذکور شباهت‌های زیادی با شورای عالی فضای مجازی در کشور ما دارد. اعضای این شورا شامل: معاون نخست‌وزیر، رئیس دفتر سیاست پژوهی، رئیس اداره تبلیغات، نائب رئیس کمیسیون مرکزی نظامی، رئیس کمیسیون سیاست و قانون، رئیس دفتر مرکزی حزب همگی از دفتر سیاسی حزب کمونیست چین و وزیر امنیت عمومی، دبیر کل شورای ملی، رئیس بانک مرکزی چین، فرمانده ستاد مشترک ارتش، رئیس کمیسیون ملی توسعه اصلاحات، وزیر اقتصاد، وزیر امور خارجه، وزیر آموزش و پرورش، معاون وزیر و دبیر کارگروه وزارت علوم و فناوری، وزیر فرهنگ، رئیس مدیریت ملی مطبوعات، انتشارات، رادیو، فیلم و تلویزیون، وزیر صنعت و فناوری اطلاعات، می‌شود.

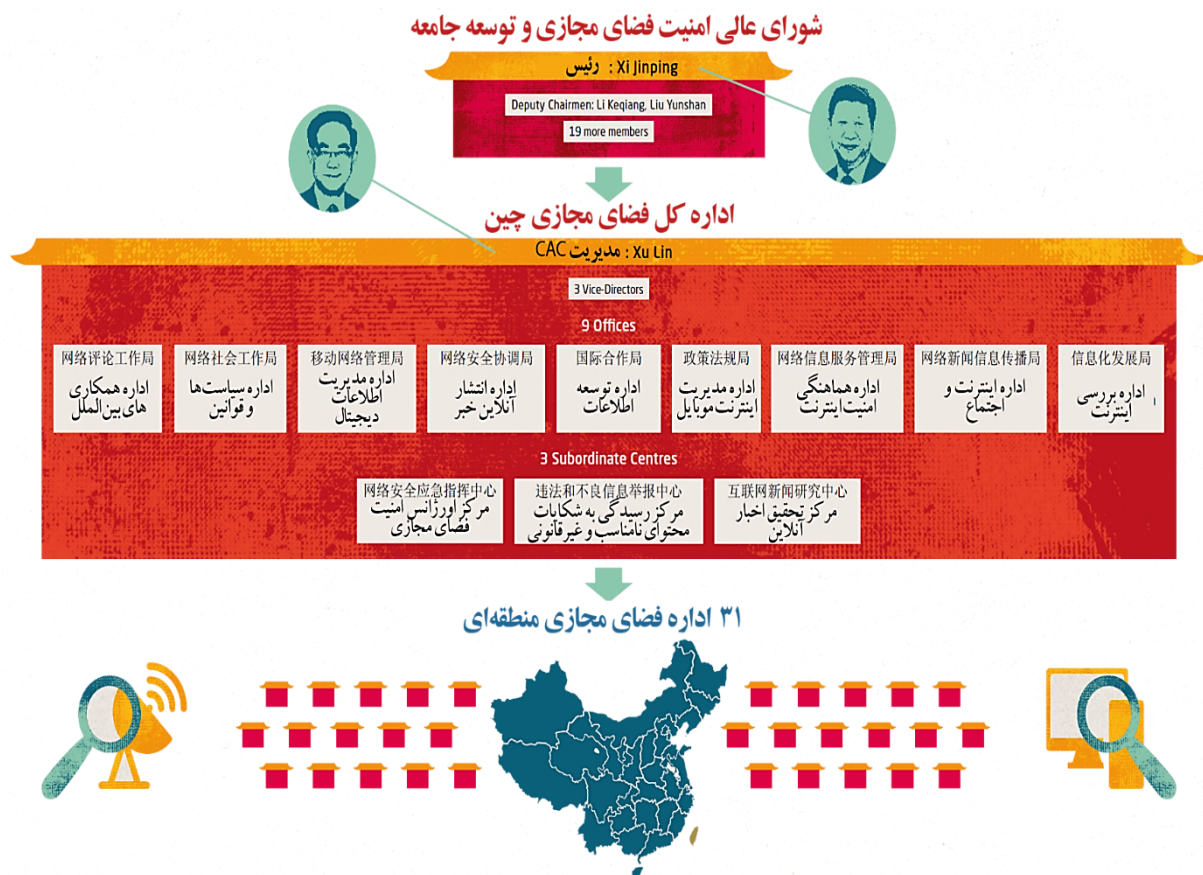
۴-۱-۱- برخی سیاست‌های ابلاغی شورای عالی امنیت فضای مجازی و توسعه جامعه اطلاعاتی

- رئیس‌جمهور چین که هم‌زمان رئیس شورای عالی امنیت اینترنت و توسعه‌ی جامعه اطلاعاتی نیز هست، موارد زیر را به‌عنوان سیاست‌های پنج‌گانه اینترنت در سال ۲۰۱۵ اعلام کرده است:
- تسریع در توسعه‌ی زیرساخت داخلی شبکه (اتصال تمامی روستاها به اینترنت پهن باند در افق ۲۰۲۰)
 - ساخت بسترهای آنلاین برای تبادلات بین فرهنگی (معرفی فرهنگ متعالی چین)
 - تأمین امنیت فضای اینترنت (اقدامات ضد تروریسم و جرائم آنلاین)
 - برپا سازی نظام حکمرانی عادلانه‌ی اینترنت (تعاملات بین‌المللی جهت منصفانه‌تر شدن حکمرانی جهانی اینترنت)
 - ترویج توسعه‌ی خلاق اقتصاد اینترنتی (گسترش تجارت الکترونیکی)

۴-۲- اداره کل فضای مجازی چین (CAC)

اداره فضای مجازی چین (CAC) با مأموریت روشن ساختن حدّ و مرز ساختارهای کنترل اینترنت در چین در سال ۲۰۱۳ تأسیس شد [5]. CAC به‌جای جلوگیری از هکرها، مجرمان سایبری و تروریست‌های سایبری، بر برنامه‌ریزی مؤثر تأکید دارد. طراحی مکانیسم‌های کنترل اطلاعات و تنظیم مقررات اینترنت بدون

آسیب‌رسانی به کسب‌وکارهای دیجیتال از جمله چالش‌های بزرگی است که CAC بر روی آن‌ها متمرکز است. CAC همچنان در مسیر توسعه قرار داشته و جایگاه در نظر گرفته‌شده برای آن بیشتر از سانسور اینترنت است. در حال حاضر، وزارتخانه‌هایی چون وزارت صنایع و فناوری اطلاعات و یا وزارت امنیت عمومی چین هنوز در بسیاری از مسائل و سیاست‌های سایبری بزرگ چین اعمال نظر می‌کنند. CAC به‌طور چشمگیری سانسور اینترنت چین را افزایش داده است؛ الزام ثبت‌نام با هویت واقعی و همچنین یک سیستم اعتبارسنجی جدید برای روزنامه‌نگاران آنلاین، تنها دو نمونه از کارهای نظارتی CAC است. CAC یک از اعضای اصلی حزب کمونیست در زمینه‌ی تلاش برای تطبیق سیستم تبلیغاتی این حزب با عصر دیجیتال است. این حزب تلاش می‌کند با استفاده از فیلم‌ها و کارتون‌های انیمیشنی به افکار عمومی ۷۰۰ میلیون چینی دسترسی پیدا کند. CAC همچنین از مجله‌های دیجیتالی نوین همچون "The Paper" و نشریه انگلیسی‌زبان آن "Sixth Tone" پشتیبانی می‌کند. چنین رسانه‌های دیجیتالی دارای تم و محتوای سبک‌تر و عامه‌پسندتر از رسانه‌های سنتی حزب کمونیست هستند.



