البيانات واهميتها DATA and it’s importance

السلام عليكم

بمناسبة الحديث عن قانون الاتصالات الجديد أحببت ان اطرح موضوع البيانات الرقمية والبيانات الشخصية والمدارس الرئيسية حول العالم واطرح أي مدرسة يمكن ان تكون ملائمة للعراق, الموضوع كذلك له علاقة وثيقة ومترابطة مع فكرة الحكومة الالكترونية وكيف يمكن للعراق الاستفادة من تجارب الدول الأخرى للوصول لأفضل برنامج يناسب العراق وامكانياته .

يحلو للبعض من المتحمسين ان يصف البيانات الرقمية بانها النفط الجديد حيث أصبحت وقود الاقتصاد الحديث, انها سلعة ثمينة تباع وتشترى وتستثمر وخزين مهم للشركات الكبرى وللدول وحقيقة أصبحت البيانات اكثر أهمية من الموجودات الملموسة(Tangible Assets) وكما أوضح عدة باحثين كأمثلة ان شركة UBER اكبر شركة سيارات اجرة في العالم لا تملك أي سيارة اجرة او شركة ALIBABA اكبر شركة بيع تجزئة لاتملك أي سلعة او شركة AIRBNB اكبر شرك تأجير عقاري لاتملك أي عقار , كما الحال مع النفط في السابق فالسوق يكافئ الذي يغتنم الفرص منذ البداية.

في العام 2006 من اكبر 6 شركات قيمة سوقية كان هنالك 3 منها نفطية وواحدة تقنية ولكن في العام 2016 اصبح الرقم 5 رقمية وواحدة نفطية وهذا ليس لان قيمة الشركات النفطية كان مبالغا بها ,لكنها لم تتنبه لقيمة البيانات ولهذا السبب تخلفت عن الشركات الرقمية.
تبين لدى المختصين ان العلاقة بين الفرد والبيانات معقدة ومملؤة بالمشاكل وهذا مالم ينتبه اليه احد, فالإنترنت بدأت كقاعدة للحصول على المعلومات بدون مقابل ولكن تبين لاحقا اننا نعطي معلوماتنا الشخصية بدون مقابل لشركات أصبحت تسمى " سماسرة بيانات" (Data Brokers) تتاجر ببياناتنا الشخصية مقابل مبالغ هائلة ومن اكبر الأمثلة فضيحة شركة " Cambridge Analytica" التي تبين انها جمعت معلومات عن ملايين مشتركي ال " Face book " وباعتها لأحزاب سياسية لاستخدامها في الانتخابات, القت هذه الفضيحة أمثالها الضوء على دور السماسرة في الخطر الذي يمثلونه على العملية الديموقراطية وجعل الحكومات الغربية تبدا رحلة البحث عن مقدار قوة تأثير الشركات التكنولوجية على الافراد.

في أوج قوتها , كانت شركة Standard Oil تتلاعب بسعر الوقود ولكن الان فأن شركات التكنولوجيا لديها القدرة على التلاعب بعقلية الافراد.
العالم بدأ يعي قوة الانترنت وهنا بدأ الشك في حقيقة ان الانترنت أداة نقل معلومات كما بدا لنا لأول وهلة بل انه أداة تأثير جماعية وغير مأمونة العواقب وكذلك بدأ التساؤل هل تقوم شركات التكنولوجيا بوضع مصالحها الخاصة قبل مصلحة الزبون كما يجب ان يكون ومن هو الرقيب. المحصلة انه كما كانت شركات النفط ومازالت الى حد بعيد تتحكم في مصائر المجتمعات منذ بدايات القرن العشرين مما حدا بالحكومات الى الحد من جموح هذه الشركات عبر وضع القوانين والتعليمات للحد من قوتها لذلك فان كثيرا من الحكومات بدأت التفكير جديا في سن قوانين لتنظيم العلاقة بين الافراد والانترنت وكيفية المحافظة على بيانات الافراد من سوء الاستغلال لأغراض سياسية او تجارية.

