

بسم الله الرحمن الرحيم

حریم راز



در دو مقاله گذشته کوشیدیم تا ماهیت و نحوه کارکرد رسانه نو و قدرتمند، اینترنت را تبیین کنیم دیدیم که کاربران تازه‌وارد مثل مهاجران اروپایی آمریکا با جهانی بکر و آزاد که هند می‌پندارندش، روبرو هستند و برای رسیدن به امیال روبه‌قله در این مدینه فاضله می‌تازند غافل از اینکه پا در قهقرای ضلالت نهاده‌اند و روزبه‌روز در هزارتوی اغواگر اینترنت بیشتر سردرگم می‌شوند.

دیدیم که رسانه، یگان اغوایی را در اسب چوبین تروا در قالب موهبتی، پنهان کرده و دژهای اذهان را فتح می‌کند و ماهیت شیطانی خود را در ردایی ارشادی می‌پوشاند.

شاید از زمان بی‌زمانی، از آغاز وجود راز وجود داشته است اگر بخواهم شک را به‌یقین تبدیل کنم به درازای عمر آدمی راز وجود داشته است. راز، حقیقتی است که انسان تمایل به انتشار آن ندارد. گاهی انسان‌ها برای اسرار خود ارزشی در حد جان خود قائل‌اند.

امروز در عصری که با نام عصر ارتباطات از آن یاد می‌شود بیش از آنکه به حفاظت اطلاعات پرداخته شود به انتشار اطلاعات پرداخته می‌شود. امروز اینترنت پیش از آنکه حتی ما بتوانیم خود را با آن وفق دهیم در زندگی ما نفوذ کرده است بطوریکه رشد اینترنت در همین ده سال گذشته به قدری بوده که با کمی فکر می‌بینم حتی تصورش هم نمی‌کردیم (!) رایانه خانگی، رایانه محل کار، لپ‌تاپ، موبایل، گجت

گیم، تبلت، تلویزیون و... همه و همه دسترسی ما را به اینترنت سریع‌تر و راحت‌تر کرده‌اند ولی شاید عبارت «دسترسی ما را به اینترنت سریع‌تر و راحت‌تر کرده‌اند» درست نباشد به نظر من عبارت را چنین اصلاح کنیم: «دسترسی اینترنت را به ما راحت‌تر و سریع‌تر کرده‌اند»

انسان به عنوان موجودی هوشیار دارای حافظه‌ای و به تبع آن محفوظاتی است. همان‌طور که انسان علاقه به اشتراک بعضی حقایق دارد از طرفی می‌کوشد محفوظاتی را به دلایل شغلی، فردی، اجتماعی و نیز پنهان نگاه دارد که حدود مرز این اطلاعات پنهان با توجه به فاکتورهایی مثل روحیات، شغل، جامعه، فرهنگ، دین و... متفاوت خواهد بود که به این حقایق کاملاً پنهان راز می‌گوییم. گاهی نیز این حقایق به صورت طبقه‌بندی‌شده قابل انتشار خواهند بود که حلقه‌ای از افراد مشخص و امین به اطلاعاتی مشخص از فردی دسترسی دارند که این حلقه مشخص را حریم خصوصی می‌نامیم، مرز و محتوای آنچه خصوصی قلمداد می‌شود بسته به اشخاص و فرهنگ‌ها متفاوت خواهد بود.

در مقاله گذشته دیدیم که رسانه‌ها برای عبور از دروازه‌های ذهن از تکنیک اسب تروا استفاده می‌کنند، دیدیم که ذهن انسان نسبت به ورود گزاره‌های غیرخودی حساسیت نشان می‌دهد از ویژگی‌های دیگر وجود آدمی محافظت از اطلاعاتی است که محرمانه تلقی می‌کند، حدود آنچه محرمانه خوانده می‌شود بستگی به عواملی چون روحیات، سن، قومیت، جامعه و مذهب خواهد داشت.

اطلاعات انسان‌ها به‌عنوان ارز ارزشمند عصر جدید هستند که ذهن همواره سعی در محافظت از گاو صندوق محرمانه آن دارد بطوریکه هرگونه اجازه دسترسی در ورودی و خروجی را مورد بررسی قرار می‌دهد تا در حین پرسش و پاسخ‌ها سهواً اطلاعاتی منتشر نشود به‌طور اعجاب‌انگیزی ذهن حتی اطلاعات و گزاره‌هایی که با توجه به مخاطب (زنجیره مخاطبان) منجر به کشف زنجیره‌ای رازها می‌شود را نیز مراقبت می‌کند.