شکل ۴-۱: ساختار اداره کل فضای مجازی چین

CAC در جامعه‌ی بین‌المللی، یکی از حامیان مفهوم حاکمیت سایبر است. با توجه به این مفهوم، هر کشوری حق دارد که پیش‌نویس قوانین اینترنتی خود را تهیه و اجرا نماید. از اصلی‌ترین وظایف اداره فضای مجازی چین می‌توان به کنترل اطلاعات در فضای مجازی اشاره نمود. با توجه به تلقی اینترنت به‌عنوان یک منبع خطر بالقوه، می‌توان به علل سانسورهای گسترده اینترنت چین پی برد. مقامات چینی اعتقاد دارند، ظرفیت‌های موجود در فناوری‌های روز اطلاعات و ارتباطات می‌تواند شهروندان عادی را برای اجرای برخی ایده‌ها بدون وجود هیچ مرزی توانمند سازد. در شکل (۱-۲) نمای کلی از ساختار اداره کل فضای مجازی چین مشاهده می‌شود.

۳-۴- وزارت صنعت و فناوری اطلاعات

وزارت صنعت و فناوری اطلاعات جمهوری خلق چین در سال ۲۰۰۸ به‌عنوان بخشی تحت نظر شورای دولتی و مسئول اداره صنایع چین و صنعت اطلاعات چین تأسیس شد [6]. مسئولیت‌های اصلی این وزارتخانه عبارت است از:

- تعیین برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و استانداردهای صنعتی چین؛
- نظارت بر فعالیت روزانه شاخه‌های صنعتی؛
- توسعه تجهیزات و نوآوری‌های مهم در بخش ارتباطات و ترویج آن‌ها.
- نقش هدایت‌گری در ساخت سیستم‌های اطلاعاتی.
- حفاظت از امنیت اطلاعات چین.

وزارت صنعت و فناوری اطلاعات یکی از پنج وزارتخانه‌ای است که توسط کنگره ملی خلق چین (NPC) تصویب و توسط مجلس چین افتتاح شد. این وزارتخانه، در مجموع شامل ۲۴ اداره می‌شود. وزارت صنعت و فناوری اطلاعات که از وزارت صنعت اطلاعات تغییر نام داده است، کمیسیون ملی توسعه و اصلاحات (NDRC) را در مدیریت صنعت و تجارت، وظایف کمیسیون علم، فناوری و صنعت برای دفاع ملی با توجه به تصمیم NPC ادغام کرده است. البته مواردی چون مدیریت انرژی هسته‌ای و وظایف وزارت صنعت اطلاعات و دفتر اطلاع‌رسانی وزارت امور خارجه از این تصمیم مستثنا بوده‌اند.

۴-۴- دفتر اطلاعات شورای دولتی چین (SCIO)

دفتر اطلاعات شورای دولتی چین یک اداره اجرایی ذیل شورای دولت (بدنه اصلی مدیریت جمهوری خلق چین) و مسئول مدیریت اطلاعات حکومت چین است [7]. کارکرد اصلی SCIO این است که رسانه‌های داخلی را در مسیر معرفی چین به جامعه بین‌المللی از مناظر مختلف نظیر: سیاست‌های داخلی و خارجی چین در

توسعه اقتصادی و اجتماعی چین و همچنین تاریخ، فناوری و آموزش و پرورش چین قرار داده است. SCIO همچنین اجلاس‌های مطبوعاتی در رابطه با سیاست‌های مهم ملی برگزار کرده و کتاب‌ها، مجلات، فیلم‌ها، برنامه‌های تلویزیونی و سایر ابزارهای ارتباطی را برای معرفی چین به جهان فراهم می‌کند. این دفتر، همچنین به خبرنگاران خارجی برای پوشش خبری چین کمک کرده و همچنین تبادلاتی را با دولت‌ها و رسانه‌های سراسر جهان انجام می‌دهد. علاوه بر این، SCIO رسانه‌های چینی را به پوشش اخبار بین‌المللی به منظور کمک به ارتقای آموزش عمومی در مسائل اقتصادی، فناوری و فرهنگی، تشویق می‌کند. مأموریت SCIO ارتقای ارتباط، درک و اعتماد بین چین و کشورهای جهان عنوان شده است.

۴-۵- وزارت فرهنگ و گردشگری چین

وزارت فرهنگ و گردشگری چین عمدتاً مسئول اجرایی دستورالعمل‌ها و سیاست‌های تبلیغاتی و فرهنگی حزب، مطالعه و تدوین سیاست‌های فرهنگی و گردشگری و انجام اقدامات مربوطه، برنامه‌ریزی فعالیت‌های فرهنگی، صنایع فرهنگی و توسعه گردشگری، اجرای پروژه‌های سودمند فرهنگی نظیر نظرسنجی منابع فرهنگی است. حفظ بازارهای فرهنگی مختلف، تقویت مبادلات فرهنگی بین‌المللی و تقویت صادرات فرهنگ چینی از دیگر وظایف این وزارتخانه برشمرده شده است. این وزارتخانه، مسئول تعیین مصادیق اقدامات خلاف فرهنگ و آسیب‌زا به سنت‌های کشور چین است و اقداماتی نیز در زمینه توسعه نرم‌افزارها و بازی‌های سازگار با فرهنگ و سنت چین انجام می‌دهد. البته در کنار مسئولیت نظارت، این نهاد، محصولات فرهنگی اینترنتی را نیز تأمین می‌نماید که شامل مواردی مانند تولید، بازتولید، واردات، انتشار یا تبلیغ محصولات فرهنگی می‌شود. ابزارهایی که برای انتشار این محصولات فرهنگی استفاده می‌شود از قبیل موبایل، رایانه‌ها و غیره است. تولید محصولات فرهنگی در فضای مجازی بر دو نوع تقسیم می‌شود: فعالیت‌های فرهنگی سودآور که برای تولید و انتشار آن‌ها به دریافت مجوز فعالیت فرهنگی اینترنتی از وزارت فرهنگ چین نیاز است و فعالیت‌های فرهنگی غیر سودآور که تنها به ثبت محصول فرهنگی نزد وزارت فرهنگ چین ملزم هستند. فعالیت‌های سودآور اینترنتی، نه تنها شامل مواردی است که هزینه‌ی تأمین محصولات فرهنگی را از کاربران اخذ می‌کند، بلکه تبلیغ کالاها و محصولات در اینترنت را نیز در برمی‌گیرد.

