



Research Article

## The Position and Application of the Right to Personal Data Portability in the Competition Law of Digital Platforms

Ebrahim Rahbari<sup>\*1</sup>, Arian Masoudi Tafreshi<sup>2</sup>

1. Assistant Professor, International Trade Law & Intellectual Property and Cyberspace Law Department, Faculty of Law, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran
2. Master in Intellectual Property Law, Faculty of Law, Shahid Beheshti university, Tehran, Iran

Article history:

Received: 01-01-2025

Accepted: 16-04-2025

### Abstract

#### Introduction

When users of digital platforms intend to migrate to a new platform, they face costs during migration or "multi-homing." The lack of access for the migrating user to their own personal data on the new platform is one of the most prominent of these costs. Since this switching cost makes it difficult for nascent platforms to compete with incumbent platforms, in recent years a right known as the "right to personal data portability" has attracted the attention of competition policymakers. In Iran, this right was also recognized in 2020 (1399 AH) in the document "Policies and Macro Requirements for Supporting Competition and Combating Monopoly of Virtual Space Platforms." The main question of the present article is whether the right to personal data portability can in practice be a tool to increase inter-platform competition? And if the answer is negative, what solutions can be proposed to the legislator to increase the efficiency of the right to data portability in the competition law of virtual space platforms?.

Please cite this article as:

Rahbari, E., Masoudi Tafreshi, A (2026). The Position and Application of the Right to Personal Data Portability in the Competition Law of Digital Platforms. *Journal of Legal Studies*, 18(1), 319-358. <https://doi:10.22099/JLS.2025.52067.5251>.

\* Corresponding author:

E-mail address: rahbarionlaw@gmail.com

**Method**

This article attempts to answer the above question using a descriptive-analytical method.

**Findings**

The results of the study show that currently the personal data portability regime in Iranian platform markets faces three obstacles to increasing competition: The first obstacle is the legal limitation of platforms and migrating users in the full implementation of the right to personal data portability due to the conflict of this right with the privacy of third-party users of the platform. For example, on the "Instagram" platform, the information that matters to the migrating user is not only their own personal data but also includes data created by the user's friends and followers who are somehow connected to them (such as their likes and comments). In another example, sellers active on the "Digikala" platform, when migrating to another platform, intend both to transfer their own data, such as product images and descriptions, and also consider transferring their customers' data, such as feedback and positive reviews recorded about the products. This is while the transfer of personal data belonging to third parties (in the above hypotheses, the user's friends on the Instagram platform and the seller's customers on the Digikala platform) faces limitations under personal data protection laws; a limitation whose legal source is Article 59 of the Electronic Commerce Law and clauses 1-1 and 2-1 of the "Directive on Improving the Protection of Privacy of Users of Virtual Space Platforms."

The second obstacle is the absolute nature of clause 3 of Article 4 of the document "Policies and Macro Requirements for Supporting Competition and Combating Monopoly of Virtual Space Platforms," which obliges all digital platforms active in Iran to establish a data portability process. This imposes unnecessary costs on nascent platforms lacking market power and can itself become a barrier to entry into the platform market. The third and final obstacle is the possibility of providing for copyright or contractual rights for the platform owner over users' data. If provided for in the platform's terms of use, this can condition and defer the transfer of migrating users' data upon the consent of the platform in whose favor the condition is made.

**Conclusion**

In order to increase the efficiency of the right to personal data portability in the competition law of digital platforms, suggestions have been presented in this article to the Iranian competition legislator: First, newly established and nascent platforms should be exempt from implementing the personal data portability regime at the beginning of their operation; but after two years of

operation or until the platform reaches a dominant economic position according to the determination of the Competition Council (whichever of the two deadlines occurs earlier), the platform owner should be obliged to implement data portability tools for users. Second, regarding platforms that are subject to the obligation of data portability, an obligation should be created to provide a transparent and easy process in the platform's user interface for users to declare their consent to the transfer of their data by their audience; in such a way that the platform user can allow their audience (followers or connections) to transfer personal data related to the audience (but created by the user) to other platforms and also have access to that data on competing platforms. Third, the legislator should deem agreements between platforms and users regarding ownership or the exclusive right to exploit data belonging to the platform owner as ineffective and unenforceable with respect to the potential suspension of the right to personal data portability. Nevertheless, it should not be forgotten that the aforementioned agreements should still be enforceable and binding in other respects, especially against data-scraping persons, in order to prevent instances of unfair competition among platform owners.

**Keywords:** Right to Personal Data Portability, Competition Law, Personal Data Protection, Inter-platform Competition, Switching Cost.

دوره هجدهم، شماره اول، بهار ۱۴۰۵

JLS

## مجله مطالعات حقوقی

Journal Homepage: <https://jls.shirazu.ac.ir/>  
doi: <https://10.22099/JLS.2025.52067.5251>

مقاله پژوهشی

## جایگاه و کاربرد حق انتقال داده‌های شخصی در حقوق رقابت پلتفرم‌های دیجیتال

ابراهیم رهبری<sup>۱\*</sup>، آرین مسعودی تفرشی<sup>۲</sup>

۱. استادیار، گروه حقوق تجارت بین‌الملل و حقوق مالکیت فکری و فضای مجازی، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران  
۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، گروه حقوق تجارت بین‌الملل و حقوق مالکیت فکری و فضای مجازی، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۱/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱۰/۱۲

اطلاعات مقاله

## چکیده

**مقدمه:** زمانی که کاربران پلتفرم‌های دیجیتال قصد مهاجرت به پلتفرم جدیدی را داشته باشند، با هزینه‌هایی در زمان مهاجرت یا «چندمنزلی» مواجه می‌شوند که فقدان دسترسی کاربر مهاجر به داده‌های شخصی خود در پلتفرم جدید، یکی از بارزترین این هزینه‌ها است. از آنجاکه این هزینه جایگزینی، رقابت با پلتفرم‌های پیشگام را برای سکوه‌های نوپا دشوار می‌کند در سالیان اخیر حقی تحت عنوان «حق انتقال داده‌های شخصی» مورد توجه سیاست‌گذاران رقابتی قرار گرفته است. در ایران نیز این حق در سال ۱۳۹۹ در سند «سیاست‌ها و الزامات کلان حمایت از رقابت و مقابله با انحصار سکوه‌های فضای مجازی» شناسایی شده است. سؤال اصلی مقاله حاضر این است که آیا حق انتقال داده‌های شخصی در عمل می‌تواند ابزاری برای افزایش رقابت میان پلتفرمی باشد؟ و در صورت منفی بودن پاسخ، چه راهکارهایی را می‌توان برای افزایش کارایی حق انتقال داده‌ها در حقوق رقابت سکوه‌های فضای مجازی به قانونگذار پیشنهاد داد؟

استناد به این مقاله:

رهبری، ابراهیم و مسعودی تفرشی، آرین (۱۴۰۵). جایگاه و کاربرد حق انتقال داده‌های شخصی در حقوق رقابت پلتفرم‌های دیجیتال. *مجله مطالعات حقوقی*. ۱۸. (۱). ۳۵۸-۳۱۹.

E-mail address: rahbarionlaw@gmail.com

\* نویسنده مسئول:

روش: این مقاله می‌کوشد تا با روش توصیفی-تحلیلی به سؤال فوق پاسخ دهد..

**یافته‌ها:** نتایج مطالعه نشان می‌دهد در حال حاضر رژیم انتقال‌پذیری داده‌های شخصی با سه مانع برای افزایش رقابت در بازارهای پلتفرمی ایران مواجه است: مانع نخست، محدودیت قانونی پلتفرم‌ها و کاربران مهاجر در اجرای کامل حق انتقال داده‌های شخصی به دلیل تعارض این حق با حریم خصوصی کاربران ثالث پلتفرم است. برای مثال، در سکوی «اینستاگرام» اطلاعاتی که برای کاربر مهاجر اهمیت دارد فقط داده‌های شخصی متعلق به خود وی نیست بلکه داده‌های ایجادشده توسط دوستان و دنبال‌کنندگان کاربر که به نحوی با او ارتباط دارند (نظیر پسندها و نظرات ایشان) را نیز دربرمی‌گیرد. در مثالی دیگر، فروشندگان فعال در سکوی «دیجی‌کالا» در زمان مهاجرت به پلتفرم دیگر، هم قصد جابجایی داده‌های خود مثل تصاویر و توضیحات کالاها را دارند و هم انتقال داده‌های مشتریان خود نظیر بازخوردها و نظرات مثبت ثبت‌شده در مورد کالاها را مدنظر قرار می‌دهند. این در حالی است که انتقال داده‌های شخصی متعلق به اشخاص ثالث (در فروض فوق، دوستان کاربر در پلتفرم اینستاگرام و مشتریان فروشنده در سکوی دیجی‌کالا) با محدودیت‌های قوانین حفاظت از داده‌های شخصی مواجه است؛ محدودیتی که منشأ قانونی آن ماده ۵۹ قانون تجارت الکترونیکی و بندهای ۱-۱ و ۱-۲ دستورالعمل بهبود بهبود حفاظت از حریم خصوصی کاربران سکوی فضای مجازی است.

مانع دوم، اطلاق بند ۳ ماده ۴ سند «سیاست‌ها و الزامات کلان حمایت از رقابت و مقابله با انحصار سکوی فضای مجازی» و مکلف کردن تمامی پلتفرم‌های دیجیتال فعال در ایران به ایجاد فرایند انتقال داده‌ها است که هزینه‌هایی غیرضروری به سکوی نوپا و فاقد قدرت بازاری تحمیل می‌کند و خود می‌تواند به مانع ورود به بازار سکوها مبدل شود.

سومین و آخرین مانع، احتمال پیش‌بینی حق مؤلف یا حقوق قراردادی برای مالک پلتفرم نسبت به داده‌های کاربران است که در صورت پیش‌بینی در شرایط استفاده از سکوی می‌تواند انتقال داده‌های کاربران مهاجر را منوط و موکول به موافقت پلتفرم مشروطاً کند.

**نتیجه‌گیری:** در راستای افزایش کارایی حق انتقال داده‌های شخصی در حقوق رقابت پلتفرم‌های دیجیتال، پیشنهادهایی در این مقاله به قانونگذار حقوق رقابت ایران ارائه شده است: اول آنکه سکوی تازه تأسیس و جدید، در بدو فعالیت خود معاف از اجرای رژیم انتقال‌پذیری داده‌های شخصی باشند؛ اما پس از گذشت دو سال از فعالیت یا تا زمان رسیدن سکوی به وضعیت اقتصادی مسلط بنا بر تشخیص شورای رقابت (هر کدام از دو موعد که زودتر فرا برسد) مالک سکوی مکلف به پیاده‌سازی ابزار

جایجایی داده‌ها برای کاربران دانسته شود. دوم آنکه در خصوص سکوهایی که مشمول تکلیف جایجایی‌پذیری داده‌ها هستند، تکلیفی ایجاد شود تا در محیط کاربری پلتفرم، فرایند شفاف و سهلی برای اعلام رضایت کاربران نسبت به انتقال داده‌های خود توسط مخاطبان ایشان پیش‌بینی کنند؛ به‌نحوی که کاربر سکو بتواند به مخاطبان خود (دنبال‌کنندگان یا پیوندها) اجازه دهد تا داده‌های شخصی مرتبط با مخاطب (اما ایجادشده توسط کاربر) را به پلتفرم‌های دیگر انتقال دهند و در پلتفرم‌های رقیب نیز به آن داده‌ها دسترسی داشته باشد. سوم آنکه قانونگذار، توافقات سکوها با کاربران در خصوص مالکیت یا تعلق حق انحصاری بهره‌برداری از داده‌ها به مالک سکو را از حیث احتمال تعلیق حق انتقال داده‌های شخصی، بلااثر و غیرقابل استناد تشخیص دهد. با وجود این، نباید از یاد برد که توافقات یادشده می‌بایست کماکان از دیگر جهات و به‌ویژه در مقابل اشخاص خزش‌کننده داده‌ها، قابل استناد و لازم‌الاجرا شناسایی شود تا از وقوع مصادیق رقابت غیرمنصفانه در میان مالکان پلتفرم‌ها جلوگیری گردد.

**واژگان کلیدی:** حق انتقال داده‌های شخصی، حقوق رقابت، حفاظت از داده‌های شخصی، رقابت میان پلتفرمی، هزینه جایگزینی.

## سرآغاز

دیری نیست که برخی کشورها در قوانین خود، حقی با عنوان «حق بر انتقال داده‌های شخصی» یا «حق انتقال‌پذیری داده»<sup>۱</sup> را برای کاربران فضای مجازی تأسیس کرده‌اند. در ابتدا بنیان‌پیدایش و مبنای شناسایی این حق، حمایت از اشخاص موضوع داده<sup>۲</sup> و افزایش کنترل افراد بر داده‌های شخصی خود بوده است؛ به طوری که کاربران حقیقی سکوی فضای مجازی، این حق را پیدا کنند که اطلاعاتی که خود در اختیار مالک سکو قرار داده‌اند را در هر زمان به سامانه‌های اینترنتی موردنظر خود منتقل کرده و مورد استفاده قرار دهند (Vrabec, 2021: 58).

با این وجود، طی سال‌های اخیر این باور در میان قانون‌گذاران حقوق رقابت تقویت شده است که حق کاربران پلتفرم‌ها بر انتقال داده‌های شخصی خود به دیگر سامانه‌ها، علاوه بر مزیت پیش‌گفته، فوایدی نیز از حیث تنظیم‌گری رقابت در بازارهای دیجیتال دارد. در پرتو داده‌های حجیم و گسترده‌ای که کاربران در سکوی با سابقه به آن‌ها دسترسی دارند، برخی سیاست‌گذاران رقابتی اظهار داشته‌اند که حق جابجایی داده‌های شخصی، هزینه بالایی که جایگزین کردن سکو برای کاربران آن در پی دارد را کاهش می‌دهد و شرایط را برای قفل‌نشدن و کاهش وابستگی کاربران به یک سرویس‌دهنده پلتفرمی قدرتمند مهیا می‌کند (Crémer, J. et al, 2019: 6).

در راستای ارزیابی گزاره اخیر، در ابتدا موضوع حق انتقال داده‌های شخصی و مبنای شناسایی آن را با توجه به قوانین اتحادیه اروپا، آمریکا و ایران روشن می‌سازیم. سپس در قسمت دوم نظریات موجود در خصوص کاربرد حق جابجایی داده‌ها در حقوق رقابت پلتفرم‌های دیجیتال را مطرح می‌کنیم. آنگاه در قسمت سوم با نگاهی به سند رقابتی سال ۱۳۹۹ شورای عالی فضای مجازی، دستورالعمل مصوب سال ۱۴۰۲ شورا در خصوص حفاظت از حریم خصوصی کاربران سکوها و همچنین قانون

---

1. Right to Data Portability  
2. Data Subject

تجارت الکترونیکی، آثار اجرای رژیم انتقال‌پذیری داده‌های شخصی را ارزیابی کرده و کارایی حقوق رقابتی آن در بازارهای پلتفرمی ایران را می‌سنجیم. در قسمت چهارم پیشنهادها و راهکارهای خود برای افزایش کارآمدی حق انتقال داده‌های شخصی در حقوق رقابت را ارائه می‌کنیم و در پایان به مرور نتایج حاصل از این مطالعه می‌پردازیم.

### ۱. مفهوم و مبنای حق انتقال داده‌های شخصی

در این قسمت، ابتدا موضوع حق انتقال داده‌های شخصی را مطابق قوانین اتحادیه اروپا، آمریکا و ایران بیان می‌کنیم. آنگاه در خصوص مبنای شناسایی حق در قوانین، توضیحاتی ارائه می‌دهیم.

#### ۱-۱. موضوع حق در قوانین اتحادیه اروپا، آمریکا و ایران

##### ۱-۱-۱. اتحادیه اروپا

حق بر انتقال داده‌های شخصی برای اولین بار در اتحادیه اروپا و به موجب ماده ۲۰ «مقرره عمومی حمایت از داده‌ها»<sup>۱</sup> (مصوب ۲۰۱۶) شناسایی شد (Vrabc, 2021: 228; Zufall & Zingg, 2021: 162-163). مقرره عمومی حمایت از داده‌ها از سال ۲۰۱۸ برای تمام کسب‌وکارهای اینترنتی که مستقر در اتحادیه اروپا باشند یا آنکه خارج از اروپا استقرار داشته ولی به کاربران واقع در اروپا خدمات ارائه می‌کنند، لازم‌الاجرا است (European Parliament, 2016: Art.3,99). ماده ۲۰ این مقرره، به مخاطبان و کاربران حقیقی<sup>۲</sup> کسب‌وکارهای دیجیتال این حق را می‌دهد تا بتوانند داده‌های شخصی که در اختیار یک کنترل‌گر<sup>۳</sup> قرار داده‌اند را در قالبی ماشینی‌خوان<sup>۱</sup>، ساختارمند و عادتاً

#### 1. General Data Protection Regulation (GDPR)

۲. بند ۱ ماده ۴ مقرره عمومی حمایت از داده‌ها، اشخاص موضوع داده (Data subject) و حقوق ناظر به داده‌های شخصی را محدود به اشخاص حقیقی دانسته است.

۳. اشخاص موضوع داده مطابق ماده ۲۰ مقرره عمومی حمایت از داده‌ها، باید درخواست انتقال داده‌های شخصی خود را به شخص کنترل‌گر (Controller) ارائه کنند. کنترل‌گرها مطابق بند ۷ ماده ۴ مقرره، داده‌های شخصی را

قابل استفاده، از آن کنترل‌گر دریافت کرده و داده‌های دریافتی را به دیگر سامانه‌ها و کنترل‌گرها منتقل کنند. صدر ماده ۲۰ مقرر، در مقام تعیین قلمرو داده‌های شخصی قابل جابجایی، اعمال حق انتقال داده‌ها را تنها ناظر به داده‌هایی دانسته است که خودِ شخص موضوع داده، آن‌ها را در اختیار کنترل‌گر قرار داده باشد. این داده‌ها از نظر «کارگروه اروپایی حمایت از داده‌های شخصی»<sup>۲</sup> شامل «داده‌های داوطلبانه به اشتراک گذاشته شده»<sup>۳</sup> و «داده‌های رصد شده»<sup>۴</sup> می‌شود؛ اما داده‌های استنباطی<sup>۵</sup> و مشتق<sup>۶</sup> که با تحلیل داده‌های دو دسته قبل و با عملیات مستقل کنترل‌گر ایجاد می‌شود را در برنمی‌گیرد (Krämer et al, 2020: 6).

در خصوص سازوکار انتقال داده‌های شخصی<sup>۷</sup>، بند ۲ ماده ۲۰ مقرر عمومی حمایت از داده‌ها بیان می‌کند که چنانچه از لحاظ فنی مانعی وجود نداشته باشد

به درخواست یا به نمایندگی از اشخاص ثالث، پردازش نمی‌کند بلکه اشخاصی‌اند که ابزار و اهداف پردازش داده‌های کاربران را خود تعیین کرده و اصالتاً به جمع‌آوری و پردازش داده‌ها می‌پردازد.

۱. نسخه ماشین‌خوان داده‌های کاربران، این امکان را می‌دهد تا تمام سیستم‌های رایانه‌ای، بدون نیاز به دخالت عامل انسانی بتوانند داده‌های منتقل شده را درک و پردازش کنند. برای مثال فرمت‌های رایانه‌ای JSON، XML و CSV از نوع ماشین‌خوان هستند درحالی‌که نسخه Pdf یا تصویر اسکن شده داده‌های شخصی کاربر، ماشین‌خوان محسوب نمی‌شوند (Wong & Henderson, 2019: 176).

## 2. European Data Protection Board

۳. این داده‌ها را شخص موضوع داده، آگاهانه به کنترل‌گر تسلیم می‌کند نظیر نام، آدرس ایمیل، محل سکونت، شماره تماس و نام کاربری وارد شده در وب‌سایت کنترل‌گر (انصاری و عطار، ۱۴۰۲: ۱۸۶).

۴. داده‌های مشاهده شده (Observed Data) با رصد رفتار کاربر در وب‌سایت‌های مختلف یا تعاملات وی با دستگاه هوشمند خود جمع‌آوری می‌شود؛ نظیر سوابق جستجوی و اطلاعات پروتکل اینترنتی، مشخصات دستگاه و داده‌های مکانی کاربر (انصاری و عطار، ۱۴۰۲: ۱۸۶).

## 5. Inferred Data

۶. مصادیق این داده‌ها را می‌توان پرونده‌های قدرت خرید، میزان ریسک‌پذیری یا وضعیت سلامتی اشخاص موضوع داده دانست که با تحلیل مجموعه داده‌های جمع‌آوری شده به دست می‌آیند (Krämer et al, 2020: 19).

۷. جابجایی داده‌ها از یک سکو به سکوی اینترنتی دیگر می‌تواند به دو طریق رخ دهد: ۱. جابجایی لحظه‌ای (one-off export) که از طریق دانلود نسخه ماشین‌خوان داده‌ها توسط شخص موضوع داده و بارگذاری دستی

کسب و کار کنترل‌گر باید امکان انتقال و ارسال مستقیم داده‌ها به سامانه مورد نظر کاربر مهاجر را فراهم کند. البته در عمل، جابجایی مستقیم داده‌ها مستلزم تعامل‌پذیری فناوری‌های استفاده‌شده توسط کنترل‌گر ارسال‌کننده و دریافت‌کننده داده‌ها است و ممکن است به دلیل عدم همخوانی رابط‌های نرم‌افزاری ارسال و دریافت داده<sup>۱</sup> متعلق به دو کنترل‌گر، کاربر مهاجر راهی غیر از بارگیری و بارگذاری نسخه کپی و ماشین خوان داده‌های خود نداشته باشد (Graef, 2016: 151).

## ۲-۱-۱. آمریکا

در کشور آمریکا تاکنون قانونی که پردازش داده‌های شخصی کاربران فضای مجازی را در سطح فدرال نظام‌مند کرده باشد وضع نشده است. در این کشور، تنها برخی قوانین فدرال خاص در حوزه حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها وجود دارد که قلمرو آن‌ها محدود به داده‌های شخصی بیماران، کودکان یا مشتریان مؤسسات مالی و اعتباری است<sup>۲</sup> (Cortez, 2021: 232,234).

با این وجود، برخی قوانین ایالتی آمریکا نظیر قوانین ایالت‌های کالیفرنیا، ویرجینیا و کلرادو، حق انتقال‌پذیری داده‌های شخصی را برای کاربران فضای مجازی که مقیم آن ایالت باشند تأسیس کرده‌اند (Zufall & Zingg, 2021: 228). برجسته‌ترین این قوانین،

آن در پلتفرم موردنظر رخ می‌دهد. ۲. انتقال مستقیم و آنی داده‌ها از طریق رابط‌های نرم‌افزاری (API) که مستلزم اعطای دسترسی به آن رابط نرم‌افزاری توسط کنترل‌گر ارسال‌کننده داده‌ها است (Nicholas & Weinberg, 2019: 9).

### 1. Data Export-Import API

۲. برای نمونه می‌توان به قانون حقوق آموزشی خانواده و حریم خصوصی، قانون انتقال‌پذیری و مسئولیت‌پذیری بیمه‌های درمانی و قانون گرام-لیچ-بلایلی (Gramm-Leach-Bliley Act) اشاره کرد که حقوقی را به برخی اتباع آمریکایی (با شرایط خاص) نسبت به داده‌های شخصی ایشان داده است (انصاری و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۱۷، ۱۳۴ و ۱۴۱).

«قانون حریم خصوصی مصرف‌کنندگان ایالت کالیفرنیا»<sup>۱</sup> است که از سال ۲۰۱۹ حق انتقال داده‌های شخصی را برای آن دسته از کاربران فضای مجازی که مقیم کالیفرنیا باشند شناسایی کرده است. به‌موجب جزء ۳ از بند a ماده ۱۷۹۸.۱۳۰ قانون فوق، هر مصرف‌کننده<sup>۲</sup> مقیم کالیفرنیا این حق را دارد تا از کسب‌وکارهای اینترنتی که اطلاعات شخصی وی را جمع‌آوری کرده‌اند بخواهد تا این اطلاعات را در اختیار وی بگذارند. به‌موجب این ماده از قانون حریم خصوصی کالیفرنیا، «چنانچه از لحاظ فنی مانعی وجود نداشته باشد، کسب‌وکار اینترنتی که مخاطب درخواست انتقال داده‌ها قرار گرفته ملزم است تا اطلاعات شخصی مصرف‌کننده را در نسخه‌ای ماشین خوان و ساختارمند در اختیار وی بگذارد؛ به‌نحوی که کاربر به راحتی بتواند داده‌های شخصی خود را به دیگر سکوها و سامانه‌های اینترنتی منتقل سازد» (Government of the United States, 2019).

### ۳-۱-۱. ایران

در ایران، اسنادی که به‌طور مستقیم به موضوع حریم خصوصی کاربران فضای مجازی و لزوم حفاظت از داده‌های شخصی آن‌ها پرداخته‌اند، قانون تجارت الکترونیکی<sup>۳</sup> (مصوب ۱۳۸۲) و دستورالعمل جدید کمیسیون عالی تنظیم مقررات فضای مجازی کشور با عنوان «دستورالعمل اجرایی بهبود حفاظت از حریم خصوصی کاربران و شیوه جمع‌آوری، پردازش و نگهداری اطلاعات کاربران در سامانه‌ها و سکوهایی فضای مجازی»<sup>۴</sup> (مصوب ۱۴۰۲/۱۰/۱۱) هستند.

#### 1. California Consumer Privacy Act

۲. مطابق بند (i) بخش ۱۷۹۸ قانون حریم خصوصی مصرف‌کنندگان کالیفرنیا، مصرف‌کنندگان موضوع این قانون صرفاً اشخاص حقیقی هستند و شامل اشخاص حقوقی نمی‌شود.

