



این حریم خصوصی نیست!

اواخر دهه 80 شمسی، وزیر حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان آلمان، به رئیس و موسس شرکت فیسبوک نامه‌ای نوشت که موضوع آن می‌تواند برای آن دسته از کاربران شبکه‌های مجازی که کمتر در باب ظرفیت‌های این شبکه‌ها اطلاع دارند، شایان توجه باشد.

اواخر دهه 80 شمسی، وزیر حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان آلمان، به رئیس و موسس شرکت فیسبوک نامه‌ای نوشت که موضوع آن می‌تواند برای آن دسته از کاربران شبکه‌های مجازی که کمتر در باب ظرفیت‌های این شبکه‌ها اطلاع دارند، شایان توجه باشد.

وزیر آلمانی از زاکربگ خواسته بود تا در باب تجدیدنظر در سیاست های فیسبوک درباره حفظ حریم خصوصی افراد، سرعت بیشتری به خرج دهد. بنابراین مساله حریم خصوصی و دغدغه های مرتبط با آنها، مختص کاربران شرقی شبکه های اجتماعی نیست، بلکه حتی در کشورهای غربی نیز، شبکه های مجازی، مسائل متعددی را در ارتباط با حریم خصوصی افراد، ایجاد کرده اند.

اما مگر خود افراد نیستند که باعث می شوند حریم خصوصی شان در شبکه های اجتماعی هویدا شود؟ به نظر می رسد اگر هر فردی خودش مراقب باشد که تصاویر و فیلم ها و نوشته هایی را که فکر می کند انتشار آنها به دیگران ربطی ندارد و باعث می شود حریم خصوصی خودش به مخاطره بیفتد، در شبکه های اجتماعی انتشار ندهد، می تواند با خیال آسوده از شبکه اجتماعی استفاده کند. این تصویری است که عموم افراد از مساله حریم خصوصی در شبکه های اجتماعی دارند. تصور عامه این است که افرادی باید نگران فاش شدن حریم خصوصی شان در شبکه های اجتماعی باشند که خودشان عکس ها یا نوشته های خصوصی شان را در معرض دید دیگران در اینترنت قرار می دهند.

محرمان و نامحرمان

مساله حریم خصوصی در اینترنت و شبکه های اجتماعی به همین جا ختم نمی شود. چرا که بسیاری از مصادیق فاش شدن حریم خصوصی افراد در این شبکه ها، مربوط به اطلاعات و تصاویر و فیلم هایی است که دیگران از فرد منتشر می کنند. مساله اینجاست که حریم خصوصی، برای هر فرد، مرز مشخصی ندارد، بلکه یک طیف را شامل می شود. ممکن است یک فرد چند طیف برای خود در ارتباط با حریم خصوصی تعریف کرده باشد. به این معنا که برخی اسناد را برای هیچ کس جز خودش، قابل انتشار نداند، برخی دیگر از اسناد فقط برای نزدیک ترین شخص به او، در یک حوزه خاص قابل انتشار باشد. مثلا یک سند خانوادگی که فقط همسر فرد برای دیدن آن مجاز باشد. یا یک سند کاری که فقط شریک کاری او مجاز به دیدن آن باشد. اسناد دیگری هم هستند که کمتر خصوصی اند، مثلا کل اعضای خانواده یا اقوام نزدیک می توانند آنها را ببینند، ولی برای دیگران مجاز نیستند.

مسلمان شما می دانید تصویری را که دیدن آن را برای اقوام، دوستان و نزدیکانتان مجاز می دانید، برای همان افراد در فضای مجازی نباید به اشتراک بگذارید، چرا که در فضای مجازی، تماشاگران آن تصویر، فقط همان اقوام و دوستان نیستند. اما فرض کنید در یک مهمانی با اقوام و دوستان نزدیکتان، عکسی دسته جمعی گرفته شده است. از نگاه دوست نزدیک شما، حریم خصوصی به گستردگی حریم خصوصی شما نیست؛ یعنی برخی چیزهایی که شما متعلق به حریم خصوصی تان می دانید، به نظر او حریم خصوصی محسوب نمی شود. او این تصویر را به اشتراک می گذارد، و طبق عرف شبکه های اجتماعی، نام شما را نیز برچسب آن تصویر می کند. (چرا که شما در آن تصویر حضور دارید) در نتیجه همه دوستان دور و نزدیک شما، می توانند آن تصویر را ببینند. به همین سادگی آنچه شما حریم خصوصی می پنداشتید، بدون اختیار شما، به دید عموم می رسد.

فضایی که قواعدش در دست ما نیست

بنابراین به نظر می رسد نفس حضور در شبکه های اجتماعی، به معنای تن دادن به یک سری قواعد و رسومی است که از حوزه اختیار شما خارجند. هر چند برخی از این شبکه ها، تنظیماتی را برای مدیریت کردن این قواعد توسط کاربران فراهم کردند، ولی اولاً بسیاری از کاربران به نحوه مدیریت و تنظیمات مربوط به حریم خصوصی آشنا نیستند و تا زمانی که این آشنایی حاصل شود، ممکن است اتفاقات زیادی رخ دهد، در ثانی تجربه نشان داده حتی این تنظیمات نیز کاملاً مساله حفظ حریم خصوصی را تضمین نمی کند.

در اینجا نمی خواهیم به این نتیجه برسیم که هر کس نسبت به حریم خصوصی خود حساس است، باید شبکه اجتماعی را تحریم کند. چرا که هرچند بسیاری از کاربردهای امروزی از شبکه های اجتماعی، غیرضروری است ولی این شبکه ها استفاده های ضروری و مفیدی نیز دارند که حذف آنها را هزینه دار می کند. سخن این است که بدانیم پس از وارد شدن به شبکه اجتماعی، مراقبت از حریم خصوصی، شکل سابق را ندارد و نیازمند حساسیت بیشتری است.

حسین برید

دین و زندگی