

## ORIGINAL ARTICLE

# Recognizing the Right to Data Portability as a Safeguard against the Abuse of Market Power by Dominant Digital Platforms (With a Focus on the EU GDPR and Iran's Draft Bill on Data and Personal Information Protection)

Sanam Rahmanpour<sup>1</sup>, Esmail Abbasi<sup>2</sup>, Mohammad Hossein Erfanmanesh<sup>3</sup>

1. Department of Private Law, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2. Department of Private Law, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

3. Department of Private Law, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Correspondence: Esmail Abbasi  
Email: [es.ab.1350@iau.ac.ir](mailto:es.ab.1350@iau.ac.ir)

Received: 01/Jul/2025

Revised: 03/Sep/2025

Accepted: 29/Sep/2025

Published: 22/Oct/2025

### How to cite:

Rahmanpour, S.; Abbasi, E.; Erfanmanesh, M.H. (2024). Recognizing the Right to Data Portability as a Safeguard against the Abuse of Market Power by Dominant Digital Platforms (With a Focus on the EU GDPR and Iran's Draft Bill on Data and Personal Information Protection), Civil Law Knowledge, 14 (1), 191-206. (DOI: [10.30473/clk.2025.75025.3395](https://doi.org/10.30473/clk.2025.75025.3395))

## ABSTRACT

This research seeks to analyze the features of digital platforms' dominance rooted in control over personal data and to assess the manifestations of such dominance, particularly through practices of refusal to deal. It further examines the imperative of data transfer between platforms—viewed as an essential facility necessary to maintain competitive market dynamics—and explores the correlation between the recognition of the right to data portability and the prevention of abusive conduct by dominant platforms. To pursue this aim, the study adopts a qualitative methodology, relying on documentary (library-based) sources and an analytical-descriptive framework. The analysis includes a comparative legal examination of Iranian and European Union legal systems, complemented by a review of relevant judicial decisions. The core of the discussion focuses on the legal necessity of establishing the right to transfer user data and its role in curbing the abuse of dominant positions within digital markets. The findings reveal that personal data constitutes a substantial source of competitive advantage and may serve as an essential facility in platform-based competition. When major platforms possess extensive datasets and deny access to smaller competitors, such conduct can amount to a refusal to deal and represent an abuse of dominance. Promoting fair competition thus requires ensuring that small and medium-sized platforms are granted meaningful access to user data, reinforcing the legal and economic significance of recognizing data portability rights.

## KEYWORDS

Personal Data, European Union, Data Portability Right, Competition, Dominant Position.



## «مقاله پژوهشی»

# ضرورت شناسایی حق انتقال اطلاعات شخصی و مقابله با سوءاستفاده سکوها از موقعیت مسلط (با تکیه بر مقررات عمومی اتحادیه اروپا و طرح حمایت از داده‌ها و حفاظت از اطلاعات شخصی در ایران)

صنم رحمانپور<sup>۱</sup>، اسماعیل عباسی<sup>۲</sup>، محمدحسین عرفان‌منش<sup>۳</sup>

### چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی شاخصه‌های موقعیت مسلط سکوها مبتنی بر اطلاعات و سوءاستفاده سکوها از این موقعیت مسلط در قالب امتناع از معامله و بررسی ضرورت انتقال اطلاعات (به‌عنوان امکانات ضروری رقابت) میان سکوها از یک‌سو و ارتباط شناسایی حق انتقال اطلاعات با جلوگیری از سوءاستفاده سکوها بزرگ از موقعیت مسلط از سوی دیگر است. برای نیل به این هدف پژوهش حاضر با کاربست شیوه کیفی مبتنی بر گردآوری اطلاعات از منابع کتابخانه‌ای (اسنادی) و روش تحلیلی – توصیفی، در قالب انجام مطالعه‌ای تطبیقی میان حقوق ایران و اتحادیه اروپا و بررسی برخی آرای قضایی، ضرورت شناسایی حق انتقال اطلاعات کاربران و ارتباط آن با مقابله با سوءاستفاده سکوها بزرگ از موقعیت مسلط را مورد بحث قرار داده است. یافته‌های این مطالعه حاکی از آن است که اطلاعات شخصی واجد مزیت رقابتی و از امکانات ضروری رقابت است. دسترسی سکوها بزرگ به حجم عظیم اطلاعات شخصی و امتناع از دسترسی سکوها کوچک به اطلاعات، امتناع از معامله و از مصادیق سوءاستفاده از موقعیت مسلط است. مقابله با سوءاستفاده سکوها از موقعیت مسلط، مستلزم دسترسی بیشتر سکوها کوچک و متوسط به اطلاعات کاربران (به‌عنوان امکانات ضروری رقابت) است. یکی از راهکارها، شناسایی امکان انتقال اطلاعات شخصی است. برای مقابله با محدودیت‌های اعمال این حق (اعم از لزوم جلب رضایت کاربران، محدود بودن حق به اطلاعات شخصی، محدودیت هدف و محدودیت ذخیره‌سازی)، پیش‌بینی دامنه گسترده‌تری از اطلاعات و شرایطی برای انتقال اجباری اطلاعات در مقررات رقابتی برای تسهیل رقابت می‌تواند راهگشا باشد.

### واژه‌های کلیدی

اطلاعات شخصی، اتحادیه اروپا، حق حمل، رقابت، موقعیت مسلط.

۱. گروه حقوق خصوصی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
۲. گروه حقوق خصوصی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
۳. گروه حقوق خصوصی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

نویسنده مسئول:

اسماعیل عباسی

رایانامه: es.ab.1350@iau.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۴/۱۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۶/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۰۷

تاریخ چاپ: ۱۴۰۴/۰۷/۳۰

### استناد به این مقاله:

رحمانپور، صنم؛ عباسی، اسماعیل؛ عرفان‌منش، محمدحسین (۱۴۰۴). ضرورت شناسایی حق انتقال اطلاعات شخصی و مقابله با سوءاستفاده سکوها از موقعیت مسلط (با تکیه بر مقررات عمومی اتحادیه اروپا و طرح حمایت از داده‌ها و حفاظت از اطلاعات شخصی در ایران)، دوفصلنامه علمی دانش حقوق مدنی، ۱۴ (۱)، ۱۹۱-۲۰۶.

(DOI: 10.30473/clk.2025.75025.3395)



## مقدمه

از منظر حقوق رقابت، اطلاعات شخصی کاربران، دارای ارزش اقتصادی و مزیت رقابتی است و از آن با عنوان ارز جدید عصر دیجیتال یاد می‌شود. کاربران در ازای بهره‌مندی رایگان از خدمات سکوها اطلاعات شخصی خود را در اختیار سکوها قرار می‌دهند (Rancati, 2019: 14). سکوها برای کسب درآمد یا بهبود خدمات خود به اطلاعات کاربران متکی هستند و برای تحصیل اطلاعات بیشتر از کاربران با یکدیگر در رقابت هستند. با رشد اقتصاد دیجیتال، سکوهایی بزرگ به حجم زیادی از اطلاعات دسترسی دارند و به انحای مختلف این اطلاعات را جمع‌آوری می‌کنند. در میان ابزارهای گوناگون جمع‌آوری اطلاعات در دنیای امروز، به‌طور ویژه باید به سکوهایی فضای مجازی (اعم از شبکه‌های اجتماعی، سکوهایی تجارت الکترونیک و موتورهای جست‌وجو) اشاره کرد و از این میان شبکه‌های اجتماعی، پیچیده‌ترین و شاید مخرب‌ترین ابزارهای جمع‌آوری و استفاده از اطلاعات شخصی هستند (حیبی، ۱۳۹۵: ۴۱). دسترسی به اطلاعات شخصی کاربران و جمع‌آوری آنها توسط سکوهایی بزرگ، ممکن است ضمن ایجاد یا تثبیت موقعیت مسلط سکوهایی بزرگ، موانع قابل‌توجهی برای ورود سکوهایی کوچک و متوسط به بازار ایجاد کنند (Nuccio et.al, 2018: 2-5).

فرض بر این است که امکان انتقال اطلاعات توسط کاربران از سکویی به سکوی دیگر یا انتقال میان سکوها، می‌تواند ضمن افزایش کنترل کاربران بر اطلاعاتشان و توانمندسازی آنها تمرکز قدرت سکوها مبتنی بر اطلاعات شخصی را کاهش دهند و به‌تبع سبب تسهیل رقابت شود و در نقطه مقابل امتناع از دسترسی به اطلاعات موجب اختلال در فرایند رقابت گردد. (Graef et al., 2013: 1-2).

