



همچنین اگر واتس اپ را از تعهدات اخلاقی خود به کاربرانش فراتر بگذارد و حریم قوانین خصوصی اش (end-to-end encryption) را نقض کند، می تواند از طریق داده کاوی از محتوای موجود در گفت وگوهای متنی در واتس اپ بیزینس نیز استفاده کند. در این صورت شرکت های تجاری یا طرف های ثالث می توانند بعدها از این محتوای متنی بهره ببرند.

برای نمونه شاید فیسبوک این امکان را به شرکت ها بدهد که تبلیغاتی متناسب با نیازها و سلیقه کاربران را به آنها در اینستاگرام و فیسبوک نشان دهند. بیشتر سامانه های جدید نمایش تبلیغ بر اساس ویژگی های کاربر و با استفاده از هوش مصنوعی عمل می کنند.

الگوریتم های هوش مصنوعی می توانند با بررسی تصویر پروفایل کاربری، جنیست یا نژاد کاربر را تشخیص دهند یا حتی سن او را نیز با ضریب خطایی معقول تخمین بزنند. همچنین بررسی متن نوشته شده توسط کاربر در گفت وگوها نیز می تواند اطلاعاتی درباره تحصیلات، علایق یا نیازهایشان مشخص کند. گفتنی است تفسیر کردن این داده ها به دست اپراتور انسانی بسیار دشوار و البته هزینه بر است. البته بعید است واتس اپ قوانین حریم خصوصی اش را زیر پا بگذارد.

البته هنوز مشخص نیست آیا فیسبوک قصد دارد نتایج به دست آمده از داده های مربوط به تعامل یک شرکت با مشتریان را به شرکت ها یا طرف های دیگر هم بفروشد یا خیر. دقت داشته باشید که این نتایج فقط برای شرکت های تجاری جذاب نیستند و برای نمونه، کارزارهای انتخاباتی نیز می توانند مشتری خوبی برای آنها باشند.

فیسبوک به دنبال بازارهای متفاوت

نگاهی به اقدام اخیر فیسبوک در تغییر سیاست حریم خصوصی واتس اپ، نشان دهنده آن است که این شرکت چشم به بازارهایی به جز ایالات متحده دوخته است. نگاهی به گزارش های مالی فیسبوک نشان می دهد دوران سود سرشار این شرکت در ایالات متحده تقریباً به پایان رسیده است. در مقابل، در هند که واتس اپ در آن اولین گزینه ارتباطی مردم در فضای سایبری است، فیسبوک موفق شده در سال های اخیر سود سرشاری به جیب بزند.

همچنین آمارها نشان می دهد تعداد کاربران فیسبوک در ایالات متحده و کانادا چند وقتی است روندی نزولی را طی می کند. از سوی دیگر، سختگیری های مختلف نهاد های گوناگون نظارتی در آمریکای شمالی و اروپا نیز فضا را برای جولان دهی فیسبوک تنگ تر کرده است. به همین دلیل، ظاهراً این شرکت تمایل دارد برای جبران این کاستی ها هر چه زودتر به سمت سود بیشتری که در نواحی دیگر دنیا انتظارش را می کشد، حرکت کند. اما سوال اینجاست با توجه به خشم عمومی از اقدام اخیر واتس اپ، آیا می توان انتظار داشت برنامه فیسبوک طبق نقشه پیش برود؟



واتس اپ در این ۲ هفته ده ها میلیون کاربر خود را از دست داده است



اقدامات جدید واتس اپ برای سودآوری بیشتر به ریزش کاربران آن منجر شده است

حریم مبهم

حفظ حریم خصوصی کاربران موضوع بسیار مهمی در دنیای مجازی به شمار می رود، به همین دلیل هیچ تعجبی ندارد هر از گاهی با جنجالی بزرگ در این زمینه روبه رو شویم. این بار هم نوبت واتس اپ بود که با یک اطلاعیه ساده، خشم بسیاری از کاربران را برانگیزد. واتس اپ مدتی پیش به کاربرانش اطلاع داد برخی داده های مشخص مثل توضیحات پروفایل کاربر، وضعیت ورود به اپلیکیشن، فهرست مخاطبان، خریدها و نیز اطلاعات مالی ممکن است در اختیار طرف های ثالث که احتمالاً کسب و کارها هستند، قرار بگیرد. این زیرمجموعه فیسبوک به کاربران اعلام کرد تا تاریخ ۸ فوریه (۲۰ بهمن) فرصت دارند یا با این سیاست جدید موافقت کنند یا دیگر از این برنامه استفاده نکنند. مجموعه شرایط مرتبط با حریم خصوصی واتس اپ بسیار طولانی و دارای انبوهی از عبارت های پیچیده است و به همین دلیل بسیاری از کاربران با استناد به سوابق نه چندان روشن فیسبوک این طور نتیجه گیری کردند که این روند احتمالاً به نقض حریم خصوصی در چت های خصوصی و رمزگذاری شده آنها با اعضای خانواده یا دوستان منتهی می شود. در ادامه نگاهی دقیق تر به این جنجال و ابعاد آن می اندازیم.