لنستعرض كيف تتعامل بعض الدول مع حوكمة الانترنت وكيف تقوم بحماية الافراد وبياناتهم من الاستغلال وهنالك امثلة يجب على المشرع العراقي ان يأخذها بجدية , فأمريكا مثلا اخذت موقفا اقل ما يقال انه متحرر جدا بعدم اصدار أي قوانين تذكر او تعليمات الا ما ندر وحجة المشرع الأمريكي ان القوانين تكبل الشركات من الاستثمار الحقيقي في الابتكار والتطوير وهذا كان ملائما في بدايات عصر الانترنت ولكنه بدا بعد ذلك يؤدي الى كوارث من سوء استعمال الى استغلال الشركات لبيانات المستخدمين وكمثال واضح على ذلك فان المجهز او الناقل لخدمة الانترنت غير مسؤول عما يتم نشره على مواقعه هو خلال الخدمة التي ينقلها وهو خالي المسؤولية كليا عما قد يحث ذلك من ضرر على اطراف أخرى. كذلك فان المستخدم هو المسؤول عن معرفة حقوقه وعن البيانات التي يعطيها للمجهز وكلنا يعلم ان لا احد يقرا " Terms and Conditions" عند اشتراكنا في أي خدمة وهذا أدى الى كوارث .

اما فيما يخص الاتحاد الأوربي فانه لفترة ليست بالبعيدة كان يتبنى النموذج الامريكي في التعاطي مع بيانات الافراد واستعمالها من قبل الشركات من بيع وشراء واستغلال ولكن تحت ضغوط كبيرة من قبل منظمات المجتمع المدني وتعارض هذا التوجه مع قوانين حفظ الخصوصية الفردية بدا يأخذ موقفا اشد حزما ففي منتصف عام 2018 بدا العمل بقانون EU, General Data Protection Regulation. وهو قانون ملزم لجميع دول الاتحاد الأوربي ومن اهم خواص هذا القانون هو ان المشترك في السابق كان مسؤولا عن تثقيف

نفسه بمخاطر إعطاء بياناته الى المجهز عند الاشتراك مثلا في خدمة الانترنت او شراء أي سلعة عبر الانترنت, ولكن بعد تفعيل هذا القانون اصبح المجهز هو المسؤول عن خصوصية المستهلك سواءً افرادا او شركات وحمايتها من السرقة او الاستغلال وانبرى كثير من الخبراء الى المطالبة بزيادة شروط السرية والمحافظة على بيانات المستهلك اذ انهم يروون ان القانون ليس بالقوة الكافية لحماية المستهلك وخاصة انه يوجد كثير من الثغرات به خاصة فيما يخص الشركات العاملة خارج الاتحاد الأوربي ولكن على كل حال هي خطوة في الاتجاه الصحيح.

اما في اسيا وهنا يجب ان نعي ان مستقبل الانترنت سيكتب هنا, فالهند والصين كأكبر سوقيين للأنترنت في العالم فالصين لديها 771 مليون مستخدم والهند لديها 481 مليون مستخدم بالإضافة الى ذلك فأن هذين البلدين يستحوذان على ما يقارب من 40% من سوق الهاتف النقال عالميا وكأسواق خام فهذا يعطيها فرصة اكبر للقفز سريعا الى المستقبل والاستفادة من خبرات الاخرين وهذا ما كنا نأمله للعراق فثلا تم طرح فكرة الانتقال من مرحلة الهاتف الأرضي الى FTTx بدون المرور بالمراحل التي مرت بها دول كثيرة والقفز للمستقبل وكانت رومانيا احدى هذه الدول وتجربتها يحتذى بها ولكن مع الأسف لم تكن هنالك إرادة حقيقية للقفز بالعراق الى المستقبل. لنأخد الصين وكمثال فالمعروف انه حتى عام 2013 كانت الصين تتعامل بالنقد في معظم تعاملاتها ولكنها استطاعت ان تقفز باستعمال التكنولوجيا الحديثة الى حجم تعاملات وصل 9 تريليون دولار سنة 2018 باستعمال Mobile Payment وتجاوزت الجميع باستعمال التكنولوجيا الحديثة حتى أمريكا التي لم يتجاوز حجم التعاملات ب ال Mobile Payment في سنة 2018 الى 40 مليون دولار فما زال الكارت البلاستيكي هو المسيطر فالتقدم التكنولوجي يمثل حزمة من الإمكانيات للدول النامية.

الان لنرى كيف يرى المشرع حوكمة الانترنت في الصين والهند وكيف يشرع للمحافظة على خصوصية المستهلك وحماية معلوماته ؟ الامر المدهش ان كل بلد ذهب في طريق مختلف كليا عن الاخر فبينما الصين ذهبت باتجاه السيطرة التامة على المحتويات والاستعمال وحتى خزن المعلومات تحت شعار " Cyber-Sovereignty" أو " الاستقلالية السبرانية" فالحكومة الصينية حاولت عزل الفضاء السبراني في الصين عن الشبكة العالمية المفتوحة بهدف السيطرة على ما يمكن لمواطنيها من نشره او الولوج اليه واكملت بناء " The Great firewall" لمنع مواطنيها من الولوج الى صفحات خارجية (كل هذا تطرقنا اليه في مقال