۴-۶- انجمن اینترنت چین (ISC)

انجمن اینترنت چین در سال ۲۰۰۱ افتتاح شده است. ISC در ابتدای امر، توسط ۷۰ حامی مالی تأسیس شد و حامل‌های دسترسی به شبکه، ISP ها، سازندگان تجهیزات و مراکز تحقیقاتی و غیره را شامل می‌شد.

رئیس فعلی این انجمن، آقای هکتان وو عضو هیئت علمی آکادمی مهندسی چین است. دفتر اصلی این انجمن در چین واقع شده است.

مأموریت اصلی ISC، گسترش اینترنت در چین و تلاش برای ایجاد یک جامعه اطلاعاتی پیشرفته عنوان شده است. همچنین رسالت دیگر ISC، برقراری ارتباط میان جامعه به منظور سودرسانی به صنعت و تقویت آن، تقویت ارتباطات و همکاری بین اعضای آن و حفاظت از حقوق کاربران اینترنت است. طبق ادعای این انجمن، مجموعه این دستاوردها به پشتیبانی از تصمیم سازی و ترویج استفاده از اینترنت و آگاهی عمومی منجر می شود.

انجمن اینترنت چین اساساً زیر نظر دولت فعالیت کرده و تاکنون استانداردها و مقرراتی را در حوزه اینترنت ارائه و تصویب نموده است که از جمله آن می توان به ممنوعیت ارسال ایمیل اسپم و مقررات ثبت نام دامنه اشاره کرد.

به طور کلی مهم ترین نهادها و شرکت های ملی در حوزه فضای مجازی در جدول (۱-۱) معرفی شده اند.

جدول ۱-۴: مهم ترین نهادها و شرکت های ملی حوزه فضای مجازی در چین:

نمونه شرکت های ملی	نمونه نهادهای ملی	
موتور جست و جوی بایدو - شرکت Tencent - شبکه های اجتماعی - Youku - Sina Weibo - wechat - Douban - Yizhibo - Miaopai PengYou - Renren-DianPing	وزارت فرهنگ اداره کل فضای مجازی اداره مالکیت فکری چین (CNIPA) مجازی (CAC)	حاکمیت فرهنگی
هوواوی - لنوو - شیاومی - zhizhangyi bugbank - bangck- bluedon - legendsec - H3C- Feition - - surfilter - neusoft - meiyapec - China Telecom- ihoo360 کمپانی UNICOME - شرکت تجهیزات مخابراتی (ZTE)	اداره کل فضای مجازی (CAC)	حاکمیت امنیتی
لنوو - هوواوی - علی بابا - Tencent - شیاومی - شرکت موبایل چین - کمپانی UNICOME - شرکت تجهیزات	وزارت صنعت و ارتباطات و وزارت تجارت	حاکمیت فنی و اقتصادی

مخابراتی (ZTE) - شرکت China Telecom		
-	اداره کل فضای مجازی (CAC)	حاکمیت مدیریتی و حقوقی

۵- برخی از اقدامات صورت گرفته چین در حوزه فضای مجازی

کشور چین در فاصله سال‌های ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۸ پروژه‌های را تحت عنوان «سپر طلایی» اجرا نموده است. بازه زمانی اجرای پروژه حدود یک دهه است که فاصله زمانی قابل توجهی محسوب شده و نشانگر اهمیت ملی پروژه است. تخمین زده می‌شود افراد فعال در این پروژه بین ۳۰ تا ۵۰ هزار نفر بوده‌اند. یکی از خروجی‌های این پروژه، فایروال بزرگ چین بوده که معادل سایبری دیوار بزرگ چین دانسته می‌شود. اجرای این پروژه را می‌توان برابر راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات در کشورمان دانست که البته بسیار زودتر آغاز شده و بالطبع زودتر نیز خاتمه یافته و به بهره‌برداری رسیده است.

از دیگر اقدامات کنترلی صورت گرفته توسط چین می‌توان به کنترل اطلاعات از مبدأ اشاره نمود. بر این اساس، حکومت چین صاحبان سکوه‌های خارجی را مجبور به اطاعت از خواسته‌های خود کرده که در غیر این صورت آن سکو فیلتر خواهد شد. برای مثال، در یک مقطع زمانی، دولت چین، شرکت گوگل را مجبور به نمایش روایتی منحصر به فرد برای کاربران چینی در موضوعی خاص کرده بود. با توجه به توانمندی سپر طلایی چین در بحث فیلترینگ، کمتر سکویی به مخالفت با خواسته‌های حکومت چین تمایل داشته است.

در ادامه، به فهرستی از تنظیم مقررات حوزه امنیت که در زمان سکان‌داری Xi Jinping انجام شده [8] و البته دسترسی‌های خاصی را برای دولت تعریف می‌کند، اشاره می‌شود.^۱

جدول ۵-۱: برخی از قوانین امنیتی مصوب در زمان سکان‌داری Xi Jinping

ردیف	قانون	توضیح
	قانون ضد جاسوسی (۲۰۱۴، ۱۱)	این قانون، مبتنی بر تشدید امنیت دولت و ایجاد یک سیستم جامع امنیت ملی است. مطابق با آن، مقامات مجازند تا هرگونه اموال مرتبط با

