غوغل في أوروبا: لماذا نستخدمها وننتقدها؟

لويس كودينا؛ ميغيل نافاس فرنانديث (تعقيب)

الملخص:

يعرض المقال نقاشًا بين رأيين بشأن الموقف من غوغل في أوروبا، والعلاقة بين جودة الخدمات ومجانيتها والخصوصية والاحتكار. ويرى صاحب المقال أن النقد الشعبي قد يتسم بالتناقض مع الاستخدام الطوعي ووجود البدائل، ويدعو إلى تنويع الأدوات والابتكار وتحسين القوانين والرقابة. ويقابله تعقيب يؤكد أن استخدام الخدمة لا يسقط حق نقدها، وأن انتشارها ومعالجتها بيانات غير مستخدميها يفرضان مسؤوليات وحماية ومساءلة متناسبة. ويتناول الطرفان اقتصاد الإعلان والاعتماد على المنصات وحدود الاختيار وأدوار السلطات. ويحافظ العرض على اختلاف الحجج ونسبتها إلى أصحابها، دون دمجها في موقف واحد. وتبقى الأمثلة والأنظمة والبدائل في سياقها التاريخي، بينما يفتح النقاش أسئلة عن القوة الرقمية والقيمة التي يدفعها المستخدم والتحكم في المعلومات.

الكلمات المفتاحية: غوغل، الخصوصية، الاحتكار الرقمي، المنصات، نقد التقنية

مقدمة:

ليكن واضحًا أولًا أنني معجب بمنتجات (Google)، للسبب الغريب المتمثل في أنها تعمل جيدًا جدًا ومجانية. أما الشركة نفسها فلا موقف لي معها أو ضدها، وإن كنت أميل إليها لأنها تخلق وظائف. وبالمناسبة، لا أعرف عنكم، لكن لا أحد يجبرني على استخدامها. أما الموضوع: ربما كان تصوري خاطئًا، لكن ألا نشهد في أوروبا موجة هستيريا مناهضة لغوغل؟

معطيات تسبق بحث المسألة:1.خدمات (Google) مجانية، على الأقل الخدمتان الأشهر: محرك البحث والبريد، ومعهما كثير من (Maps) إلى الترجمة و (Analytics)، لكن لنتوقف هنا.

2.استخدام (Google) ليس إلزاميًا حتى اليوم.3.لخدماتها بدائل، ويا للمفاجأة، هي مجانية أيضًا.

مقاربة أولى:

بالنظر إلى 1 و 2، أو 1 و 3، فضلًا عن الثلاثة معًا، لا أرى كيف يعلن أحد أنه يستخدم (Google) ويكرهها، ثم يطلب منا اعتباره متسقًا. وأخشى أن لا علاقة لذلك بمدى وفائها بالتزاماتها الضريبية أو بسياساتها تجاه الموظفين، وهما عاملان اجتماعيان واقتصاديان جديران بالنقد أو التأييد إن أحسنت. فإذا تهربت (Google) وغيرها من الضرائب، فالسبب أن قوانيننا الإسبانية أو الأوروبية تتيح ذلك. والمطلوب تغيير القوانين، وإلا فعل الآخرون مثلها إن لم يكونوا يفعلون. المشكلة هنا تشريعاتنا، وليست (Google). ومن جهة أخرى يبدو العمل فيها امتيازًا، على الأقل في هذا الزمن مقارنة بالشركات «العادية»، فلا يبدو هذا وجه الاعتراض أيضًا.

مقاربة ثانية:

يبدو أن الولايات المتحدة لا تشعر بحاجة خاصة إلى كراهية (Google)، ربما لأنها موطنها ولديها عقد أقل، لكن أساسًا لأنها تستخدم خدمات أخرى أكثر.

قد يقول أحدهم إنني أضل الطريق وإن المشكلة الحقيقية الخصوصية. عندئذ نعود إلى النقاط 1-3 ويبقى الوضع كما هو. فضلًا عن أن التعامل مع هذا الكم من البيانات يجعل مشكلات الخصوصية شبه حتمية. والشد والجذب بين الشركات التي تدير بيانات حساسة والسلطات أمر عادي، وليس علامة سيئة؛ فالشركات تبتكر، والسلطات تضبط الصالح العام ومصلحة المستخدم. ولا يبدو توزيعًا سيئًا للأدوار: تبتكر الشركات طرائق لتنقيب البيانات، وتفحصها السلطات وتخضعها للرقابة. ثم يأتي الشد والجذب والعقوبات إن لزمت، وتستمر الحياة. ويبدو أن هذا سيزداد في المستقبل؛ فالتقنية تكشف حياتنا أكثر، ولو لم نرغب. وإن أحسنت السلطات أداء دورها، زادت أيضًا دقة الرقابة وحماية الخصوصية، ومن ثم النقاشات والتقاضي والغرامات عند الحاجة. وهذا يرضيني، وأؤيد إثقال الشركات المخالفة لقوانين حماية البيانات بالغرامات. لكن التقاضي علامة العصر خيرًا أو شرًا، وتعاقب اليوم شركة أمريكية وغدًا إسبانية. ولم نكن، فيما أعلم، في مجتمع مثالي قط.