سابق) ولكن هنالك نقطة جديدة مثيرة للتنويه عنها وهي ان الصين ستبدأ العمل بهوية رقمية مشابهة وموازية للهوية الوطنية العادية وسيحتاجها المواطن لإكمال معاملاته كفتح حساب مصرفي او حتى التقديم على تراخيص خاصة وهذه الهوية الرقمية تمثل رصيدك الاجتماعي فالموطن يحصل على نقاط مثل التقنين للطاقة او الإبلاغ عن اشخاص او جهات معادية للبلد وهكذا وعلى العكس يتم سحب نقاط من المواطن ان دخل على صفحات اجنبية على الانترنت او تعاطى مع اشاعات ضد الدولة ...الخ والصين تبرر ذلك على انه حفاظ على الدولة وعلى المعلومات الشخصية وقد قامت الصين بطرح قانون حماية المعلومات الشخصية قبل فترة وهو مشابه الى حد كبير لما طرحه الاتحاد الأوربي ولكن بصرامة اكثر وحذر اكبر والاهم ما فيه ان جميع المعلومات المخزنة يجب ان تبقى داخل الصين. تفتخر الصين انها دولة متقدمة على الجميع في حماية مواطنيها وانها في نفس الوقت تدعم الشركات الصينية في هذا المجال بسخاء وساعدتهم على النجاح والتوسع بحيث أصبحت بعض شركاتها تضاهي الشركات العالمية مثل Ali Baba و Baidu و Tencent بالإضافة الى ان السيطرة التامة على المحتويات والمشور فانه ليس بالسهولة لاي شركة اجنبية ان يكون لها تاثير على سياسة المواطن وستكون الصين مثالا يحتذى به من قبل كثير من دول العالم الثالث أي دولة بوليسية تكنولوجيا.

أما بالنسبة للهند فبدلا من العمل كدولة بوليسية تكنولوجيا وبدلا من استيراد نموذج خارجي فقد أقدمت الحكومة على بناء نموذج خاص بها من الصفر يناسب الشعب الهندي ويحمي خصوصية المعلومات الشخصية ويعطي المواطن حرية التصرف بمعلوماته الشخصية وبدلا من تضع الموضوع بيد شركات خاصة تتحكم بهم فقد عمدت الحكومة ان تجعلها منظومة عامة واكبر مثال على ذلك هو ما قامت به الهند ابتداءً من العام 2009 حين قررت الحكومة البدا بالعمل بالهوية الوطنية الرقمية حيث كان العمل ورقيا لحين ذلك التاريخ وكان مشحوناً بالأخطاء والفساد بالإضافة الى انه نظام غير موثوق المعلومات خاصة فيما يخص العمر او الدخل او الوظيفية او الحالة الاجتماعية لذا بدت الحاجة الى نظام متطور وهنا قررت الحكومة اخذ المبادرة وقد وفر هذا النظام مليارات الدولارات من قطع دابر الفساد الى الغاء الوسطاء في المعاملات هذا ما عدا انه حقق عدالة اجتماعية الى حد بعيد, المغزى من كل ذلك ان الهند اكدت ان البنية التحتية الرقمية هي ملك للكل وليست حكرا على شركات معينة وهذا بنظرهم احد أوجه العدالة الاجتماعية.

أن الهوية الرقمية او المعلومات الشخصية هي أساس الثقة بين المجهز والمستخدم وهنا نستطيع القول ان اكبر شركتين في العالم لديهم هذا الكم الهائل من المعلومات هما Google و Facebook وما يجعل هاتين الشركتين بهذه القوة هو قدرتهم على جمع هذا الكم من المعلومات الشخصية واستعمالها للتأثير على المستخدمين تجاريا او سياسيا اما الهند فعندما بدأت العمل بنظامها الرقمي فان الحكومة قد استثمرت وأكدت انه لا يوجد أي استهداف تجاري او سياسي لذا لا توجد أي دعاية تجارية من خلال هذا النظام لذا فالمعلومات الشخصية لا تستعمل الا لما صممت له وهو التعريف بالشخص والتأكد من هويته وانا ارشح النموذج الهندي لاستعماله في العراق ان كانت الحكومة جادة في العمل على حفظ خصوصية المواطنين بالإضافة الى الفوائد الكثيرة الأخرى من قطع الفساد والاحصاء وغيره من الفوائد وسأحاول قريبا نشر النموذج الهندي بتوسع ليطلع عليه الاخوة.

مصعب الشيخ علي