۳. از این پس اختصاراً: «ق.ت.ا»

۴. از این پس اختصاراً: «دستورالعمل حریم خصوصی کاربران سکوها»

وفق ماده ۵۹ ق.ت.ا، پلتفرم‌ها و سامانه‌های اینترنتی تنها در صورتی می‌توانند داده پیام‌های شخصی کاربران را ذخیره و پردازش کنند که شخص موضوع داده پیام در این خصوص رضایت داشته باشد. علاوه بر آن، اشخاص موضوع داده پیام مطابق بند د ماده ۵۹ ق.ت.ا از حق دسترسی به پرونده رایانه‌ای خود و حق اصلاح داده‌های ناقص یا نادرست برخوردارند. همچنین بند ه ماده ۵۹ ق.ت.ا به اشخاص موضوع داده پیام، حق محو کامل و پاک‌سازی پرونده رایانه‌ای خود (حق بر فراموش شدن) را داده است (انصاری و عطار، ۱۴۰۲: ۱۴۹). شایان ذکر است تخلف از الزامات پردازش داده پیام‌های شخصی موضوع ماده ۵۹، مطابق ماده ۷۱ ق.ت.ا جرم شناخته شده و می‌تواند منجر به صدور محکومیت حبس (از یک تا سه سال) برای متخلف شود.

صرف نظر از ق.ت.ا، دستورالعمل حریم خصوصی کاربران سکوها به موجب بند ۱-۱ این حق را به کاربران سکوه‌های فضای مجازی داده است تا از موضوع و مصادیق داده‌های مورد جمع‌آوری، شیوه جمع‌آوری و نحوه پردازش آن‌ها توسط مالک سکو، اطلاع داشته باشند و در این راستا پلتفرم‌های دیجیتال فعال در ایران را ملزم کرده تا پیش از شروع به ذخیره‌سازی و آغاز پردازش داده‌های شخصی کاربران، رضایت شخص موضوع داده را در خصوص اقدامات الکترونیک فوق اخذ کنند. وانگهی بند ۱-۱ دستورالعمل، سکوها را ملزم کرده است که داده‌های شخصی مورد جمع‌آوری را از حیث ضرورت یا عدم ضرورت برای ارائه خدمات اینترنتی خود، به داده‌های «ضروری» و «اختیاری» تقسیم کنند و در خصوص اطلاعات اختیاری، امکان مخالفت کاربر با ذخیره و پردازش ارقام اختیاری را برای وی فراهم کنند. به این ترتیب، کاربران سکوها در صورت مخالفت با جمع‌آوری و پردازش داده‌های ضروری، طبعاً امکان استفاده از سکوی مربوطه را از دست می‌دهند (شورای عالی فضای مجازی، ۱۴۰۲).

در بند ۱-۲ دستورالعمل فوق به اصل «محدودیت پردازش داده‌ها به اهداف اعلام‌شده» اشاره شده و مقرر شده است: «داده‌ها باید صرفاً در حد ارقام موردنیاز برای انجام تکالیف قانونی یا ادامه کسب‌وکار و متناسب با اهدافی که در بند ۱-۱ برای کاربر

شرح داده شده و رضایت صریح وی اخذ شده است، جمع‌آوری، پردازش و ذخیره‌سازی شود». بند ۳-۱ این دستورالعمل نیز حق بر فراموشی و حذف داده‌های شخصی را (با رعایت مقررات دادرسی جرائم رایانه‌ای) برای کاربران سکوه‌های فعال در ایران ایجاد کرده است<sup>۱</sup> (شورای عالی فضای مجازی، ۱۴۰۲).

مطالعه مقررات فوق نشان می‌دهد که قانون تجارت الکترونیکی و هیچ‌کدام از بندهای چهارگانه دستورالعمل حریم خصوصی کاربران سکوها، حقی مبنی بر امکان جابجایی داده‌های شخصی به دیگر سکوها، برای کاربران پلتفرم‌های فعال در ایران شناسایی نکرده‌اند. با این وجود، سند دیگری که در سال ۱۳۹۹ توسط شورای عالی فضای مجازی منتشر شده و محوریت آن حمایت از رقابت در بازارهای بستر فعالیت سکوه‌های دیجیتال<sup>۲</sup> بوده، به موضوع انتقال‌پذیری داده‌های شخصی کاربران اشاره کرده است. این سند با عنوان «سیاست‌ها و الزامات کلان حمایت از رقابت و مقابله با انحصار سکوه‌های فضای مجازی»<sup>۳</sup> در بند ۳ ماده ۴ خود مقرر می‌دارد: «الزامات صیانت از داده‌ها رعایت و در صورت درخواست کاربران، امکان انتقال داده‌های مرتبط با آن‌ها، در قالبی استاندارد شود» (شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۹).

همچنان که دیده می‌شود حقی که این بند در مقام شناسایی آن برای کاربران سکوه‌های فضای مجازی بوده و نوعی استاندارد و الزام رفتاری برای سکوها ایجاد کرده

۱. بند ۳-۱ دستورالعمل: «در صورت درخواست کاربران برای حذف داده‌های مرتبط از قبیل حذف حساب کاربری [و] داده‌های مرتبط با فعالیت آنان در سکو ... بلافاصله انجام پذیرفته و داده‌های حذف‌شده از سکو برخط، به‌منظور رعایت مقررات قانونی ازجمله مقررات مواد (۶۶۷) تا (۶۷۰) قانون آیین دادرسی کیفری (دادرسی جرائم رایانه‌ای) به پایگاه‌های داده پشتیبان مستقر در بخش غیر برخط و منفصل از شبکه‌های ارتباطی عمومی منتقل و تنها برای انجام تکالیف مقرر در قانون نگهداری یا پردازش شود و پس از خاتمه مواعید قانونی یا قضایی، به طور کامل امحا شود».

۲. از این بازارها تحت عنوان بازارهای پلتفرمی (Platform Markets) یاد می‌شود (رهبری و مسعودی تفرشی، ۱۴۰۲: ۹۷).

۳. از این پس اختصاراً: «سند سیاست‌های حمایت از رقابت سکوه‌های فضای مجازی».

است، از جهات متعددی ابهام دارد. برای مثال مشخص نیست که آیا این بند به دنبال ایجاد حق جابجایی داده‌ها برای کاربران حقیقی سکوها بوده یا علاوه بر کاربران حقیقی، اشخاص حقوقی فعال در سکوه‌های اینترنتی را نیز طرف حق قرار داده است. همچنین دامنه داده‌های قابل انتقال در بند فوق شفاف نیست و مشخص نشده آیا کاربران سکوها علاوه بر داده‌های ارائه شده خام، می‌توانند جابجایی داده‌های استنباط شده مرتبط با خود را نیز از مالک سکو درخواست کنند یا خیر.

## ۱-۲. مبنای شناسایی حق در قوانین

ابهامات بند ۳ ماده ۴ سند سیاست‌های حمایت از رقابت سکوه‌های فضای مجازی، از آنجا ناشی می‌شود که مبنای شناسایی حق انتقال‌پذیری داده‌ها در این سند روشن نیست. در نظام‌های حقوقی اتحادیه اروپا و آمریکا هدف ابتدایی قانون‌گذار از شناسایی حق جابجایی داده‌ها برای کاربران، نه ملاحظات حقوق رقابتی بلکه افزایش کنترل افراد بر داده‌های شخصی خود بوده (Vrabc, 2021: 58; Zufall & Zingg, 2021: 224) اما شورای عالی فضای مجازی با اشاره به این حق در یک سند رقابتی و حتی مسکوت گذاشتن این حق در دستورالعمل حریم خصوصی کاربران سکوها، این ابهام را ایجاد کرده که آیا مبنای اصلی شناسایی این حق در ایران، حفاظت از حریم خصوصی کاربران حقیقی فضای مجازی بوده یا آنکه به حق انتقال‌پذیری داده‌ها به مثابه یک ابزار رقابتی برای افزایش رقابت در بازارهای پلتفرمی ایران اتکا کرده است؟ همچنین بند ۳ ماده ۴ سند رقابتی شورای عالی فضای مجازی، از استاندارد کردن امکان انتقال داده‌ها برای کاربران سکوها یاد کرده که مشخص نیست آیا منظور از آن صرفاً فراهم کردن امکان جابجایی داده‌های شخصی از یک سکو به سکوی دیگر بوده یا آنکه تمام پلتفرم‌های دیجیتال را ملزم به اتخاذ سیاست و رویه‌ای متحدالشکل در پیاده‌سازی افزونه انتقال داده‌ها کرده است؟

چنین ابهاماتی در عمل مانع از آن می‌شود که کاربران سکوهای فضای مجازی از حقوق خود اطلاع دقیق پیدا کنند. همچنین به دلیل عدم آگاهی سکوها از موضوع و قلمرو تکالیف خود، کاربران سکوها در استیفا حق جابجایی داده‌های خود با رویه‌ها و تجربیات مختلف مواجه خواهند شد که نتیجه فاصله گرفتن بند ۴-۳ سند شورا از اصول تنظیم‌گری و مقررات گذاری صحیح است. در چنین شرایطی که قانون‌گذار، هدف اصلی رژیم انتقال‌پذیری داده‌ها را برای خود و مخاطبان قانون شفاف نکرده، ایجاد یک تکلیف کلی و مجمل برای سکوهای فعال در ایران مبنی بر لزوم فراهم کردن امکان انتقال داده‌ها برای کاربران، کارایی حقوقی لازم را در بازارهای دیجیتال نخواهد داشت<sup>۱</sup> (Nicholas & Weinberg, 2019: 17; Graef, 2020: 8).

## ۲. کاربرد حق انتقال داده‌های شخصی از منظر حقوق رقابت

پلتفرم‌های دیجیتال یا همان سکوها در بازارهایی فعالیت می‌کنند که با دو ویژگی «اثر شبکه‌ای قوی»<sup>۲</sup> و «هزینه جایگزینی بالا»<sup>۳</sup> شناخته می‌شوند. هزینه جایگزینی بالا در بازارهای پلتفرمی از آنجا ناشی می‌شود که کاربران در صورت توقف استفاده از پلتفرم با سابقه و مهاجرت به سکوی جدید، برخی امکانات سابق خود را از دست می‌دهند. برای مثال در اغلب موارد، شبکه کاربران سکوی جدید به گستردگی سکوی با سابقه نیست و کاربر به‌عنوان متقاضی خدمات واسطه‌گری، گزینه‌های کمتری برای رفع نیاز خود در سکوی جدید در اختیار خواهد داشت (Crémer, J. et al, 2019: 23). علاوه بر تفاوت سطح گستردگی شبکه کاربران، از دست دادن داده‌ها و محتواهایی که کاربر در سکوی سابق به آن‌ها دسترسی داشته نیز یکی از مصادیق مهم هزینه‌های جایگزینی است؛ زیرا کاربر با مهاجرت به سکوی جدید، در بسیاری مواقع به بسیاری از داده‌های

۱. دلایل این عدم کارایی را به تفصیل در فراز سوم مقاله خواهیم داد.

2. Strong network effects  
3. High switching costs

شخصی خود، دسترسی آنی ندارد و این موضوع می‌تواند کاربر را از مهاجرت به پلتفرم دیگر منصرف کند (Wiedemann, 2021: 924).

برخی معتقدند که اجرای رژیم انتقال‌پذیری داده‌های شخصی، علاوه بر آنکه کنترل افراد بر داده‌های شخصی خود و شفافیت در پردازش داده‌ها را افزایش می‌دهد، می‌تواند هزینه بالای جایگزینی در بازارهای پلتفرمی را نیز کاهش دهد (Wong & Henderson, 2019: 177). نایب‌رئیس وقت سیاست رقابتی کمیسیون اروپا در سخنرانی خود در سال ۲۰۱۲ معتقد بود که اگرچه نفوس پردازش و استفاده از داده‌های شخصی کاربران می‌تواند خدمات پلتفرم‌ها را بهبود بخشد و به شخصی‌سازی خدمات آن‌ها برای مصرف‌کنندگان اروپایی منجر شود، اما فراهم نکردن قابلیت جابجایی داده‌ها برای کاربران، مهاجرت از پلتفرم‌های با سابقه یا «چند منزلی»<sup>۱</sup> در پلتفرم‌های مختلف را برای کاربران دشوار می‌سازد و می‌تواند موجب قفل شدن کاربران به خدمات سکوی پیشگام شود (European Commission, 2012). این گروه به پلتفرم‌های شبکه اجتماعی به‌عنوان نمونه‌ای عینی از هزینه‌های جایگزینی بالا و «اثر قفل شونده»<sup>۲</sup> اشاره می‌کنند و معتقدند داده‌هایی که کاربر به مناسبت استفاده از پلتفرمی مثل فیس‌بوک به این سامانه ارائه می‌دهد در طول زمان برای کاربر اهمیت روزافزون پیدا می‌کند. مطالب و پُست‌هایی که کاربر منتشر می‌کند، اسامی افرادی که کاربر در سکوی فیس‌بوک با آن‌ها دوست شده و نظرات و بازخوردهایی که کاربر ذیل مطالب دوستان خود قرار داده همگی برای کاربر فیس‌بوک اهمیت دارد و اگر کاربر با ترک فیس‌بوک، داده‌های تعاملی خود را در سکوی جدید در اختیار نداشته باشد، استفاده از خدمات رقبای فیس‌بوک برای کاربر مطلوبیتی ندارد و کاربر، سکوی پیشگام خود یعنی فیس‌بوک را تغییر نمی‌دهد؛ اما با استقرار نظام انتقال‌پذیری داده‌ها، این هزینه جایگزینی

۱. چند منزلی یا Multi-homing به معنای استفاده هم‌زمان کاربر از خدمات چند پلتفرم مشابه و رقیب همدیگر است (The Netherlands Authority for Consumers and Markets, 2019: 51).