اطلاعات یک انسان هوشمند به دو دسته عمومی و خصوصی تقسیم می‌شود هرچند تمام این اطلاعات از روزمره‌ترین آن‌ها دارای ارزش اطلاعاتی هستند ولی غالباً آنچه راز تلقی می‌شود بنا به دلایل شغلی، اجتماعی و... از اهمیت خیلی بیشتری برخوردار هستند.

ذهن انسان به دلیل منطق و ساختار محافظ کارانه باز سد راه رسانه نو (اینترنت) قرار دارد که برای رشد از جنبه‌های اجتماعی و عمومی به حد زیادی از اطلاعات نیازمند است، به‌بیان‌دیگر این فرزند جدید رسانه برای رشد خود و تامین اهداف پدرانیش نیاز به رابطه با اجتماع و دستیابی به اطلاعات دارد، هرچند اطلاعات سطحی و روزمره که غالباً کم‌اهمیت تلقی می‌شوند در حجم گسترده پراهمیت خواهند بود ولی خوشبختانه انسان دیروز نسبت به باز نشر اطلاعات در فضای مجازی بی‌اطمینان بود و سعی در حفظ حریم خصوصی داشت.

بار دیگر رسانه در برابر این ساختار منطقی و مستحکم ذهن بازنایستاد و دست به چاره زدند، این بار با تبلیغات گسترده در رسانه‌های یک‌طرفه (تلویزیون، سینما و...) تعریف و مفهوم کلیدی حریم خصوصی را دست‌خوش تغییر قراردادند.

موج تغییرات در حریم خصوصی با سیاست‌های حفاظت از حریم خصوصی با ایده «کاسه داغ‌تر از آش» توسط خود غول‌های اینترنتی با فشار دولت‌ها کلید خورد به نحوی که خود شرکت‌ها برای القای فضای امن و حریم خصوصی و لزوم حفظ آن و با تعریف قوانینی که گاه در ظاهر دست و پای خود را می‌بستند، فضایی امن در چارچوب آنچه حریم خصوصی خوانده می‌شد را رقم زدند، حالا کاربر خام، اطلاعات را فقط با سروری به اشتراک می‌گذارد که چشم و گوش بسته معرفی می‌شود.

فاز دیگر تغییر مفهوم حریم خصوصی القای بی‌بندوباری در قالب اشتراک‌گذاری بود به این شکل که با پوشش اشتراک اطلاعات برای گسترش ارتباطات در فضای مجازی، کاربران ترغیب به اشتراک‌گذاری‌ترین اطلاعات تا خصوصی‌ترین آن‌ها می‌شوند تا آنجا که درجه اشتراک‌گذاری و تابوشکنی در حریم خصوصی نشان از سطح روشن‌فکری و ارزش یک انسان شد. کم‌کم امروز به نقطه‌ای رسیده‌ایم که در قالب همان قوانین حریم خصوصی و با همان ذهن مراقب تقریباً تمام اطلاعات را بدون تفکیک و طبقه‌بندی با اختیار و تمایل کامل در فضای مجازی به اشتراک می‌گذاریم.

درواقع حریم خصوصی دچار نوعی استحاله شده است بدین معنا که تعاریف از بنیان‌ها تغییر داده شده است. به نحوی که آنچه ضد امنیت است هم‌اکنون در ردای حریم خصوصی درآمده است! فرای القای تحسین‌برانگیز حس امنیت در ردای حریم خصوصی در فضای مجازی ما شاهد تشویق به اشتراک اطلاعات بدون طبقه‌بندی در پوشش آزادی اندیشه نیز هستیم.

تکنیک دیگر غول‌های اینترنتی و شرکت‌های بزرگ تکنولوژی، حرکت به سمت یک «اکوسیستم واحد» بود به این‌گونه که تمام حیات مجازی و نیازهای کاربر اعم از نیاز به نرم‌افزار (در سطح سرور، دسکتاپ، موبایل و گجت‌ها و...)، نیاز به سخت‌افزار (تجهیزات زیرساخت شبکه، سرورها، دسکتاپ‌ها، لپ‌تاپ‌ها، موبایل و تبلت و سایر گجت‌ها)، نیاز به سرویس‌های برخط (موتور جست‌وجو، ایمیل، فضای ذخیره‌سازی، شبکه‌های اجتماعی، پیام‌رسان، ابزارهای مدیریتی، خانگی و دفتری و دیگر سرویس‌های کاربردی) را فقط یک شبکه به هم‌پیوسته با مدیریت واحد پاسخ دهد.