در این راستا ماده ۲۰ مقررات عمومی اتحادیه اروپا «حق حمل یا انتقال اطلاعات» را پیش‌بینی کرده است. در حقوق ایران، قانون مصوب در زمینه امکان یا عدم امکان انتقال اطلاعات وجود ندارد و طرح مجلس شورای اسلامی مورخ ۱۴۰۰/۰۶/۲۴ به‌رغم پیش‌بینی حقوق متعددی همچون، حق دسترسی، حق حذف، به حق انتقال اطلاعات اشاره‌ای نکرده است. از سوی دیگر، قوانین رقابتی به‌رغم

اشاره به امتناع از معامله به‌عنوان یکی از مصادیق سوءاستفاده از موقعیت مسلط، در خصوص امتناع از دسترسی سکوها به اطلاعات (به‌عنوان ورودی ضروری رقابت) فاقد مقرر است. از این‌رو، بررسی لزوم یا عدم لزوم شناسایی حق حمل اطلاعات در حقوق ایران و ارتباط آن با مقابله با سوءاستفاده سکوها از موقعیت مسلط (بالأخص امتناع از دسترسی به اطلاعات) ضروری است.

هدف از پژوهش حاضر بررسی شاخصه‌های موقعیت مسلط سکوها مبتنی بر اطلاعات و سوءاستفاده سکوها از این موقعیت مسلط در قالب امتناع از معامله و ضرورت انتقال اطلاعات (به‌عنوان امکانات ضروری رقابت) و ارتباط انتقال اطلاعات با جلوگیری از سوءاستفاده سکوهایی بزرگ از موقعیت مسلط است.

## روش پژوهش

مطالعه انجام‌شده از نظر ماهیت یک پژوهش توصیفی-تحلیلی با رویکرد مطالعه تطبیقی هست که برای جمع‌آوری اطلاعات از رویکرد کتابخانه‌ای استفاده شده است و با مراجعه به کتاب‌ها و مقالات مرتبط با موضوع اعم از حقوق ایران و اتحادیه اروپا و فیش‌برداری از آنها، اطلاعات لازم جمع‌آوری و ارائه شده است.

## مفهوم حق انتقال اطلاعات شخصی

در حقوق ایران، حمایت از اطلاعات شخصی در فضای مجازی نیز در هیچ‌یک از اصول قانون اساسی مورد شناسایی قرار نگرفته است، اما با استنباط از برخی اصول ازجمله اصل ۱۴، ۲۰، ۲۲ و ۲۵ و از طریق تفسیر پویا می‌توان گفت برخی از مقوله‌های حق داشتن حریم خصوصی به رسمیت شناخته شده است (قناد و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۰۱-۳۰۰). حریم خصوصی اطلاعاتی و ارتباطاتی نیز در اصل ۲۵ مورد حمایت قرار گرفته و می‌توان بسیاری از مصادیق نقض حریم خصوصی (ازجمله حریم خصوصی اطلاعاتی و ارتباطاتی را) تجسس قلمداد کرد (احمدوند، ۱۴۰۲: ۱۵۵). در سایر قوانین موضوعه اعم از منشور حقوق شهروندی، قانون تجارت الکترونیکی، ضمن تعریف اطلاعات شخصی حق بر حریم خصوصی کاربران تعریف و

مورد شناسایی قرار گرفته است، لیکن اصول حاکم و حقوق مترتب بر حمایت از اطلاعات شخصی در هیچ یک از قوانین فوق بیان نشده است. در نهایت در طرح اخیر مجلس با عنوان طرح حمایت از داده‌ها و حفاظت از اطلاعات شخصی مورخ ۱۴۰۰/۰۶/۲۴ اصول حاکم بر حمایت از اطلاعات شخصی کاربران فضای مجازی اعم از اصل قانونی بودن، شفافیت پردازش، لزوم جلب رضایت و حقوق کاربران اعم از حق اصلاح و حذف، حق فراموشی، حق دسترسی به اطلاعات، به طور جزئی مورد اشاره قرار گرفته است. با وجود اشاره به حقوق متعدد به شرح فوق، اشاره و تعریف دقیقی از حق حمل اطلاعات نشده و از عبارت مبهم «واگذاری شغلی یا حرفه‌ای اطلاعات شخصی» و لزوم ثبت واگذاری در مرجع صالح استفاده شده و در خصوص ضوابط و ضمانت اجرایی حاکم مقرره‌ای ندارد.

در اتحادیه اروپا، حق حمل یا انتقال اطلاعات در ماده ۲۰ مقررات عمومی حمایت از اطلاعات اتحادیه اروپا<sup>۱</sup> از سکوها به کاربران پیش‌بینی شده است. به موجب این حق، صاحبان اطلاعات موضوع داده ۵ مقررات عمومی می‌توانند یک نسخه از اطلاعات شخصی مربوط به خود را - در قالبی ساختاریافته، معمولی و قابل خواندن توسط ماشین - از «کنترل‌کننده» - یعنی هر شخص حقیقی یا حقوقی که اهداف و ابزار پردازش اطلاعات را تعیین می‌کند، دریافت کنند. هدف اصلی از شناسایی چنین حقی در اتحادیه اروپا، افزایش کنترل کاربران بر اطلاعات شخصی و اطمینان از ایفای نقش فعال صاحبان اطلاعات در اکوسیستم اطلاعاتی است (Article 29 Data protection working party, 2017: 4).

## ۱. اطلاعات شخصی

قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات مصوب ۱۳۸۷ در راستای شفافیت در امور نهادهای حکومتی و امکان نظارت

شهروندان و رسانه‌ها تدوین شد. اگرچه هدف این قانون امکان و حق دسترسی شهروندان و رسانه‌ها به اطلاعات بود، موادی را نیز به تعریف داده‌های شخصی و حفاظت از آنها اختصاص داده است. بند «ب» ماده ۱ این قانون، اطلاعات شخصی را این‌گونه تعریف می‌کند: «اطلاعات فردی نظیر نام و نام خانوادگی، نشانی‌های محل سکونت و محل کار، وضعیت زندگی خانوادگی، عادت‌های فردی، ناراحتی‌های جسمی، شماره حساب بانکی و رمز عبور است. قانون تجارت الکترونیکی از اطلاعات شخصی با عنوان داده‌پیام یاد می‌کند و آن را این‌گونه تعریف می‌کند: «داده‌پیام هر نمادی از واقعه، اطلاعات یا مفهومی است که با وسایل الکترونیکی، نوری و یا فناوری‌های جدید اطلاعات تولید، ارسال، دریافت، ذخیره یا پردازش می‌شود». بند ۱ از ماده ۴ مقررات عمومی حمایت از اطلاعات اتحادیه اروپا، اطلاعات شخصی را چنین تعریف می‌کند: «هرگونه اطلاعات مربوط به یک شخص حقیقی شناسایی شده یا قابل شناسایی صاحب اطلاعات». شخص حقیقی قابل شناسایی شخصی است که می‌تواند به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم، با استفاده از یک شناسه مانند نام، شماره شناسایی، اطلاعاتی مکان، شناسه برخط یا یک یا چند عامل خاص فیزیکی، فیزیولوژیکی، هویت ژنتیکی، ذهنی، اقتصادی، فرهنگی یا اجتماعی آن شخص حقیقی شناسایی شود».

## مزیت رقابتی اطلاعات شخصی

از منظر حقوق رقابت، اطلاعات شخصی کاربران دارای ارزش اقتصادی و مزیت رقابتی است و از آن با عنوان طلا یا ارز جدید عصر دیجیتال یاد می‌شود (Janeček, 2018: 8). در طول روز کاربران عمدتاً درازای اطلاعات شخصی از خدمات اینترنتی رایگان سکوها بزرگ و دارای

the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing directive 95/46/ec (general data protection regulation. Accessable at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>

۱. طرح حمایت و حفاظت از داده و اطلاعات شخصی، ۲۴ شهریورماه ۱۴۰۰، مجلس شورای اسلامی، مواد ۴، ۵، ۶ قابل دسترس در:

<https://media.dotic.ir/uploads/org/2021/10/09/163377045160152200.pdf>

2. Regulation (EU) 2016/679 of the European parliament and of the council of 27 April 2016 on

است و هدف از آن افزایش تعامل کاربران با سکوها و افزایش درآمد سکوها است. کاربران به واسطه استفاده از خدمات یک سکو، اطلاعات شخصی خود را به اشتراک می‌گذارند. اطلاعات شخصی کاربران و اطلاعات راجع به ترجیحات کاربران در خرید کالای خاص یا استفاده از نوع خاصی از خدمات یا جست‌وجوی اخبار به‌صورت برخط و به‌صورت کلی تمام تجربیات برخط کاربران به‌واسطه الگوریتم‌های شخصی‌سازی، ذخیره می‌شوند. سکوها از نرم‌افزار شخصی‌سازی محتوا برای نمایش اخبار یا محصولات و خدمات استفاده می‌کند و بر اساس علایق، ترجیحات و ویژگی‌های منحصربه‌فرد هر کاربر، کالاها و خدمات را نمایش می‌دهد. استفاده از فناوری‌های شخصی‌سازی غالباً بر انتخاب‌های کاربران اعم از اخبار و محصولات و محتوا، تأثیر می‌گذارد. محتوای شخصی‌سازی‌شده غالباً به‌عنوان «متقاعدکننده‌های پنهان» کاربران عمل می‌کنند. محققان آنها را به یک تله تشبیه کرده‌اند که هدف آن «قلاب کردن کاربران» است (Seaver, 2018: 421-425).