2. Lock-in effect

ناشی از دست دادن اطلاعات برای کاربران سکوه‌های دارای وضعیت اقتصادی مسلط، کاهش پیدا می‌کند و زمینه برای فعالیت استارت‌آپ‌های جدید و رقیب فراهم می‌شود (Kharb & Ahuja, 2020: 132).

در مقابل این نظر، گروهی معتقدند که هزینه جایگزینی سکوه‌های باسابقه، از عوامل متعددی نشئت می‌گیرد که عدم دسترسی کاربر به اطلاعات خود در سکوی جدید و نوپا، تنها یکی از این عوامل است. به همین دلیل رژیم انتقال‌پذیری داده‌های شخصی، به‌تنهایی موانع ورود به بازارهای پلتفرمی تثبیت شده را از بین نمی‌برد و فقط در صورت وجود چند سکوی قبلی و فعالیت هم‌زمان آن‌ها در بازار می‌تواند حق انتخاب مصرف‌کنندگان را افزایش داده و چند منزلی را برای کاربران سکوه‌های موجود تسهیل کند (Giovannetti & Siciliani, 2020: 6). این گروه بر این باورند که حق انتقال داده‌های شخصی بیش از آنکه بر افزایش رقابت‌پذیری در بازارهای پلتفرمی اثرگذار باشد، در بازارهای دیجیتال دیگری که مبتنی بر مدل کسب‌وکار واسطه‌ای<sup>۱</sup> نیستند کارایی رقابتی دارد؛ نظیر بازار برنامه‌های موبایلی پخش آنلاین موسیقی یا اپلیکیشن‌های تناسب‌اندام که کاربر با انتقال داده‌های شخصی خود میان این قبیل نرم‌افزارها می‌تواند تجربه خوبی از چند منزلی و تغییر نرم‌افزار مورد استفاده خود داشته باشد (Nicholas & Weinberg, 2019: 3).

به هر روی، حق بر انتقال‌پذیری داده‌های شخصی اخیراً در برخی نظام‌های حقوقی، از قلمرو قوانین حمایت از داده‌های شخصی فراتر رفته و در قوانین رقابتی جدید نیز منعکس شده است. بارزترین قانون رقابتی در این زمینه «قانون بازارهای دیجیتال اتحادیه اروپا»<sup>۲</sup> است که از سال ۲۰۲۳ برای آن دسته از ارائه‌دهندگان خدمات پلتفرمی که مطابق ماده ۳ قانون، «دروازه نگهبان»<sup>۳</sup> محسوب شوند، لازم‌الاجرا شده است.<sup>۱</sup> بند ۹

1. Platform Business Model

2. Digital Markets Act

3. Gatekeeper

ماده ۶ قانون بازارهای دیجیتال، پلتفرم‌های دروازه نگهدار را ملزم کرده است تا در صورت درخواست کاربر نهایی،<sup>۲</sup> امکان انتقال و جابجایی داده‌های کاربر را به صورت رایگان، کارآمد و آنی برای وی فراهم کنند. داده‌های قابل انتقال کاربر مطابق این بند، اطلاعاتی را شامل می‌شود که کاربر، خود آن‌ها را آگاهانه در اختیار پلتفرم دروازه نگهدار گذاشته یا به مناسبت فعالیت کاربر در محیط کاربری پلتفرم از وی جمع‌آوری شده است. شایان ذکر است قانون بازارهای دیجیتال، پلتفرم‌های دروازه نگهدار را ملزم به ایجاد ابزار جابجایی داده‌ها برای کاربران تجاری نکرده و در بند ۱۰ ماده ۶ این قانون، کاربران تجاری را صرفاً واجد حق دسترسی و استفاده از داده‌های مرتبط با کسب‌وکار خود دانسته است.

### ۳. محدودیت‌های حق انتقال داده‌های شخصی در افزایش رقابت میان پلتفرمی

چنانکه در فراز دوم مقاله آمد، گروهی معتقدند قابلیت جابجایی داده‌های شخصی و حق کاربران بر انتقال داده‌های خود به پلتفرم‌های دیگر، فی‌نفسه می‌تواند هزینه جایگزینی سکوه‌های قدرتمند و باسابقه را برای مصرف‌کنندگان کاهش داده و موجب افزایش «رقابت میان پلتفرمی»<sup>۳</sup> شود. با این حال، در عمل امکان دارد کاربران در انتقال

۱. کمیسیون اروپا اخیراً پلتفرم‌های شناخته‌شده‌ای مانند بازارگاه «آمازون دات کام»، پلتفرم‌های توزیع برنامه‌های موبایلی «گوگل پلی استور» و «اپل اپ استور» و پلتفرم‌های شبکه اجتماعی «اینستاگرام» و «فیس‌بوک» را مطابق ماده ۳ قانون، دروازه نگهدار تشخیص داده و نام مالکان این پلتفرم‌ها را به عنوان مشمولان الزامات حقوق رقابتی قانون بازارهای دیجیتال، اعلان عمومی کرده است (European Commission, 2023).

۲. کاربران نهایی (End users) مطابق بند ۲۰ ماده ۲ قانون بازارهای دیجیتال، اشخاصی هستند که از خدمات پلتفرمی بنگاه دروازه نگهدار، نه در راستای اهداف تجاری و کسب‌وکار خود، بلکه برای رفع نیازهای شخصی و غیرتجاری استفاده می‌کنند. در مقابل این گروه از کاربران، کاربران تجاری یا کسب‌وکاری (Business Users) قرار دارند که کالا یا خدمت خود را از طریق پلتفرم دروازه نگهدار به کاربران نهایی عرضه می‌کنند.

۳. منظور از رقابت میان پلتفرمی، رقابت میان سکوه‌های اینترنتی با عملکرد مشابه است که در بازار پلتفرمی واحدی فعالیت می‌کنند (رهبری و مسعودی تفرشی، ۱۴۰۲: ۹۷).

داده‌های شخصی خود با برخی محدودیت‌ها مواجه شوند. این محدودیت‌ها که در این فراز به آن‌ها اشاره می‌کنیم، می‌توانند منشأ قانونی و مشروع داشته باشند و موجب شوند تا شخص موضوع داده در انتقال کامل اطلاعات موردنظر خود به پلتفرم‌های دیگر ناکام بماند و در نتیجه حق انتقال داده‌های شخصی، مطلوبیت خود به مثابه یک ابزار حقوق رقابتی را دست بدهد. پس از اشاره به موانع احتمالی اجرای حق انتقال داده‌های شخصی در این فراز از مقاله، راهکارهای خود برای برطرف کردن هر یک از این موانع و افزایش کارایی حق انتقال‌پذیری داده‌ها در حقوق رقابت سکوه‌های فضای مجازی را در فراز چهارم مقاله تبیین می‌کنیم.

### ۳-۱. احتمال تعارض حق انتقال داده‌ها با حریم خصوصی و حقوق کاربران ثالث

کاربران پلتفرم دیجیتال، به‌ویژه زمانی که آن پلتفرم «چند سویه»<sup>۱</sup> باشد، به اطلاعات گسترده‌ای در محیط کاربری آن دسترسی دارند. از لحاظ منطقی، هزینه‌های مهاجرت کاربر از آن پلتفرم و چند منزلی، زمانی از حیث از دست دادن اطلاعات کاهش پیدا می‌کند که کاربر بتواند تمام مجموعه اطلاعات مهم خود را از سکوی سابق به سکوی جدید منتقل کند. این در حالی است که کاربر، تنها بخشی از آن مجموعه اطلاعات را شخصاً در اختیار مالک سکو گذاشته و بخش مهمی از آن اطلاعات، داده‌های شخصی اشخاص ثالثی است که با داده‌های کاربر متقاضی مهاجرت، تداخل کرده یا ارتباط دارد (Wong & Henderson, 2019: 179; Lynskey, 2017: 805-806). برای مثال، در پلتفرم شبکه اجتماعی اینستاگرام، اطلاعاتی که برای کاربر مهاجر اهمیت دارد فقط

۱. پلتفرم‌های چند سویه (Multi-sided platforms) سیستم‌هایی نرم‌افزاری هستند که امکان تعامل مستقیم حداقل دو گروه مختلف از بازیگران اقتصادی را بر بستر اینترنت فراهم می‌کنند. بازار گاه‌های دیجیتال مصداق بارز پلتفرم‌های چند سویه هستند که از طریق آن‌ها، عرضه‌کنندگان کالا یا برنامه‌های نرم‌افزاری می‌توانند محصول خود را به صورت بر خط به تقاضاکنندگان عرضه کرده و به فروش برسانند (Australian Competition and Consumer Commission, 2022: 17). پلتفرم‌هایی نظیر «دیجی کالا»، «اسنپ فود»، «علی بابا» و «کافه بازار» از مصداق پلتفرم‌های چند سویه به حساب می‌آیند.

داده‌های شخصی متعلق به خود وی نیست بلکه داده‌های دوستان و دنبال کنندگان کاربر که به نحوی با او ارتباط دارند را نیز در برمی‌گیرد. در سکوی اینستاگرام علاوه بر مطالبی<sup>۱</sup> که کاربر مهاجر در این پلتفرم منتشر کرده و داده‌های شخصی وی به حساب می‌آیند، بازخورد دوستان و دنبال کنندگان وی نظیر پسندها<sup>۲</sup>، نظرات و بازنشرها نیز برای کاربر اهمیت دارد. همچنین ممکن است دوستان کاربر، تصاویر و محتواهایی در صفحه خود منتشر کرده باشند که به نحوی به کاربر مربوط بوده و شبکه اجتماعی وی را تشکیل دهند؛ مانند آنکه چهره کاربر نیز در یکی از تصاویر منتشرشده توسط دوست او موجود باشد یا کاربر برای محتوای دوست خود لایک یا کامنت گذاشته باشد (Nicholas & Weinberg, 2019: 8).

این تلاقی و تعارض حقوق ممکن است در مورد کاربران دیگر پلتفرم‌ها نظیر بازار گاه‌های دیجیتال و سکوهای تجارت الکترونیک نیز صدق کند. برای مثال در سکوی «دیجی کالا» آن دسته از فروشندگان فعال در این سکو که مایل به استفاده از دیگر سکوهای تجارت الکترونیک باشند، مجموعه‌ای از داده‌های مهم را برای انتقال به سکوی جدید مدنظر دارند: علاوه بر داده‌های متعلق به فروشنده مثل تصاویر و توضیحات کالاهای عرضه‌شده توسط فروشنده بر بستر سکو، داده‌های شخصی مشتریان وی نظیر بازخوردها و نظرات مثبت مشتریان<sup>۳</sup> در مورد محصولات فروشنده نیز در زمره مجموعه داده‌های موردنظر فروشنده برای انتقال به سکوی جدید خواهد بود. این در حالی است که انتقال داده‌های شخصی متعلق به اشخاص ثالث (در فروش فوق، دوستان کاربر در پلتفرم اینستاگرام و مشتریان فروشنده در سکوی دیجی کالا)

1. Post

2. Like

۳. از بازخوردها و نظرات مثبت مشتریان در خصوص محصولات فروشندگان فعال در سکو، با عنوان شهرت اینترنتی (online reputation) نیز یاد می‌شود که برای فروشندگان فعال در پلتفرم از حیث برندینگ و قرارگیری در رتبه‌های برتر جستجو اهمیت زیادی دارد (Diker Vanberg & Ünver, 2017: 3).

مشمول محدودیت‌های قوانین حفاظت از داده‌های شخصی بوده و مستلزم رضایت پیشین شخص ثالث موضوع داده‌ها در خصوص این انتقال است. محدودیت قانونی پیش‌گفته، در اتحادیه اروپا در بند ۴ ماده ۲۰ مقرر عمومی حمایت از داده‌ها اشاره شده که مقرر داشته است: «حق شخص موضوع داده بر انتقال داده‌های شخصی خود نباید بر حقوق و آزادی‌های اشخاص ثالث اثر سوء بگذارد». در ایران، محدودیت فوق و لزوم اخذ رضایت کاربران ثالث موضوع داده به انتقال داده‌های خود را می‌توان از مفاد ماده ۵۹ ق.ت.ا و بندهای ۱-۱ و ۱-۲ دستورالعمل حریم خصوصی کاربران سکوها برداشت کرد. بند ۱-۱ ارائه‌دهندگان خدمات سکو را ملزم کرده تا پیش از جمع‌آوری و پردازش داده‌های شخصی کاربران، اقلام داده‌ای مورد جمع‌آوری و زمینه‌های استفاده از داده‌ها را به اطلاع کاربران خود رسانده و رضایت آنان را اخذ کنند. همچنین مطابق بند ۱-۲ دستورالعمل، سکوها ملزم شده‌اند تا از داده‌های جمع‌آوری شده صرفاً برای اهدافی که مطابق بند ۱-۱ از کاربر در خصوص آن‌ها رضایت اخذ کرده‌اند، استفاده کنند. وفق بند ب ماده ۵۹ ق.ت.ا نیز پلتفرم‌های اینترنتی از داده‌های شخصی کاربران تنها می‌توانند در راستای اهدافی که در هنگام جمع‌آوری برای کاربر شرح داده‌اند، استفاده کنند؛ بنابراین مفهوم مخالف بند فوق این معنا را متبادر می‌سازد که جابجایی داده پیام‌های شخصی کاربر به دیگر سامانه‌ها و پلتفرم‌ها بدون اطلاع و رضایت پیشین آن کاربر، مجاز نیست.

