



سال‌های سال است، مدافعان حریم خصوصی در تلاش هستند از حقوق مصرف‌کنندگان دفاع کرده و مانع از آن شوند تا شرکت‌های بزرگ و به ویژه شرکت‌های تبلیغاتی به اطلاعات کاربران دست پیدا کنند. کمیسیون ارتباطات فدرال ایالات متحده موسوم به FCC قانون جدیدی را به تصویب رساند که به موجب آن از این پس ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی برای به‌اشتراک‌گذاری داده‌های مشتریان خود باید مجوز مربوطه را اخذ کنند.

در حالی که این قانون به ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی ابلاغ شده است، اما به احتمال زیاد از سال آینده میلادی به مرحله اجرا درخواهد آمد. به موجب این قانون ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی پیش از آن‌که اطلاعات حساس مشتریان خود همچون تاریخچه بازدیدها، نرم‌افزارهای مورد استفاده، مکان آن‌ها، محتوای ایمیل‌ها و هرگونه اطلاعات ارتباطی را به اشتراک قرار دهند باید مجوز صریحی را از آن‌ها دریافت کنند. این داده‌ها تا پیش از تصویب این قانون به راحتی در معرض دید قرار داشت، اما FCC تصمیم گرفت است به منظور حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان این قانون را به مرحله اجرا در آورد. تا پیش از تصویب این قانون ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی به شکلی آزاد می‌توانستند اطلاعات مشتریان خود را با شرکای تجاری خود به اشتراک قرار داده یا این اطلاعات را به فروش برسانند. اطلاعاتی که به احتمال زیاد به منظور تبلیغ محصولات و خدمات به مشتریان مورد استفاده قرار می‌گرفتند.

مطلب پیشنهادی



حریم خصوصی بر باد رفته؛ آن روی سکه بزرگ!

با تصویب قانون جدید دسترسی به اطلاعات در حوزه‌های پزشکی، مالی، شماره تامین اجتماعی و اطلاعات مربوط به کودکان با محدودیت‌هایی روبرو خواهند شد. ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی می‌توانند اطلاعاتی که در این طبقه‌بندی قرار ندارند را همچنان به اشتراک قرار دهند مگر آن‌که مشتریان به صراحت اعلام کنند که موافق نیستند اطلاعاتشان به اشتراک قرار گیرد. به موجب قانون جدید ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی موظف هستند مشتریان را در ارتباط با هرگونه اطلاعاتی که درباره آن‌ها جمع‌آوری کرده‌اند یا هر زمان هرگونه اطلاعاتی درباره مشتریان به‌روز

کرده‌اند، آن‌ها را مطلع سازند. تام ویلر، مدیر FCC پیش از این رای‌گیری گفته بود: «این اطلاعات مصرف‌کنندگان است. این مصرف‌کنندگان هستند که باید در ارتباط با اطلاعات خود تصمیم‌گیری کنند، نه این‌که الگوریتم‌ها تصمیم بگیرند چگونه باید از این اطلاعات استفاده شود.» این قانون ارائه‌دهندگان خدمات را مقید ساخته است که در ارتباط با ایمن‌سازی داده‌های حساس کاربران تهدیدات امنیتی مناسب را اتخاذ کنند. هرچند به جزییاتی در این مورد اشاره نشده و فقط به بیان دستورالعمل‌ها بسنده شده است، اما معنای قانون فوق این است که ارائه‌دهندگان خدمات باید اطمینان حاصل کنند روال‌های امنیتی به درستی مورد استفاده قرار گرفته و همچنین مسئولیت به‌روزرسانی این مکانیزم‌های امنیتی بر عهده آن‌ها خواهد بود. در صورت بروز هرگونه نقض امنیتی، ارائه‌دهندگان خدمات موظف هستند ظرف سی روز این موضوع را به اطلاع مشتریان خود برسانند.

مطلب پیشنهادی



ردیاب همراه آیا باتری اسمارت‌فون‌ها دشمن حریم خصوصی ما هستند؟

به لحاظ تئوری، این قانون در نظر دارد مانع از آن شود تا ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی به اجبار مشتریان خود را مجبور سازند اطلاعات خود را به اشتراک قرار دهند. FCC اعلام داشته است، این‌کار غیر قانونی خواهد بود. هر چند هنوز هم شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات اینترنتی می‌توانند به روش‌های دیگری مشتریان خود را مجبور به انجام این‌کار سازند، اما FCC گفته است: «مشترکان نباید مجبور باشند میان حق پرداخت شناور و حفظ حریم خصوصی خود یکی را انتخاب کنند.» به اعتقاد برخی از کارشناسان، این قوانین به اندازه کافی مبهم است که در آینده به رهبران این جریان اجازه دهد حریم خصوصی را نقض کنند.

تاریخ انتشار: