

الثالث عشر

حق الحصول على

الحماية القانونية

«توقف عن نشر الأكاذيب حول إيران على (الفييس بوك)». هذه رسالة وجّهت بالفارسية إلى حميد، خريج أمريكي من أصل إيراني. تقول تكملة الرسالة الموقعة باسم «سبايدر»: نعرف عنوان منزلك في لوس أنجلوس. انتبه. سنلاحقك». كانت الرسالة الإلكترونية قد بُعثت بعد أن غيّر حميد الصورة الرئيسية على صفحته على (الفييس بوك)، بأخرى تظهر تضامنه مع المعارضة الإيرانية. كان حميد يظن عندما وضع الصورة - علامة نصر تقطر منها الدماء - أنها ستكون متاحة للأشخاص المقرّبين إليه فقط؛ الموجودين على لائحة أصدقائه، لكنّ (الفييس بوك) كان قد غيّر السياسة المتعلقة بالخصوصية؛ لتصبح المعلومات الشخصية متاحة للجميع، بما في ذلك قائمة الأصدقاء والصورة الموجودة على الصفحة الرئيسية¹. تسبّب ذلك الكشف المفاجئ عن معلومات المستخدم الشخصية بعواقب جوهريّة. قال العشرات من مستخدمي (الفييس بوك) الأمريكيين، ممّن نشروا رسائل تنتقد الوضع في إيران، أنّ السلطات الإيرانية استجوبت أقرباءهم واعتقلتهم.

بعد أن شارك طالب الهندسة الإيراني كوشا، البالغ من العمر 29 عامًا، في مسيرات في الولايات المتحدة وإنشاء عريضة على الإنترنت للمطالبة بإطلاق سراح أحد محامي حقوق الإنسان محتجز في إيران، بدأ بتلقّي تهديدات بإيذاء أقاربه الموجودين في طهران². بعد ذلك، تلقّى كوشا اتّصالاً من والدته قالت فيه إنّ المخابرات الإيرانية ألقّت القبض على والده في طهران³. أُطلق الوالد في ما بعد، والآن يحرص كوشا على عدم التطرّق إلى الشأن السياسي، عندما يتحدّث إلى والديه على حد قوله.

واجه مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة عواقب مقلقة أيضًا، بعد أن أصبحت معلوماتهم الشخصية متاحة للجميع. سعت (جوجل) في عام 2010م، إلى إنشاء موقع تواصل منافس لـ (الفييس بوك)؛ فقد كان موقع بريد (جي ميل) يحتوي فعلاً على 176 مليون مستخدم، الأمر الذي شكّل قاعدة جاهزة لـ (جوجل)، حيث كان لكل مستخدم دائرة من الأصدقاء، يرسلونهم ويتحاورون معهم بصورة دورية⁴. وعندما أنشئت خدمة (جوجل باز)، تلقى مستخدمو (جي ميل) رسالة تتعلّق بالخدمة الجديدة، ومُنحوا خيارين قبل التمكن من الوصول إلى صندوق البريد الوارد: «جميل، أرني خدمة باز»، و«لا، اذهب إلى صندوق البريد الوارد مباشرة»⁵. ظهر للمستخدمين الذين

اختاروا الخيار الأول صندوق ترخيص قيل فيه: «أنت الآن مجهز لتتبع الأشخاص الذين ترسلهم وتتحدث معهم بصورة دورية»⁶.

جعل (جوجل باز) من دون إعطاء تحذير مناسب للمستخدمين، معلوماتهم الشخصية متاحة لجميع الأشخاص الموجودين على لائحتهم الإلكترونية، أي الأشخاص الذين تستخدم (جي ميل) للتواصل معهم⁷.

يمكن للمستخدمين جميعهم على اللائحة الإلكترونية⁸، معرفة الأشخاص الذين تتواصل معهم عبر (جي ميل)، الأمر الذي يتيح لهم رؤية علاقاتك المقربة. وقد يشمل ذلك الشخص، الذي لديك أمر من المحكمة يمنعه من الاقتراب منك، ومريضك إن كنت طبيباً نفسياً، والمحامي الذي تود الاستعانة به في قضية طلاق، أو رب عمل يود أن يرسل لك عرض عمل من خلال البريد الإلكتروني⁹. يتمكن الأشخاص الموجودون على لائحة المراسلة الدورية أيضاً، من رؤية الصور التي تنشرها على موقع (بيكاسا)، وما تنشر على (ريدر)، وموقع (جوجل) الخاص بالمدونات.

نتج عن موقع (جوجل باز)، أن تمكن رجل متعسف من معرفة مكان سكن طليقته المدونة وعملها، ورؤية مخاطباتها مع صديقها الحميم الجديد¹⁰. وصدّ صاحب عمل، عندما علم أن هوية الذين يرسلهم بصورة دورية - وهم عملاؤه - قد أصبحت متاحة للعلن، الأمر الذي زوّد منافسيه بمعلومات مهمة.

قد يسبب نشر معلومات تبدو عادية، إزعاجاً في حياة الناس إذا لم يتلقوا تحذيراً مناسباً. ففي عام 2007م، أنشأ (الفييس بوك) برنامجاً يدعى (بيكون)، نُشرت من خلاله معلومات عن المستخدمين تتعلّق بمشرياتهم، التي تتم عن طريق مواقع متحالفة مع (الفييس بوك)، مثل (أي باي)، وأوفر ستوك، وهوت واير، وبلوك بستر¹¹. لم يمنح (الفييس بوك) المستخدمين تحذيراً مناسباً، يفيد بأنّ أصدقاءهم على الموقع¹²، سيتمكنون من رؤية تفصيل كامل عن عمليات الشراء التي يقومون بها عبر الإنترنت. وعندما اشترى رجل خاتم ألماس عن طريق الإنترنت، نُشر الخبر ليراه أصدقاؤه وعددهم 220 على (الفييس بوك)، بالإضافة إلى 550 من زملاء الدراسة السابقين. قال الخبر: «اشترى شون لين خاتم ألماس من نوع (إيتيرنيتي فلور) عيار 14 قيراطاً، عبر موقع (أوفر ستوك دوت كوم)¹³. تساءلت زوجته: «لمن هذا الخاتم؟» كان شون قد اشترى الخاتم لزوجته لمفاجأتها في عيد الميلاد، لكنّ الخبر الذي نُشر أفسد المفاجأة¹⁴. أوقف (الفييس بوك) خاصية (بيكون) ردّاً

على سخط المستخدمين¹⁵، واضطر إلى تسوية قضية رفعها أشخاص مثل شون، ادّعوا أنّ (الفييس بوك) لم «يعطِ تحذيراً، ولم يحصل على الموافقة» قبل أن ينشر معلوماتهم الخاصة¹⁶.

تغيّر مواقع التواصل الاجتماعي قواعد اللعبة باستمرار، الأمر الذي يخدع المستخدمين الغافلين، ويحرمهم من فرصة التحكّم بمعلوماتهم ومصيرهم. إن نشر المعلومات دون إعطاء تحذير، وأخذ الموافقة على ذلك، قد شكّل خطراً على حرّية الأشخاص وسلامتهم وعلاقاتهم، بدءاً من الولايات المتحدة، ووصولاً إلى إيران.

يضمن دستور مواقع التواصل المقترح عدداً من الحقوق: حق الاتصال، وحق الحفاظ على الخصوصية. مع ذلك، يمكن تقويض الحقوق الجوهرية، مثل حق الكلام والحفاظ على الخصوصية، وعدم الكشف عن الهوية في حال عدم استخدامها بصورة مناسبة. نحن في حاجة إلى سياسات؛ كي يتمكن الأشخاص من اتّخاذ قرارات تتعلق بمعلوماتهم، والتحكّم بمن يستطيع رؤية شخصيتهم الثانية من عدمه.

على سبيل المثال، يمنح التعديل السادس من دستور الولايات المتحدة الأشخاص، حق ضمان الحقوق التي كفلها لهم القانون. يتطلّب ذلك توجيه تحذير مناسب يتعلّق بالقواعد المتّبعة، وإجراءات مناسبة قبل حرمان أحد من حقوق معينة. لذا، يجب على دستور مواقع التواصل الاجتماعي المقترح، أن يتضمّن حقوقاً جوهرية وإجراءات لحماية تلك الحقوق أيضاً.

إنّ أوّل الحقوق المهمّة الواجب حمايتها، هي حق الحصول على تحذير. يعرف الجميع تحذير «ميراندا»، الذي يوجّه في القضايا الجنائية. لا يوجد في تحذير «ميراندا» - مثلما هي الحال مع إجراءات الخصوصية في (الفييس بوك) - شيء مدفون تحت 170 خطوة، أو شروط استخدام كثيفة ومعقّدة¹⁷، ولا يتكوّن من 45,000 كلمة، مثل وثيقة الأسئلة الشائعة المتعلّقة بالخصوصية على (الفييس بوك). يتكوّن حق «ميراندا» من العبارات البسيطة الآتية: «يحق لك التزام الصمت. يمكن استخدام أي شيء تقوله، وسوف يُستخدم في المحكمة». نحتاج إلى تحذير مثل هذا، عند استخدام مواقع التواصل؛ شيء من قبيل «يحق لك الحفاظ على خصوصيتك»، مع شرح الكيفية التي قد تُستخدم من خلالها المعلومات الموجودة على مواقع التواصل ضدك، كلّما زاد عدد الأشخاص الذين يمكنهم مشاهدة تلك المعلومات. بالنتيجة، سيتمكّن المستخدمون من الحصول على فكرة عمّا يتخلّون عنه أو يتورطون فيه، إن هم وافقوا على نشر معلوماتهم على نطاق أوسع.

لا يحصل المستخدمون على تحذير مناسب في وقتنا الحالي، يتضمّن تبعا نشر المعلومات عبر مواقع التواصل، أو استخدام الإنترنت بصورة عامّة. لدينا طبعا تلك التحذيرات الصغيرة التي يجب الضغط عليها؛ كي تتمكّن من الدخول إلى الموقع نفسه، لكنّ معظم المستخدمين لا يقرأونها أو لا يفهمونها.

تضع شركة (غيم ستيشن) المتخصّصة بالألعاب الإلكترونية، العبارات الآتية في خانة البنود والشروط على سبيل المزاح: عند طلب خدمة من خلال هذا الموقع الإلكتروني في اليوم الأول من الشهر الرابع من عام 2010م، فإنّك توافق على منحنا خيارًا غير قابل للتحويل إلى أبد الأبد، للمطالبة بالحصول على روحك السرمدية. إن أردنا استخدام ذلك الخيار، فإنّك ستوافق على تسليم روحك السرمدية، وكل ما يتعلّق بها، خلال 5 أيام عمل من استلامك مذكرة خطية من (غيم ستيشن دوت كو دوت يو كي)، أو أي من فروعها¹⁸.

وافق السواد الأعظم من الناس (88%) على تلك الشروط، الأمر الذي حدا بـ (غيم ستيشن) للاعتقاد أنّ الناس لا يقرأون البنود والشروط. أو ربما كان الناس لا يابهون من باب أنّ «روحهم السرمدية» قد أصبحت فعلاً ملكًا لجامعي البيانات ومواقع التواصل، في هذا العالم الذي يزداد «رقمية» مع مرور الوقت، ويزداد معه جمع البيانات بشكل سرّي من دون تحذير أو موافقة، أو حتّى فرصة لإبداء الرأي.

وعند الحديث عن مجال جمع البيانات، فأنت لا تحصل بصورة عامّة على أي تحذير، يعلمك أنّه ستُجمع بيانات تخصّصك. وعندما يتعاقد مزودك للإنترنت مع أحد جامعي البيانات، كي يتمكّن هذا الأخير من اعتراض البيانات، واستخدام المعلومات كافة التي أرسلتها، فلا أحد يخبرك عن هذا التنصّت، ولا تؤخذ موافقتك. يملك الأشخاص الذين يقومون بعمليات الاعتراض نفوذًا أكبر من الشرطة ذاتها؛ فالشرطة تحتاج إلى الحصول على مذكرة من قاضٍ؛ كي تتمكّن من التنصّت على الهواتف.

