



למי באמת אכפת

כך את משתתפי המחקר, עדיין כ־60% מהם בחרו להאמין כי פרטיותם בפייסבוק נשמרת.

את התופעה הזו ניסו החוקרים להסביר תוך שהם נשענים על עבודת מחקר של פרופ' ברנארד דבאטין מאוניברסיטת אוהיו. דבאטין טען כי ההתעלמות ממציאות של היעדר פרטיות מתאפשרת כי הרשתות החברתיות מספקות היטב צרכים בסיסיים כמו צורך בגיוון ובבידור, צורך במערכות יחסים ותמיכה בגיבוש זהות. סיפוק הצרכים הללו, בשילוב עם התפתחות הרגלים וטקסים הקשורים לשימוש ברשתות, מאפשר להדחיק סכנות ולהאמין כי אם קיימות השפעות שליליות, הן ודאי יחולו על מישור אחר. התיאור של דבאטין מזכיר את הידוע לנו על התמכרויות, שבהן יש אצל המשתמשים פער בין העמדות לבין ההתנהגות. המכרזים מודעים לסכנת השימוש, אך מבחינתם היא תיאורטית ולא תחול עליהם, ולכן אינה מחייבת שינוי בהרגלים.

אם יש "יד נעלמה" המכוונת על ידי התאגידים הגדולים ומשפיעה על השיח הציבורי, יש לה עניין רב לשמר את המרחב שממנו מרוויחים כולם. חשוב לחברות האינטרנט שנהרגש כי הרשתות החברתיות טובות לנו ולאנושות. חשוב לאתרי הסחר שנחוש שהמידע שבידיהם תורם לכך שהם מכירים אותנו, רוצים בטובתנו ומגיישים לנו את המוצרים והשירותים המתאימים לנו במיוחד. מומחי אבטחה ופרטיות קיימים כי הנחת הבסיס היא שיש אנשים רעים שמהם עלינו להתגונן. גוגל, פייסבוק ואמזון הם לא הבעיה, הם הפתרון. הם שומרים על האינטרסים ועל הפרטיות שלנו.

יותר מזה, הרשתות החברתיות נתפשות כפלטפורמה להקעת אויבים משותפים, וכמאפשרות לציבור לומר את דברו. כך למשל, אפשרו הרשתות החברתיות טיפול צודק ואגרסיבי בתופעת ההטרדות המיניות. קמפיין #MeToo לא היה מתקיים ללא פייסבוק. הרשתות מאפשרות גם להוקיע גנבים, נותני שירותים מעצבנים ובתי מלון שאסור לחזור אליהם. הן מספקות במה לחוכמת היחיד ולחוכמת ההמונים שלא היתה קיימת בעבר. אבל יש כאן טוויסט בעלילה. לרשתות החברתיות יש עניין בעיסוק מוגבר ואינטנסיבי בכל מה שקשור בשמירה על הפרטיות והמרחב האישי בעולם הפיזי, וכך להשאיר את הדיון בפולשנות ובחודרנות בעולם הווירטואלי מחוץ לתחום. כל עוד הן מספקות פלטפורמה לדיון ב"רעים" לסוגיהם, הן נשארות בצד של "הטובים". ביינתיים, גם כשנראה כי הרשתות סוגרות עלינו, אנחנו תומכים בתפישת העולם הזה, וממשיכים לגלוש לנו בכיף.

השנים האחרונות מפגישות שתי מוטיבציות עסקיות רבות עוצמה שהן לכאורה מנוגדות, אך למעשה משלימות זו את זו. האחת היא הניסיון להשתכלל בחזירה לתוך מחזור תיהם של אנשים; השנייה, המאמץ להתגונן מחזירה זו. גוגל, פייסבוק ואמזון מנסות לפצח את המוחות שלנו באמצעות ניתוח המידע העצום שאנחנו מזינים לרשת בהתנדבות מדי יום, בחיפוש, רכישה, הבעת עניין או אינטראקציה חברתית. כידוע, ניתוח המידע, ה"ביג דאטה", נהפך לנכס המרכזי של הארגונים הללו ושל ארגונים בכלל. ניתוח המידע מאפשר להם להכיר אותנו, ולשווק לנו באופן מדויק ומפולח. למעשה, ההיכרות עם המוטיבציות ותחומי העניין שלנו מאפשרת למפרסמים למשוך אותנו למחזות החשובים להם, בעוד שלרובנו נדמה שאנחנו השולטים במסע.

החזירה למוחנו אינה מסתיימת בניתוח הנתונים שאנו מזינים. יכולת מחשבתית המתפתחת תדיר מאפשרת, למשל, למה שמכונה "מצלמות חכמות" לזהות אותנו, ויש הטוענים שגם את מצבנו הרגשי. יכולות אלו של ראייה מחשבתית ולמידה עמוקה כבר מיושמות בעולם האבטחה. וכל זה עוד לפני שהתמכרנו ליכולות של מגוון הטכנולוגיות המכונות "האינטרנט של הדברים". יום אחד החיישן המותקן בספה יחוש שעלינו במשקל, ויעדכן את המקרר בצורך לחדש את מלאי החסה. מצלמת האבטחה בחדר השינה תזהה בעיות בתפקוד המיני, ותשלח את הרכב האוטונומי לכית המרקחת להצטייד בוויאגרה. העובדה שאין עדיין אלקטרודה שבחייבור פשוט לראש מייצרת פלט כתוב של מחשבותינו היא תוצר של אוזלת יד של המדע, ולא עדות לכוחה של האתיקה. בשל כך אנשים עדיין מדברים זה עם זה. מנהלים מראיינים עובדים, שופטים מנסים להגיע לצפונות הלב של נאשמים, ופסיכולוגים עוסקים בדיכוי מטופלים.

במקביל להתקדמותן של טכנולוגיות פולשניות, מתפתחת היכולת להגן על הפרטיות. פייסבוק וגוגל מציעות לגולשים פרוטוקולים להגנה על פרטיותם. אינספור חברות סייבר קמות כדי להגן מפני פלישות, גניבות מידע וחבלות. המומחים הם אותם מומחים. פורצי המידע של אתמול ב־8200 הם מומחי שיטור המידע של מחר. התעשייה אותה תעשייה, כולם מרוויחים, ובינתיים כולם מרוצים.

חוקרים בתחום האינטרנט מנסים להבין את פשר האדישות של הציבור בסוגיית הפרטיות ברשת. מתברר שרבים כלל אינם מודעים לכך שכל פעולה שהם מבצעים ברשת משמשת משהו למשהו. פרופ' ג'ניפר גולבק וחוקרים נוספים מהמעבדה לממשק אדם-מחשב באוניברסיטת מרילנד פרסמו ב־2016 בירחון Future Internet מחקר בנושא ומסקנתם היתה כי לא כל חברי הרשת החברתית מודעים לכך שהיא משתמשת במידע לצרכים מסחריים. גם כאשר יידעו

המומחים הם אותם מומחים. פורצי המידע של אתמול ב־8200 הם מומחי שיטור המידע של מחר. התעשייה אותה תעשייה, כולם מרוויחים, ובינתיים כולם מרוצים.

page

69