## ۲. موقعیت مسلط سکوها ناشی از مزیت رقابتی

### اطلاعات شخصی

در بند ۱۵ ماده ۱ ق.ا.س.ک.ا وضعیت مسلط اقتصادی این‌گونه تعریف شده است: «وضعیتی در بازار که در آن تعیین قیمت، مقدار عرضه یا تقاضای کالا یا خدمت یا شرایط قرارداد در اختیار یک یا چند شخص حقیقی یا حقوقی قرار می‌گیرد». ماده ۱۰۲ معاهده کارکرد اتحادیه اروپا تعریفی از موقعیت مسلط ارائه نکرده است و صرفاً به مصادیقی از سوءاستفاده از موقعیت مسلط اشاره کرده است. این ماده مقرر می‌دارد: «هرگونه سوء استفاده توسط یک یا چند شرکت از موقعیت مسلط در بازار داخلی یا در بخش قابل توجهی از آن، تا آنجا که ممکن است بر تجارت بین کشورهای عضو تأثیر بگذارد، به عنوان رویه‌های ناسازگار با بازار داخلی ممنوع است. چنین سوء استفاده به ویژه ممکن است شامل موارد زیر باشد: الف) تحمیل مستقیم یا غیرمستقیم قیمت‌های خرید یا فروش ناعادلانه یا سایر شرایط تجاری ناعادلانه؛ ب) محدود کردن تولید، بازار یا

موقعیت مسلط استفاده می‌کنند. این سکوها برای کسب درآمد یا بهبود خدمات خود به اطلاعات کاربران متکی هستند و برای تحصیل اطلاعات بیشتر اطلاعات از کاربران با یکدیگر در رقابت هستند. در میان ابزارهای گوناگون جمع‌آوری اطلاعات در دنیای امروز، به‌طور ویژه باید به سکوهای فضای مجازی (اعم از شبکه‌های اجتماعی، سکوهای تجارت الکترونیک و موتورهای جست‌وجو) اشاره کرد و از این میان شبکه‌های اجتماعی، پیچیده‌ترین و شاید مخرب‌ترین ابزارهای جمع‌آوری و استفاده از اطلاعات شخصی هستند (حبیبی، ۱۳۹۵: ۴۱).

## ۱. استفاده از اطلاعات شخصی

هنگامی که اطلاعات جمع‌آوری، ذخیره و تجزیه و تحلیل شدند، به طرق مختلف توسط مشاغل، بخش عمومی و کاربران نهایی مورد استفاده قرار می‌گیرند. اطلاعات تولیدشده می‌تواند برای درک بهتر ترجیحات مشتریان و ارائه تبلیغات یا خدمات به شکل هدفمند یا شخصی‌سازی محتوای برخط، مورد استفاده قرار گیرد (Gal, et.al, 2020: 21) که ذیلاً موردبررسی قرار می‌گیرد:

### ۱-۱. استفاده در قالب تبلیغات هدفمند

استفاده سکوها از اطلاعات در راستای تبلیغات هدفمند به دو شکل کلی صورت می‌پذیرد: تبلیغات نمایشی و تبلیغات جست‌وجو. سهم عمده‌ای از درآمد تبلیغات نمایشی برخط جهانی متعلق به دو قطب بزرگ آلفا بت و متا است (Geradin et al., 2021:7). متا که حدود ۷۵ تا ۸۰ درصد سهم بازار در زمینه تبلیغات نمایشی را در ایالات متحده و اروپا دارد، یوتیوب آلفابت است. دسته دوم از تبلیغات، تبلیغات جست‌وجو (تبلیغاتی که در صفحه نتایج موتور جست‌وجو نشان داده می‌شود)، دومین قسم از تبلیغات هدفمند برخط در سراسر جهان است و در این زمینه آلفا بت در اروپا و ایالات متحده پیشتاز است (Ibid: 6).

### ۱-۲. ارائه محتوای شخصی شده به کاربران

دومین الگوی کسب‌وکار سکوها شخصی‌سازی محتوای برخط مبتنی بر اطلاعات شخصی جمع‌آوری‌شده از کاربران

توسعه فنی به ضرر مصرف کنندگان؛ ج) اعمال شرایط متفاوت برای معاملات معادل با سایر طرف‌های تجاری و از این طریق آنها را در وضعیت نامناسب رقابتی قرار می‌دهد؛ د) انعقاد قراردادهای منوط به پذیرش تعهدات تکمیلی توسط طرفین دیگر می‌کند که به دلیل ماهیت آنها یا بر اساس عادت تجاری هیچ ارتباطی با موضوع چنین قراردادهایی ندارند.

در نظر دیوان دادگستری اروپا، موقعیت مسلط یک جایگاه قوی اقتصادی در بازار است که در آن بنگاه سهام چشمگیری در بازار دارد و بنگاه را قادر می‌سازد که از رقابت مؤثر در بازار ممانعت به عمل آورد و به او اجازه می‌دهد تا به طور قابل توجهی مستقل از رقبا و مصرف کنندگان رفتار نماید (رهبری، ۱۳۹۸: ۶). بند ۱۵ ماده ۱ ق.ا.س.ک.ا غیر از قابلیت تعیین قیمت، میزان تولید و شرایط قرارداد، معیار مشخصی در خصوص تشخیص جایگاه مسلط قرار دهد ارائه نمی‌کند، شاخص‌های مذکور در اتحادیه اروپا می‌تواند در رفع ابهامات قانون به ما مساعدت کند.

توانایی سکوها به‌ویژه سکوهایی کوچک در جمع‌آوری و دسترسی و تجزیه و تحلیل اطلاعات شخصی کاربران، می‌تواند برای آنها مزیت رقابتی ایجاد کرده و برتری معناداری نسبت به سایر رقبا ایجاد کند و از طرفی دسترسی سکوهایی دارای موقعیت مسلط می‌تواند با ایجاد مزیت رقابتی بیشتر موقعیت آنها را تثبیت و مانع ورود شرکت‌های کوچک و موجب اخلاص در فرایند رقابت گردد (Grunes, 2015: 3). ازجمله خصایص سکوهایی فضای مجازی که دسترسی سکوها به اطلاعات را تسهیل و سبب افزایش مزیت رقابتی آنها می‌گردد عبارت‌اند از: ۱- صرفه مقیاس، ۲- اثرات شبکه و ۳- هزینه‌های تغییر سکو و آثار قفل‌شوندگی.

### ۱-۲. صرفه مقیاس

وجود صرفه مقیاس به وضعیتی اطلاق می‌شود که با افزایش مقیاس تولید، میانگین هزینه ارائه محصولات یا خدمات کاهش می‌یابد (Alison, et.al, 2016: 7). برای ایجاد و ورود یک سکو به بازار، سرمایه‌گذاری قابل توجهی

در زیرساخت‌ها و سرور مورد نیاز است. علاوه بر این، سرمایه‌گذاری جهت توسعه ابزارهای تبلیغاتی یا الگوریتم‌های جست‌وجو ضروری است. با این حال، پس از انجام سرمایه‌گذاری‌های اولیه، هزینه‌های ایجاد واحدهای اضافی با تسهیل تعامل بیشتر بین کاربران و تبلیغ کنندگان کاهش می‌یابد (Shapiro, et.al, 1999: 3).

ماهیت همه‌جا حاضر اطلاعات و هزینه‌های پایین جمع‌آوری، ذخیره‌سازی و تجزیه و تحلیل داده‌ها سبب شده سکوها، به طور گسترده، آزادانه و رایگان به اطلاعات شخصی کاربران دسترسی داشته باشند و برای جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات و توسعه خدمات رایگان برای کاربران نیاز به سرمایه‌گذاری ویژه ندارند. ذخیره‌سازی و تجزیه و تحلیل اطلاعات، هزینه‌های مربوط به راه‌اندازی ابزارهای لازم برای این فعالیت‌ها معمولاً ثابت است و هزینه‌های نهایی افزایش تولید (افزایش اطلاعات) کم است. در نتیجه، صرفه در مقیاس ایجاد می‌شود که ممکن است مانع ورود شرکت‌های کوچک شود (Ibid).