¹ Cybersecurity under Xi Jinping, 2018

<p>فعالیت‌هایی که بر ضد کشور شمرده می‌شود را ثبت و ضبط نمایند. مقامات می‌توانند از سازمان‌ها و اشخاص بخواهند تا هرگونه رفتار مخالف با منافع چین را اصلاح یا متوقف کنند. به همراه داشتن هرگونه تجهیزات جاسوسی، مطابق با مصادیق بخش امنیتی دولت، نیز غیرقانونی است. نیروهای انتظاماتی، در صورت پیروی نکردن خاطی، می‌توانند اموال وی را مصادره کنند.</p>	۱
<p>این قانون، طیف گسترده‌ای از منافع دولت را پوشش می‌دهد که بسیاری آن را محدودکننده‌ی آزادی مردم می‌دانند. ماده ۱ اعلام می‌دارد این قانون، پیرو اهداف "حفظ امنیت ملی، دفاع از دیکتاتوری دموکراتیک مردم و نظام سوسیالیستی با خصوصیات چینی" و همچنین "تحقق بخشیدن به جوان‌سازی ملت" است. امنیت ملی، تحت عنوان حفاظت از رژیم سیاسی، حاکمیت، اتحاد ملی، تمامیت ارضی، رفاه مردم و "توسعه پایدار و سالم" اقتصاد و جامعه، تعریف شده است. این‌ها و دیگر "منافع مهم ملی" باید تا حد امکان از خطر دور بمانند و موضع تهدیدات داخلی و خارجی قرار نگیرد. اهمیت رهبری حزب کمونیست چین (CPC) در امنیت ملی و نقش آن در ایجاد "یک سیستم رهبری متمرکز، کارآمد و معتبر امنیت ملی" به شدت تأکید شده است.</p> <p>این قانون، تصریح می‌کند که باید راهبردی برای "پیشگیری از نفوذ استانداردهای غیراخلاقی" وجود داشته باشد، و لازم است در راستای "حفاظت امنیت اطلاعات و شبکه"، "پیشگیری نزاع‌های اجتماعی"، "حفاظت در مقابل تروریسم، فرقه‌های مذهبی، دخالت نیروهای خارجی در مسائل مذهبی" و در کل، هر نیرویی که همبستگی ملی را تهدید کند، سیستم‌هایی راه‌اندازی شوند.</p> <p>این عقاید، بیان‌کننده‌ی قوانین و مقررات پیشین هستند، اما مسلماً به کمیسیون امنیت ملی تأسیس شده در سال ۲۰۱۳، به سرپرستی ژی، این قدرت قانونی را اعطا می‌کند تا با نظارت بر امنیت ملی چین در طیف وسیعی از حوزه‌ها، نظارت حزب را در امور امنیتی متمرکز کند.</p>	۲ قانون امنیت ملی (۲۰۱۵،۰۷)
<p>در پی درخواست "یک زیرساخت سایبری امن و قابل کنترل"، این قانون شبیه برانگیز از شرکت‌های مخابراتی و ارائه‌دهندگان اینترنت می‌خواهد تا با "ارائه پشتیبانی فنی در رمزگشایی" دولت را یاری بدهند و "از انتشار اطلاعات در مورد افراط‌گرایی خودداری کنند. نشر اطلاعات درباره‌ی فعالیت‌های تروریستی نیز ممنوع است؛ و همین امر در رابطه با ساخت داستان‌های وقایع تروریستی جعلی نیز صادق است. فقط رسانه‌های خبره از پیش تأییدشده، مجاز به گزارش دادن حملات تروریستی یا پاسخ‌های رسمی هستند. این امر، در مورد گزارش‌های آنلاین و آفلاین نیز اظهار می‌شود. (توجه: این قانون، در حال حاضر نسخه‌ی ضعیف‌تر شده پیش‌نویس اصلی می‌باشد که خواستار راه‌اندازی درهای امنیتی بود و</p>	۳ قانون ضد تروریسم (۱۲/۲۰۱۵)

<p>شرکت‌ها را ملزم می‌کرد تا داده‌های کاربران و سرورهایشان را داخل چین نگه‌دارند.)</p>		
<p>این مقررات، به‌طور مشترک توسط MIIT و سازمان رادیو و تلویزیون ملی SEPPRFT صادر شدند تا جایگزینی برای "قوانین موقت انتشارات اینترنتی سال ۲۰۰۲" باشند. یک سرویس انتشار آنلاین، نوعی دیگر از نشر سنتی است و بنابراین باید مطابق با دستورالعمل‌های اخیر عمل کند. این مقررات، رسماً شرکت‌های خارجی یا سرمایه‌گذاری‌های مشترک خارجی را نسبت به "خدمات چاپ آنلاین" منع می‌کند؛ به تعبیر دیگر، انتشار عمومی نشریات آنلاین از طریق یک شبکه اطلاعاتی انجام می‌پذیرد. "نشریات آنلاین" دربرگیرنده‌ی آثار دیجیتال ویرایش شده و تولید و پردازش شده و دیگر شاخه‌های چاپ و نشر از قبیل؛ متن‌ها، تصاویر، نقشه‌ها، بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کتاب‌های صوتی و تصویری و سایر آثار دیجیتالی اصیل همانند ادبیات، هنر، علوم و دیگر کارهای دیجیتالی هستند که توسط سازمان رادیو و تلویزیون ملی SEPPRFT شناسایی و طبقه‌بندی شده است.</p> <p>با این وجود، شرکت‌های خارجی، سرمایه‌گذاری‌های مشترک و یا افراد، از طریق همکاری با یک شرکت محلی و پس از گذراندن انتظار و کسب مجوز رسمی انتشار آنلاین توسط سازمان رادیو و تلویزیون ملی، مجاز به تولید محتوای آنلاین می‌باشند.</p> <p>علاوه بر این، هر ناشر محتوای آنلاین که دارای محتوای نظیر؛ "متون، تصاویر، نقشه‌ها، بازی‌ها، پویانمایی‌ها، فایل‌های صوتی و تصویری" است، باید تمامی "تجهیزات فنی ضروری، سرورها و ذخایر دستگاه‌های" خود را در چین قرار دهد. طبق معمول، سازمان رادیو و تلویزیون ملی و موسسه فناوری ماینمار قدرت بررسی، تأیید و نظارت بر خدمات انتشارات را خواهند داشت و امکان بازرسی و توقیف مقالات و مجوزهای تجاری خلاف قانون را دارا هستند.</p>	<p>مقررات اداره خدمات انتشاراتی برخط (۰۳/۲۰۱۶)</p>	<p>۴</p>
<p>قانون امنیت سایبری چین نخستین قانون جامعی است که چارچوبی را برای حفاظت از داده و حکمرانی شبکه و امنیت سیستم ارائه می‌کند. این قانون، برای اپراتورهای شبکه و نیز اپراتورهای زیرساخت‌های اطلاعاتی حساس اعمال می‌شود. این قانون، توسط کنگره ملی مردم اعلام شد. قانون امنیت سایبری چین شامل هفت فصل و ۹۹ ماده است. این قانون، تنظیمات ساخت، بهره‌برداری، نگهداری و استفاده از شبکه‌ها و همچنین نظارت و مدیریت بر آن‌ها را در چین مقرر می‌سازد. این قانون، قدرت فراوانی را در اختیار مرکز ارزیابی امنیت فناوری اطلاعات چین CNITSEC و ایسته به MSS گذاشته است تا بتواند از ارائه‌دهندگان فناوری در چین، کد منبع و مالکیت فکری‌شان را طلب کند. طبق ماده ۲۸، اپراتورهای شبکه موظفاند به سازمان‌های امنیت عمومی و ارگان‌های</p>	<p>قانون امنیت سایبری (۰۶/۲۰۱۷)</p>	<p>۵</p>

