

Η μεγαλύτερη επιτυχία του Facebook: Μας έμαθε να μη νοιαζόμαστε για την ιδιωτικότητά μας

05/Φεβ/2019 15:18

Του Kalev Leetaru

Η σημασία του Facebook για τον σύγχρονο κόσμο και για την καθημερινότητά μας είναι τώρα τόσο εδραιωμένη, που πλέον δεν έχουμε τη δυνατότητα να το διαγράψουμε, ακόμη κι αν το θέλαμε. Μεγάλο μέρος της δύναμής του έχει χτιστεί πάνω στη σταθερή διάβρωση των κοινωνικών κανόνων για την ιδιωτικότητα, ενθαρρύνοντάς μας να μοιραζόμαστε όλο και περισσότερο τις ζωές μας με όλο και περισσότερο κόσμο. Τα κέρδη-ρεκόρ της εταιρείας και η συνεχής ανάπτυξή της μετά τα περσινά σκάνδαλα παραβίασης προσωπικών δεδομένων δείχνουν ότι το Facebook έχει υπάρξει εξαιρετικά επιτυχημένο σε αυτόν τον τομέα. Μήπως απλώς δεν νοιαζόμαστε για την ιδιωτικότητά μας και την ασφάλειά μας online;

Ένα από τα πιο υπαρξιακά ερωτήματα του σύγχρονου κόσμου είναι γιατί ως κοινωνία έχουμε αποδεχτεί τη σταθερή διάβρωση των ψηφιακών μας δικαιωμάτων και την απώλεια της έννοιας της ιδιωτικότητας.

Οι "ψηφιακοί μας ηγέτες" έχουν μεταμορφώσει έναν κόσμο στον οποίο η ιδιωτικότητα κάποτε θεωρούνταν ως ένα ιερό ανθρώπινο δικαίωμα σε έναν άλλο κόσμο στον οποίο η ιδιωτικότητα θεωρείται ως ένα ξεπερασμένο λείψανο μιας περασμένης εποχής.

Σήμερα, όσοι επιλέγουν να μη δημοσιοποιούν την κάθε τους σκέψη στον κόσμο μέσω των social media θεωρούνται παλιομοδίτες που αρνούνται να μπουν στην ψηφιακή εποχή. Όσοι επιλέγουν να μοιράζονται τις σκέψεις τους και τις εικόνες τους μόνο με τους φίλους τους και την οικογένειά τους θεωρούνται κωμικά παρανοϊκοί και χωρίς επαφή με τον σύγχρονο κόσμο.

Πώς φτάσαμε όμως εδώ;

Είναι δύσκολο να φανταστεί κανείς ότι ήταν μόλις 13 χρόνια πριν που η ιδιωτικότητά μας είχε αξία. Στην πραγματικότητα, είτε το πιστεύετε είτε όχι, η εισαγωγή των Ενημερώσεων (News Feed) στο Facebook προκάλεσε μια ισχυρή αντίδραση. Ο ίδιος ο Zuckerberg αναγκάστηκε να απαντήσει στη

διαμάχη λέγοντας: "Ηρεμήστε, πάρτε μια ανάσα, σας ακούμε".

Ηιδέα ότι οι φίλοι μας δεν θα έπρεπε πλέον να μπαίνουν στο προφίλ μας για να δουν τις τελευταίες μας αναρτήσεις, αλλά αντίθετα θα μπορούσαν να έχουν πρόσβαση στις ενημερώσεις όλων των επαφών τους με μια ματιά τότε θεωρήθηκε κάτι πολύ ενοχλητικό. Αποδεχόμασταν την ιδέα της διατήρησης της δική μας μικρής ιστοσελίδα μέσω του προφίλ μας στο Facebook, αλλά ακόμη θεωρούσαμε ότι υπήρχε κάποιος βαθμός ιδιωτικότητας γιατί οι φίλοι μας έπρεπε να καταβάλουν μια προσπάθεια να επισκεφθούν το προφίλ μας για να δουν τις αναρτήσεις μας.

ΤοNews Feed το άλλαξε όλο αυτό, δίνοντάς μας τη δυνατότητα να μπορούμε να δούμε όλες τις ενημερώσεις από όλους τους φίλους μας σε ένα σημείο. Τώρα, ακόμη και οι πιο μακρινές μας γνωριμίες, που από καιρό είχαμε ξεχάσει ότι είμαστε φίλοι, θα μπορούσαν να δουν κάθε λεπτομέρεια της ζωής μας.

ΟZuckerberg τότε εξήγησε ότι "συμφωνούμε, η παρακολούθηση δεν είναι κάτι καλό, αλλά να το έχεις δυνατότητα να μάθεις τι συμβαίνει στις ζωές των φίλων σου είναι... Πρόκειται για πληροφορία που οι άνθρωποι είχαν συνηθίσει να αναζητούν σε καθημερινή βάση, και που πλέον αναδιοργανώνεται και συνοψίζεται με ωραίο τρόπο ώστε οι άνθρωποι να μπορούν να ενημερωθούν για άλλους ανθρώπους για τους οποίους νοιάζονται... Ίσως αν οι φίλοι σας σκοπεύουν να πάνε σε ένα πάρτι θα θέλατε να το μάθετε ώστε να πάτε κι εσείς".

Οενθουσιασμός του Zuckerberg ότι οι Ενημερώσεις (News Feed) θα μας βοηθούσε να προσκληθούμε σε πάρτι που δεν ξέραμε ότι γίνονται συνοψίζει τέλεια τον μεταμορφωτικό αντίκτυπο που είχε αυτή η αλλαγή στην ιδιωτικότητά μας.