به عبارت دیگر، هزینه افزایش اطلاعات در مقایسه با هزینه راه‌اندازی سیستم‌های جمع‌آوری اطلاعات، کم است و این امر زمینه را برای جمع‌آوری هرچه بیشتر اطلاعات فراهم می‌کند. میزان زیاد اطلاعات در اختیار یک سکوی خاص می‌تواند سبب ایجاد یا تقویت موقعیت مسلط آن و به تبع مانع ورود سایر رقبا گردد.

### ۲-۲. اثرات شبکه‌ای

اثرات شبکه می‌تواند به صورت مستقیم یا غیرمستقیم باشد. اثرات مستقیم شبکه زمانی محقق می‌شود که با افزایش تعداد کاربران و به تبع دسترسی سکوها به حجم عظیم اطلاعات کاربران، موجب ارزشمندتر شدن محصولات یا خدمات ارائه شده در سکوها می‌گردد. اثرات غیرمستقیم شبکه زمانی رخ می‌دهد که افزایش تعداد کاربران متقاضی کالا یا خدمت خاص، منجر به ارائه محصولات یا خدمات مکمل بیشتری شود که ارزش شبکه را افزایش می‌دهد (Katz, et. al, 1985: 424-425). به عنوان مثال در سکوی فیس بوک، ارزش شبکه اجتماعی به طور مستقیم با

سکوی دیگری را ترجیح دهند. هر چه هزینه‌های تغییر سکوی بیشتر باشد، اثرات قفل‌شوندگی کاربران در آن سکوی بیشتر می‌شود. به عنوان مثال، یک شبکه اجتماعی ممکن است با محدود کردن امکان انتقال نمایه‌ها و محتوای آپلود شده خود به سکوی دیگر برای کاربران، هزینه‌های تغییر ایجاد کند (Graef, 2016: 43-44).

بالا بودن هزینه تغییر و استفاده از سکوی دیگر موجب محدود شدن حق انتخاب کاربران می‌گردد. حق انتخاب از جمله مؤلفه‌های ارزیابی رقابت است و محدود شدن آن می‌تواند اخلاف در رقابت محسوب و مانع از ورود رقبا به ویژه سکوهایی شود که حمایت بیشتری از حریم خصوصی به عمل می‌آورند.

### امتناع از دسترسی سکوها به اطلاعات و سوءاستفاده از موقعیت مسلط

امتناع سکوهایی بزرگ از دسترسی سکوهایی کوچک به اطلاعات کاربران (به عنوان امکانات ضروری رقابت) می‌تواند مصداق سوءاستفاده از موقعیت مسلط و مانعی در ورود سکوهایی کوچک و عامل اخلاف در فرایند رقابت باشد. ذیلاً مفاهیم سوءاستفاده از موقعیت مسلط، اطلاعات به مثابه امکانات ضروری رقابت و انطباق مفهوم امتناع از دسترسی سکوها به اطلاعات بر سوءاستفاده‌ها از موقعیت مسلط بالأخص امتناع از معامله در حقوق ایران و اتحادیه اروپا مورد بررسی قرار می‌گیرد.

#### ۱. اطلاعات به عنوان امکانات ضروری رقابت

در اقتصاد دیجیتال منظور از امکانات ضروری اطلاعات کاربران است که در سکوهایی بزرگ و دارای موقعیت مسلط تولید می‌شوند و این سکوها ممکن است با سوءاستفاده از موقعیت مسلط خود، مانع از دسترسی سکوهایی کوچک به اطلاعاتی شوند که برای بهبود کالاها یا خدمات ضروری است. جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌های کاربر، از جمله اطلاعات مربوط به رفتار و ترجیحات کاربران، سکوها را قادر می‌سازد تا کالاها یا خدمات ارائه‌شده به کاربران را بهبود بخشند یا محتوای ارائه‌شده به آنها را بهینه کنند (Graef et al., 2015: 375-378).

پیوستن تعداد بیشتر کاربران به این سکوی افزایش می‌یابد (اثرات شبکه مستقیم). همچنین، تعاملاتی که شبکه اجتماعی پیشنهاد می‌کند با مبادلات تکمیل شده در سکوها مرتبط‌تر می‌شود (اثرات شبکه غیرمستقیم). هر چه اطلاعات بیشتر باشد، الگوریتم در ارائه پیشنهادها بهتر عمل می‌کند. باوجود اینکه اثرات شبکه در کوتاه‌مدت به جهت افزایش مطلوبیت برای مصرف‌کنندگان مفید است، دستیابی سکوها به موقعیت مسلط را تسهیل و موانع ورود را تقویت می‌کند و این امر ممکن است در درازمدت اثرات منفی بر رقابت و نوآوری داشته باشد. در ادغام واتس‌آپ در فیس‌بوک، کمیسیون اروپا اعلام کرد که «وجود اثرات شبکه به خودی خود نشان‌دهنده یک مشکل رقابتی نیست»، اما این تأثیرات ممکن است به عاملی برای جلوگیری از ورود رقبا بدل شود و مشکلاتی برای سکوهایی رقیب برای گسترش پایگاه مشتریان خود ایجاد کند (Facebook v. WhatsApp, 2014:130).

محبوبیت یک سکوی خاص موجب افزایش تعداد کاربران آن سکوی و به تبع اشتراک‌گذاری اطلاعات شخصی توسط کاربران می‌شود. هرچه تعداد کاربران بیشتر باشد، میزان اطلاعاتی که توسط سکوها جمع‌آوری و تحلیل می‌شود، افزایش می‌یابد. مزیت رقابتی ناشی از تعداد بالای کاربران و اطلاعات، می‌تواند منجر به ایجاد یا تثبیت موقعیت مسلط آن سکوی و مانع از ورود رقبایی شود که تعداد کاربران آنها کمتر است؛ به ویژه سکوهایی که حمایت بیشتری از حریم خصوصی کاربران به عمل می‌آورند.

#### ۲-۳. هزینه‌های تغییر سکوی و اثرات قفل‌شوندگی

یکی دیگر از ویژگی‌های سکوها، وجود هزینه‌های تغییر سکوی و اثرات قفل‌شوندگی است. هزینه‌های تغییر سکوی زمانی ایجاد می‌شود که کاربر، سرمایه‌گذاری خاصی در سکوی فعلی خود انجام می‌دهد که در صورت پیوستن کاربر به سکوی جدید، نیاز به تکرار در آن دارد. برای پرهیز از این هزینه‌ها ممکن است، کاربران در یک سکوی قفل شوند. به عبارت دیگر، ممکن است هزینه تغییر و استفاده از یک سکوی دیگر آن قدر بالا باشد که کاربران هیچ گزینه‌ای جز ماندن در سکوی فعلی نداشته باشند، حتی اگر خدمات

مصرف کنندگان را ارائه دهند (Lynskey, et.al, 2013: 33).

با استنباط از مفاد این پرونده می توان محدودیت ها در حمل اطلاعات را در فرض اثبات این امر که گوگل به عنوان یک سکوی مسلط بازار را به ضرر مصرف کنندگان محدود کرده است می تواند مصداق سوءاستفاده از موقعیت مسلط و به طور خاص امتناع از معامله تلقی شود (Geradin, et.al, 2013: 9).

در ذیل مفاهیم و اقسام سوءاستفاده از موقعیت مسلط مورد اشاره قرار می گیرد و متعاقباً ارتباط میان دو مفهوم محدود شدن حق انتقال اطلاعات و امتناع از معامله به عنوان یکی از اقسام سوءاستفاده از موقعیت مسلط مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

## ۲. سوءاستفاده از موقعیت مسلط

در حقوق ایران، ظاهراً موضوع ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، منع رویه های یک جانبه ای است که توسط بنگاه های دارای موقعیت مسلط یا واجد قدرت بازاری انجام می شود. در این ماده برخی رویه های دو جانبه ذکر شده در ماده ۴۴، مجدداً در ماده ۴۵ نیز منع شده است که به نظر می رسد با وجود ماده ۴۴ چنین تکراری بلا وجه است. مطابق بند ط از ماده ۴۵، سوءاستفاده از موقعیت مسلط یکی از مصادیق اعمال ممنوع موضوع ماده ۴۵ تلقی می شود. لیکن این ماده تعریفی از سوءاستفاده از موقعیت مسلط ارائه نکرده و به ذکر مصادیق در بندهای ۱ الی ۶ از بند ط ماده ۴۵ بسنده نموده است که مقتبس از ماده ۱۰۲ معاهده کارکرد اتحادیه اروپا است (رهبری، ۱۳۹۸: ۲۶-۲۷).