با عنایت به مقررات فوق، اجرای کامل حق انتقال داده‌های شخصی در بازارهای پلتفرمی و انتقال تمامی اطلاعات مفید و موردنیاز کاربر از سکوی سابق به جدید، تنها زمانی امکان‌پذیر خواهد بود که دوستان یا مشتریان کاربر (و به طور کلی کسانی که کاربر در سکوی سابق با آن‌ها تعاملاتی داشته<sup>۱</sup>) رضایت خود را در خصوص انتقال داده‌های شخصی خود به وسیله کاربران مرتبط خود، به مالک سکو اعلام کرده باشند.

۱. از این افراد می‌توان تحت عنوان کاربر مرتبط یا مخاطب (Connected/ linked users) یاد کرد.

جالب آنکه برخی مطالعات نشان می‌دهند از آنجا که فرآیند اعلام رضایت فوق در پلتفرم‌ها نسبتاً پیچیده و زمان‌بر بوده و حتی برخی پلتفرم‌ها مکانیسم خاصی برای اعلام چنین رضایتی پیش‌بینی نکرده‌اند، در عمل تاکنون تعداد کاربران بسیار کمی نسبت به انتقال داده‌های شخصی خود توسط کاربران مخاطب خود، اعلام رضایت کرده‌اند.<sup>۱</sup>

نتیجه آنکه محدودیت قانونی فوق، در عمل مطلوبیت و کارآمدی حق انتقال داده‌های شخصی را کاهش داده و موجب شده رژیم انتقال‌پذیری داده‌ها تاکنون تأثیر چندانی بر کاهش هزینه جایگزینی پلتفرم‌های با سابقه و افزایش رقابت سکوها در بازارهای دیجیتال نگذاشته باشد (Nicholas & Weinberg, 2019: 18; Graef, 2020: 9; Krämer et al, 2020: 3).

۲-۳. احتمال پیش‌بینی حق مؤلف یا مالکیت نسبت به داده‌ها برای مالک پلتفرم با وجود آنکه در نظام‌های تقنینی اتحادیه اروپا، آمریکا و ایران صراحتاً از داده‌ها به‌عنوان مال و موضوع حق مالکیت یا اثر تحت حمایت حقوق مالکیت فکری یاد نشده (پروین و عطار، ۱۴۰۰: ۲۹۲-۲۹۳؛ و Stepanov, 2020: 73)؛ اما این امر موجب نمی‌شود تا حقوق و تعهدات قراردادی راجع به داده‌ها، باطل و بلااثر باشد (پروین و عطار، ۱۴۰۰: ۲۸۷). در همین راستا، ممکن است در قرارداد استفاده از خدمات سکوها (که کاربران به هنگام ایجاد حساب کاربری و پیوستن به سکو مفاد آن را قبول می‌کنند) شروطی در خصوص حق بهره‌برداری انحصاری از داده‌های شخصی کاربران برای مالک سکو پیش‌بینی شده باشد (Stepanov, 2020: 73). برای مثال، یک پلتفرم شبکه اجتماعی ممکن است در سند شرایط استفاده از پلتفرم چنین پیش‌بینی کند که کاربران سکو با قبول این سند، حق مؤلف تمام تصاویر، ویدئوها و متن‌های نوشته شده خود را

۱. در سال ۲۰۱۸ در خصوص نرخ رضایت کاربران پلتفرم‌ها در خصوص انتقال داده‌های شخصی خود، کاربران پلتفرم شبکه اجتماعی فیس‌بوک بررسی شدند. در این تحقیق مشخص شد که ۹۶ درصد کاربران فیس‌بوک به دلیل احساس خطر نسبت به حریم خصوصی خود یا عدم آشنایی با فرآیند اعلام رضایت در پلتفرم، با انتقال داده‌های خود موافقت نکرده بودند (Constine, 2018).

به مالک پلتفرم انتقال می‌دهند و کاربران، اجازه بهره‌برداری از محتوای اصلی منتشر شده در خارج از پلتفرم را از خود ساقط می‌کنند. در عمل، وجود چنین توافقی میان مالک پلتفرم و کاربر می‌تواند انتقال‌پذیری بخش مهمی از داده‌های شخصی کاربران را سلب کند؛ زیرا کاربر با واگذاری هرگونه حق بهره‌برداری از داده‌ها یا حق تکثیر محتوای اصلی خود به مالک پلتفرم، این حق را به مالک سکو می‌دهد تا در پذیرش یا رد درخواست کاربر مبنی بر جابجایی و بارگذاری داده‌های شخصی موضوع قرارداد در دیگر پلتفرم‌ها، مختار باشد.

توافقات فوق و آثار محدودکننده تبعی آن، تاکنون در قوانین ایران مسکوت گذاشته شده‌اند؛ بنابراین در شرایط کنونی وفق ماده ۱۰ قانون مدنی ایران، می‌توان تدابیر قراردادی در ارتباط با داده‌ها نظیر تعهد حفظ محرمانگی یا انتقال جنبه مادی حق مؤلف داده‌ها (در صورت «اثر» تلقی شدن آن) را به دلیل عدم تعارض صریح با قوانین امری کشور، نافذ و معتبر دانست؛ اما در اتحادیه اروپا در خصوص اعتبار یا بی‌اعتباری این توافقات، اختلاف نظر وجود دارد. عده‌ای با استناد به اطلاق بند ۴ ماده ۲۰ مقرر عمومی حمایت از داده‌ها<sup>۱</sup> معتقدند که اجرای حق انتقال داده‌ها در مواردی که با حقوق قراردادی مالک پلتفرم معارض باشد، منتفی خواهد بود (Graef, 2015: 511-512). گروهی دیگر با استناد به سند غیر الزام‌آوری که «کارگروه ماده ۲۹ مقرر عمومی حمایت از داده‌ها»<sup>۲</sup> در سال ۲۰۱۷ با عنوان اصول راهنمای حق انتقال‌پذیری داده<sup>۳</sup> منتشر کرده، محدودیت‌های قراردادی ناظر بر حق انتقال‌پذیری داده‌ها را بی‌اعتبار و باطل دانسته‌اند (European Data Protection Board, 2017: 12).

در خصوص شروط قراردادی محدودکننده حق جابجایی‌پذیری داده‌ها، رأی مرجع رقابتی کشور ترکیه در سال ۲۰۲۲ علیه مالک پلتفرم «نذیر کتاب»<sup>۴</sup> قابل توجه

۱. بند ۴ ماده ۲۰: «حق انتقال داده‌های شخصی نباید بر حقوق و آزادی‌های دیگر اشخاص اثر سوء بگذارد».

2. Article 29 Working Party

3. Guidelines on the Right to Data Portability

4. Nadirkitap

است.<sup>۱</sup> پلتفرم مذکور، بستر فروش اینترنتی کتاب‌های دست‌دوم است و این امکان را برای فروشندگان کتاب‌های دست‌دوم فراهم می‌کند که در ازای پرداخت حق عضویت به پلتفرم بتوانند کتاب‌های خود را بر بستر پلتفرم به متقاضیان بفروشند. در این پرونده، پلتفرم «ندیر کتاب» در سال ۲۰۲۲ خواننده دعوی تعدادی از فروشندگان فعال در سکوی «ندیر کتاب» قرار گرفت. خواهان پرونده مدعی بود که پلتفرم «ندیر کتاب» بدون دلیل موجهی امکان جابجایی مجموعه داده‌های فروشندگان، به‌ویژه فهرست عناوین و تصاویر کتاب‌های عرضه‌شده بر بستر «ندیر کتاب» را از فروشندگان سلب کرده و اطلاعات بارگذاری شده توسط فروشندگان را در اختیار ایشان قرار نمی‌دهد. به همین دلیل، فروشندگان برای استفاده از خدمات دیگر بازار گاه‌های کتاب‌های دست‌دوم مجبور خواهند بود اطلاعات و تصاویر کتاب‌های خود را به صورت دستی در دیگر پلتفرم‌ها وارد کنند که با توجه به تعداد بالای کتاب‌ها، زمان و تلاش فراوانی از کسب‌وکارهای کوچک و فروشندگان حقیقی گرفته و بسیاری را از همکاری با رقبای پلتفرم «ندیر کتاب» منصرف کرده است. هیئت رقابت ترکیه در رأی صادره، توجهات شرکت مالک پلتفرم در خصوص رویه خود از جمله حق مؤلف شرکت نسبت به عناوین، تصاویر و توضیحات مربوط به کتاب‌ها و پایگاه داده شکل‌گرفته را نپذیرفت و ضمن محکوم کردن این شرکت به سوءاستفاده از موقعیت مسلط خود در بازار پلتفرم‌های فروش کتاب دست‌دوم، بنگاه مزبور را ملزم کرد تا با فروشندگان مهاجر، برای انتقال داده‌های ایشان به پلتفرم‌های رقیب همکاری کند ( Turkish Competition Authority, 2022). البته در پرونده سکوی «ندیر کتاب» نزد مرجع رقابتی ترکیه، این مرجع، پایگاه داده مربوط به اطلاعات کتاب‌ها شامل عناوین، تصاویر جلد و توضیحات فروشندگان در مورد کتاب‌ها را فاقد اصالت و شرایط لازم برای شمول کپی‌رایت نسبت به آن اطلاعات تشخیص داده بود. به همین دلیل باید دید در پرونده‌های آتی که در

1. Nadirkitap Case (Decision Number: 22-16/273-122 Dated: 07.04.2022)

آن‌ها شرایط استقرار حقوق مالکیت فکری به‌ویژه حق مؤلف نسبت به داده‌های کاربران محقق است، رویکرد مراجع رقابتی نسبت به تعارض حقوق مالکیت فکری مالک سکو با حق انتقال‌پذیری داده‌های کاربران چگونه خواهد بود.

در ایران به دلیل بدیع بودن موضوع و همچنین ابهام در قابلیت اجرایی سند سیاست‌های حمایت از رقابت سکوه‌های فضای مجازی (به‌ویژه بند ۳ ماده ۴ این سند)، تاکنون پرونده یا شکایتی که موضوع آن توافقات محدود کننده حق انتقال داده‌ها بوده و شورای رقابت در خصوص آن رأی صادر کرده باشد وجود نداشته است. با وجود این، به نظر می‌رسد اگر پلتفرمی در بازار ایران در وضعیت اقتصادی مسلط قرار داشته باشد و مالک پلتفرم در عین حال که توافق محدود کننده خاصی در ارتباط با داده‌های کاربر میان پلتفرم و کاربران آن وجود نداشته<sup>۱</sup> دسترسی لازم برای انتقال داده‌های شخصی را به هیچ یک از کاربران خود نداده باشد، در چنین شرایطی شورای رقابت باید میزان اثرگذاری این رویه در «ایجاد مانع ورود به بازار پلتفرمی برای سکوه‌های جدید» را ارزیابی کند؛ بدین معنی که طی انجام فرآیند تحقیق بازار، تخمینی به دست آورد که عدم اقبال کاربران از پلتفرم‌های جدید و رقیب تا چه اندازه ناشی از عدم دسترسی کاربران به داده‌های شخصی خود در بدو استفاده از سکو یا سکوه‌های رقیب بوده است. در صورتی که شورا به این نتیجه برسد که عدم دسترسی به داده‌های شخصی، یکی از عوامل اصلی قفل شدن کاربران به سکوی مسلط و عدم استفاده آن‌ها از سکوه‌های رقیب بوده، به نظر می‌رسد می‌توان مالک پلتفرم مسلط را به استناد جزء ۴ از بند ط ماده ۴۵

---

۱. در خصوص فرضی که مالک پلتفرم با تدبیر برخی شروط قراردادی در قرارداد استفاده از سکو اجرای حق انتقال داده‌ها را متنی و منوط به رضایت خود می‌کند، رویکرد پیشنهادی خود در حقوق رقابت ایران را در بند سوم از فراز چهارم مقاله شرح داده‌ایم.

قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهارم و چهار قانون اساسی<sup>۱</sup>، به سوءاستفاده از موقعیت مسلط از طریق «ایجاد مانع ورود به بازار برای رقبای جدید» محکوم کرد و در ضمن رأی، سکوی محکوم‌علیه را ملزم کرد در مواردی که درخواست کاربران مبنی بر دسترسی به داده‌های شخصی خود و انتقال آن‌ها با محدودیت قانونی یا قراردادی مواجه نیست، به این درخواست ترتیب اثر داده و امکان انتقال داده‌ها را برای اشخاص موضوع داده فراهم کند.

### ۳-۳. هزینه بالای برنامه‌نویسی ابزار انتقال داده‌ها برای سکوی نوپا و ایجاد مانع ورود به بازار

بند ۳ ماده ۴ سند سیاست‌های حمایت از رقابت سکوی فضای مجازی، مالکان تمامی پلتفرم‌های دیجیتال فعال در ایران را ملزم به ایجاد امکان انتقال داده‌های شخصی برای کاربران پلتفرم کرده و از حیث دایره شمول این الزام، هیچ تفکیکی میان سکوی فاقد قدرت بازاری و سکوی دارای وضعیت اقتصادی مسلط برقرار نساخته است.<sup>۲</sup> برخی معتقدند که توسعه ابزار جایجایی داده‌ها برای کاربران از طریق برنامه‌نویسی آن، هزینه قابل توجهی برای سکوی نوپا و استارت‌آپ‌های تازه تأسیس دارد؛ اعم از آنکه مالک سکو در نظر داشته باشد انتقال‌پذیری داده‌ها را در قالب ارائه نسخه ماشین خوان داده‌ها به کاربران فراهم کند یا آنکه رابط نرم‌افزاری خاصی برای انتقال مستقیم داده‌ها به دیگر کنترل‌گرها و پلتفرم‌ها توسعه دهد (Diker Vanberg & Ünver, 2017: 4). تحقیقی در سال ۲۰۱۷ با محوریت بازار اتحادیه اروپا انجام شده است که هزینه برنامه‌نویسی

۱. جزء ۴ از بند ط ماده ۴۵: «اعمال ذیل که منجر به اختلال در رقابت می‌شود، ممنوع است: ... ط - سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط به یکی از روش‌های زیر: ... ۴ - ایجاد مانع به منظور مشکل کردن ورود رقبای جدید یا حذف بنگاه‌ها یا شرکت‌های رقیب در یک فعالیت خاص»

۲. البته چنین اطلاقی در ماده ۲۰ مقرر عمومی حمایت از داده‌ها نیز دیده می‌شود و این ماده تمامی سامانه‌ها و پلتفرم‌های کنترل‌گر را ملزم به فراهم کردن انتقال‌پذیری داده‌ها برای اشخاص موضوع داده کرده است.

ابزار انتقال داده‌های مرتبط کاربران را بین ۳۰۰۰ تا ۷۰۰۰ یورو برآورد کرده است (Diker Vanberg & Ünver, 2017: 4). در مقابل، مطالعات دیگری نشان می‌دهد که علیرغم بالا بودن هزینه برنامه‌نویسی رابط نرم‌افزاری و افزونه‌ای برای جابجایی مستقیم داده‌ها بین کنترل‌گرها، در صورتی که کنترل‌گر برای پردازش داده‌های کاربران خود از فناوری «وب معنایی»<sup>۱</sup> استفاده کند، دیگر ارائه نسخه ماشین خوان داده‌ها به کاربر مهاجر هزینه بالایی برای کنترل‌گر در پی نخواهد داشت (Wong & Henderson, 2019: 177).

برآیند مطالعات نشان می‌دهد که الزام سکوهای نوپا به توسعه افزونه ارسال و دریافت داده<sup>۲</sup> و تحمیل هزینه برنامه‌نویسی آن در بدو فعالیت استارت‌آپ‌ها، خود می‌تواند به مانعی برای ورود به بازارهای پلتفرمی مبدل شود و کارایی رژیم انتقال‌پذیری داده‌ها را از حیث اهداف حقوق رقابتی به شدت کاهش دهد. وانگهی کاربران سکوهای نوپا عموماً داده‌های شخصی حجیم و زیادی در این سکوهای تازه تأسیس ندارند تا فقدان ابزار جابجایی داده‌ها، هزینه جایگزینی این سکوها را برای کاربران بالا ببرد (Diker Vanberg & Ünver, 2017: 4).

#### ۴. ارائه راهکار برای افزایش کارایی رژیم انتقال‌پذیری داده‌ها در حقوق رقابت پلتفرم‌ها

رژیم انتقال‌پذیری داده‌های شخصی به دلیل تعارضات و محدودیت‌هایی که در قسمت سوم این مقاله به آن‌ها اشاره کردیم، نمی‌تواند نقش مؤثری در افزایش حق انتخاب

۱. فناوری وب معنایی (Semantic Web Technology) با ارائه نمودارهای معنادار به کنترل‌گر (نظیر دیاگرام توصیف منبع یا RDF) نحوه ارتباط اشخاص و موضوعات مختلف با یکدیگر در آن سامانه اینترنتی را نمایش می‌دهد. برای مثال در پلتفرم‌های شبکه اجتماعی، این فناوری می‌تواند با تهیه نمودار اجتماعی کاربر (Social graph)، تمامی ارتباطات کاربر با شبکه اجتماعی خود و تعاملات وی با صفحات و موضوعات مختلف را برای کنترل‌گر به تصویر بکشد (Bojars et al, 2008: 7).

مصرف‌کنندگان در بازارهای پلتفرمی و رقابت‌پذیری این بازارها ایفا کند. با وجود این، ارائه راهکارها و پیشنهادهایی تا حدی می‌تواند محدودیت‌های فوق را برطرف کرده و کارایی حق انتقال داده‌های شخصی در چارچوب ملاحظات رقابتی ناظر به پلتفرم‌های دیجیتال را افزایش دهد.

#### ۱-۴. معافیت سکوها و استارت‌آپ‌های فاقد موقعیت مسلط از برنامه‌نویسی ابزار انتقال داده‌ها

در راستای جلوگیری از تحمیل هزینه‌های مضاعف به کسب‌وکارهای پلتفرمی تازه تأسیس و عدم ایجاد موانع غیرضروری برای ورود به بازارهای دیجیتال پیشنهاد می‌کنیم که قانون‌گذار طی تصویب مقررات رقابتی پیشگیرانه با محوریت بازارهای دیجیتال در ایران، استارت‌آپ‌ها و سکوها را نوپا را برای مدت مشخصی، معاف از طراحی و پیاده‌سازی ابزار انتقال داده‌ها برای کاربران کند و آن‌ها در بدو فعالیت خود ملزم به توسعه افزونه ارسال و دریافت داده‌ها نکند. برای این منظور می‌توان در مقرر رقابتی آینده ایران چنین پیش‌بینی کرد که مالکان پلتفرم‌ها پس از گذشت دو سال از تاریخ آغاز فعالیت خود یا در صورت رسیدن سکو به وضعیت اقتصادی مسلط<sup>۱</sup> به تشخیص

---

۱. وضعیت اقتصادی مسلط (موضوع بند ۱۵ ماده ۱ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهارم و چهار قانون اساسی) معمولاً با معیار سهم بازاری (Market Share)، یعنی از طریق مقایسه سهم بنگاه اقتصادی موضوع پرونده نسبت به رقبا خود در آن بازار سنجیده می‌شود. با وجود این، در قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهارم و چهار قانون اساسی به‌عنوان قانون مرجع در حقوق رقابت ایران، فرض یا اماره خاصی مبنی بر اینکه چه مقدار سهم بازار منجر به شکل‌گیری موقعیت مسلط می‌شود دیده نمی‌شود؛ اما اغلب مراجع رقابتی کشورها در صورتی که بنگاه موضوع پرونده، بیش از ۴۹.۹۹ درصد سهم بازار را داشته باشد (و رقبای آن بنگاه نیز سهم بازار کمتری داشته باشند) آن بنگاه را در موقعیت مسلط می‌دانند (رهبری و حسنی سنگانی، ۱۳۹۸: ۱۱). باید توجه داشت که استفاده از معیار سهم بازاری برای تشخیص موقعیت مسلط در پلتفرم‌های دیجیتال ممکن است در برخی مواقع به‌صورت دقیق امکان‌پذیر نباشد. برای مثال، زمانی که استفاده از خدمات پلتفرم تا مدتی برای کاربران آن رایگان است، محاسبه سهم بازار مشکل‌ساز می‌شود، زیرا درآمد آن پلتفرم مشخص نبوده و نمی‌توان

شورای رقابت (هرکدام از دو موعد فوق که زودتر فرا برسد) ملزم به ایجاد ابزار جابجایی داده‌ها برای کاربران پلتفرم خود خواهند بود. با توجه به اینکه کاربران در آغاز استفاده از پلتفرم‌های نوپا هنوز حجم عظیمی داده و اطلاعات در اختیار پلتفرم قرار نداده‌اند، اجرای پیشنهاد فوق منجر به تحمیل هزینه‌های جایگزینی سنگین به کاربران یا قفل شدن کاربران به سکوی تازه وارد نیز نخواهد شد (Diker Vanberg & Ünver, 2017: 4; Graef, 2020: 5).

شایان ذکر است قانون بازارهای دیجیتال اتحادیه اروپا نیز ضمن ارائه شاخص‌هایی برای تشخیص موقعیت دروازه نگهداری و شناسایی پلتفرم‌های دروازه نگهدار در ماده ۳ خود، تنها پلتفرم‌های دروازه نگهدار را مطابق بند ۹ ماده ۶ این قانون ملزم کرده تا ابزاری کارآمد، آنی و رایگان به منظور انتقال داده‌های شخصی به دیگر پلتفرم‌ها برای کاربران متقاضی چند منزلی توسعه بدهند که در نتیجه آن، پلتفرم‌های نوپا (غیر دروازه نگهدار) تا زمان رسیدن به جایگاه دروازه نگهداری در بازارهای اروپا، از شمول این الزام حقوق رقابتی معاف هستند.

سهم بازار آن را از طریق مقایسه درآمد بنگاه مالک پلتفرم با کل درآمد بازیگران آن بازار محاسبه کرد. یا برای مثال، محاسبه دقیق سهم بازاری پلتفرم ممکن است به دلیل دشواری تشخیص رقبا آن امکان‌پذیر نباشد؛ مانند زمانی که دو پلتفرم با دو مدل درآمدزایی کاملاً متفاوت (یکی از طریق فروش فضای تبلیغات و دیگری از طریق فروش حق اشتراک به کاربران) خدمات مشابهی به بازیگران پلتفرم ارائه می‌دهند. به نظر می‌رسد در این‌گونه موارد می‌توان از معیار «میزان موانع ورود به بازار پلتفرمی مربوطه» برای تشخیص موقعیت مسلط پلتفرم استفاده کرد (Crémer, J. et al, 2019: 49). برای استفاده از این معیار باید به این سؤال پاسخ داد که آیا برای ورود به بازار پلتفرمی مربوطه، یعنی بازار بستر فعالیت پلتفرم موضوع پرونده، بازیگران بالفعل یا بالقوه بازار با موانع متعددی نظیر تأثیرات شبکه‌ای قوی در پلتفرم موضوع پرونده، لزوم دسترسی به کلان داده‌ها (Big Data) یا مالکیت‌های فکری پیشرفته و متمایز ساز مواجه هستند یا خیر؟ در صورت مثبت بودن پاسخ این سؤال، با این معیار تکمیلی می‌توان قائل به قرارگیری پلتفرم موضوع پرونده در وضعیت اقتصادی مسلط شد (Crémer, J. et al, 2019: 49).

۱. مطابق بند ۱ ماده ۳ قانون بازارهای دیجیتال، پلتفرم‌هایی که اولاً دروازه‌ای مهم برای دسترسی کاربران تجاری به کاربران نهایی باشند، ثانیاً به میزان قابل توجهی بر بازار اتحادیه اروپا اثرگذار بوده و ثالثاً موقعیت تثبیت‌شده‌ای در بازار اتحادیه داشته باشند، «دروازه نگهدار» محسوب شده و مشمول تکالیف رقابتی این قانون هستند.

## ۲-۴. ایجاد امکان اعلام رضایت کاربران ثالث پلتفرم نسبت به انتقال داده‌های

### شخصی خود

چنانکه در قسمت سوم مقاله حاضر اشاره شد، اطلاعاتی که برای کاربران پلتفرم اهمیت دارد، ترکیبی از داده‌های شخصی کاربر و داده‌های مخاطبین او در آن پلتفرم نظیر دوستان، دنبال کنندگان، مشتریان و پیوندهای اوست و هزینه جایگزینی آن پلتفرم زمانی به معنای واقعی برای کاربر کاهش می‌یابد که تمام مجموعه داده‌های فوق قابل انتقال به دیگر پلتفرم‌ها باشد. در عین حال، به دلیل مقررات حفاظت از داده‌های شخصی کاربران از جمله ق.ت.ا و دستورالعمل حریم خصوصی کاربران سکوها، انتقال داده‌های شخصی کاربران ثالث و پردازش آن‌ها در دیگر پلتفرم‌ها، بدون رضایت پیشین اشخاص ثالث موضوع داده امکان‌پذیر نیست.

