

فيسبوك وجوجل ومايكروسوفت تحاول خداعك للتخلي عن بياناتك



الجمعة 29 يونيو 2018 12:06 م

تحاول الشركات التقنية المفضلة لدى المستخدمين، بما في ذلك فيسبوك وجوجل ومايكروسوفت، خداعهم من أجل التخلي عن بياناتهم، وذلك وفقاً لدراسة جديدة أصدرها مجلس المستهلكين النرويجي NCC تتعلق بالتكتيكات الخبيثة المستخدمة من قبل تلك الشركات لجمع بيانات المستخدم، وتأتي هذه الدراسة في أعقاب صدور قوانين الاتحاد الأوروبي المتعلقة بحماية بيانات المستهلكين GDPR التي دخلت حيز التنفيذ حديثاً، حيث تهدف تلك القوانين إلى حماية المستخدمين من عمليات جمع البيانات وممارسات فيسبوك التي تنطوي على مشاركة البيانات الشخصية للمستخدمين

ويشير التقرير "تتضمن النتائج إعدادات افتراضية متطفلة على الخصوصية، وصياغة مضللة، وإعطاء المستخدمين وهم السيطرة، وإخفاء الخيارات الملائمة للخصوصية، مع توفير خيارات تتعلق بالموافقة على كل شيء أو التخلي عن كل شيء معاً، وبنية اختيارات تتطلب من المستخدم مزيداً من الجهد من أجل اختيار الخيار الملائم للخصوصية"، كما يتضمن التقرير صوراً وأمثلة من خيارات التصميم المركبة والعبارات غريبة الصياغة التي تتضمن جمع واستخدام البيانات الشخصية

ويوضح أحد الأمثلة التي تم الاستشهاد بها خيار فيسبوك المتعلقة بقوانين GDPR، والتي تجعل خيار "الموافقة والمتابعة" أكثر جاذبية وأقل رعباً بالمقارنة مع خيار "إدارة إعدادات البيانات" الرمادي اللون، ووفقاً للتقرير، فإن الخيار المقترح من الشركة هو أسهل من حيث الاستخدام، إذ يتألف من أربع نقرات للدخول في العملية، مما يستلزم قبول إعلانات مخصصة من أطراف ثالثة واستخدام تقنية التعرف على الوجه

بينما كان على المستخدمين الذين أرادوا الحد من جمع البيانات واستخدامها أن يعروا بعملية تحتاج إلى 13 نقرة، حيث أن محاولة استخدام 41 تدرج لوني للون الأزرق من أجل قياس أي منها أكثر جاذبية هو أمر غريب، كما أن جعل الأمور أكثر صعوبة على المستخدمين للحفاظ على بياناتهم هو أمر آخر

وتعتمد جوجل إلى جعل عملية إلغاء الاشتراك في الإعلانات المخصصة أصعب مما ينبغي أن تكون، وذلك عبر استخدامها صفحات متعددة من النصوص ولغة تصميم غير واضحة، مع افتراضيات مخفية عن المستخدمين لدفعهم نحو الإجراء الذي تريده الشركة، وأوضح التقرير أنه إذا حاول المستخدم إيقاف الإعداد، فإن هناك نافذة منبثقة تظهر لتوضيح ما يحدث إذا تم إيقاف تشغيل خيار تخصيص الإعلانات، وتطلب من المستخدمين إعادة تأكيد اختيارهم

ووفقاً للدراسة فإنه لم يكن هناك أي تفسير حول الفوائد المحتملة لإيقاف تشغيل خيار تخصيص الإعلانات أو الجوانب السلبية لتركة قيد التشغيل، ويجب على أولئك الذين يرغبون في تجنب الإعلانات المخصصة بشكل كامل اجتياز قوائم متعددة، مما يجعل خيار الموافقة يبدو أقل الشورى