صالح سپهری فر مشاور کسب و کارهای نوآور



یکی از نکات مهم در اطلاعیه واتس اپ این بود که این تغییرات قرار نیست برای همه کاربران این پیام رسان روی دهد. تغییرات مذکور فقط برای نسخه تجاری اپلیکیشن است و کاربران ساکن در کشورهای عضو اتحادیه اروپا از این تغییرات مستثنا هستند

کنند. اما کاربرانی که چنین کاری نکرده اند و حساب واتس اپ شان به حساب فیسبوک شان متصل است، در واقع همواره تحت نظر فیسبوک هستند. متأسفانه فیسبوک دیگر این امکان را فراهم نمی کند تا کاربران این قابلیت را حذف کنند.

حدود ۳۴۰ میلیون هندی کاربر این واتس اپ هستند و به این ترتیب، هند رتبه نخست کاربران این اپلیکیشن پیام رسان را به خود اختصاص داده است. در نتیجه جای تعجبی نیست که اعتراض های اخیر نسبت به اقدام واتس اپ از هند شروع شد. هندی ها در واکنش به اقدام فیسبوک با هشتگ «واتس اپ» در تویتر خشم خود را نشان دادند. البته اعتراضات به کاربران هندی محدود نشد و افراد زیادی از دیگر مناطق دنیا به فیسبوک به دلیل سیاست های غیرشفافی که در قبال حریم خصوصی کاربران دارد، اعتراض کردند. پیامی که واتس اپ درباره سیاست جدید حریم خصوصی به کاربرانش داده بود، همه جزئیات را توضیح نمی داد. همچنین نبود گزینه ای برای نپذیرفتن جمع آوری داده های خصوصی موجب خشم بسیاری از کاربران شد و حتی بسیاری از آنها به پاک کردن حساب شان در واتس اپ روی آوردند.

کاربرد داده های کاربران برای واتس اپ

با توجه به این که در اطلاعیه واتس اپ از عبارت «طرف ثالث» استفاده شده، دقیقاً نمی توان گفت داده های کاربران قرار است برای چه کاری استفاده شود و در اختیار چه افراد یا شرکت هایی قرار گیرد. با وجود این، می توان حدس زد برندهایی که از طریق واتس اپ بیزینس با مشتریان شان در تعامل هستند می توانند برخی اطلاعات کاربر نظیر سوابق پرداخت، فهرست مخاطبان، تصویر پروفایل و موارد دیگری از این دست را برای شناخت بهتر سلیقه و نیازهای مشتریان در اختیار داشته باشند. ترکیب این داده ها با سامانه تبلیغاتی فیسبوک می تواند به شناسایی بهتر مخاطبان تبلیغات هدفمند کمک کند.



شروع ماجرا

در سال ۲۰۱۸، فیسبوک «واتس اپ ویژه کسب وکار» (Whatsapp Business) را راه اندازی کرد که این قابلیت را به کاربران می داد که با شرکت ها به طور آنلاین گفت وگو کرده و سوالات خود را مطرح کنند. همچنین امکان خرید و تراکنش مالی نیز در این نسخه از واتس اپ وجود داشت. تغییرات جنجالی شرایط حفظ حریم خصوصی که واتس اپ اعلام کرده، فقط برای کاربرانی که از طریق واتس اپ بیزینس با کسب وکارها تعامل داشتند اعمال می شود. خوب است بدانید این کاربران درصد کمی از کل کاربران واتس اپ را تشکیل می دهند. طبق آمارهای سال ۲۰۱۹ هر ماه ۴۰ میلیون نفر با یک کسب وکار از طریق این اپلیکیشن تعامل داشتند که درصد کمی از کل دو میلیارد کاربر واتس اپ را تشکیل می دهند.

در نتیجه گفت وگوهایی که با دوستان یا اعضای خانواده در واتس اپ داشتیم قرار نیست از حالت محرمانه خارج شود و همچنان حریم خصوصی آنها حفظ می شود. البته وضعیت برای کاربرانی که نگران دسترسی فیسبوک به داده های شان هستند خیلی روشن نیست و این برای خیلی از آنها مایه نگرانی شده است.

در سال ۲۰۱۶، واتس اپ این امکان را ایجاد کرد کاربرانی که تمایل به اشتراک داده های شان با فیسبوک ندارند، این قابلیت را حذف