ينص دستور الولايات المتحدة على حق المواطنين، في الحصول على تحذير مسبق من الحكومة، إن هي أجازت سياسات جديدة تمسّهم. يحتاج المشرّعون إن أرادوا التماسي مع الدستور عند سن القوانين، إلى أن يعبروا بوضوح عن ماهية التصرفات أو الأفعال المسموح بها أو الممنوعة. ووفقًا للمحكمة العليا الأمريكية فإنّ «القانون الذي يمنع أو يوجب القيام بفعل ما بشكل غامض، لدرجة تجبر الأشخاص أصحاب الذكاء العادي على تخمين معناه والاختلاف في الرأي عند تطبيقه، يُعدّ

منافياً للمبادئ الأساسية لضمان الحقوق الذي نص عليه القانون¹⁹. ومن الأهمية بمكان أن يتمكن الأفراد من فهم السياسات أولاً، قبل أن تُطبَّق عليهم.

يُطبَّق مبدأ التحذير المسبق في القطاع الخاص أيضاً. لذا، يجب على البنوك تزويدك بمعلومات، قبل أن توافق على إتمام عملية الحصول على قرض، وعلى الطبيب تزويدك بمعلومات وافية عن مرضك، قبل البدء بالعلاج - فوائده والآثار المترتبة عليه - وأي بديل متاح لذلك العلاج. على سبيل المثال، يجب أن يحصل مريض يحتاج إلى عملية جراحية على إجازة قبل أن يتسنى للجراح إجراؤها. ويجب أن يفهم شخص يعاني من ارتفاع في نسبة الكوليسترول، ويشارك في تجربة دواء ما المخاطر المترتبة، سواء من تناول الدواء الحقيقي أم الوهمي.

لا تلقى مواقع التواصل الاجتماعي بالألمبدأ التحذير المسبق. بثّ (الفييس بوك) في عام 2006م، معلومات المستخدمين الشخصية (بما في ذلك الحالة الاجتماعية)²⁰ من دون إخبارهم مسبقاً، من خلال خدمة «شريط الأخبار»²¹. احتج مئات الآلاف من المستخدمين على ذلك التغيير²². وعلى إثر ذلك، نشر مارك زاكيريغ رسالة مفتوحة للجميع قال فيها: «ارتكبنا خطأً كبيراً بما فعلناه. كان هدفنا من إنشاء «شريط الأخبار» و«الشريط المختصر»، توفير سيل من المعلومات يتعلّق بالعالم الاجتماعي. بدلاً من ذلك، قمنا بعمل سيء في ما يخص توضيح الخصائص الجديدة، وعمل أسوأ في ما يخص منحكم التحكم بها»²³. أصبح القيام «بعمل سيء» في ما يخص توضيح الخصائص الجديدة التي تنشر المعلومات الشخصية، إلى جانب عدم منح المستخدمين طريقة سهلة للتحكم بنشر معلوماتهم الشخصية، أسلوب العمل الذي يتبعه (الفييس بوك).

بدأت بعض المحاكم تطبيق مبدأ الحاجة إلى وجود تحذير في المجال الرقمي. رفع أحد المستهلكين قضية ضد شركة (نيت سكيب لخدمات الحاسوب) لانتهاكها خصوصيته، بعد أن استخدم برنامجاً كان من المفترض أن يسهّل استخدام الإنترنت، وكان متوافراً للتحميل المجاني من موقع الشركة. قالت الشركة إن المستهلك كان ملزماً بشروط استخدام الموقع، وكانت تلك الشروط مخبأة في ذيل الموقع، ولم تتطلّب موافقة المستهلك من أجل استخدامها. رفضت المحكمة حجّة الشركة، حيث قالت: «لا يوجد لدينا سبب كي نعتقد أنّ المستخدم سيمرّر المؤشر إلى الصفحات الموجودة في الأسفل، لأنّ الصفحات موجودة هناك فقط. عندما تكون المنتجات «مجانية»، ويكون المستخدم مدعوّاً لتحميلها من دون وجود تحذير واضح، يخبره أنّه على وشك الالتزام بشروط الاستخدام، فلا يمكن عدّ تلك الحالة مثل المعاملات التي يتم تداولها على الورق في العالم الواقعي»²⁴. قرّرت

المحكمة أنه إذا كان الرابط المؤدّي إلى رخصة غير واضح كفاية على الموقع، فحتّى لو قام مستخدم بالضغط على ذلك الرابط، فلا يحق للموقع عدّ ذلك موافقة من كلا الطرفين على الشروط.

يجب ألا يكون التحذير جلياً فحسب، بل بسيطاً وسهل الفهم أيضاً. تفكّر وهلة في شروط الاستخدام الخاصة بشركة (غيم ستيشن)، حيث لم يلاحظ الناس أنهم يمنحون من خلالها أرواحهم السرمديّة. أو تفكّر بميثاق الخصوصية على (الفييس بوك) المكوّن من 45,000 كلمة. يعدّ استخدام ملصقات تحذيرية واضحة مبدأً ليس جديداً؛ أُجبرت شركات تصنيع السجائر على مدار السنين على وضع تحذير على منتجاتها، الأمر الذي يهدف إلى تنبيه المستهلكين إلى مخاطر التدخين. ستطلب هيئة الغذاء والدواء بحلول شهر سبتمبر من عام 2012م، أن تشتمل التحذيرات على صور؛ لتوضيح عواقب التدخين بصورة أكبر²⁵.

إنّ الحق الجوهري الثاني، هو القدرة على التحكم بمعلوماتك الشخصية وشخصيتك الثانية. لو أخذنا الأمر من الناحية الطبية، فبالإضافة إلى تلقي المريض تحذيراً مناسباً قبل بدء العلاج، يجب أن يُسمح له باتخاذ قرار طوعي ومن دون إكراه، في ما لو أراد المضي قدماً في العلاج أم لا.