در حقوق اتحادیه اروپا نیز تعریف دقیقی از سوءاستفاده ارائه نشده است. در تعریفی کلی سوءاستفاده مفهومی عینی است که به رفتارهایی اشاره دارد که با تمسک به روش هایی متفاوت از شرایط عادی رقابت، ساختار بازار را تحت تأثیر قرار می دهد و در اثر این اقدامات شدت رقابت در بازار کاهش می یابد (همان: ۱۸) مصادیق مذکور در ماده ۴۵

در پرونده مایکروسافت به طرفیت کمیسیون اروپا دیوان دادگستری اعلام کرد که برای اعطای دسترسی اجباری به امکانات ضروری، مدعی باید ثابت کند که اطلاعات درخواستی برای ایجاد یک محصول جدید ضروری است و طریق دیگری برای تحصیل یا ایجاد آن وجود ندارد (Microsoft v.EU Commission, 2007: 330). در سال ۲۰۱۰، چندین موتور جست و جوی فرانسوی، مانند فاندوم، سیائو و ای-جاستیس<sup>۱</sup> (موتور جست و جوی حقوقی فرانسوی) علیه گوگل در کمیسیون اروپا طرح دعوی کردند. دعوی این سه سکو ناظر به سوءاستفاده گوگل از موقعیت مسلط خود بود؛ بدین توضیح که گوگل از موتور جست و جوی و سرویس جست و جوی جهانی خود برای تبلیغ خدمات خود استفاده می نماید. این امر رتبه جست و جوی پایگاه های اینترنتی رقیب و سایر موتورهای جست و جوی را کاهش داده است. سکوها ی فوق مدعی شدند که گوگل خدمات جست و جوی خود را در اولویت قرار می دهد. این امر از یک سو موجب می شود تا تبلیغ کنندگان در سکوی تبلیغاتی گوگل قفل شوند و از طرف دیگر، با توجه به هزینه های گزاف ایجاد سکوی جدید تبلیغاتی، شرکت های کوچک و متوسط صرفاً از خدمات سکوی ادوردز<sup>۲</sup> گوگل استفاده کنند که در نهایت می تواند منجر به حذف رقبای کوچک یا مانع ورود آنها شود. در این پرونده، کمیسیون اروپا به طور خاص، موضوع حمل یا انتقال اطلاعات از زیرمجموعه تبلیغاتی گوگل (ادوردز) به سایر سکوها ی تبلیغاتی را مورد بررسی قرار داد (Almunia, 2012). طبق نظر کمیسیون اروپا، گوگل باید از انعقاد قراردادهای انحصاری که مانع انتقال اطلاعات می شود، خودداری کند و در این راستا در ۱۴ ژوئیه ۲۰۱۶، کمیسیون اقدامات ضد انحصاری علیه گوگل را آغاز کرد و گوگل را به دلیل سوءاستفاده از موقعیت مسلط محکوم به پرداخت دو میلیارد یورو کرد (European Commission, 2017) و اگر گوگل نتایج جست و جوی را با رقبای خود به اشتراک بگذارد، ممکن است رقبای خود را قادر سازد تا نتایج جست و جوی تبلیغاتی مرتبط تری با ترجیحات

می‌تواند اثر حذف‌کننده داشته باشد؛ به گونه‌ای که در قسمت دوم از بند الف ماده ۴۵ قانون فوق به صراحت به «محدود کردن معامله با رقیب» اشاره شده است که اثر مستقیم آن، حذف رقبا و افزایش تمرکز برخی سکوهاست. ضمن مقایسه مفهوم امتناع از دسترسی به اطلاعات با مفهوم امتناع از معامله می‌توان استدلال کرد که اگر یک سکوی مسلط به‌رغم در اختیار داشتن اطلاعات کاربران ضروری برای ورود و فعالیت سکوهای کوچک و بهبود کالاها یا خدمات یا محتوای ارائه‌شده به کاربران، از دسترسی آنان به این اطلاعات امتناع کند و سکوهای کوچک نتوانند به طریق دیگری به این اطلاعات دسترسی پیدا کنند و به علاوه سکوی بزرگ توجیه عینی برای امتناع نداشته باشد، می‌توان این موضوع را با استناد به بند الف ماده ۴۵ ق.ا.س.ک.ا و به ماده ۱۰۲ معاهده کارکرد اتحادیه اروپا مصادیق امتناع از معامله سوءاستفاده از موقعیت مسلط تلقی کرد. در ماده ۱۰۲ معاهده کارکرد اتحادیه اروپا به انواع محدودی از سوءاستفاده از موقعیت مسلط اشاره شده و امتناع یک شرکت مسلط از معامله با مصرف‌کننده یا رقبا در بازار پایین‌دستی مورد شناسایی قرار نگرفته است، درحالی‌که چنین رفتاری ممکن است با بند ب و ج ماده ۱۰۲ معاهده فوق هم‌پوشانی داشته باشد.

امتناع از معامله در اتحادیه اروپا تحت عنوان «دکترین امکانات ضروری» مورد بررسی قرار می‌گیرد (Graef, 2019a: 53). در اصل، دکترین امکانات ضروری در ایالات متحده آمریکا و در پرونده پایانه راه‌آهن و به‌موجب تصمیم صادره از دادگاه عالی آمریکا و در سال ۱۹۱۲ تدوین شد (United States v. Terminal Railroad Ass'n, 1912: 383).

پیشینه این دکترین در اتحادیه اروپا به سال ۱۹۷۴ بازمی‌گردد. دیوان دادگستری اتحادیه اروپا، تصمیم کمیسیون اروپا را در پرونده حلال‌های تجاری را که مربوط به امتناع از تأمین مواد خام به یک شرکت پایین‌دستی (زوجا) بود، تأیید کرد (Istituto Chemioterapico Italiano S.p.A. and Commercial Solvents Corporation V Commission of

ق.ا.س.ک.ا. ماده و ماده ۱۰۲ معاهده کارکرد اتحادیه اروپا را می‌توان در یک دسته‌بندی کلی به سوءاستفاده‌های استعمارگرانه و حذف‌کننده تقسیم‌بندی کرد.

سوءاستفاده‌های حذف‌کننده (انحصاری)، از اعمال یک‌جانبه ارتكابی از سوی سکوهای مسلط و رفتارهایی است که سبب حذف رقبا و مانع ورود رقبا جدید به بازار می‌گردد (همان: ۲۳). رفتارهای تبعیض‌آمیز موضوع بندهای ج و د ماده ۱۰۲ اعم از تحمیل شرایط قراردادی غیرمنصفانه و مشروط کردن قراردادها به پذیرش شرایطی که از نظر ماهیتی یا عرف تجاری، ارتباطی با موضوع چنین قراردادهایی نداشته باشد، ازجمله مصادیق سوءاستفاده‌های حذف‌کننده در اتحادیه اروپا هستند (Anderman et.al, 2011: 34).

در بند ۴ از قسمت ط ماده ۴۵ ق.ا.س.ک.ا به موضوع ایجاد مانع به‌منظور مشکل کردن ورود رقبا جدید یا حذف بنگاه‌ها یا شرکت‌های رقیب اشاره شده و مصادیق سوءاستفاده حذف‌کننده اعم از تحمیل شرایط قراردادی غیرمنصفانه و مشروط کردن قراردادها به پذیرش شرایطی که از نظر ماهیتی یا عرف تجاری، ارتباطی با موضوع چنین قراردادهایی نداشته باشد، در بندهای ۲ و ۵ از ماده فوق مورد شناسایی قرار گرفته است.

سوءاستفاده استعمارگرانه، رفتاری از شرکت‌های دارای موقعیت مسلط است که از طریق آن شرکت مزبور از ناشی از جایگاه خود، برای تحصیل منافع استفاده می‌کنند که در شرایط عادی و رقابت مؤثر، امکان دستیابی به آن را نداشت (رهبری، ۱۳۹۸: ۲۲). مصادیق این قسم سوءاستفاده اعم از مقدار عرضه و یا تقاضا به‌منظور افزایش و یا کاهش قیمت بازار، تعیین، حفظ و یا تغییر قیمت یک کالا یا خدمت به صورتی غیرمتعارف در بندهای ۱ و ۳ ماده ۴۵ ق.ا.س.ک.ا و بند الف و ب ماده ۱۰۲ معاهده کارکرد اتحادیه اروپا ذکر شده است.

### ۳. امتناع از معامله و امتناع از دسترسی به اطلاعات شخصی

مطابق بند الف از ماده ۴۵ ق.ا.س.ک.ا «استتکاف فردی یا جمعی از انجام معامله» ممنوع است. استتکاف از معامله

خود اعم از ایجاد یا توسعه محصولات یا خدمات با موانع فنی، اقتصادی روبه‌رو باشند (Bronner v. Mediaprint, 1998: 41-43-44-45).