ووجد التقرير أن خيارات جمع البيانات الخاصة بشركة مايكروسوفت ضمن نظامها التشغيلي ويندوز 10 كانت الأكثر احتراماً إلى حد ما فيما يتعلق بعمليات جمع بيانات المستخدم، مع ذلك، فإنه من الواضح تماماً ما هو الخيار الذي تريد مايكروسوفت من المستخدمين اختياره، وعلى سبيل المثال إذا أراد المستخدم إلغاء الاشتراك في التجارب المخصصة المعتمدة على البيانات الشخصية، فعليه أن ينقر على خيار ذو إضاءة خافتة، في حين أن الرمز الخاص بالاختيار الذي تريده مايكروسوفت كان ذو إضاءة ساطعة

كما يقول التقرير: "بالنسبة إلى خيار السماح للتطبيقات باستخدام معرف الإعلانات ID، كان خيار الموافقة مصحوباً بسهم يصيب هدفه، بينما كان خيار الرفض مختلف عن ذلك، بالإضافة إلى تواجد خيار الاشتراك بشكل دائم في الأعلى، مما يدفع المستخدم بشكل بديهي إلى النقر على الموافقة، مع الإشارة إلى أن عدد النقرات اللازمة لإلغاء الاشتراك متساوية مع عدد النقرات المطلوبة للاشتراك

وقامت فيسبوك مؤخرًا بتعديل صفحة الحساب لتكون أكثر قابلية للفك، وتبعتهما جوجل مع إعادة تصميم صفحة حسابات جوجل الخاصة بها على أجهزة أندرويد، ويبدو أن الشركات لا تنوي التوقف عن جمع أكبر قدر ممكن من بيانات المستخدمين، حيث تم اتهام فيسبوك وجوجل بانتهاك قوانين خصوصية الاتحاد الأوروبي منذ اليوم الأول لسريان القوانين، وذلك من خلال عدم منح المستخدمين خيار إيقاف مشاركة البيانات دون مطالبتهم بحذف حسابهم

وقلت الشركات من تكتيكاتها الموصوفة في التقرير، في حين أكدت شركتا مايكروسوفت وفيسبوك أنهما تمتثلان لقوانين الاتحاد الأوروبي المتعلقة بالخصوصية، وقال متحدث باسم مايكروسوفت "لقد رأينا التقرير من النرويج ونود أن نؤكد أننا ملتزمون بالامتثال لقانون GDPR عبر خدماتنا السحابية، وأن نقدم التأكيدات ذات الصلة بهذا القانون في التزاماتنا التعاقدية".

وصرح أحد المتحدثين باسم شركة جوجل: "لقد طورنا عناصر التحكم في البيانات على مدار عدة سنوات لضمان قدرة المستخدمين على فهم واستخدام مجموعة الأدوات المتاحة لهم بسهولة، وتساعدنا التعليقات الواردة من مجتمع الأبحاث والمستخدمين في إظهار تفضيلات خصوصية المستخدمين، وأجرينا على سبيل المثال في الشهر الماضي المزيد من التحسينات على إعدادات الإعلان ومعلومات حساب جوجل".

ورد متحدث رسمي باسم فيسبوك قائلاً: "لقد تجهزنا على مدى الأشهر الثمانية عشر الماضية لضمان تلبية متطلبات قانون GDPR، وجعلنا سياساتنا أكثر وضوحًا، كما قمنا بتسهيل إمكانية العثور على إعدادات الخصوصية، مع توفير أدوات أفضل للأشخاص من أجل الوصول إلى المعلومات وتنزيلها وحذفها، وطلبنا، خلال الفترة التي سبقت دخول قانون GDPR حيز التنفيذ، من الأشخاص مراجعة معلومات الخصوصية الرئيسية التي تمت كتابتها بلغة واضحة، ويتوافق نهجنا مع القانون، ويتبع توصيات خبراء الخصوصية والتصميم، بحيث أنه مصمم لمساعدة الناس على فهم كيفية عمل التكنولوجيا وخياراتهم".