لكن الأدوات التي تُستخدم لجمع بياناتك بشكل سرّي عن مواقع التواصل والإنترنت بصورة عامّة، مثل (الكوكيز) و(الويب بيكون) والتفتيش المتعمّق للحزم، تظهر من دون أن تتلقى تحذيراً أو تمنح موافقة عليها. توضع آلية تعقب واحدة على الأقل (توضع المئات منها في بعض المواقع مثل ديكشيناري دوت كوم)، في كل مرّة تتصفّح فيها موقعاً. ليس بمقدور هذه الآليات مراقبة ما تفعله فقط، بل تحصل على معلوماتك الشخصية، وتخزنها وتبث البيانات لشركة ما؛ كي تستخدمها أو تبيعها.

يجب أن يتاح لك بصفحتك مستخدماً، قدرة التحكم في ما يحدث لمعلوماتك. إن رفض التتبّع على الإنترنت صعب في الوقت الحالي، إن لم يكن مستحيلاً أصلاً؛ فأنت:

- أولاً: لا تعرف أن كانت معلوماتك تُجمع أم لا.
- ثانياً، قد تكون انضممت إلى أحد مواقع التواصل وفقاً لقواعد معينة، وغيرها الموقع من دون إنذار.
- ثالثاً: قد يتطلّب الأمر القيام بمئات الخطوات لإزالة التتبّع.

إن حاولت التخلص من آليات التتبّع التي وضعها جامعو البيانات، بأن تجهّز متصفّحك؛ كي يخطر كلاً وضع طرف ثالث (الكوكيز) على حاسوبك، فستمضي يوماً كاملاً في تحاشي

(الكوكيز)، وقد تُجبر على قبولها والموافقة على كشف معلوماتك إلى أطراف ثالثة غير معروفة، إذا اشترط الموقع الإلكتروني أو موقع التواصل ذلك؛ كي تتمكن استعمال المواقع. يمكن مبدأ التحكم مستخدم مواقع التواصل من منع الأطراف الثالثة، أو حتى مواقع التواصل ذاتها، من جمع معلومات المستخدم أو استعمالها²⁶.

يُحدّ حاليًا من حقك في التحكم، من خلال العدد الكبير من الخطوات التي عليك القيام بها للتمتع بذلك الحق. إنّ النظام الحالي مبني على فكرة الانسحاب، لكنّ غالبية الأمريكيين غير راضين عن تلك السياسة، وفقًا لما أظهره تقرير أجرته جمعية المستهلكين عام 2008م. أظهر الاستطلاع الذي أجرته الجمعية، أنّ 93% من الأمريكيين يعتقدون أنّ «على شركات الإنترنت طلب الإذن دومًا قبل استخدام المعلومات الشخصية»، الأمر الذي يوضّح أنّ مستخدمي مواقع التواصل يجب أن يحصلوا على تحكم أكبر بمعلوماتهم، ويجب أن يمنحوا الفرصة للانسحاب قبل جمع أية بيانات.

يجب أن يتطلّب الأمر الدخول إلى موقع مختلف لاختيار (الكوكيز)، أو أية آليات تعقّب أخرى، تستخدمها الأطراف الثالثة التي تسمح باستخدامها على حاسوبك وبياناتك. فكّر بالأمر بأنّه مشابه لدعوة أشخاص إلى الحضور إلى منزلك؛ فإن دخلت إلى منزلك ووجدت أنّ مجموعة من الأشخاص قد افتحموه، فلا يجب عليك الطلب إليهم واحدًا تلو الآخر المغادرة، بل يجب أن يكون بمقدورك أن تتصل بأي طرف إن أردت أن يزورك بالأساس.

حتى إن ظننت حاليًا أنّك قد انسحبت، فقد يكون ظنك في غير محله. تدخلت هيئة التجارة الاتّحادية لصالح ضمان الحقوق، عندما خدعت شبكة (شيتيكا) للإعلان المستخدمين، في ما يتعلّق بجمع معلوماتهم. تنشر شبكة (شيتيكا) ومعناها فرقة الأصابع بلغة التيلفو، إحدى اللغات المستخدمة في جنوب الهند، أكثر من ثلاثة مليارات إعلان شهريًا على مئة ألف موقع إلكتروني²⁷. تنص سياسة الخصوصية التابعة للشركة على ما يأتي:

«عندما يتصفح المستخدم موقعًا تابعًا لشبكة (شيتيكا)، توضع واحدة أو أكثر من (الكوكيز) - ملف صغير يضم سلسلة من الرموز - على الحاسوب، يقوم بالتعرّف إلى متصفح المستخدم على نحو فريد. تستخدم (الكوكيز)؛ لتحسين جودة الخدمة المعنية، عن طريق تخزين بيانات مجهولة للأنشطة، وتتبع ميول المستخدم، مثل الطريقة التي يتّبعها في التصفح والبحث. يمكن للمستخدم إعادة ضبط المتصفح إن أراد رفض (الكوكيز)، أو للدلالة على الرغبة في الحصول على تنبيه كلّما أرسلت (الكوكيز)... تشجّع (شيتيكا) التعاملات التجارية التي تحمي خصوصية المستخدم، وتروّجها. إذا لم ترغب في تلقّي (الكوكيز)، يمكنك الانسحاب بالضغط على الخيار الموجود في الأسفل»²⁸.

لكن عندما ضغط المستخدمون على الخيار الموجود في الأسفل، حصل الانسحاب مدّة لم تتجاوز 10 أيام، تبدأ بعدها (شيتيكا) باستخدام (الكوكيز) مرّة أخرى؛ لتتبع المستخدمين من دون تبينه مسبق، كلّمّا تصفّحوا واحدًا من مئة ألف موقع إلكتروني يتبعون إلى شبكة الإعلان الخاصّة بالشركة. أمرت هيئة التجارة الاتّحادية (شيتيكا) بالتخلّص من البيانات التي سبق جمعها عن طريق (الكوكيز)، وبأن توفّر آلية للانسحاب بحيث تستمر 5 سنوات على الأقل²⁹.

تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بما يقوم به جامعو المعلومات نفسه، إذ تلعب دورًا في جمع المعلومات الشخصية ومشاطرتها من دون إذن. غيّر (الفايس بوك) موقفه مرارًا في ما يتعلّق بماهية معلوماتنا الشخصية التي تكون متاحة للعلن ولأطراف ثالثة، من دون إذن مئات الملايين من مستخدميه عادة. قال مارك روتبيرغ المدير التنفيذي لمركز معلومات الخصوصية الإلكترونيّة، خلال مرافعة أمام الكونغرس: «لقد استمعت إلى خبراء في (الفايس بوك) يتحدثون عن إعدادات الخصوصية التي يتبّعها، لكن سرعان ما كانوا يصابون بالارتباك. حتى أنّي سمعت مؤسس (الفايس بوك) مارك زاكربيرغ، يصف التغييرات الجديدة التي طرأت على الإعدادات، ليكتشف فجأة أن بعضًا من الصور التي تخصّه أصبحت متاحة للكل. أنا على يقين أنّ (الفايس بوك) بحد ذاته، لا يفهم الطريقة التي تعمل إعدادات خصوصيته وفقها»³⁰.

لا يتعلّق ضمان الحقوق في الحصول على تحذير، أو في القدرة على التحكم بالمعلومات والخصوصية فقط؛ فالأمر يتعلّق كذلك في القدرة على تصحيح المعلومات المتوافرة وحذفها. ينص دستور الولايات المتحدة على الآتي: إذا قامت الحكومة باتّخاذ قرار من شأنه حرمانك من شيء ما (مثل المعونة التي تحصل عليها لأنك عاجز؛ لأنّ الحكومة تظن أنك لست عاجزًا بعد الآن)، تتاح لك الفرصة لمحاولة «تصحيح» قرار الحكومة، ثم يحق لك الحصول على جلسة استماع؛ كي تحاول حل المسألة³¹. لا يوجد في عالم مواقع التواصل آلية مضمونة لتصحيح البيانات المتعلقة بك أو حذفها، إلاّ إذا تعاقدت مع طرف ثالث متخصص في خدمات الحفاظ على السمعة، الأمر الذي لا يعدّ مضمون النتائج أيضًا.

ففي حالة (سبوكيو) على سبيل المثال، قد لا تكون المعلومات المنشورة عن شخص ما صحيحة. ومع ذلك، تقوم البنوك، وشركات بطاقات الائتمان، ومؤسسات أخرى، بوضع الخطوط على الإنترنت بصورة دورية لتحديد إذا كانت ستمنح وظيفة، أو ستزيد حد الاقتراض أم لا، بناءً على تلك المعلومات³². رفع توماس روبينز قضية على (سبوكيو) بعد أن نشر هذا الأخير عمره، وحالته

الاجتماعية، ومهنته، ومعلومات أخرى متعلقة به على نحو غير صحيح، الأمر الذي يعدّ خرقاً لقانون التبليغ العادل عن الأملاك³³.

يجبر القانون الشركات المتخصصة في التبليغ عن المستهلكين، أن توفر آلية تتيح للفرد طلب معلومات من ملفه، والاعتراض على مدى دقتها، وتصحيح المعلومات المغلوطة والمضللة والمنقوصة³⁴. يقوم قاضٍ اتحادي بالنظر في القضية حالياً.

يجب أن يحصل الفرد على الحق في حذف البيانات المتعلقة به أيضاً. يضمن دستور الولايات المتحدة حق الأفراد في الحصول على حياة جديدة في حالات مختلفة، مثلما هي الحال عند إشهار الإفلاس. لدى الولايات جميعها تقريباً، قوانين تتيح إغلاق سجلات الأحداث وشطبها وحذفها³⁵، وتتيح بعض الولايات القيام بالأمر ذاته للبالغين في حالات معينة³⁶.

يمكن إتمام عملية الحذف في مجال مواقع التواصل، عن طريق دمج بعض الحقوق مع بعضها (على سبيل المثال، عن طريق قيام الفرد نفسه بحذف صورهِ الموجودة على الإنترنت)، بالإضافة إلى إزالة مخطّط لها. يقدّم فيكتور ماير - شونبيرغر في كتابه (أحذف: فضيلة النسيان في العصر الرقمي)، اقتراحاً مستفزاً بوجود فترة صلاحية للصور والمعلومات التي نشرها على الإنترنت³⁷؛ فإذا اختفت الصور التي تظهرك تشرب الجعة مع امرأة كانت في يوم من الأيام صديقتك الحميمة بعد سنتين، فتخيّل كم ستصبح الحياة أفضل.

في عام 2011م، قدّم النائب ويليام ستراوس مشروع قرار رقم 02705 إلى مجلس ولاية ماساشوسيتس³⁸. وفقاً لمشروع القرار، لا يحق لجامعي البيانات جمع معلومات خاصة بك بالتحديد، إلا إذا اخترت أنت ذلك، والحد الأقصى الذي يسمح خلاله لشبكة إعلانات بصفتها طرفاً ثالثاً الاحتفاظ بمعلومات حتى لو لم تكن شخصية، هو 24 شهراً³⁹.

يملك الأفراد في دول أخرى، حق الحصول على تحذير مسبق؛ كي يتمكنوا من التحكم بالمعلومات وتصحيحها. لدى الاتحاد الأوروبي حالياً توجيهات تتطلب من المؤسسات، أن يكون جمع البيانات محصوراً بالعملية التي تتم مع الفرد فقط، وتتطلب أن تكون البيانات دقيقة وكاملة⁴⁰، وأن يُحفظ بقواعد البيانات المعرفة فترة «لا تتجاوز الهدف الذي جمعت لأجله أساساً». توشك فيفيان ريدنغ رئيسة المفوضية الأوروبية على تقديم مقترح يتيح للأفراد حذف المعلومات التي تناوّلهم عبر الإنترنت، حيث قالت: «من حق أي شخص أن يتمكن من أن ينسأه الآخرون. لدى

الأوروبيين حساسية أكبر تجاه جمع البيانات المتعلقة بهم واستخدامها من قِبَل السلطات العامّة، بسبب الإحداث المؤلّمة التي مرّوا بها خلال القرن العشرين»⁴¹.