### چالش‌ها در اعمال حق انتقال و تسهیل رقابت

با توجه به ضرورت مقابله با سوءاستفاده سکوها از موقعیت مسلط بالاخص مقابله با امتناع از دسترسی سکوها، کوچک به اطلاعات، شناسایی حق حمل ضروری است، لیکن اعمال این حق می‌تواند با چالش‌هایی در تسهیل رقابت همراه باشد:

#### ۱. لزوم جلب رضایت در انتقال

مطابق ماده ۲۰ مقررات عمومی، اولین پیش‌شرط انتقال اطلاعات توسط سکوها به کاربران، درخواست و رضایت کاربران است و سکوها رؤسا قادر به انتقال اطلاعات شخصی نیستند. از سوی دیگر، انتقال اطلاعات صرفاً به کاربران امکان‌پذیر است و سکوها مجاز به انتقال این اطلاعات به سایر سکوها نیستند (Geradin et.al, 2013: 10). مطابق مواد ۴، ۵ و ۶ طرح مجلس، پردازش داده‌ها و اطلاعات شخصی منوط به رضایت شخص صاحب اطلاعات است. صاحبان اطلاعات باید پیش از پردازش و آگاهانه، رضایت خود را نسبت به پردازش اطلاعات اعلام کنند و رضایت اعلامی باید استنادپذیر باشد. صاحبان اطلاعات می‌توانند با رجوع از رضایت اعلامی پردازش اطلاعات توسط سکوها را منع یا محدود کند. در بند ۱۱ ماده ۴ مقررات عمومی، رضایت به این صورت تعریف می‌شود: «هرگونه اعلام اراده آزادانه، مشخص، آگاهانه و بدون ابهام صاحبان اطلاعات که با قول یا فعل مثبت دلالت بر آن نماید، به معنای موافقت با پردازش داده‌های شخصی مربوط به شخص صاحب اطلاعات باشد». لزوم جلب رضایت یکی از مهم‌ترین اصول مقررات عمومی و اساس شروع به پردازش است. مطابق مقررات عمومی شخص صاحب اطلاعات می‌تواند، پس از اعلام رضایت، از آن رجوع کند. در طرح حمایت نیز صاحبان اطلاعات می‌توانند با رجوع از رضایت اعلامی پردازش اطلاعات توسط سکوها را منع یا محدود کند.

the European Communities. Joined (cases 6 and 7-73, 1974: 18).

متعاقباً در پرونده‌های بعدی، امتناع از معامله به مفهوم منع از دسترسی سایرین به امکانات فیزیکی و زیرساخت‌ها، مثل دستگاه‌های رزرو کامپیوتری خطوط هوایی، تعمیم یافت (London European - Sabena, 1988: 318).

در سال‌های ۲۰۰۴ در پرونده‌های مطروحه در دادگاه‌ها و کمیسیون اروپا فهرست سوءاستفاده‌ها به امتناع از اعطای مجوزهای بهره برداری تعمیم یافت (IMS Health GmbH & Co. OHG v NDC Health GmbH & Co. KG., 2004: 1-5039). در نهایت در راهنمای اجرای مفاد ماده ۸۲ معاهده اروپا (۲۰۰۹) «امتناع از معامله» به عنوان یکی از مصادیق سوءاستفاده از موقعیت مسلط و به نحوی متمایز مورد شناسایی قرار گرفت (EU Commission, 2009: 17).

معیار اینکه آیا رفتار یک شرکت امتناع از دسترسی به امکانات ضروری است یا خیر، در پرونده برونر علیه مدیا پرینت مورد اشاره قرار گرفته است. مدیا پرینت عنوان یک روزنامه بزرگ، طرح سراسری تحویل درب منزل برای روزنامه‌های روزانه در اتریش ایجاد کرده بود. سؤال اصلی مطرح در این پرونده این بود که آیا امتناع مدیا پرینت از اعطای این طرح به یک روزنامه کوچک مانند برونر به مفهوم سوءاستفاده از موقعیت مسلط است یا خیر. درحالی که برونر مدعی بود که طرح مدیا پرینت امکانات ضروری است و امتناع از اعطای دسترسی به آن ناقض ماده ۱۰۲ معاهده کارکرد اتحادیه اروپا است، دیوان دادگستری اتحادیه اروپا ضمن رد این ادعا، استدلال کرد که امکاناتی که رقیب پایین‌دستی در پی دسترسی به آن است، باید «۱- برای ادامه تجارت آن ضروری باشد، ۲- هیچ‌گونه جایگزین واقعی یا بالقوه‌ای برای آن وجود نداشته باشد و ۳- نباید برای امتناع از معامله توجیه عینی وجود داشته باشد». علاوه بر این، در برونر، دیوان دادگستری اتحادیه اروپا اذعان کرد که یک محصول و خدمت تنها در صورتی ضروری است که محصولات یا خدمات جایگزینی وجود نداشته باشد یا شرکت‌های کوچک، برای ادامه فعالیت‌های

در قسمت دوم از بند اول ماده ۵ مقررات عمومی ذکر شده است.

### ۳. اصل کمینه‌سازی و محدودیت ذخیره اطلاعات

اصل بعدی از موانع رقابت، اصل کمینه‌سازی و محدودیت ذخیره اطلاعات است. این اصل دسته‌بندی‌ها و مقادیر اطلاعاتی که می‌تواند میان سکوها به اشتراک گذاشته شود را محدود می‌کند (Greaf, 2019b: 11). اصل کمینه‌سازی بر اساس بند سوم از قسمت اول ماده ۵ دستورالعمل ایجاب می‌کند که پردازش اطلاعات شخصی باید مرتبط و محدود به اهداف تعیین‌شده و برای نیل به این اهداف ضروری باشد. بند پ از ماده ۴۰ طرح حمایت سکوها را ملزم به نگهداری اطلاعات راجع به انواع پردازش‌های انجام‌شده بر روی داده موردنظر و هدف یا اهداف آن می‌نماید که به‌صورت ضمنی دلالت بر اصل کمینه‌سازی و لزوم به حداقل رساندن پردازش اطلاعات شخصی کاربران است. در خصوص اصل محدودیت ذخیره‌سازی، مطابق یادآوری شماره ۳۹ و بند ۵ از قسمت اول ماده ۵ مقررات عمومی حمایت از اطلاعات، اطلاعات شخصی نباید به شکلی نگهداری شوند که امکان شناسایی کاربران را برای مدت طولانی‌تر از حد لازم برای دستیابی به اهداف تعیین‌شده فراهم کند. کنترل‌کننده باید محدودیت‌های زمانی برای پاک کردن داده‌ها یا حداقل بازبینی دوره‌ای داده‌های ذخیره‌شده تعیین کند، هدف این اصل، اطمینان از عدم نگهداری طولانی‌مدت اطلاعات است. مطابق بندهای الف و ب ماده ۴۰ طرح حمایت، کنترل‌گر یا پردازش‌گر موظف است داده‌ها و اطلاعات رخدانگار و داده‌ها و اطلاعات ترافیک حاصل از پردازش داده‌ها و اطلاعات شخصی اطلاعات را تا ۱۸ ماه پس از پردازش داده‌ها و اطلاعات را شخصی نگهداری کند. تعیین حداکثر زمان نگهداری اطلاعات شخصی کاربران دلالت بر اصل محدودیت ذخیره‌سازی اطلاعات دارد. تعاریف فوق، نشان‌دهنده پیوند قوی میان اصل محدودیت ذخیره‌سازی با اصل کمینه‌سازی است.

مطابق یادآوری شماره ۶۸ مقررات عمومی، رضایت نسبت به پردازش باید مجزا و با آگاهی صاحب اطلاعات از نهادهای استفاده‌کننده و مقاصد آنها از استفاده اعلام گردد؛ چراکه صاحب اطلاعات ممکن است صرفاً مایل به استفاده مشخص از اطلاعات توسط یک سکوی خاص باشد. حال آنکه شایسته‌تر، پیش‌بینی مصادیقی از امکان انتقال اجباری اطلاعات و بدون نیاز به رضایت کاربران است.

### ۲. اصل محدودیت هدف

اصل بعدی، اصل محدودیت هدف است که ممکن است در اشتراک‌گذاری اطلاعات و به‌تبع در فرایند رقابت میان سکوها اخلاص ایجاد کند. طبق اصل مشخص بودن هدف، کنترل‌کننده باید اطلاعات شخصی کاربران را برای اهدافی خاص جمع‌آوری کند و در این صورت نباید اطلاعات شخصی جمع‌آوری‌شده را برای اهدافی مغایر با اهداف فوق پردازش کند (Article 29 Working party, 2013: 15).

