

صنعت اینفلوئنسر نه تنها در فرانسه بلکه در سال‌های اخیر در سراسر جهان در حال گسترش است. افزایش دایره نفوذ و فعالیت آن‌ها به بعد اقتصادی محدود نمی‌شود و گسترش اثرگذاری اجتماعی این شبکه‌ها سبب شده تا انحرافات اقتصادی، ابعاد اجتماعی و سیاسی نیز به خود بگیرد

بررسی ابعاد مختلف طرح کنترل اینفلوئنسرها در فرانسه

اینفلوئنسرهای فرانسوی محدود می‌شوند!

هانیه شجاعی زند
نویسنده

ماه‌ها قبل از اینکه اعتراضات درباره اصلاحات نظام بازنشستگی در فرانسه آغاز شود، حضور اینفلوئنسرها به‌عنوان یک پدیده غیرقابل کنترل بخصوص در بخش‌های اقتصادی در این کشور مطرح شده بود و حال با افزایش اعتراضات اجتماعی و حضور اثرگذار رسانه‌های اجتماعی در این آشوب‌ها، دولت فرانسه از طرحی رومانیایی کرده تا بتواند بر اوضاع نابسامان اینفلوئنسرهای خود نظارت کند.

کلمه اینفلوئنسر در سال ۲۰۱۴ در فرهنگ لغت ظاهر شد اما مطرح شدن آن به‌عنوان یک پدیده از سال ۲۰۱۴ در فرانسه خود را نشان داد. معنا و مفهوم اینفلوئنسر یعنی تأثیرگذاری کسی که نظارش بر جامعه سنگینی می‌کند. در حقیقت اینفلوئنسر شامل افرادی می‌شود که شهرت‌شان را مدیون فضای مجازی هستند و به خاطر نوع فعالیت و تولید محتوا در این فضاها به شهرت رسیده‌اند؛ شهرتی که برای آن‌ها درآمدزایی هم دارد. میزان درآمد اینفلوئنسرهای طریق فعالیت در شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام یکی از موضوعات جذاب برای کاربران در این شبکه‌هاست که تعداد فالوئر‌ها را بااهمیت می‌کند.

ارزش بازار جهانی اینفلوئنسر رسانه‌های اجتماعی در سال ۲۰۲۲ بیش از ۱۵٫۳ میلیارد یورو تخمین زده می‌شود. در فرانسه، اینفلوئنسر مارکتینگ یکی از مؤثرترین شکل‌های تبلیغ برای برندهای فرانسوی است، به‌طوری‌که ۶۸ درصد از اینفلوئنسرها به‌ویژه در اینستاگرام، برای عرضه محصولات خود از مزایای فضای مجازی استفاده می‌کنند.

بر اساس یک نظرسنجی در اروپا، فضای کسب و کارهای اقتصادی و فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی به‌گونه‌ای است که در سال ۲۰۲۲ در اروپا تقریباً ۱۰ میلیون کاربر بیش از ۱۰۰۰ فالوئر داشته‌اند و برای افزایش فالوئرهای خود تلاش می‌کنند.

تولید محتوا بدون دانش کارشناسی
این رشد فزاینده در حالی رخ می‌دهد که در این فضای بی‌سر و سامان هیچ نظارتی بر حقوق مصرف‌کنندگان وجود ندارد. نبود کنترلی که به‌زعم کارشناسان فرانسوی سبب می‌شود تا بسیاری از محصولات که از این طریق تبلیغ می‌شوند، محصولات تقلبی باشند. در کنار این عدم توجهات به حقوق مصرف‌کننده در بخش تجارت و سود مالی کسانی هم هستند که بی‌پروا و بدون دانش کارشناسی تولید محتوا می‌کنند و به دلیل نبود نظارت هیچ‌گونه مسئولیتی هم در قبال محتوای خود نمی‌پذیرند.