إنّ الحصول على تحذير مسبق، والقدرة على التصحيح والحذف، أمر في غاية الأهمية؛ كي يدرك مستخدمو مواقع التواصل حقوقهم الأساسية. فكلمًا كانت السياسات المتبعة على مواقع التواصل تتغيّر في الماضي، كان المستخدمون يواجهون عواقب وخيمة، تمامًا مثلما حدث مع المعتقل الأمريكي من أصل إيراني، أو المرأة التي حاولت الاختباء من طليقها المتعسّف. تعرّض ضمان الحقوق للانتهاك بصورة فاضحة في الماضي، إلّا أنّ التهديد يكبر مع مرور الوقت في غياب الرقابة القانونية عن التكنولوجيا.

تجمع مواقع التواصل كمًّا هائلًا من البيانات الشخصية التي يمكن كشفها وتتحكّم فيها، وقريبًا سيحتوي (الفايس بوك) وحده على بيانات تتعلّق بمليار شخص. كتب ريتشارد بوير في مجلة (سيكيوريتي أند ريسك) قائلاً: «تخيّل الحصول على معلومات مليار شخص، تتعلّق بأرائهم السياسية، وميولهم الجنسية، وعلاقاتهم، وأذواقهم، ونقاط ضعفهم، وحالاتهم النفسية، ومكان عملهم، وتصرفاتهم، إلخ... إنّ محاولة حكومة أو شركة أو حلف (جيو - سياسي) أو قطاع صناعي، أو حتى منظمة عالمية مسالمة، جمع ذلك الكم من المعلومات، كانت ستتطلبّ محامين، وأموالًا، وحتى أسلحة»⁴².

لكن حُشرنا جميعًا إلى داخل حظيرة (الفايس بوك) بمنتهى السلاسة، من دون أخذ حقّنا بالحفاظ على الخصوصية أو حتى حقّنا في التملكّ بالحسبان. لدينا في أي مكان آخر حق تجاري بتملّك الصور التي نلتقطها، والكتابات التي نخطّها، لكن بصفتنا أفرادًا في أمة (الفايس بوك)، يحق للشركة أن تبيع ممّا ننشره.

تستبيح التغييرات التي يجريها (الفايس بوك) على سياسته، المبادئ الأساسية لضمان الحقوق. وعلى الرغم من أنّ معاهدة (نوريمبيرغ) تنص على أنّه وقبل البدء بإجراء البحوث، «يعدّ الحصول على الموافقة الطوعية للشخص الذي يُجرّب عليه شرط أساسي»⁴³. إلّا أنّ (الفايس بوك) أجرى بحوثًا تتعلّق بالإحصاء الحيوي على مستخدميه من دون موافقتهم.

إنّ البيانات المستقاة عن طريق الإحصاء الحيوي، هي معلومات تتعلّق بالصفات الفريدة التي تميّز الفرد، ما يتيح التعرف إلى الهوية بناءً على سمات ذلك الفرد (مثل البصمات ومسح العين). صنّفت البيانات التي جمعها (الفايس بوك) عن طريق الإحصاء الحيوي خلال البحث، سمات وجه

الفرد، مثل المسافة بين العينين، والسمات الأخرى التي يمكن قياسها في معالم الوجه⁴⁴. طبق البحث خوارزمية إحصاء حيوي على الصور الموجودة على (الفييس بوك) جميعها، سواء أكانت متاحة للعلن أم لا، لتطوير برنامج يميّز الوجوه.

عندما قدّم (الفييس بوك) برنامج التعرف إلى الوجوه إلى مستخدميه في أنحاء العالم كافة، ضم المستخدمين جميعهم إلى البرنامج من دون إذنتهم⁴⁵. والآن، كلّما حمّل مستخدم صورة على (الفييس بوك)، يسمح البرنامج تلك الصورة، وفي حال تعرّف إلى وجه أحد أصدقائك فيها، فسيفترح أن توضع إشارة لتدلل على اسم ذلك الصديق⁴⁶. إن أراد المستخدم الانسحاب وعدم الإشارة إليه في صور أصدقائه، فعليه القيام بمجموعة مزعجة من الخطوات تتضمن ثلاثة صناديق عرض وسبعة ضغطات، والإعدادات الابتدائية مهيأة؛ كي يكون برنامج التعرف إلى الوجوه مفعلاً. لا يوجد خيار على قائمة التفضيل الخاصة بـ (الفييس بوك) لحذف أو منع جمع البيانات البيومترية⁴⁸؛ فإن أردت حذف تلك البيانات، يجب عليك الاتصال بالقائمين على (الفييس بوك) عبر رابط من الصعوبة بمكان العثور عليه على الصفحة، هو: www.facebook.com/help/?page=150456805022645

وللعثور على هذه الصفحة، عليك اختيار «حساب»، ثم «إعدادات الخصوصية»، ثم «تعديل الإعدادات»، ثم «الصفحة الشخصية والإشارة»، ثم «من يستطيع رؤية اقتراحات الإشارات عند تحميل صور تشبهك؟»، ثم الضغط على خيار «معرفة المزيد». عندها ستصل إلى صفحة مركز المساعدة، والرابط الأخير هناك هو الذي يؤدي إلى التعليمات الصحيحة. بعد أن تضغط على «كيف لي أن أحذف المعلومات المخزّنة عني لغايات اقتراحات الإشارات؟»، يظهر رابط للاتصال. مع ذلك، عليك الضغط على رابط «اتصل بنا»، ثم الضغط لترسل الرسالة إلى فريق الصور الخاص بـ (الفييس بوك) طالباً إليهم أن يحدفوا المعلومات المتعلقة بالمقارنات التي تجري على الصور.