اولین گام در این راستا تعیین صریح اهداف پردازش است. مطابق بند الف از ماده ۳۳ طرح حمایت، اهداف پردازش می‌تواند اهداف امنیتی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سلامت و رفاه و حقوقی و قضایی باشد. گام بعدی ارائه اهداف پردازش حین جمع‌آوری اطلاعات شخصی کاربران مطابق با اصل شفافیت ماده ۱۲ مقررات عمومی و ماده ۳۳ طرح حمایت به آنهاست. ارائه هدف یا اهداف پردازش از این جهت که صاحبان اطلاعات بتوانند انتخابی آگاهانه داشته باشند، از اهمیت بالایی برخوردار است (Article 29 Working party, 2013: 17).

استثنائات وارده بر اصل محدودیت هدف در طرح حمایت مورد شناسایی قرار نگرفته است، لیکن مطابق بند ۴ از ماده ۶ مقررات عمومی، در فرضی که پردازش اطلاعات برای حفظ منافع ضروری صاحبان اطلاعات یا سایر اشخاص حقیقی ضروری باشد، امکان پردازش خارج محدوده اهداف تعیین‌شده وجود دارد. پردازش اطلاعات در جهت اهداف علمی یا تاریخی از دیگر استثنائاتی است که

#### ۴. محدود بودن موضوع حق

با توجه تصریح ماده ۲۰ موضوع حق انتقال «اطلاعات شخصی کاربران» است و قابل تعمیم به سایر اطلاعات تولیدشده توسط سکوها و پایگاه‌های داده و کلان داده‌ها نمی‌باشد. حال آنکه شایسته‌تر تعمیم اطلاعات موضوع ماده ۲۰ به دامنه گسترده‌تری و اقسام مختلفی از اطلاعات است (Drexl, 2016: 57) تا رقابت میان سکوها تسهیل شود. از این حیث به نظر می‌رسد، باید ضوابطی در خصوص سکوهای کوچک و متوسطی که برای رقابت و بهبود کالاها و خدمات خود به اطلاعاتی غیر از اطلاعات شخصی کاربران نیاز دارند، پیش‌بینی شود.

#### ۵. خطر نقض حریم خصوصی اشخاص ثالث

تحولات فناورانه بر تعریف حق بر حریم خصوصی تأثیر به‌سزایی داشته است و امروزه بیشترین تمرکز در ادبیات حقوقی بر مفاهیمی همچون حفظ و کنترل اطلاعات شخصی است. حق صاحبان اطلاعات بر کنترل حریم خصوصی از اهداف اصلی نظام حمایت از حریم خصوصی است که از آن به خودتعیینی اطلاعاتی نیز یاد می‌شود و مبنای آن، حق کاربران بر تعیین سرنوشت و هدف از آن حمایت از حق شخصیت به عنوان یکی از حقوق بنیادین بشری است (Lynskey, 2015: 591) و متضمن حفظ آزادی و خودمختاری کاربران است (Kaminski, 2022: 390). انتقال اطلاعات شخصی کاربر می‌تواند خطر نقض حریم خصوصی و کاهش کنترل اشخاص ثالث بر حریم خصوصی را در پی داشته باشد. به‌طور مثال کاربری که عکس‌های بارگذاری شده در سکو را مطالبه می‌کند و در این عکس‌ها تصویر اشخاص دیگر نیز مشاهده می‌شود می‌تواند خطر نقض حریم خصوصی آنها را در پی داشته باشد. بند ۴ ماده ۲۰ در این زمینه مقرر می‌دارد: «اعمال حق حمل اطلاعات، نباید به حقوق و آزادی‌های اشخاص ثالث خللی وارد نماید». بنابراین، ابعاد حریم خصوصی اشخاص ثالث باید در تنظیم مقررات مورد لحاظ قرار گیرد تا باعث کاهش کنترل بر حریم خصوصی گردد.

#### ۶. ضمانت اجراها

یکی دیگر از موانع اعمال حق حمل اطلاعات در مسیر تسهیل رقابت، ضمانت اجراهایی مانند جریمه‌های مالی گزاف به جهت عدم انطباق با الزامات مقررات عمومی اتحادیه اروپا (موضوع ماده ۲۰) است. یکی از ابتکارات طرح اخیر مجلس، در بند الف ماده ۵۴، اشاره به ضمانت اجرای جریمه نقدی در صورت نقض حریم خصوصی کاربران است. طبق صدر ماده مجازات انتظامی باید متناسب، بازدارنده و مؤثر باشند. به‌رغم اشاره به عنوان «تخلف» در صدر ماده احراز تخلف‌های صورت‌گرفته تابع قانون مجازات اسلامی در نظر گرفته شده است. از این حیث به نظر می‌رسد مجلس شورای اسلامی در تدوین این ماده به وصف کیفری جریمه نقدی توجه داشته است.

حال آنکه برای نقض الزامات مقررات عمومی (اعم از اصول و حقوق کاربران و انتقال غیرمجاز اطلاعات) طبق بند ۵ ماده ۸۳ جریمه اداری تا سقف بیست میلیون یورو یا تا ۴٪ از کل گردش مالی سالانه جهانی سال مالی قبل پیش‌بینی شده است. با توجه به استفاده از واژه «تخلف» در ماده فوق، جریمه‌های موضوع این ماده فاقد وصف کیفری هستند. شرایط احراز تخلف و نقض حریم خصوصی در ماده ۲ مقررات عمومی تفصیلاً ذکر شده و مشخصاً به میزان جریمه قابل پرداخت نیز اشاره شده است.

سکوهای بزرگ برای احتراز از جریمه‌های مالی از دسترسی سایر سکوها به‌ویژه سکوهایی متوسط و کوچک به اطلاعات ممانعت می‌نمایند (Swire, et.al, 2013: 339). از این‌رو، در تعیین ضمانت اجراها باید به هزینه‌های انتقال اطلاعات (عدم انطباق با مقررات) میان سکوها توجه گردد. از منظر حقوق رقابت و با تکیه بر مواد ۱۰۲ معاهده کارکرد اتحادیه اروپا و مواد ۴۴ و ۴۵ ق.ا.س.ک.ا و در فرضی که سکوهایی بزرگ با امتناع از دسترسی سکوهایی کوچک و متوسط به اطلاعات، از موقعیت مسلط خود سوءاستفاده کنند، می‌توان الزامات و تکالیفی در مقررات رقابتی، جهت انتقال اجباری اطلاعات (اعم از شخصی و غیرشخصی) میان سکوها پیش‌بینی کرد تا در رویکردی

به‌عنوان یکی از حقوق کاربران فضای مجازی می‌تواند زمینه‌ساز تسهیل رقابت میان سکوها باشد. مطالعه مقررات عمومی حمایت از اطلاعات اتحادیه اروپا حاکی از آن است که انتقال اطلاعات مستلزم جلب رضایت کاربران و محدود به اطلاعات شخصی آنها است. از سوی دیگر اعمال اصولی اعم از محدودیت هدف و محدودیت ذخیره‌سازی می‌تواند به نحو غیرمستقیم بر اعمال حق انتقال اطلاعات اثرگذار باشد. و در فرضی که سکوها بدون رضایت، اطلاعات کاربران را به سکوهایی دیگر انتقال دهند با جرمه‌های مالی گزاف به‌عنوان هزینه عدم انطباق با مقررات عمومی مواجه خواهند بود. عوامل فوق چالشی در مسیر انتقال اطلاعات و تسهیل رقابت محسوب می‌شوند. طرح حمایت از داده‌ها و حفاظت از اطلاعات شخصی صرفاً به امکان واگذاری اطلاعات اشاره کرده و در خصوص ارکان و نحوه اعمال این حق فاقد مقرر است. بر فرض شناسایی حق حمل اطلاعات طبق مفاد مقررات عمومی اتحادیه اروپا، رفع محدودیت‌ها در انتقال سهل‌تر اطلاعات کاربران (به‌عنوان امکانات ضروری رقابت)، مستلزم پیش‌بینی دامنه گسترده‌تری از اطلاعات اعم از شخصی و غیرشخصی و پیش‌بینی شرایطی برای انتقال اجباری اطلاعات در مقررات رقابتی است تا در رویکردی مکمل با مقررات حمایتی حریم خصوصی کاربران فضای مجازی و ضمن حفظ حریم خصوصی کاربران، رقابت میان سکوها را تسهیل نماید.

«هیچ‌گونه تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است».

مکمل با مقررات حمایتی حریم خصوصی، فرایند رقابت میان سکوها را تسهیل نماید.