لعل المطلوب أن نبدأ في أوروبا بكسر الاعتماد شبه الحصري على غوغل، فكيف لو ابتكرنا وقُدنا التقنيات؟ لنضف الآن محركات أخرى إلى أدواتنا، مثل (Bing) و (Yahoo) و (Ask) و (DuckDuckGo). ; ; ;

أرى أن نفور الناس من شركة تنجز كل شيء جيدًا ومجانًا سيبقى ظاهرة في علم النفس الاجتماعي جديرة بالدراسة. وقد يعترض بعضهم: ألا تعرف أن المستخدمين هم سلعة (Google) الحقيقية؟ بلى، وأشرح لطلابي ذلك لئلا ينخدعوا؛ فهي تبيع للمعلنين وقت الانتباه ومعرفتها بالمستخدمين. لكن أليس هذا عمل وسائل الإعلام التقليدية، من الصحافة إلى الراديو والتلفزيون؟ وبصراحة أستغرب أن يكون هذا، مثل الضرائب، سبب نفور الجمهور العريض؛ أتفهمه مصدر شك لدى بعض المثقفين، لا أكثر. وأسمع شكوى: الهاتف بنظام (Android) يجبرك على منتجات (Google). حقًا؟ أأنت مضطر لشراء (Android) مع أنك لا تريدها؟ أين المنافسة؟ ألا توجد هواتف (iOS) و (BlackBerry) و (Windows) و (Ubuntu)؟ أتخيل الرد: المنافس أغلى أو أقل فائدة، فأنا مجبر على شراء الأفضل! هاها، لنتوقف هنا. لعل هذه أقل ملاحظات (ThinkEPI) تقديمًا لإجابات، إذ لا أقدم إلا الحيرة. لكنها قد تساعدنا إما على التخلي أخيرًا عن الاعتماد شبه الحصري على غوغل فلا نحتاج الكراهية بل ربما نشعر بالامتنان، وإما على اكتشاف مؤامرة خفية تبرر النفور من الشركة التي تحسن عمل الإنترنت منذ سنوات طويلة، وبالمجان فوق ذلك.

لويس كودينا

* * *

تعقيب: ميغيل نافاس فرناندیث:

لا أتفق مطلقًا مع لويس كودينا. فجودة خدمات (Google) ومجانيتها، وعدم إلزاميتها، مع صعوبة الاستغناء عنها مثلًا لحامل (Android)، ووجود بدائل مجانية غير إلزامية أقل انتشارًا وأضعف عادةً، لا يعني أن تتخلى سلطات الإنترنت والخصوصية وحماية البيانات عن عملها، أو أن نفقد حق نقدها لأننا نستخدمها. أخشى أنني، وفق مقاربتك الأولى، غير متسق؛ فأنا أستخدمها يوميًا وأحب خدماتها ولا أكرهها، لكن ذلك لا يمنعني من رؤيتها محتكرة ومفرطة الحضور في حياتنا. كما لا أرى منطقًا في تبرير مخالفتها القوانين لضعفها، أو لأن غيرها يفعل بقدر استطاعته. طبعًا يجب تحسين القوانين وإنفاذها، لكن الشركات الأكثر مخالفة وإضرارًا بحياد الشبكة والأشد احتكارًا تستحق نقدًا أشد يتناسب مع حجم تأثيرها.

وأضيف أن (Google) وغيرها تؤثر فينا حتى إن لم نستخدمها، لأنها تعالج وتخزن وتنشر البيانات الشخصية التي تجدها على الويب. ومجرد معالجتها، ولو لم تُنشئها، يفرض الامتثال لأحكام الخصوصية وحماية البيانات. ولا توجد في الولايات المتحدة سلطات حكومية مستقلة لحماية البيانات، بخلاف دول الاتحاد الأوروبي وكندا وبعض دول أمريكا اللاتينية. ولا تحظى الخصوصية هناك بالأهمية الاجتماعية والحكومية نفسها، وتتعاون الحكومة وثيقًا مع (Facebook) و (Google) لتسليم البيانات، لأن قانونها يسمح. فلا أراها قدوة هنا. أتفق على أن المستخدمين يمنحون الاحتكار ويملكون التنويع، لكن من الصعب اليوم في إسبانيا تجنب (Google) لمن يريد أفضل الخدمات. ندفع ثمنها، ولا يعفيها ذلك من الرقابة. ليست المسألة هستيريا، بل فهم حجم المشكلة. وقد أصبحت (Google) كناية عن «الإنترنت» أو «محرك البحث»، مثل التسمية غير الدقيقة «ضريبة غوغل»، فيزيد ذلك النار اشتعالًا.

ميغيل نافاس فرناندیث