تحدّث (الفييس بوك) بفخر عن مزايا البرنامج الجديد على مدوّنته قائلاً: «الآن، عندما تحمّل صوراً لزفاف قريبك، سنجمع الصور التي تظهر فيها العروس ونقترح إشارة باسمها. بدل أن تكتب اسمها 64 مرّة، كل ما عليك فعله هو الضغط على «حفظ» لتضع إشارات على صور قريبك دفعة واحدة. بما أننا جعلنا الإشارات أسهل من أي وقت مضى، فستتمكّن من معرفة متى ينشر أصدقاؤك صوراً عندما يقومون بذلك فوراً. سنرسل لك إشعاراً، كلّما أُشير إليك في صورة، ويمكنك إزالة الإشارة في أي وقت. يتاح للأصدقاء فقط الإشارة إلى بعضهم في الصور⁴⁹.

لكن ما لا يذكره (الفييس بوك)، هو الأخطار المتوارثة المترتبة على هذه الطريقة الجديدة السهلة في وضع الإشارات على الصور. لنستخدم المثال الذي استخدمه (الفييس بوك) نفسه؛ الزفاف. لنفترض أن شخصاً أُشير إليه في صورة جماعية أُخذت في حفل الاستقبال الذي جرى مع بداية السهرة. لكنّ برنامج التعرّف إلى الصور ميّز ذلك الشخص أيضاً، في أثناء وجوده في خلفية صورة أخرى أُخذت في أثناء الاستقبال، لكن هذه المرة كان يحتسي خمراً من النوع القوي جداً، وظهر في صورة أخرى يقبّل وصيفة العروس، وظهر في صورة أخرى يتقيأ في صالة الرقص. الآن أصبحت صور كل تلك العريضة الثمّلة تحمل إشارات، وتمّ التعرّف إليه من خلال الصور، ونُشرت بصورة بارزة على صفحته على (الفييس بوك).

لو أشار الصديق إلى ذلك الشخص في الصور من دون مساعدة برنامج التعرّف إلى الوجوه، لاحتاج إلى أن يميّز وجوده في خلفية الصور بالطريقة التقليدية، ثمّ وضع الإشارة، ما قد يجنّب ذلك الشخص الإحراج، والنزاعات الزوجية، أو المشكلات في الوظيفة، التي قد يسببها ربط الشخص بتلك الصور.

و(الفييس بوك) لا يذكر في سياسة الخصوصية التابعة له، إذا وجدت جهات ستمكّن من الاطلاع على تلك البيانات البيومترية، التي جمعها عن طريق برنامج التعرّف إلى الوجوه، سواء من مطوّري البرنامج نفسه، أو الحكومة، أو أية أطراف ثالثة أخرى⁵⁰. يجعل (الفييس بوك) من عملية تحصيل نفسك ضد قاعدة البيانات غير المسبوقه، التي تضم ستين مليار صورة أمراً صعباً، بدل أن يمنحك حق القبول والتحكّم بالأمر برمته⁵¹.

في أغسطس من عام 2011م، طلبت سلطة هامبورغ لحماية البيانات⁵² بألمانيا من (الفييس بوك)، أن يحذف قاعدة البيانات الخاصة بمواطنيها، التي جُمعت عن طريق الإحصاء الحيوي، حيث تعتقد السلطة أنّ عملية الجمع تلك مخالفة للقوانين المعمول بها في الاتّحاد الأوروبي وألمانيا، لأنّ حفظ البيانات تمّ من دون موافقة المستخدمين⁵³.

وعلى الرغم من إصرار (الفييس بوك) على أنّ عملية تمييز الوجوه تتماشى مع قوانين الاتّحاد الأوروبي الخاصة بحماية البيانات، إلّا أنّ جمعية حماية البيانات الأوروبية⁵⁴ (أرتيكل 29 ووركينغ بارتى)، الجهة المسؤولة عن وضع سياسات الخصوصية في الاتّحاد الأوروبي، عبّرت عن قلقها لأنّ خاصية الإشارة إلى الصور المتبّعة في (الفييس بوك) تفعل بصورة ابتدائية، الأمر الذي يعرّض المستخدمين إلى الإشارة في الصور من دون موافقة مسبقة⁵⁵.

عندما غيرت مواقع التواصل سياساتها من دون منح المستخدمين تحذيراً مناسباً، أو حتى القدرة على التحكّم، حاول أشخاص وهيئات مناصرة للسياسات، مثل مركز خصوصية المعلومات الإلكترونية، إحقاق العدالة عن طريق اللجوء إلى هيئة التجارة الاتحادية. وفي مارس من عام 2010م، قدّمت الهيئة شكوى ضد (جوجل) بتهمة التعامل التجاري المخادع وغير العادل، ردّاً على إنشاء خدمة (جوجل باز). وقّعت (جوجل) ردّاً على الشكوى اتفاقاً تعد من خلاله، بتطبيق ما أشارت به المدوّنة جينا غرين في صحيفة (ليغال تايمز) إلى أنه «برنامج خصوصية غير مسبوق»⁵⁶.

تطلّبت التسوية أن يقوم (جوجل) بما يأتي:

1. عدم تحريف الحد الذي تصل إليه، في ما يتعلّق بحماية خصوصية المستخدمين.
2. منح المستخدمين تحذيراً عند كشف معلوماتهم إلى أطراف ثالثة، والحصول على «موافقة مؤكّدة» قبل كشف المعلومات.
3. تأسيس برنامج خصوصية شامل؛ لتثقيف الناس عن المخاطر المتعلقة بالخصوصية في ما يخص منتجات (جوجل) وخدماتها الحالية والآنية⁵⁷.
4. التواصل مع هيئة التجارة الاتحادية في ما يتعلق بالتزامها في وضع برنامج خصوصية جديد⁵⁸.

سوّت (جوجل) قضية مدنية بعد شكاوى من المستهلكين تتعلق بـ (جوجل باز)، بأن وافقت على دفع مبلغ 8.5 ملايين دولار؛ لإنشاء صندوق تمويل مستقل لدعم المنظمات المعنية بالخصوصية.