بر اساس آماري که بخش خدمات اداره کل رقابت و امور مصرف‌کنندگان در فرانسه منتشر کرده، ۶۰ درصد از خدمات ارائه‌شده در این فضاها حقوق مصرف‌کنندگان را رعایت نکرده‌اند. به‌گونه‌ای که در سال‌های اخیر، چندین اینفلوئنسر به دادگاه فراخوانده شده‌اند که اغلب محکوم به کلاهبرداری بوده‌اند. اما تبعات منفی فضای مجازی به این کلاهبرداری‌ها ختم نمی‌شود. امروزه تأثیرات منفی بر مصرف‌کنندگان از جمله کودکان و نوجوانان بحث اصلی نظارت بر فضاهای مجازی است. این بازار پرارزش با

این طرح در دستور کار دولت فرانسه بوده است. قبل از فرانسه هم آمریکا به‌خصوص در سال ۲۰۱۷ قانون دیگری برای کنترل و مدیریت و محدودسازی فضای مجازی به تصویب رساند. بر اساس این قوانین، «اف بی آی» اداره تحقیقات پلیس فدرال، موظف است تمامی اطلاعات و داده‌ها و ارتباطات مربوط به کاربران اینترنتی را جمع‌آوری و کنترل کند. به بیان دیگر، آمریکایی‌ها هم مثل چینی‌ها، برای حفظ موجودیت و منافع کشور خود، اقدام‌های مشابهی برای ایجاد محدودیت در فضای مجازی کرده‌اند. قابل توجه است که هیچ‌یک از این سختگیری‌ها و محدودیت‌های فضای مجازی که در آمریکا اعمال شده، با حقوق شهروندی و حقوق بشر، با آزادی‌های مطرح در لیبرالیسم غربی و با قانون اساسی آمریکا مغایر شناخته نشده و کسی آن‌ها را متهم به فاشیسم، کمونیسم، توتالیترالیسم، ضدیت با آزادی و ضدیت با جامعه باز نکرده است.

بر این اساس، بعد از کش و قوس‌های فراوان در چند ماه اخیر بالاخره فرانسه برای کنترل اینفلوئنسرهای خود طرحی را به شورای ملی ارائه داده که برخی از مفاد آن از این قرار است.

تدوین تعریف حقوقی اینفلوئنسر
در وهله نخست، قوه مجریه بر اساس قانون حاکم در فرانسه تعریفی حقوقی از «فعالیت‌های تجاری اینفلوئنسرها» و نیز «سازمان‌های اینفلوئنسر» ارائه می‌دهد. همچنین می‌بایست قراردادی کتبی بین برندها، آژانس‌ها و اینفلوئنسرها به‌صورتی آزاد نگاشته شود. چرا که بر طبق گفته برونو لومر «تاکنون در این بخش استفاده از قرارداد‌های مکتوب به‌صورت سازماندهی شده وجود نداشت.»

اعمال قوانین مشابه رسانه‌ها روی تبلیغات قوانین جاری برای رسانه‌های سنتی مانند مطبوعات، رادیو یا تلویزیون در حوزه تبلیغ محصولات و خدماتی از قبیل (دخانیات، مشروبات الکلی، مراقبت‌های بهداشتی، قمار و بازی‌های بخت‌آزمایی) در این حوزه نیز اعمال خواهد شد و از این پس اخطارهای حقوقی باید درج شود. همچنین ترویج جراحی زیبایی

باید ممنوع شود. علاوه بر این، اگر اینفلوئنسر در تبلیغ محصولات آرایشی از فیلترهای موجود در شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کند، باید آن را ذکر کند.

حفاظت از اینفلوئنسرهای زیر سن قانونی

یکی دیگر از مقررات پیشنهادی، در حوزه فعالیت اینفلوئنسر زیر سن قانونی است. برای افراد زیر سن ۱۶ سال، دریافت تأییدیه از خدمات دولتی ضروری است و ۹۰ درصد از درآمدهای دریافتی آن‌ها از این طریق می‌بایست تا رسیدن به سن ۱۸ سالگی به امضای مشترک برسد.

ساده‌سازی گزارش‌های تخلف و کلاهبرداری

به منظور محافظت بهتر از مصرف‌کنندگان فرانسوی، سیستم‌های گزارش‌دهی تخلفات تقویت می‌شود و همچنین انجمن‌هایی که در ماه‌های اخیر تخلفات را محکوم کرده‌اند، «نشان اعتماد» دریافت می‌کنند. پلتفرم‌های دیجیتالی نیز (مانند فیس بوک، اینستاگرام، تیک تاک و غیره) خود کانالی ویژه برای گزارش تخلفات را اندازه‌اندازی خواهند کرد. همچنین تیمی متشکل از ۱۵ انجمن برای پیشگیری از کلاهبرداری ایجاد خواهد شد. برونلومر در این باره افزود که «در صورت تخلف اینفلوئنسرها، آن‌ها با اقدامات تخریمی همچون بسته شدن حساب‌های کاربری در شبکه‌های اجتماعی و حتی تا حد ممنوعیت فعالیت مواجه خواهند شد.» بر اساس آنچه که فرانسه تحت عنوان کنترل فضای مجازی برای جلوگیری از کلاهبرداری عنوان کرده و پرچم حمایت از مصرف‌کننده را بلند می‌کند، پرواضح است که این طرح یک روی دیگری هم دارد که در لوی کلمات زیبا و مخاطب‌پسند در غالب طرح ساماندهی اینفلوئنسرها در فرانسه مطرح شده است؛ طرحی که در این روزهای پراشوب پاریس قرار است اینفلوئنسرهای پرکار فضای مجازی را کنترل کند، فعالانی که چند سال قبل، از طریق فضای اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری جنبش خودجوش جلیقه‌زدها در فرانسه نقش کلیدی داشتند. این جنبش