در راستای کاهش این محدودیت و حل تعارض موجود میان حقوق اشخاص موضوع داده، پیشنهاد می‌کنیم قانون‌گذار ضمن تفکیک سکوهای فاقد وضعیت اقتصادی مسلط از سکوهای مسلط و دروازه نگهدار (به شرحی که در بند قبل گفته شد)، این الزام را برای مالکان پلتفرم‌های گروه اخیر تأسیس کند که در محیط کاربری پلتفرم، فرآیند شفافی ایجاد کنند تا کاربران در صورت تمایل بتوانند نسبت به انتقال داده‌های شخصی خود اعلام رضایت کنند؛ بدین معنا که شخص موضوع داده بتواند به کاربران مرتبط با خود اجازه دهد تا در صورت تمایل به تغییر سرویس‌دهنده پلتفرمی، نسخه‌ای ماشین خوان از داده‌های کاربر را نیز از سکو دریافت کرده و در پلتفرم جدید بارگذاری کنند. برای مثال پلتفرم شبکه اجتماعی «لینکدین» در صفحه تنظیمات، این امکان را به کاربر می‌دهد که اگر تمایل دارد، به مخاطبان و پیوندهای خود اجازه دهد که هنگام مهاجرت از پلتفرم لینکدین به پلتفرم دیگر، آدرس ایمیل آن کاربر را نیز در نسخه ماشین خوان داده‌های انتقالی خود دریافت کنند تا با بارگذاری آن در دیگر پلتفرم‌ها، راحت‌تر بتوانند کاربر را در آن پلتفرم‌ها پیدا کرده و با او ارتباط بگیرند

(Microsoft Inc, 2024).

جالب آنکه بند ۱۰ ماده ۶ قانون بازارهای دیجیتال اتحادیه اروپا تأکید کرده است پلتفرم‌های دروازه نگهدار تنها زمانی ملزم هستند داده‌های کاربر نهایی را در اختیار کاربر تجاری مرتبط با وی قرار دهند که کاربر نهایی طی اعلام رضایت قبلی خود، با اشتراک‌گذاری داده‌هایش با کاربران تجاری مرتبط و طرف معامله خود، موافقت کرده باشد. با این وجود، در این قانون، نشانی از الزام پلتفرم‌های دروازه نگهدار به ایجاد فرایندی برای کاربران نهایی به منظور موافقت با اشتراک‌گذاری داده‌های خود با کاربران ثالث دیده نمی‌شود که از خلأهای قانون بازارهای دیجیتال اروپا به نظر می‌رسد. لذا، به نظر می‌رسد استفاده از پیشنهاد فوق توسط قانون‌گذار ایرانی می‌تواند از تکرار این نقص در مقررات رقابتی آینده ایران، جلوگیری کند.

#### ۳-۴. شفاف‌سازی وضعیت حقوقی توافقات ساقط‌کننده حق انتقال‌پذیری داده‌ها

همان‌طور که در فراز سوم مقاله تبیین شد، پیش‌بینی برخی شروط خاص در قراردادهای استفاده از خدمات سکوها می‌تواند اجرای حق انتقال داده‌های شخصی را معلق یا متفی سازد. پیش‌بینی حقوق مالکانه یا حق مؤلف برای مالک پلتفرم نسبت به تمامی داده‌های شخصی کاربران، در عمل امکان انتقال داده‌های کاربر به دیگر پلتفرم‌ها را از محدوده اختیار کاربر مهاجر، خارج می‌سازد و آن را به اراده پلتفرم مشروط له وابسته می‌کند. به همین دلیل در راستای کارایی بخشی به رژیم انتقال‌پذیری داده‌ها، پیشنهاد می‌کنیم قانون‌گذار توافقاتی را که موضوع آن، سلب کلی حق انتقال داده‌های شخصی از کاربران است در مقابل کاربران سکوها، غیرقابل استناد معرفی کند.

از سوی دیگر برخی پلتفرم‌ها ممکن است شروطی در قرارداد خود با کاربران پیش‌بینی کنند که موضوع آن، مستقیماً سلب حق جایجایی داده‌ها به دیگر پلتفرم‌ها نباشد؛ بلکه اجرای آن توافق در عمل منجر به متفی شدن حق انتقال داده‌های شخصی شود؛ مانند زمانی که کاربر به موجب شرایط استفاده از سکو، حق هرگونه بهره‌برداری از داده‌های خود را به مالک پلتفرم اعطا می‌کند. نکته مهمی که قانون‌گذار در خصوص این

توافقات باید به آن توجه داشته باشد این است که گاهی مالکان سکوها با پیش‌بینی شروط قراردادی فوق به دنبال تأمین برخی منافع مشروع خود هستند. توضیح آنکه کسب‌وکارهای پلتفرمی در راستای جلوگیری از ارتکاب رویه‌های تجاری غیرمنصفانه توسط وبسایت‌ها و سکوه‌های رقیب ممکن است صفحات و داده‌های منتشرشده در پلتفرم خود را مشمول حق مؤلف دانسته یا هرگونه حق بهره‌برداری از آن را مطابق قرارداد استفاده از سکو، برای مالک پلتفرم محفوظ کنند<sup>۱</sup> تا بدین‌وسیله از خزش داده‌ها و محتواهای موجود در پلتفرم<sup>۲</sup> خود توسط رقبا جلوگیری کنند. در این‌گونه اقدامات، رقبای پلتفرم با استفاده از فناوری خزش و نسخه‌برداری، تمامی محتواهای موجود در صفحات اصلی و زیرین پلتفرم را گردآوری و کپی کرده و عیناً در وبسایت یا اپلیکیشن خود منتشر می‌کنند و با این اقدام، نرخ بازدید کاربران از پلتفرم را کاهش می‌دهند. به‌عنوان مثال در سال ۲۰۰۹ خزش داده‌ها، موضوع پرونده شکایت شرکت فیس‌بوک از شرکت «پاور ونچرز»<sup>۳</sup> قرار گرفت و طی آن، شرکت فیس‌بوک به دلیل خزش داده‌های کاربران خود توسط «پاور ونچرز» و کاهش شدید ترافیک ورودی به پلتفرم فیس‌بوک، مدعی نقض قرارداد استفاده از خدمات پلتفرم فیس‌بوک و لزوم پرداخت خسارت توسط شرکت «پاور ونچرز» شد (Ballon, 2020: 5.64).<sup>۴</sup>

بنابراین، با توجه به وجود برخی منافع مشروع در توافقات دسته دوم، به قانون‌گذار پیشنهاد می‌کنیم تنها شروطی را غیرقابل استناد شناسایی کند که اثر آن، سلب حق انتقال

۱. برای مثال، بند ۴ ماده ۵ سند شرایط و مقررات استفاده از پلتفرم «دیوار» مقرر داشته: «شما می‌پذیرید با انتشار هرگونه آگهی در سایت یا اپلیکیشن دیوار، تمام حقوق ناظر به حق مؤلف و حق طرح دعوی ناشی از آن را به دیوار منتقل می‌کنید» (شرکت آگه پردازان هوشمند، ۱۴۰۳).

## 2. Data Scraping/ Data Crawling

### 3. Power Ventures

۴. این پرونده در نهایت، به دلیل مصالحه طرفین و پرداخت مبلغی غرامت توسط شرکت پاور ونچرز به شرکت فیس‌بوک، منجر به صدور رأی در ماهیت توسط دادگاه نشد؛ اما تا حد خوبی نمایانگر اهمیت محتویات صفحات کاربری سکوها برای درآمدزایی مالک سکو و مختل نشدن مدل کسب‌وکار آن‌ها است.

داده‌های خام از شخصِ کاربر باشد؛ به طوری که اشخاصی که به خزش داده‌های موجود در صفحات کاربری پلتفرم می‌پردازند نتوانند از ضمانت اجرای عدم قابلیت استناد بهره جویند؛ زیرا به نظر می‌رسد دارا شدن بلاجهتِ شخصِ خزش کننده داده‌ها و سواری مجانی گرفتن از اموال فکری متعلق به پلتفرم خزش شده، توجیهاتی منطقی برای پیش‌بینی تدابیر قراردادی فوق است. چه بسا، به منظور رفع نگرانی کسب‌وکارهای پلتفرمی در خصوص احتمال خزش داده‌ها و محتواهای منتشرشده در بستر پلتفرم، قانون‌گذار بتواند حالاتی از انتقال داده‌های شخصی را که ابتدا با اخذ دسترسی به نام کاربری و رمز عبور کاربر آغاز شده و سپس با خزش محتواهای منتشرشده و نمایش آن در سکوی رقیب رخ می‌دهد، به مصادیق رقابت غیرمنصفانه موضوع ماده ۱۲۹ قانون حمایت از مالکیت صنعتی (مصوب خرداد ۱۴۰۳)<sup>۱</sup> اضافه کند و آن را غیرقانونی معرفی کند. به این ترتیب پس از آنکه قانون‌گذار، شروط قراردادی که اجرای حق انتقال داده‌های شخصی را برای کاربر غیرممکن ساخته است در مقابل کاربران سکوها غیرقابل استناد تلقی کند، کماکان پلتفرم مشروط له امکان استناد به توافقاتِ راجع به حق بهره‌برداری انحصاری از داده‌ها را در مقابل مرتکبان خزش داده‌ها خواهد داشت و منافع مشروع مالک پلتفرم تهدید نخواهد شد.

۱. ماده ۱۲۹: «موارد زیر رقابت غیرمنصفانه محسوب می‌شود: ۱- اظهار خلاف واقع علیه رقیب که موجب سلب یا کاهش یا آسیب به اعتماد نسبت به بنگاه اقتصادی، کالاها یا فعالیت‌های صنعتی و تجاری او شود؛ ۲- اقدامی که منجر به ایجاد تشابه کالاها و خدمات خود با کالاها و خدمات رقیب شود، به شرطی که نوعاً موجب گمراهی مصرف‌کنندگان شود؛ ۳- تبلیغات نادرست یا گمراه کننده و هرگونه ارائه اطلاعات یا ایجاد تصور نادرستی که موجب گمراهی عموم در مورد ماهیت محصولات و کیفیت آن‌ها از قبیل مواد تشکیل دهنده کالا، مدت اعتبار و منشأ آن‌ها، روش ساخت، میزان یا مقدار و دسترسی برای استفاده از محصولات شود؛ ۴- تبلیغات مقایسه‌ای گمراه کننده از سوی رقیب که باعث واردکردن خدشه به شهرت و اعتبار کالاها، خدمات یا فعالیت‌های اقتصادی رقیب شود؛ ۵- تبلیغاتی که کالای اصلی و کالای تحت مجوز بهره‌برداری (لیسانس) که کیفیت کالای اصلی را نداشته باشد را از هم متمایز نکند؛ ۶- هرگونه تبانی برای افزایش یا کاهش قیمت کالا و خدمات که به منظور حذف رقیب، صورت گیرد.»

## فرجام سخن

با وجود آنکه در اتحادیه اروپا و کشور آمریکا، حق انتقال داده‌های شخصی برای اولین بار در قوانین حفاظت از داده‌های شخصی و به‌منظور تقویت کنترل افراد بر داده‌های شخصی خود تأسیس شده، اما در ایران این حق با عباراتی کلی و مجمل در سند مصوب ۱۳۹۹ شورای عالی فضای مجازی (سند سیاست‌ها و الزامات کلان حمایت از رقابت سکوه‌های فضای مجازی) که محوریت آن حمایت از رقابت در بازارهای پلتفرمی ایران بوده است، مورد اشاره قرار گرفته و ظاهراً این سند به حق جابجایی‌پذیری داده‌ها به مثابه ابزاری برای کاهش هزینه جایگزینی پلتفرم‌ها اتکا کرده است.

در حال حاضر، نظام حقوق رقابت ایران برای بهره‌مندی از رژیم انتقال‌پذیری داده‌های شخصی و استفاده از حق جابجایی داده‌های شخصی به‌عنوان ابزار تنظیم رقابت در بازارهای پلتفرمی، با سه محدودیت اصلی مواجه است که این مقاله برای رفع آن‌ها راهکارهایی پیشنهاد داده است: محدودیت نخست، ناتوانی مالکان پلتفرم‌ها و کاربران مهاجر در اجرای کامل حق انتقال داده‌های شخصی است که دلیل آن، تعارض حق کاربران بر جابجایی داده‌های خود با حریم خصوصی و حقوق قانونی کاربران ثالث پلتفرم به‌موجب ماده ۵۹ ق.ت.ا و دستورالعمل حریم خصوصی کاربران سکوها است. علاوه بر این، اطلاق بند ۳ ماده ۴ سند شورای عالی فضای مجازی و مکلف کردن تمامی پلتفرم‌های دیجیتال فعال در ایران به ایجاد فرایند انتقال داده‌ها برای کاربران، هزینه‌هایی غیرضروری به سکوه‌های نوپا و تازه تأسیس تحمیل می‌کند که خود می‌تواند به مانعی برای ورود به بازار سکوه‌های فضای مجازی مبدل شده و رقابت با سکوه‌های دارای موقعیت مسلط را دشوار سازد. آخرین محدودیت ناظر بر رژیم انتقال‌پذیری داده‌های شخصی، احتمال پیش‌بینی حق مؤلف یا حقوق قراردادی برای مالک پلتفرم نسبت به داده‌های کاربران است که در صورت پیش‌بینی در شرایط استفاده از سکوه می‌تواند انتقال داده‌های کاربران مهاجر را منوط و موکول به موافقت پلتفرم مشروط له کند.