<p>امنیتی دولتی و همچنین فعالیت‌های قانونی حفظ امنیت ملی و تحقیقات مرتبط با جرائم، پشتیبانی فنی ارائه دهند. جهت یادآوری، امنیت ملی در قانون مصوب امنیت ملی با عنوان " فقدان نسبی تهدیدهای بین‌المللی و داخلی برای قدرت دولت و سلطه حاکمیت، اتحاد و تمامیت ارضی، رفاه مردم و اطمینان از پایداری وضعیت امنیت " تعریف شده بود.</p> <p>علاوه بر این، ماده ۳۵ اعلام می‌دارد اپراتورهای اطلاعات حیاتی زیرساخت که محصولات و خدمات شبکه را خریداری می‌کنند و امکان دارد برای امنیت ملی تأثیرگذار باشد، باید توسط دپارتمان اطلاعات شبکه دولت و دیگر بخش‌های مربوطه شورای دولتی از جهت امنیت ملی موردبازنگری قرار گیرند.</p> <p>ماده ۳۷ نیز مشخص می‌کند اطلاعات شخصی و سایر اطلاعات مهم که توسط اپراتورهای اطلاعات حیاتی زیرساخت در طول عملیاتشان در سرزمین اصلی جمهوری خلق چین، جمع‌آوری یا تولید شده، باید در سرزمین اصلی چین باقی بماند.</p> <p>همه این قوانین به‌طور بالقوه مداخله‌گرانه محسوب می‌شوند. با توجه به تعریف وسیع و مبهم از امنیت دولت، شرکت‌ها نگران هستند که این قانون، حقوق فروشندگان را نسبت به فناوری‌های انحصاری خود با در معرض گذاشتن آن‌ها برای اهداف اطلاعاتی، به خطر بیندازد. بنابراین، شرکت‌های فناوری‌های خارجی با یک معضل مواجه هستند که آیا بهتر است با این قوانین موافقت کنند و یا ریسک از دست دادن بازار چین را بپذیرند؟</p> <p>در سپتامبر ۲۰۱۷، اداره فضای مجازی چین (CAC)، سه غول اینترنتی Sina و Tencent, Baidu را به نقض ماده ۴۷ قانون امنیت سایبری متهم کرد. گفته شده بود؛ این شرکت‌ها در مدیریت سیستم‌عامل‌های اجتماعی خود شکست خورده بودند، چراکه برخی کاربران اینترنتی "اطلاعات خشونت‌آمیز و مرتبط با تروریسم، شایعات نادرست، پورنوگرافی و سایر اطلاعاتی را منتشر کردند که امنیت ملی، امنیت عمومی و نظم اجتماعی را به خطر می‌اندازد".</p>		
<p>این مقررات، در تاریخ ۱ اکتبر ۲۰۱۷، درست قبل از نوزدهمین کنگره ملی CPC، به تصویب رسید. با توجه به ابلاغ (CAC(SIIO)، این مقررات جهت اجرایی شدن درست قانون امنیت سایبری طراحی شدند.</p> <p>این قوانین، مستلزم آن است که ارائه‌دهندگان سرویس چت اینترنتی، ضوابط نظارتی خود را تقویت کنند. آن‌ها مسئول تأیید هویت کاربران خود و نگاه‌داشتن یک وبلاگ از چت گروهی کمتر از شش ماه می‌باشند. هرکس که با هویت معتبر ثبت نشده است باید از شرکت در انجمن‌های آنلاین منع شود. هنگامی که خدمات نظر دهی برای موضوعات خبری و اطلاعات ارائه می‌شود، یک سیستم از پیش تعبیه شده باید ابتدا پست را تأیید نماید و سپس انتشار دهد.</p>	<p>مقررات مدیریت جوامع و انجمن‌های اینترنتی و مقررات مدیریت پست‌ها و خدمات نظر دهی اینترنتی (۲۰۱۷،۱۰)</p>	<p>۶</p>

این اقدامات، به‌طور مؤثر، خاصیت ناگهانی بودن فضای آنلاین را از میان برداشته و بیشتر نشانگر اراده حزب برای نظارت بر افکار عمومی برخط است.		
--	--	--

۵-۱- مرکز خوانش چین^۱

از زمان تشکیل کنگره ۱۸ حزب حاکم، حکومت جمهوری خلق چین قول داد که با انجام اقدامات مقتضی در راستای دیجیتالی کردن کشور، پایه‌گذاری مناسبی در تقویت ملت و اقتصاد چین صورت بگیرد. پس از انتقال قدرت به Xi Jinping، تمامی حوزه‌های مرتبط با فناوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی به اولویت اول چین بدل شد و درنهایت، چین را به یک قدرت اینترنتی قوی بدل نمود که از جمله دلایل چنین جایگاهی می‌توان به استفاده گسترده از فناوری‌های پیشرفته اطلاعات و ارتباطات، به‌ویژه اینترنت تلفن همراه، تجزیه و تحلیل کلان داده‌ها، محاسبات ابری و اینترنت اشیا اشاره نمود.

سیاست‌های IOT در زمان مدیریت Hu-Wen آغاز شد؛ درست هنگامی که ون جیابائو نخست‌وزیر وقت، در ۷ اوت ۲۰۰۹ از مرکز تحقیقاتی فناوری IOT که در ماه نوامبر همان سال تأسیس شده بود، بازدید کرد. در آن مکان و زمان بود که Wen خواستار ایجاد سریع "مرکز سنجش اطلاعات"^۲ چین شد. در حال حاضر، این مرکز با عنوان "مرکز خوانش چین" شناخته می‌شود. این طرح، توسط شورای دولتی تصویب شد و وزارت صنعت و فناوری اطلاعات چین (MIIT) "حسگر شبکه"^۳ را به‌عنوان یک فناوری جدید با کاربردهای بسیار شناسایی و معرفی نمود.

۵-۲- حق حاکمیت در قوانین فضای سایبری چین

حق حاکمیت سایبری با امنیت سایبری متفاوت است. امنیت سایبری به حفاظت از زیرساخت‌ها و فرایندهای متصل به اینترنت مرتبط است اما حق حاکمیت ملی بر اطلاعات ارائه‌شده توسط اینترنت تمرکز دارد. حق حاکمیت سایبری در چین مبتنی بر دو اصل است:

- نفوذ ناخواسته به «فضای اطلاعاتی» کشور باید ممنوع شود. در عمل، این موضوع به چین امکان

^۱ Reading china centre

^۲ Information Sensing Centre

^۳ Sensing net

می‌دهد تا از قرار گرفتن شهروندانش در معرض ایده‌ها و عقاید زیانبار از نظر نظام حاکم بر چین جلوگیری کند.