Ανεβάζονταςκάτι στο προφίλ μας τότε ήταν σαν να βάζουμε ένα σημείωμα στην εξώπορτα του σπιτιού μας. Οποιοσδήποτε στη Γη υποθετικά θα μπορούσε να έρθει στο σπίτι μας, να σταθεί στην εξώπορτα και να δει ότι υπάρχει ένα σημείωμα που γράφει τις λεπτομέρειες για το αποψινό μας πάρτι, αλλά στην πραγματικότητα μόνο αυτοί που ήδη ήξεραν για το πάρτι ήταν πιθανό να φτάσουν στην πόρτα μας για να το δουν.

Αντίθετα, οι Ενημερώσεις (News Feed) ήταν σαν να βάζουμε την ιδιωτική μας πρόσκληση στο πάρτι σε ολοσέλιδη διαφήμιση στους New York Times. Το μοντέλο της ιδιωτικότητας μέσω της ανωνυμίας πλέον ήταν νεκρό.

Παρ'όλα αυτά, το Facebook ποτέ δεν υποχώρησε στις έντονες διαμαρτυρίες. Πάνω από ένα εκατομμύριο από τα 10 εκατομμύρια τότε χρήστες του μέσου κοινωνικής δικτύωσης ξεκίνησαν μια οργισμένη εκστρατεία κατά της εταιρείας απαιτώντας την κατάργηση της νέας αυτής δυνατότητας.

Ωστόσο, όπως ένας από τους υπεύθυνους για τη δημιουργία των Ενημερώσεων το έθεσε αργότερα, "κανονικά, σε οποιαδήποτε άλλη εταιρεία, αν το 10% των πελατών της αποφάσιζε να κάνει μποϊκοτάζ σε ένα προϊόν, προφανώς θα έκανες αλλαγές ή θα έκανες κάτι για αυτό. Αλλά ο Μαρκ ήταν πραγματικά αμετάπειστος για το όραμά του σχετικά με τις δυνατότητες του news feed."

Μεπολλούς τρόπους, η υποχρεωτική εισαγωγή του News Feed από το Facebook και η άρνησή του να υποχωρήσει στην έντονη κοινωνική πίεση που περιελάμβανε πάνω από το ένα δέκατο της βάσης των χρηστών του σηματοδότησε τη στιγμή που πραγματικά ξεκίνησε η καμπάνια "αντι-ιδιωτικότητας" από την πλευρά της εταιρείας.

Ηπροθυμία της εταιρείας "να αναποδογυρίσει" τελείως όλη μας την αντίληψη για την ιδιωτικότητα με μια απλή μαζική αλλαγή στην πλατφόρμα της κατέδειξε ότι το όραμα ενός ανθρώπου για το τι ήταν πιο επικερδές ήταν το μόνο που είχε σημασία, καθώς και ότι η ανάπτυξη έπρεπε να μπει πάνω από την ιδιωτικότητα με όποιο κόστος.

Ακόμηπιο σημαντικό είναι το γεγονός ότι η ικανότητα του Facebook να επιβιώσει από μια μαζική αντίδραση υπέρ της ιδιωτικότητας και να συνεχίσει να αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς ήταν ένα σημάδι πως ενώ οι χρήστες του μπορεί αρχικά να μην αποδέχονταν τη μείωση της ιδιωτικότητάς τους, τελικά αποδέχθηκαν το νέο καθεστώς γιατί δεν είχαν άλλη επιλογή. Δεν υπήρχαν ανταγωνιστές στους οποίους θα μπορούσαν να προσφύγουν. Ακόμη και το 2006 το Facebook ήταν το μόνο που υπήρχε.

Γιατίδεν νοιαζόμαστε πια για την ιδιωτικότητα; Γιατί απλώς δεν καταλαβαίνουμε πόσο πολύ εισβάλλει το Facebook σήμερα στην ιδιωτική μας ζωή; Σίγουρα έχουν πάρει μεγάλη δημοσιότητα όλοι οι τρόποι με τους οποίους το Facebook παρακολουθεί και χρησιμοποιεί τα δεδομένα μας χωρίς την άδειά μας ή τη συναίνεσή μας. Αν επρόκειτο για έλλειψη πληροφόρησης, θα περιμέναμε να δούμε μαζικές αποχωρήσεις από το Facebook κάθε φορά που ξεσπά ένα σκάνδαλο το οποίο αφορά την ιδιωτικότητα. Αντίθετα, το Facebook απλώς αγνοεί κάθε διαδοχικό σκάνδαλο χωρίς να παθαίνει την παραμικρή ζημιά.

Λαμβάνονταςυπ' όψιν όλα τα παραπάνω, φαίνεται πως ο λόγος που το Facebook είναι τόσο επιτυχημένο είναι γιατί έχει πετύχει στην πιο σημαντική καινοτομία της ψηφιακής εποχής: να κάνει όλη την ανθρωπότητα να εγκαταλείψει την ιδιωτικότητά της με αντάλλαγμα την ελεύθερη πρόσβαση σε ένα παγκόσμιο δίκτυο επικοινωνιών.

Ενώτο Facebook μπορεί κάποια στιγμή να εξαφανιστεί σταδιακά, όπως όλες οι τεχνολογικές εταιρείες, ίσως η μεγαλύτερη συνεισφορά του στην ιστορία είναι η επιτυχία του στο να απομακρύνει τα τελευταία ίχνη ιδιωτικότητας από τον ψηφιακό μας κόσμο.

[Διαβάστε το άρθρο στο Capital.gr](#)