اعتراضی توانست بدون رهبر و وابستگی به هیچ سندیکا یا حزبی با گرد هم آوردن ده‌ها هزار تن از لایه‌های گوناگون طبقه متوسط و فرودست در سرتاسر فرانسه از هفدهم نوامبر سال ۲۰۱۸ میلادی توجه رسانه‌های جمعی جهان را به خود جلب کند، در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی شکل گرفته و گسترش یافت. ابزار به کار رفته برای تکوین جنبش جلیقه‌زدها ابزاری مجازی بود اما صدای این جنبش در خارج از دنیای مجازی طنین افکند و شنیده شد. حال امروزه با بالا رفتن آشوب‌ها و اعتراضات در خیابان‌های پاریس، طرح کنترل فضای مجازی شدیدتر از قبل به جریان افتاده است. هرچند این کنترل‌ها پیشینه طول و درازی دارد. طبق بررسی‌ها در اتحادیه اروپا، فرانسه شدیدترین نظارت‌های حکومتی بر فضای مجازی را اعمال کرده و شهروندان حق جست و جوی برخی عبارات را در موتورهای جست و جوی هادویی و لوپسی مصوب سال ۲۰۰۹، کاربران ناقض قوانین شبکه از دسترسی به آن محروم می‌شوند و علاوه بر فهرست بلندی از تارنما‌های غیراخلاقی یا ایدئولوژیک مسدود، شهروندان حق جست و جوی برخی عبارات را در موتورهای جست و جوی ندارند و امروز با گسترش نفوذ و اثرگذاری‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی اینفلوئنسرها در فضای مجازی، فرانسه طرح جدیدی را ارائه کرده تا بتواند این قدرت پرنفوذ در افکار عمومی را کنترل کند. با نگاهی به قوانین مذکور، به نظر می‌رسد فرانسه با وجود درج واژه آزادی در صدر شعار ملی خود (آزادی، برابری، برادری) چه در اتحادیه اروپا و چه حتی بیرون از آن، گسترده‌ترین محدودیت‌ها و شدیدترین نظارت‌ها را بر فضای مجازی خود اعمال کرده تا جایی که در بحبوحه اعتراضات به قانون جنجالی پریسم آمریکا (با موضوع جاسوسی از کاربران برخط)، روزنامه معروف لوموند فرانسه با افشاکاری علیه جاسوسی دولت فرانسه، فاش ساخت که دولت فرانسه، فراتر از مجموعه قوانین مورد اشاره، به صورت غیرقانونی تمام فعالیت کاربران را زیر نظر دارد. باید گفت سیاست فرانسه در زمینه مدیریت فضای مجازی، تأکید بی‌تعارف و بدون لکت بر لزوم حفظ و تقویت استقلال حاکمیت ملی در قلمرو فضای مجازی خود و تلاش حداکثری برای مقررات‌گذاری فعالیت ذینفعان مختلف اعم از کاربران، شبکه‌های اجتماعی، سکوها پرکاربرد، وبگاه‌ها و ارائه دهندگان خدمات برخط است.



بر اساس آماري که بخش خدمات اداره کل رقابت و امور مصرف‌کنندگان در فرانسه منتشر کرده، ۶۰ درصد از خدمات ارائه‌شده در این فضاها حقوق مصرف‌کنندگان را رعایت نکرده‌اند. به‌گونه‌ای که در سال‌های اخیر، چندین اینفلوئنسر به دادگاه فراخوانده شده‌اند که اغلب محکوم به کلاهبرداری بوده‌اند. اما تبعات منفی فضای مجازی به این کلاهبرداری‌ها ختم نمی‌شود. امروزه تأثیرات منفی بر مصرف‌کنندگان از جمله کودکان و نوجوانان بحث اصلی نظارت بر فضاهای مجازی است