با توجه به محدودیت‌های فوق، در راستای افزایش کارایی حق انتقال‌پذیری داده‌های شخصی در حقوق رقابت پلتفرم‌های دیجیتال، پیشنهادهایی در این مقاله ارائه شد: به قانون‌گذار رقابتی پیشنهاد شد با هدف کاهش موانع ورود به بازار سکوها، پلتفرم‌های تازه تأسیس و جدید را در بدو فعالیت خود معاف از اجرای رژیم انتقال‌پذیری داده‌های شخصی بداند اما مالک سکو را پس از گذشت دو سال از فعالیت یا تا زمان رسیدن سکو به موقعیت شاخص در بازار بنا بر تشخیص شورای رقابت (هرکدام از دو موعد که زودتر فرا برسد) تحت شمول الزام به پیاده‌سازی و برنامه‌نویسی ماژول ارسال و دریافت داده‌ها برای کاربران معرفی کند. همچنین، به قانون‌گذار پیشنهاد شد برای پلتفرم‌ها و سکوهایی مشمول تکلیف جابجایی‌پذیری داده‌ها این الزام را ایجاد کند تا در محیط کاربری پلتفرم، فرایند شفاف و سهلی برای اعلام رضایت کاربران ثالث نسبت به انتقال داده‌های خود توسط کاربران مخاطب خود پیش‌بینی کنند؛ به طوری که کاربر سکو بتواند به مخاطب خود و اشخاصی که با آن‌ها بر بستر سکو ارتباط دارد، اجازه دهد تا داده‌های شخصی مرتبط با مخاطب (اما متعلق به کاربر) را به پلتفرم‌های دیگر منتقل ساخته و در پلتفرم‌های رقیب نیز به آن داده‌ها دسترسی داشته باشد. در پایان، به قانون‌گذار پیشنهاد دادیم توافقات سکوها با کاربران با موضوع مالکیت سکو بر داده‌ها یا تعلق حق انحصاری بهره‌برداری از داده‌ها به مالک سکو را تنها از حیث احتمال تعلیق حق انتقال داده‌های شخصی، بلااثر تشخیص دهد و توسل سکوها به آن شروط برای خودداری از انتقال داده‌ها را غیرقابل استناد بداند. با این وجود، توافقات راجع به مالکیت یا حق مؤلف مالک سکو نسبت به داده‌ها را کماکان از دیگر جهات و به‌ویژه در مقابل خزش کنندگان داده‌ها، قابل استناد و لازم‌الاجرا شناسایی کند تا ضمن جلوگیری از دارا شدن بلاجهت کسب‌وکارهای خزش‌کننده، در فرایند درآمدزایی و مدل کسب‌وکار پلتفرم‌های دیجیتال فعال در ایران اخلاقی رخ ندهد.

### منابع

انصاری، باقر؛ عطار، شیمیا؛ صالحی، امیرحسین؛ زند، حسین (۱۴۰۱). مطالعه تطبیقی حمایت از داده‌های شخصی در اروپا، آمریکا، چین و ایران، تهران: سهامی انتشار.

انصاری، باقر؛ عطار، شیمیا (۱۴۰۲). حقوق کاربران فضای مجازی، تهران: سهامی انتشار.  
 پروین، فرهاد؛ عطار، شیمیا (۱۴۰۰). حقوق اتحادیه اروپا و چالش شناسایی حق مالکیت بر داده‌ها در عصر اقتصاد دیجیتال، مجله حقوقی بین‌المللی، ۳۸(۶۵)، ۲۸۱-۳۰۴.

DoI: 10.22066/cilamag.2021.245186

رهبری، ابراهیم؛ حسنی سنگانی، وحید (۱۳۹۸). حقوق رقابت در عرصه مالکیت‌های فکری. جلد ۲، تهران: سمت.

رهبری، ابراهیم؛ مسعودی تفرشی، آرین (۱۴۰۲). الزامات قراردادهای بازار گاه‌های دیجیتال با کاربران تجاری از منظر حقوق رقابت بین پلتفرمی، پژوهش‌های حقوق اقتصادی و تجاری، شماره ۱ (۴)،

DoI: 10.48308/eclr.2024.233712.1038 ۹۵-۱۲۵

شورای عالی فضای مجازی (۱۳۹۹). سیاست‌ها و الزامات کلان حمایت از رقابت و مقابله با انحصار سکوهای فضای مجازی، (تاریخ مشاهده: ۱۴۰۳/۰۹/۰۶) در:

[https://www.majazi.ir/cdk/func/getFile/file\\_ctp/49/ffd//file\\_id/59/](https://www.majazi.ir/cdk/func/getFile/file_ctp/49/ffd//file_id/59/)

شورای عالی فضای مجازی (۱۴۰۲). دستورالعمل اجرایی بهبود حفاظت از حریم خصوصی کاربران و شیوه جمع‌آوری، پردازش و نگهداری اطلاعات کاربران در سامانه‌ها و سکوهای فضای مجازی، (تاریخ مشاهده: ۱۴۰۳/۰۹/۰۶) در:

[https://www.majazi.ir/cdk/func/getFile/file\\_ctp/49/ffd//file\\_id/94/](https://www.majazi.ir/cdk/func/getFile/file_ctp/49/ffd//file_id/94/)

مجلس شورای اسلامی (۱۳۸۲). قانون تجارت الکترونیکی، (تاریخ مشاهده: ۱۴۰۳/۰۹/۰۶) در:

<https://rc.majlis.ir/fa/law/show/93997>

### References

- Ansari, B. and Atar, S. (2023). *The Rights of Users of Cyberspace*. Edition1, Tehran, Sahami Enteshar [In Persian].
- Ansari, B., Atar, S., Salehi, A., Zand, H. (2023). *A Comparative Study of Personal Data Protection in Europe, The United States, China, and Iran*. Edition1, Tehran, Sahami Enteshar [In Persian].
- Attar, S. and Parvin, F. (2021). The EU Law and the Challenge of Data Ownership in the Era of the Digital Economy. *International Law Review*, 38(65), 281-304. Doi: 10.22066/cilamag.2021.245186 [In Persian].

- Australian Competition and Consumer Commission (2022). Digital Platform Services Inquiry (Interim Report No.4 – General Online Retail Marketplaces, Australia: ACCC.
- Ballon, C. (2020). Data Scraping, Database Protection and The Use of Bots and Artificial Intelligence to Gather Content and Information, In: *E-Commerce and Internet Law: Legal Treatise with Forms*, 2nd Edition, United States of America: West Publishing (Thamson Reuters).
- Bojārs, U. (2008). Social Network and Data Portability Using Semantic Web Technologies, In: *Proceedings of the BIS 2008 Workshop on Social Aspects of the Web*, Austria: Innsbruck.
- Constine, J. (2018). Facebook shouldn't block you from finding friends on competitors, (Visited on: 26/11/2024) at: <https://techcrunch.com/2018/04/13/free-the-social-graph/>
- Cortez, E. (2021). *Data Protection Around the World: Privacy Laws in Action*, Germany: Springer.
- Crémer, J., Montjoye, Y. and Schweitzer, H. (2019). *Competition Policy for the Digital Era*, Brussels: Publications Office of the European Union.
- Diker Vanberg, A. and Ünver, M. (2017). The Right to Data Portability in The GDPR and EU Competition Law: Odd Couple or Dynamic Duo, *European Journal of Law and Technology*, 8(1), <http://ejlt.org/index.php/ejlt/article/view/546>.
- European Commission (2012). Speech- Competition and personal data protection: Commissioner Joaquín Almunia, (Visited on: 26/11/2024) at: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/SPEECH\\_12\\_860](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/SPEECH_12_860)
- European Commission (2023). Digital Markets Act: Commission designates six gatekeepers, (Visited on: 26/11/2024) at: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_23\\_4328](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_4328)
- European Data Protection Board (2017). Guidelines on the Right to Data Portability, Guideline No. WP 242 rev.01, Brussels.
- European Parliament (2016). General Data Protection Regulation (Regulation No. 2016/679 of the European Parliament and of the Council), Brussels.
- European Parliament (2022). Digital Markets Act (Regulation No. 2022/1925 of the European Parliament and of the Council), Brussels.
- Giovanetti, E. and Siciliani, P. (2020). The Impact of Data Portability on Platform Competition, *Antitrust Chronicle*, 2(2), Competition Policy International.
- Government of the United States (2019). California Consumer Privacy Act (Cal. Civ. Code § 1798.130), (Visited on: 26/11/2024) at: [https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/codes\\_displaySection.xhtml?lawCode=CIV&sectionNum=1798.130](https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/codes_displaySection.xhtml?lawCode=CIV&sectionNum=1798.130).

- Graef, I. (2015). Mandating Portability and Interoperability in Online Social Networks: Regulatory and Competition Law Issues in The European Union, *Telecommunications Policy*, 39(6), DoI: 10.1016/j.telpol.2015.04.001
- Graef, I. (2020). The Opportunities and Limits of Data Portability for Stimulating Competition and Innovation, *Antitrust Chronicle*, 2(2), Competition Policy International.
- Graef, Inge (2015-2016). Data as Essential Facility: Competition and Innovation on Online Platforms, Ph.D. Thesis, Under the supervision of Prof. Dr. Peggy Valcke, KU Leuven Faculty of Law.
- Kharb, D. and Ahuja, G. (2020). Right to Data Portability: A New Tool to Unlock Digital Competition?, *ILI Law Review*, Winter Issue.
- Krämer, J., Senellart, P. and Streeel, A. (2020). Making Data Portability More Effective for the Digital Economy, Brussels: Centre on Regulation in Europe (CERRE).
- Lynskey, O. (2017). Aligning Data Protection Rights with Competition Law Remedies? The GDPR Right to Data Portability, *European Law Review*, 42(6).
- Microsoft Inc. (2024). Settings and Privacy (Visibility of your profile & network), (Visited on: 26/11/2024) at: <https://www.linkedin.com/mypreferences/d/settings/email-address-visibility>
- Nicholas, G. and Weinberg, M. (2019). Data Portability and Platform Competition: Is User Data Exported from Facebook Actually Useful to Competitors? Engelberg Center on Innovation Law and Policy, New York University.
- Rahbari, E. and Hasani Sangani, V. (2019). *Competition Law in The Realm of Intellectual Properties*, Volume2, Edition1, Tehran, Samt Publication [In Persian]
- Rahbari, E. and Masoudi Tafreshi, A. (2024). The Requirements of the Digital Marketplaces' Agreements with Business Users from the Perspective of Inter-Platform Competition Law. *Economic and Commercial Law Researches*, 1(4), 95-125. Doi: 10.48308/eclr.2024.233712.1038 [In Persian]
- Stepanov, I. (2020). Introducing a Property Right Over Data in the EU: The Data Producer's Right—an Evaluation, *International Review of Law, Computers & Technology*, 34(1), DoI: 10.1080/13600869.2019.1631621
- Supreme Council of Cyberspace (2020). Policies and general requirements for promoting competition and mitigating monopolies of digital platforms, (Visited on: 26/11/2024) at: [In Persian]

- Supreme Council of Cyberspace (2020). Regulation for improving user privacy and the methods of collecting, processing, and storing user data on digital platforms, (Visited on: 26/11/2024) at: [https://www.majazi.ir/cdk/func/getFile/file\\_ctp/49/fid//file\\_id/94](https://www.majazi.ir/cdk/func/getFile/file_ctp/49/fid//file_id/94) [In Persian].
- The Iranian Parliament (2003). Electronic Commerce Act, (Visited on: 26/11/2024) at: <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/93997> [In Persian].
- The Netherlands Authority for Consumers and Markets (2019). Market Study into Mobile App Stores, A report by ACM for the Case no:18/032693, Netherlands: The Authority for Consumers and Markets.
- Turkish Competition Authority (2022). “Nadirkitap Case” (Decision Number: 22-16/273-122 Dated: 07.04.2022), Decision of the Competition Board of Turkey.
- Vrabec, H. (2021). Data Subject Rights under the GDPR, United States of America: Oxford University Press.
- Wiedemann, K. (2021). Data Protection and Competition Law Enforcement in The Digital Economy: Why a Coherent and Consistent Approach Is Necessary, *IIC-International Review of Intellectual Property and Competition Law*, 52(7), DoI: 10.1007/s40319-021-01090-6
- Wong, J. and Henderson, T. (2019). The Right to Data Portability in Practice: Exploring the Implications of the Technologically Neutral GDPR, *International Data Privacy Law*, 9(3), DoI: 10.1093/idpl/ipz008.
- Zufall, F. and Zingg, R. (2021). Data Portability in a Data-Driven World, In: *Artificial Intelligence and International Economic Law: Disruption, Regulation and Reconfiguration*, United Kingdom: Cambridge University Press.