### بحث و نتیجه‌گیری

از منظر حقوق رقابت، اطلاعات شخصی کاربران دارای ارزش اقتصادی و مزیت رقابتی است و از آن با عنوان ارز جدید عصر دیجیتال یاد می‌شود. کاربران درازای بهره‌مندی رایگان از خدمات سکوها اطلاعات شخصی خود را در اختیار سکوها قرار می‌دهند. سکوها برای کسب درآمد یا بهبود خدمات خود به اطلاعات کاربران متکی هستند و برای تحصیل اطلاعات بیشتر اطلاعات از کاربران با یکدیگر در رقابت هستند. با رشد اقتصاد دیجیتال، سکوهایی بزرگ به حجم زیادی از اطلاعات دسترسی دارند و به انجای مختلف این اطلاعات را جمع‌آوری می‌کنند. دسترسی سکوهایی بزرگ فضای مجازی به حجم عظیم اطلاعات شخصی، می‌تواند موجب ایجاد موقعیت مسلط یا تثبیت آن شود. امتناع سکوهایی بزرگ از دسترسی سکوهایی کوچک به اطلاعات کاربران، امتناع از معامله و سوءاستفاده از موقعیت مسلط و مانعی در ورود سکوهایی کوچک و عامل اخلال در فرایند رقابت باشد. تسهیل رقابت میان سکوها و جلوگیری از سوءاستفاده سکوهایی بزرگ از موقعیت مسلط و امتناع آنها از دسترسی سکوهایی کوچک به اطلاعات کاربران مستلزم دسترسی بیشتر سکوهایی کوچک و متوسط به اطلاعات کاربران (به‌عنوان امکانات یا امکانات ضروری رقابت) است. در این راستا، شناسایی حق انتقال اطلاعات

### References

- Ahmadvand, Behnaz. (2023). *Comparative Study of Privacy Protection and Personal Data Protection in the Internet of Things*. Tehran: Khorsandi Publications (In Persian).
- Almunia, J. (2012). *SPEECH/12/372 Statement of VP Almunia on the Google antitrust investigation*. Retrieved January 5, 2025, from [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/speech\\_12\\_372/SPEECH\\_12\\_372\\_EN.pdf](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/speech_12_372/SPEECH_12_372_EN.pdf).

- Anderman, S. D. (2011). *EU competition law and intellectual property rights: the regulation of innovation*. Oxford University Press.
- Ansari, B. and Attar, S. (2013). "Privacy Protection on Social Networking Sites". *Journal of Legal Research*, 12(23), 113-137. (In Persian).
- Article 29 Data Protection Working Party. (2013). *Opinion 03/2013 on purpose limitation* (Report). Brussels: Article 29 Working Party.

- [https://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2013/wp203\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2013/wp203_en.pdf).
- Article 29 Data Protection Working Party. (2017, April 5). *Guidelines on the right to data portability* (WP 242 rev.01). <https://www.pdpjournals.com/docs/88673.pdf>.
- Bronner v. Mediaprint, Case C-7/97, ECLI:EU:C:1998:569 (Court of Justice, 1998). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:61997CJ0007>.
- Drexl, J. (2016). "Designing Competitive Markets for Industrial Data - Between Propertisation and Access". *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2862975>.
- European Commission. (2009). *Guidance on the Commission's enforcement priorities in applying Article 82 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings* (OJ C 45). [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=oj:JOC\\_2009\\_045\\_R\\_0007\\_01](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=oj:JOC_2009_045_R_0007_01).
- European Commission. (2014, October 3). *Case No COMP/M.7217 – Facebook/WhatsApp: Commission decision pursuant to Article 6(1)(b) of Council Regulation (EC) No 139/2004*. [https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7217\\_20141003\\_20310\\_3962132\\_EN.pdf](https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7217_20141003_20310_3962132_EN.pdf).
- European Commission. (2017, June 27). *Antitrust: Commission fines Google €2.42 billion for abusing dominance as search engine by giving illegal advantage to own comparison shopping service* [Press release]. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_17\\_1784](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_17_1784).
- Gal, M., & Aviv, O. (2020). "The competitive effects of the GDPR". *Journal of Competition Law and Economics*, 16(3), 349–391. <https://doi.org/10.1093/joclec/nhaa018>.
- Geradin, D., & Kuschewsky, M. (2013). "Competition Law and Personal Data: Preliminary Thoughts on a Complex Issue". *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2216088>.
- Geradin, D., Katsifis, D., & Karanikioti, T. (2021). "Google as a de facto privacy regulator: Analysing the privacy Sandbox from an antitrust perspective". *European Competition Journal*, 17(3), 1–65. <https://doi.org/10.1080/17441056.2021.1930450>.
- Ghanad, F. and Aligholi, A. (2020). "The Notion and Importance of Personal Data and Privacy and Their Various Protections in Cyber Space". *Modern Technologies Law*, 1(1), 297–322. doi: 10.22133/clj.2020.243290.1016 (In Persian).
- Graef, I., Jeroen Verschakelen, & Valcke, P. (2013). *Putting the Right to Data Portability into a Competition Law Perspective*, *The Journal of the Higher School of Economics, Annual Review*, 2013, 53–63.
- Graef, I., Wahyuningtyas, S. Y., & Valcke, P. (2015). Assessing data access issues in online platforms. *Telecommunications Policy*, 39(5), 375–387. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2014.12.001>.
- Graef, I. (2016). *EU Competition Law, Data Protection and Online Platforms: Data as Essential Facility*. Kluwer Law International B.V.
- Graef, I. (2019a). *Rethinking the Essential Facilities Doctrine for the EU Digital Economy*. Papers. [ssrn.com. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3371457](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3371457).
- Graef, I., Tombal, T., & de Streel, A. (2019b). Limits and enablers of data

- sharing: An analytical framework for EU competition, data protection and consumer law (TILEC Discussion Paper No. DP 2019-11). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3494212>.
- Grunes, A. P., & Stucke, M. E. (2015, April 28). *No Mistake About It: The Important Role of Antitrust in the Era of Big Data*. (1-15) Papers.ssrn.com. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2600051](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2600051).
- Habibi, Homayun. (2015). "Right to privacy in social networks". *Legal Research Quarterly*, 19, 75, 39-64 (In Persian).
- IMS Health GmbH & Co. OHG v. NDC Health GmbH & Co. KG, Case C-418/01, ECLI:EU:C:2004:257 (Court of Justice, 2004). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:62001CJ0418>.
- Istituto Chemioterapico Italiano S.p.A. and Commercial Solvents Corporation v. Commission of the European Communities, Joined Cases 6 and 7/73, ECLI:EU:C:1974:39 (Court of Justice, 1974). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:61973CJ0006>.
- Janeček, V. (2018). "Ownership of personal data in the Internet of Things". *Computer Law & Security Review*, 34(5), 1039–1052. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2018.04.007>.
- Kaminski, E., & Margot. (2022). "The case for data privacy rights (or "Please, a little optimism")". *Notre Dame Law Review Reflection*, 97, 390.
- Katz, M. L., Shapiro, C., & Wilson, W. (1983). *Network externalities, competition, and compatibility* (Working Paper). Woodrow Wilson School, Princeton University.
- Lianos, I., & Motchenkova, E. (2013). "Market dominance and search quality in the search engine market". *Journal of Competition Law and Economics*, 9(2), 419–455. <https://doi.org/10.1093/joclec/nhs037>.
- London European - Sabena, Case IV/32.318, Commission Decision (Nov. 24, 1988). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:31988D0589>.
- Rancati, L. (2019). *The intersection between antitrust and data protection: Lessons from the Facebook/WhatsApp merger and the Bundeskartellamt's decision on Facebook's terms and conditions* (Master's thesis, Université catholique de Louvain).
- Lynskey, O. (2015). *The Foundations of EU Data Protection Law*. Oxford University Press.
- Microsoft Corp. v. Commission, Case T-201/04, ECLI: EU: T:2007:330 (General Court, Sept. 17, 2007). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:62004TJ0201>.
- Nuccio, M., & Guerzoni, M. (2018). "Big data: Hell or heaven? Digital platforms and market power in the data-driven economy". *Competition & Change*, 23(3), Article 102452941881652. <https://doi.org/10.1177/1024529418816525>.
- Rahbari, Ebrahim., Hasani Sangani, Vahid. (2018). *Competition Laws in the realm of Intellectual Property*. Vol. 2, First Edition. Tehran: Samt Publications (In Persian).
- Seaver, N. (2018). "Captivating algorithms: Recommender systems as traps". *Journal of Material Culture*, 24(4), Article 135918351882036.

- <https://doi.org/10.1177/1359183518820366>.
- Shapiro, C., & Varian, H. R. (1999). *Information Rules: a Strategic Guide to the Network Economy*. Harvard Business School Press.
- Swire, P. P., & Lagos, Y. (2013). "Why the Right to Data Portability Likely Reduces Consumer Welfare: Antitrust and Privacy Critique". *SSRN Electronic Journal*.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.2159157>.
- United States v. Terminal Railroad Ass'n, 224 U.S. 383 (1912).  
<https://supreme.justia.com/cases/federal/us/224/383/>.