- تغییر جهت حکمرانی اینترنت از عناصر فعلی که شامل دانشگاهیان و شرکت‌ها است به مقری بین-المللی از قبیل سازمان ملل. این اقدام، سبب می‌شود تا قدرت از شرکت‌ها و افراد فقط به خود دولت‌ها منتقل شود.

دیدگاه چین درباره حق حاکمیت سایبری، برگرفته از روندهای کلان‌تر سیاست خارجی این کشور است. ظهور چین به‌عنوان یک قدرت نه‌تنها در عرصه واقعی بلکه در فضای سایبر که بستری برای تسلط هر چه بیشتر شرکت‌های امریکایی بوده است با وضعیتی جایگزین شده که در آن شرکت‌های چینی دیگر دنبال‌رو نیستند.

از نظر نظام حاکم بر چین، حق حاکمیت ملی بخشی از میدان گسترده‌تر امنیت اطلاعات است که برای حفظ ارزش‌های اساسی آن الزامی است. تمرکز اصلی بر کنترل و مدیریت اینترنت و محتوای آن است. از این نظر، حاکمیت ملی، امنیت سایبری را به‌منزله ابزاری برای حفظ حق حاکمیت سایبری قلمداد می‌کند. آمار کاربران اینترنت در طی چند سال گذشته، رشد قابل‌ملاحظه‌ای داشته است و از ده درصد در ده سال گذشته به بیش از ۷۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۸ رسیده است.^۱ به دلیل اینکه اطلاعات درباره وضعیت چین عمده‌تاً از طریق اینترنت منتشر می‌شود، رهبران چین بیش‌ازپیش ضرورت کنترل جریان اطلاعات در فضای سایبر را احساس می‌کنند.

وابستگی به فناوری‌های ساخت غرب به‌منزله ضعفی اساسی تلقی می‌شود که کنشگران خارجی می‌توانند از آن سوءاستفاده نمایند؛ بنابراین یکی از اقدامات اساسی چین برای عدم وابستگی، دستیابی بیشتر به استقلال فناورانه است. نگرانی اصلی دولت چین ثبات داخلی است.

در دسامبر ۲۰۱۶، اداره فضای مجازی چین راهبرد جدیدی را برای امنیت سایبری معرفی کرد که در آن هشدار داده‌شده بود استفاده از اینترنت برای خیانت به میهن، جدایی‌طلبی، براندازی و شورش یا سرقت یا نفوذ در اسرار دولتی مجازات را در پی خواهد داشت و نسبت به هر نوع همکاری با نیروهای خارجی نیز هشدار داده بود.

^۱ آمار از سایت CAC

سیاست‌های فضای مجازی که مدت‌ها مجزا و غیرمنسجم بودند، یکپارچه‌تر شد و در سطح نظام مورد کنترل قرار گرفت. سال ۲۰۱۴ یک نقطه اساسی در سیاست‌گذاری فضای سایبر در چین است. این سال، شاهد شکل‌گیری گروه‌های کوچک رهبری شامل امنیت مرکزی اینترنت^۱ و گروه راهبری اطلاعات^۲ بود که ریاست هردوی آن‌ها با رئیس‌جمهور چین بود که نشانگر اهمیت این موضوع است. در همان سال، اولین اجلاس جهانی اینترنت^۳ برگزار شد و چین در آنجا به ترویج سیاست خارجی و موضع خود درباره امنیت سایبر پرداخت. این اجلاس که به اجلاس ووژن^۴ معروف است، رویدادی سالیانه است که توسط نهادهای دولت چین برای بحث در مورد مسائل و سیاست‌گذاری اینترنت برگزار می‌شود. در اجلاس سال ۲۰۱۴ ژو جینپینگ با کاربرد مفهوم حق حاکمیت سایبری بر حق تمام ملت‌ها برای توسعه، استفاده و حکمرانی اینترنت تأکید کرد. در سال ۲۰۱۵، حق حاکمیت مجازی را لو وی^۵ رئیس وقت اداره فضای سایبر چین به‌عنوان تفاوت بین یک رویکرد «چند ذی‌نفعی»^۶ و «چندجانبه»^۷ اعلام کرد. تفاوت آن‌ها در میزان اولویت دوم در قلمرو سایبر است؛ اما در اواخر سال ۲۰۱۶ موضع پکن تا حدودی تعدیل شد و مقامات این کشور، اصطلاح «حکمرانی چندحزبی»^۸ را به‌عنوان جایگزین رویکرد چند ذی‌نفعی مطرح کردند. در سال ۲۰۱۷ این ایده در «راهبرد بین‌المللی برای حکمرانی چندجانبه و مشارکت چندحزبی در حکمرانی آن شامل شرکت‌ها، سازمان‌ها و جماعت‌های فناورانه» تعدیل شد.

این عدم اطمینان، از یک مسئله غامض بنیادی پیش روی سیاست‌گذاران چینی ناشی می‌شود. آن‌ها از یک‌طرف فضای سایبر را تهدیدی برای ثبات چین تلقی می‌کنند اما از سوی دیگر، آن را برای اهداف توسعه این کشور ضروری می‌دانند. یکی از روش‌های دولت چین برای ایجاد توازن میان این دو رویکرد، ترفیع و ارتقای شرکت‌های داخلی و اعطای سهم به آن‌ها است. برای مثال، جک ما، بنیان‌گذار علی‌بابا در شکل‌گیری و ارتقای سیاست‌های چین نقش ایفا کرده است (شیا و گجویک، ۲۰۱۷).

^۱ Central Internet Security

^۲ Information Leading Group

^۳ World Internet Conference

^۴ Wuzhen Summit

^۵ Lu Wei

^۶ Multi-Stakeholder

^۷ Multilateral

^۸ Multi-Party Governance

یکی از ابعاد قانون امنیت سایبری چین، محلی سازی داده‌ها یا نگهداری اطلاعات تولیدشده در داخل کشور چین است.

در دسامبر ۲۰۱۶، اداره فضای سایبری چین، راهبرد امنیت سایبری این کشور را در قالب یک راهبرد ۱۵ صفحه‌ای اعلام کرد که در آن از صلح، امنیت، شفافیت، همکاری و نظم حمایت شده است. بر اساس این راهبرد، دولت حق حاکمیت در فضای سایبر و امنیت محلی را تضمین و از زیرساخت اطلاعاتی، حفاظت و با ترور و جرائم سایبری مقابله می‌کند. بر اساس این راهبرد، حق حاکمیت فضای سایبر بخش مهمی از حق حاکمیت دولت است و همه کشورها باید در مدیریت اینترنت خود مورداحترام قرار بگیرند و نقش برابری را در حکمرانی فضای سایبر بدون هژمونی یا استانداردهای مضاعف داشته باشند. چین از همه ابزارهای -علمی، فناورانه، قانونی و دیپلماتیک یا نظامی- برای حفاظت از حق حاکمیت سایبری استفاده خواهد کرد (چاینا دیلی، ۲۰۱۶).