در این شیوه برخلاف روش‌های قدیمی که سوداگران اطلاعات مجبور بودند اطلاعات را با تکنیک‌های متفاوت شنود به‌طور ناقص، پراکنده و بدون دست‌بندی مشخص با دردسر از بانک‌های اطلاعاتی متفرقه جمع‌آوری کنند، به راحتی با یک بانک اطلاعاتی جامع با حجم فراوانی از اطلاعات دسته‌بندی‌شده قابل‌اتکا باقابلیت تطابق دسترسی دارند. امروز تقریباً تمام شرکت‌های بزرگ با تصاحب سهام استارت‌آپ‌های کوچک، شرکت‌های مرفقی و نوظهور و یا به‌روزرسانی‌های اعجاب‌انگیز و معرفی ویژگی‌ها و سرویس‌های جدید، چنین هدفی را دنبال می‌کنند؛ که با کمی توجه در خدماتی که یک شرکت فقط با یک اکانت

(شناسه) در اختیار ما می‌گذارد متوجه حجم اطلاعاتی که سرورهای چشم و گوش بسته می‌داند می‌شویم.

آنچه تا اینجا برشماردیم تنها ابعاد قانونی و عمومی سرقت اطلاعات بود البته شاید نام سرقت کمی زیاده‌روی باشد، با توجه به آنچه گفته شد این فرآیند، نوعی جمع‌آوری اطلاعات با اقبال عمومی از طریق استحاله در تعاریف امنیت، حریم خصوصی و آزادی اندیشه توسط سرویس‌های بزرگ اینترنتی است.

ابعاد جمع‌آوری اطلاعات به‌طور مخفیانه توسط آژانس‌ها و سازمان‌های امنیتی با پوشش تامین امنیت و مقابله با جریان‌های تروریستی در حقیقت و مجاز با سطح دسترسی‌های فراقانونی و دولتی به‌صورت عمومی و خصوصی هنوز به‌طور کامل شناخته‌نشده است ولی زمره‌های بسیار وحشتناکی از کیفیت و کمیت اطلاعاتی که با روش‌های شنود اطلاعات توسط سرورها و دیتاسنترهای میانی و خطوط ارتباطی به گوش می‌رسد که تن هر دغدغه مندی را به لرزه وا می‌دارد.

در این دزدبازار که در پس پوشش وسوسه انگیز امنیت و حریم خصوصی از مفاهیم و مبانی و قوانین تا سخت‌افزار و نرم‌افزار و سرویس همه و همه سوداگر سیاست‌های آژانس‌های اطلاعاتی هستند مفهوم امنیت و حریم خصوصی مطلق افسانه‌ای بیش نیست ولی با راهکارهایی می‌توان دایره دستیابی به اطلاعاتمان را کوچکتر کنیم ، راهکارهایی چون :

استفاده از سخت‌افزارهای مطمئن ؛ تشخیص و دسترسی به چنین سخت‌افزاری بسیار سخت خواهد بود و با توجه به اینکه تمام سخت‌افزارهای دسترسی تا سرویس دهنده توسط خود ما قابل انتخاب نیست تقریباً غیرقابل دسترس خواهد بود ، بیشتر این وظیفه بر عهده شرکت‌های سرویس دهنده و دولت‌ها خواهد بود .

استفاده از نرم‌های متن باز ؛ بطور جدی پیشنهاد می‌شود که از نرم‌افزارهای متن باز استفاده کنید (از سیستم عامل تا برنامه‌های روزمره) چرا که ماهیت و فرآیند کاری نرم‌افزار قابل بررسی و مشاهده است درمقابل نرم‌افزارهای منبع بسته چون هندوانه ای در بسته با ظاهری فریبنده برادریشان ثابت نشده است و حتی بعضاً دشمنیشان ثابت شده است .

و مهم‌ترین راهکار آن است که نسبت به فعالیت‌های خود در فضای سایبر خودآگاهی داشته باشیم و در شطرنج دشمن بازی نکنیم ، نسبت به مفاهیم امنیت و حریم خصوصی آگاه باشیم و در جو اغوایی انتشار بی‌حدومرز دچار بی‌وزنی نشویم و برای اسرار و حتی اطلاعات روزمره خود ارزش قائل باشیم .

مصطفی

www.Rahro14.ir

mostafaasadi73@gmail.com