

آبل تتهم فيسبوك بتجاهل خصوصية المستخدمين



الجمعة 20 نوفمبر 2020 10:11 م

انتقدت شركة آبل نظيرتها فيسبوك لمحاولتها "جمع أكبر قدر ممكن من البيانات" من المستخدمين، قائلةً: إنها ستمضي قدماً في إطلاقها المزمع لميزة الخصوصية الجديدة على الرغم من اعتراضات صناعة الإعلان.

ووجهت مديرة الخصوصية العالمية في شركة آبل (جين هورفاث) الانتقادات في رسالة بعثتها إلى تحالف مجموعات الخصوصية، وطمأنتهم أنه لا تغيير فيما يتعلق بإطلاق الميزة، التي ستعطي المستخدمين القدرة على تقييد وصول المطورين إلى بيانات استخدام التطبيقات.

وقالت هورفاث: "لقد طورنا ميزة (شفافية تتبع التطبيقات) App Tracking Transparency لسبب واحد، وهو أننا نشارككم مخاوفكم بشأن تتبع المستخدمين دون موافقتهم، وتجميع البيانات، وإعادة بيعها بواسطة شبكات الإعلان، ووسطاء البيانات".

ودافعت هورفاث عن نهج شركة آبل في الإعلانات المستهدفة، والتي قالت: إنها تستند إلى التفاصيل الديموغرافية بدلاً من تتبع المستخدمين. وقالت: "لدى فيسبوك والآخرين نهج مختلف تمامًا في الاستهداف. فهم لا يسمحون فقط بتجميع المستخدمين في شرائح أصغر، بل إنهم يستخدمون بيانات مفصلة عن نشاط التصفح عبر الإنترنت لاستهداف الإعلانات".

وقالت هورفاث: "لقد أوضح المسؤولون التنفيذيون في فيسبوك أن هدفهم هو جمع أكبر قدر ممكن من البيانات عبر كل من منتجات الطرف الأول، والطرف الثالث لتطوير ملفات تعريف مفضلة لمستخدميهم وتحقيق الدخل من ذلك، ويستمر هذا التجاهل لخصوصية المستخدم في التوسع ليشمل المزيد من منتجاتهم".

وقد قُوبل هذا الادعاء بتوبيخ شديد اللاهجة من فيسبوك، التي اتهمت شركة آبل باستخدام مركزها المهيمن في السوق لتفضيل نفسها في جمع البيانات الخاصة بها، في حين تجعل من المستحيل على منافسيها استخدام البيانات نفسها. وقالت الشركة: "يزعمون أن الأمر يتعلق بالخصوصية، ولكنه يتعلق بالربح".

وأثارت ميزة (شفافية تتبع التطبيقات) - التي من المتوقع إطلاقها مطلع العام المقبل - موجة من الجدل منذ أن أعلنت آبل عنها في شهر حزيران/يونيو الماضي. وعند تفعيلها، سيحتاج أي تطبيق يعمل في أجهزة آيفون أو آيباد إلى طلب الإذن من المستخدمين قبل الوصول إلى بيانات معينة يمكن استخدامها لتتبعها عبر التطبيقات الأخرى. وتُسمى هذه البيانات (مُعرف المعلنين) وتخشى صناعة الإعلان أن يرفض المستخدمون الإذن، مما يضر بقدرتها على تخصيص الإعلانات.

وفي شهر أيلول/سبتمبر الماضي، وافقت شركة آبل على تأخير إدخال ميزة (شفافية تتبع التطبيقات) لمنح صناعة الإعلانات مزيداً من الوقت للاستعداد. ولكن هذا التأخير أثار احتجاجاً آخر من المدافعين عن الخصوصية الذين وجهت هورفاث رسالتها إليهم اليوم الجمعة.