۵-۳- تنظیم مقررات برای فعالیت اپلیکیشن‌ها

بر اساس مطلبی که در تاریخ ۱۴ مه ۲۰۱۹ در سایت اداره فضای مجازی چین درج شده است، اخیراً کارگروه حکمرانی ویژه اپ (اپلیکیشن‌های موبایل) تحت هدایت وزارت صنعت و فناوری اطلاعات و برخی نهادهای دیگر پیش‌نویس لایحه روش ارزیابی اپ^۱ را برای جمع‌آوری و استفاده از داده‌های شخصی برای کسب نظرات عموم ارائه شده است. در این پیش‌نویس، استفاده از داده‌های شخصی به شکل گردآوری غیرقانونی در سی شکل مختلف و هفت دسته کلی ارائه شده است. این نخستین بار در جهان است که تلاش می‌شود تا نوع تخطی از حفاظت از داده‌های شخصی در اپلیکیشن‌ها مشخص شود. این اقدام به دلیل اهمیت حفاظت از داده‌های شخصی برای امنیت شبکه و حقوق مشروع و منافع شهروندان شبکه است. در این پیش‌نویس، بین بیگ دیتا و داده‌های شخصی تمایز ایجاد شده است؛ زیرا به نظر محققان، در حال حاضر، بیگ دیتا یکی از مباحث مرتبط با مالکیت معنوی و اطلاعات شخصی در زمره قانون حفاظت از حریم شخصی قرار می‌گیرد. یکی از مفاهیم این پیش‌نویس، اطلاعات داده^۲ است و هم شامل بیگ دیتا و هم اطلاعات شخصی است. از اطلاعات گردآوری شده توسط پلتفرم‌های شبکه، آن دسته که نتوان به شکل مستقیم و غیرمستقیم هویت شخصی آن‌ها را مشخص کرد، جزو بیگ دیتا محسوب می‌شود.

¹ App Appraisal Method

² Data Information

در حال حاضر، حدود بیگ دیتا معین نشده است اما تعریف اطلاعات شخصی در قانون امنیت سایبری بسیار روشن است؛ بنابراین مالکیت اطلاعاتی که در زمره بیگ دیتا قرار می‌گیرند باید در یک چارچوب قانونی دیگر قرار بگیرد (وی، ۲۰۱۹).

اداره فضای مرکزی چین فهرست پیش‌نویسی از رفتارهای غیرقانونی اپراتورهای اپ در گردآوری اطلاعات شخصی برای دریافت نظارت عمومی را منتشر کرد. هدف از انتشار این فهرست تهیه دستورالعملی برای اپراتورهای اپ است تا سیاست‌های حریم خصوصی خود را تصحیح کنند و به‌عنوان مرجعی برای مقامات باشد تا اپ‌ها را ارزیابی و موارد مرتبط با رفتار ناشایست را مجازات کنند. برخی از رفتارهای غیرقانونی شامل عدم یادآوری به کاربران برای مطالعه سیاست‌های حریم خصوصی هنگام نصب و استفاده از اپلیکیشن‌ها و گردآوری اطلاعات شخصی در راستای اهداف غیرقانونی است. بر اساس این فهرست، اپ‌ها باید آشکارا بگویند که علت تقاضای آن‌ها از کاربران برای دریافت اطلاعات حساس از قبیل شماره ملی یا شماره کارت اعتباری چیست. آن‌ها نباید بدون کسب رضایت کاربران، اطلاعات شخصی را گردآوری کنند و گردآوری اطلاعات از کاربران زیر سن ۱۴ سال نیز بدون رضایت والدینشان ممنوع است (چاینا دیلی، ۲۰۱۶).

۵-۴ - مقررات تجارت الکترونیک

چین دارای بزرگ‌ترین بازار تجارت الکترونیک در جهان است و ارزش کنونی آن بیش از ۱/۳ تریلیون دلار است؛ بنابراین، تلاش در جهت حفاظت از بازار و تدوین یک چارچوب تنظیم مقررات برای توسعه آن اهمیت زیادی دارد. نگرانی نسبت به وجود مقررات بهتر و کارا تر برای مواجهه با مسائلی همچون کالاهای جعلی، کلاهبرداری از مصرف‌کننده، حریم خصوصی و مسائل دیگر سبب شد تا در ۱ ژانویه ۲۰۱۹ قانون جدید تجارت الکترونیک چینی اجرایی شود.

این قانون جدید، مبتنی بر اصلاحات پیشین در نظام حقوقی چین است. یکی از ویژگی‌های مهم این قانون این است که همه کسب‌وکارهای آنلاین باید کسب‌وکار خود را ثبت کنند و همه مجوزهای لازم را برای فعالیت‌های خاص خود به دست آورند. چارچوب قانون جدید گسترده است. هرکدام از فصل‌های آن دربردارنده مباحثی چون قراردادهای الکترونیک، پرداخت‌های الکترونیک، تضمین‌هایی برای تراکنش‌های تجارت الکترونیک؛ حفاظت از داده و توسعه حفاظت از مصرف‌کننده؛ رقابت منصفانه و مکانیسم‌هایی برای رفع اختلاف، تجارت فرامرزی و بیان مجازات مدنی و جنایی است.

در تاریخ ۳۱ اوت ۲۰۱۸، کمیته دائم کنگره ملی خلق چین، قانون تجارت الکترونیک جمهوری خلق چین را تصویب کرد. این قانون، شامل هفت فصل و ۸۹ ماده است. در ماده دو این قانون، «تجارت الکترونیک» به

معنای «فعالیت‌های کسب‌وکار فروش کالاها یا تأمین خدمات از طریق اینترنت یا هر نوع شبکه اطلاعاتی» تعریف شده است. در ماده ۵ قانون آمده است:

اپراتورهای کسب‌وکار تجارت الکترونیک در عملیات کسب‌وکار باید بر اساس اصول داوطلبی بودن، برابری، انصاف و صداقت رفتار کنند و به قانون و اخلاق کسب‌وکار پایبند باشند، در رقابت بازار به شکل منصفانه حضور داشته باشند، وظایف خود را در مواردی از قبیل حفاظت از حقوق و منافع مصرف‌کنندگان، محیط‌زیست، حقوق مالکیت معنوی، امنیت سایبری و اطلاعات شخصی و همچنین به عهده گرفتن مسئولیت کیفیت محصولات و خدمات به خوبی انجام دهند و نظارت توسط دولت و عموم را بپذیرند.

در ماده ۹، «اپراتورهای کسب‌وکار تجارت الکترونیک» به معنای اشخاص حقیقی، اشخاص حقوقی یا سازمان‌های به طور قانونی ثبت‌نشده‌ای است که در فعالیت‌های کسب‌وکار فروش خدمات یا تأمین کالاها از طریق اینترنت یا هر نوع شبکه اطلاعاتی دیگر شامل اپراتورهای کسب‌وکار پلتفرم تجارت الکترونیک، اپراتورهای کسب‌وکار مبتنی بر پلتفرم و اپراتورهای کسب‌وکار تجارت الکترونیک دخیل هستند و کالا می‌فروشند یا خدماتی را از طریق وبسایت خودسازشان یا هر خدمت شبکه‌ای دیگر عرضه می‌کنند (ژانگ، ۲۰۱۸).

به‌طور کلی مجموعه اقدامات دولت چین را از مناظر مختلف در حوزه‌ی فضای مجازی، می‌توان در قالب جدول (۱-۳) به نمایش درآورد.

جدول ۵-۲: نمونه اقدامات در حوزه قانون‌گذاری

نمونه اقدامات حاکمیت ملی	
<p>قانون امنیت سایبری چین قانون کپی‌رایت چین قانون patent چین قانون محتوا، رادیو و تلویزیون SARFT قانون مطبوعات چاپی، الکترونیکی و اینترنت GAPP موتور جست‌وجوی بایدو</p>	حاکمیت فرهنگی
<p>قانون امنیت سایبری قانون نام‌های دامنه CNNIC قانون حفظ اسرار ملی قانون ضد گمنامی برای کمپانی‌های بلاک چین طرح فایروال بزرگ چین GFW موتور جست‌وجوی بایدو</p>	حاکمیت امنیتی

قوانین صادرات و واردات جمهوری خلق چین قانون تجارت بومی و خارجی، مشارکت اقتصادی در صنایع گوناگون (وزارت تجارت) قانون نام‌های دامنه CNIC قانون امضای الکترونیکی ذیل قانون تجارت الکترونیک	حاکمیت فنی و اقتصادی
قانون امنیت سایبری استراتژی بین‌المللی برای همکاری در فضای مجازی	حاکمیت مدیریتی و حقوقی

۶- سیاست‌های حاکمیتی فضای مجازی در چین

سیاست‌های حاکمیتی فضای مجازی در چین را می‌توان در چهار قالب اقتصادی و فنی، فرهنگی، امنیتی و مدیریتی و حقوقی دسته‌بندی نمود.

- **حاکمیت اقتصادی و فنی:** رقابت تنگاتنگ صنعت و کسب‌وکارهای چین با شرکت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و خدمات دهندگان آمریکایی؛ حرکت به سمت خودکفایی در خصوص زیرساخت‌ها و تجهیزات فنی فضای مجازی
- **حاکمیت فرهنگی:** پژوهش وسیع در فناوری‌های پایه و بنیادین فضای مجازی؛ رقابت تنگاتنگ محتوای چینی با محتوای غیر چینی در رسانه‌های نوین فعال در چین
- **حاکمیت امنیتی:** کاهش وابستگی به زیرساخت و خدمات آمریکایی
- **حاکمیت مدیریتی و حقوقی:** وضع قوانین تقویت حاکمیت چین در فضای مجازی؛ مدیریت و تنظیم گری واحد اجرایی در انجام خدمات در فضای مجازی در چین؛ بهره‌برداری وسیع از فرصت دیپلماسی فضای مجازی برای توسعه حاکمیت چین و امکان نظارت مطلوب بر فضای مجازی چین.

۷- جمع بندی

بر اساس آنچه در این فصل گفته شد، توجه به اصل حاکمیت سایبری یکی از رویکردهای اصلی در مدیریت فضای مجازی در کشور چین به حساب می‌آید. بر همین اساس، اقدامات فعالانه‌ای چون سرمایه‌گذاری وسیع در علوم، تحقیقات و فناوری‌های راهبردی و بنیادین فضای مجازی، توسعه اینترنت ملی، راه اندازی سرویس‌های اجتماعی تحت وب به جای خیل عظیم سرویس‌های آمریکایی، توسعه و تقویت شدید توان سایبری و همکاری حقوقی در مبارزه با جرائم سایبری از جمله اقدامات انجام گرفته جهت حفاظت از فرهنگ بومی و دغدغه‌های اجتماعی در چین بوده است. در کنار این موارد، شکل دادن به فضای مجازی از طریق

بسترسازی مناسب برای استارت‌آپ‌های ایجاد شده در حوزه‌های مرتبط با فضای مجازی از کارهای انجام شده برای توسعه سیاسی و اقتصادی در چین بوده است. همچنین در حوزه‌ی دیپلماسی، مدیریت ارتباطات دوجانبه با آمریکا و سایر همکاران مهم، تحکیم نفوذ منطقه‌ای و دیپلماسی سایبری، مخالفت با اقدامات سایبری آمریکا در سازمان ملل و انتقاد به عملکرد آیکن و در کنار آن همکاری فنی و چندجانبه از جمله اقدامات چین جهت ارتقای هر چه بیشتر جایگاه و نفوذ این کشور در حوزه فضای مجازی بوده است.

منابع

- [1] <https://www.statista.com/statistics/278417/number-of-internet-users-in-china/>
- [2] <https://www.statista.com/statistics/277586/number-of-social-network-users-in-china/>
- [3] W. Miao, W. Lei, *Policy review: The Cyberspace Administration of China*, 2016, https://www.researchgate.net/publication/311505481_Policy_review_The_Cyberspace_Administration_of_China
- [4] <https://www.digitalcenter.org/wp-content/uploads/2018/01/Cybersecurity-under-Xi-Jinping-analysis.pdf>
- [5] <http://www.cac.gov.cn/>
- [6] http://english.www.gov.cn/state_council/2014/08/23/content_281474983035940.htm
- [7] <http://english.scio.gov.cn/>
- [8] *Cybersecurity under Xi Jinping* - Center for the Digital Future, 2018

حکمرانی فضای مجازی در کشورهای جهان: چین

حوزه فضای مجازی به اندازه انقلاب اسلامی اهمیت دارد. این فضا مثل یک رودخانه پر از آب و خروشان است که می آید و دائماً هم بر آب آن افزوده و خروشان تر می شود. اگر ما بر این رودخانه تدبیر کنیم و برنامه داشته باشیم، زه کشی کنیم و هدایت کنیم، این رودخانه را تا به سد بریزد، می شود فرصت. اگر رهاش کنیم و برنامه ای برای آن نداشته باشیم می شود یک تهدید.

عظیم

۱۳۹۱/۷/۲