وفي القضية المدنية التي رُفعت ضد (الفايس بوك)؛ لاستخدامه برنامج (البيكون)، وافق على إنشاء «صندوق تمويل التسويات» بمبلغ 9.5 ملايين دولار⁴⁵. يستخدم صندوق تمويل التسويات لدفع أتعاب المحاماة، وتكاليف القضايا، إلى جانب دفع مبلغ 41,500 دولار للمدّعين، حيث سيحصل شون لين على 15,000 دولار⁶⁰. ومن المفترض أن يستخدم ما تبقى من مال في صندوق التمويل؛ كي يُنشئ (الفايس بوك) منظمة غير ربحية تسمّى مؤسسة الخصوصية، تقوم بتمويل مشاريع تهدف إلى زيادة الوعي «بالخصوصية والأمن والأمان على الإنترنت»⁶¹. لكن واحدة من المدّعين تدعى جينجر ماكول، استأنفت قرار التسوية مدّعية أنّ (الفايس بوك) سيحظى بنفوذ غير مقبول في إدارة المنظمة التي ستحصل على أموال التسوية⁶². وقالت جينجر: «سيكون الأمر مثل جعل الثعلب مسؤولاً عن قن الدجاج»⁶³.

واجه برنامج تمييز الوجوه مقاومة مشابهة؛ ففي العاشر من يونيو عام 2011م، رفع مركز خصوصية المعلومات الإلكترونية، ومركز الديمقراطية الرقمية، وجمعية حماية المستهلك، وجمعية حقوق الخصوصية شكوى لدى هيئة التجارة الاتحادية، تحث فيها الهيئة على فتح تحقيق يتعلّق باستخدام (الفييس بوك) برنامج تمييز الوجوه، والبيانات المستوحاة من الإحصاء الحيوي، والطلب إليه التوقف عن جمع البيانات المستوحاة من الإحصاء الحيوي، واستخدامها من دون موافقة المستخدم، وللحد من كشف معلومات المستخدم لصالح أطراف ثالثة⁶⁴. تشير الشكوى إلى أنّ برنامج تمييز الوجوه قد استُخدم في مواضع أخرى للتعرف إلى المعارضين السياسيين.

تقوم الحكومة الصينية حالياً ببناء شبكة ضخمة من الكاميرات الخفية، وبرنامج تمييز الوجوه؛ لمراقبة مواطنيها في الأماكن العامة⁶⁵. يجبر القانون في الصين حالياً مقاهي الإنترنت والنوادي الليلية، على تركيب كاميرات خفية تُرسل صوراً إلى مراكز الشرطة مباشرة، ويُستخدم برنامج تمييز الوجوه لفحص تلك الصور⁶⁶.

وفي عام 2011م، وجد باحثون في جامعة (كارنيجي ميلون) أنّ الجمع بين تمييز الوجوه والتقيب في البيانات، قد ينتج القدرة على التنبؤ بأول خمس خانات من رقم الضمان الاجتماعي لشخص ما، عن طريق الصور⁶⁷. تمكن الباحثون أنفسهم، من استخدام برنامج تمييز الوجوه في مطابقة عُشر الصور التي تحمل أسماء مستعارة، والمأخوذة من مواقع المواعدة، مع أسماء حقيقية مأخوذة من موقع التواصل الاجتماعي.

وعندما اقترحت دائرة الأمن القومي استخدام تقنية تمييز الوجوه في الولايات المتحدة، واجهت مقاومة شرسة ممّن يعتقدون أنّ البرنامج غير آمن. لكنّ مواطني أمة (الفييس بوك) كانوا قد تعرّضوا للبرنامج بصورة مسبقة. وتشير الشكوى التي قدّمها مركز خصوصية المعلومات الإلكترونية، إلى أنّ عملية زيادة الدمج التي تتعرّض إليها بيانات الأشخاص، تسببت في زيادة عمليات سرقة الهوية، وشكّلت أيضاً تهديداً للحقوق الجوهرية المتعلقة بالخصوصية، ما يشكّل خطراً على فرص الحصول على وظيفة، أو تأمين، أو قروض.

يضمن دستور مواقع التواصل الاجتماعي المقترح، حقلك في أن تتطلع مسبقاً، على ما سيحصل لك عند استخدام مواقع التواصل، وأن تُخبر مسبقاً عن أية تغييرات. لا يجوز القيام بأي تغيير على شروط الخصوصية، إلاّ بموافقتك. ولدعم حقلك في التحكم، لا يحق لأي طرف ثالث جمع بيانات تتعلّق بك (سواء من خلال الكوكيز، والويب بيكون، والتفتيش المتعمق

للحزم، أو أية آلية أخرى) على موقع إلكتروني خاص بشركة أخرى. يجب أن يتم الأمر بموافقتك، لا أن تضطر إلى محاربة (الكوكيز) التي تضعها أطراف ثالثة واحدة تلو الأخرى عن طريق الانسحاب. وعلى الأطراف الثالثة (مثل جامعي البيانات، وشركات التسويق التي تعتمد على سلوك المستهلك) دعوتك أولاً، ثم الحصول على موافقتك، على أن يتم الأمر في موقع إلكتروني آخر، لا أن يتم على موقع التواصل، أو المواقع الإلكترونية الأخرى التي تتردد عليها.

على جامعي البيانات تغيير الطريقة التي يمارسون بها عملهم فوراً وفق دستور مواقع التواصل المقترح. سيكون من المستحيل استخدام (الكوكيز، والفلاش كوكيز، والويب بيكون) والتفتيش المتمم للحزم، من دون موافقتنا وبناءً على كشف مناسب. وبذلك تكون هذه النتيجة مطلوبة وفقاً لحقوقنا الأساسية والإجرائية.

تتغير حقوق مستخدمي (الفييس بوك) حالياً، وفقاً لنزوات مارك زاكيريبرغ. وتقوم هيئة التجارة الاتحادية بفتح التحقيق تلو الآخر في محاولة لمجاراة الشكاوى الجديدة، المتعلقة بتزايد كم المعلومات التي يتيحها (الفييس بوك) للعلن. لكن ينقص تلك العملية مجموعة المبادئ التي يجب أن تحكمها. إن تبنيها دستورياً لمواقع التواصل الاجتماعي، يوفر حماية لضمان الحقوق، فبوسعنا توفير نموذج للأفراد والمؤسسات والمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل وجامعي البيانات والجهات الحكومية لفعل ما هو عين الصواب، تجاه مواطني أمة (الفييس بوك).