

پس از مرگ، چه بر سر اطلاعات آنلاین افراد می‌آید؟



آیا از خود پرسیده‌اید هنگامی که فردی می‌میرد، چه اتفاقی برای حساب‌های بانکی، حساب ای‌میل و پروفایل‌های او در شبکه‌های اجتماعی می‌افتد؟

دیوید ایگلمن، نویسنده و عضب‌شنای مشهور یک داستان کوتاه به نام «کلید مرگ» دارد که در مجموعه داستان‌های او به نام «مجموع» منتشر شده است. او در این داستان به زندگی آنلاین افراد پس از مرگ آنها می‌پردازد. در بخشی از این داستان آمده است: «در ابتدای دوران کامپیوتر، افراد در حالی می‌مردند که پسوردهایشان را فقط خودشان می‌دانستند و پس از مرگشان هیچ کسی نمی‌توانست به فایل‌هایشان دسترسی داشته باشد. گاهی ممکن بود این فایل‌ها برای یک شرکت ارزشی حیاتی داشته باشند؛ در این حالت شرکت به بحران برمی‌خورد. به همین دلیل بود که برنامه‌نویسان کلید مرگ را اختراع کردند.»

ایگلمن سپس درباره این کلید خیالی توضیح می‌دهد: «کلید مرگ به این نحو کار می‌کند که کامپیوتر هر هفته یک بار به کاربر می‌گوید رمز عبورش وارد کند تا مطمئن شود که او زنده است. وقتی برای چند هفته کاربر این رمز را وارد نکند، کامپیوتر به این نتیجه می‌رسد که او از دنیا رفته است و سپس پسورد او را به فرد دیگری می‌دهد که نفر اول تعیین کرده است. به این ترتیب، افراد از کلید مرگ استفاده می‌کنند تا شماره حساب‌ها و رمز عبورهای خود را به ورثه منتقل کنند، آخرین پیام خود را به بازماندگان بدهند و اسرار ناگفته خود را فاش سازند.»

ایگلمن در داستان خود نوشته که از این کلیدهای مرگ می‌توان استفاده کرد تا پس از مرگ افراد، آنها باز هم برای بازماندگان نشان پیام‌های تبریک بفرستند یا زمانی که فرزندان‌شان به سن بلوغ

رسیدند، دارایی‌های پدر و مادر متوفیشان پس از سال‌ها به آنها ارث برسد. او پا را فراتر از این گذاشت و دنیایی را به تصویر کشید که در آن افراد پس از مرگ همچنان به ایمیل‌ها پاسخ می‌دهند و جامعه‌ای مجازی از مردگان به وجود آورده‌اند.

شاید برای‌تان جالب باشد بدانید که داستان ایگلن، بیشتر از آن که خیال‌پردازی باشد به واقعیت نزدیک است! اکنون شرکت‌های بسیاری هستند که کنترل میراث مجازی افراد را در دست می‌گیرند؛ این میراث می‌تواند شامل چیزهای زیادی شود؛ از پروفایل آنها در شبکه‌های اجتماعی و گالری‌های عکس‌های آنلاین تا رمز عبور حساب‌های بانکی.

سایت‌های یادبود زیادی در اینترنت به وجود آمده‌اند. در سایتی مانند www.respectance.com سنگ قبرهای آنلاین وجود دارند و می‌توانید برای افراد از دنیا رفته، یک شمع مجازی روشن کنید. افرادی که می‌خواهند پس از مرگشان در این سایت برایشان صفحه یادبود ایجاد شود، باید به ازای هر سال یادبود ۳۰ دلار پیشاپیش بپردازند. سایت‌های بسیار دیگری هم در این زمینه وجود دارند.

یکی از این سایت‌ها را خود ایگلن به نام www.deathswitch.com ساخته است. می‌توان به صورت رایگان در این سایت عضو شد. در این حالت، هر چند وقت یک بار یک ایمیل برای اعضا می‌آید و در آن از آنها خواسته می‌شود روی یک لینک کلیک کنند. اگر آنها این کار را برای مدتی طولانی انجام ندهند، سایت فرد را مرده می‌پندارد و برای لیست افرادی که فرد در زمان حیات ساخته بود یک ایمیل می‌فرستد و خبر مرگ او را به آنها می‌دهد. این سایت امکان این را می‌دهد که در این ایمیل‌ها، پسوردهای افراد درگذشته هم به دست افرادی برسد که خود فرد تعیین کرده بود.

اگر فردی بمیرد، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی به راحتی پسورد او را در اختیار بستگانش نخواهند گذاشت، چرا که ممکن است اطلاعات شخصی فرد در پروفایل او باشد و نخواهد که پس از مرگش، فرد دیگری از این اطلاعات باخبر شود. یا ممکن است ایمیل‌هایی داشته باشد که بخواهد حتی پس از این که از دنیا رفت هم کسی آنها را بخواند.

بیش از یک میلیارد نفر در دنیا به اینترنت متصل هستند و به این ترتیب، سرنوشت دارایی‌های دیجیتال آنها یکی از دغدغه‌های امروز به شمار می‌رود. مقالات آکادمیک بسیاری در این باره نوشته شده و وکلا دارند درباره قوانین مربوط تحقیق می‌کنند تا مشخص شود پس از مرگ

افراد، چه اتفاقی برای میراث دیجیتال آنها بیفتد.

سه رویکرد به مرگ کاربران

Google

اگر یک کاربر گوگل بمیرد، این شرکت ایمیل او را به سادگی در اختیار نزدیکترین فرد به او نخواهد گذاشت. کمپانی اصرار دارد که اسناد بسیاری را دریافت کند، از جمله گواهی مرگ و مدرکی که نشان دهد فرد راضی بوده که ایمیل او به آن فرد برسد. تقریباً یک ماه طول می‌کشد تا اسناد بررسی شود و کنترل ایمیل به وارث برسد.

Google



!Yahoo

یاهو می‌گوید که اگر اعضای خانواده فرد درگذشته درخواست بدهند، اکانت ایمیل او را خواهد بست. با این حال این شرکت اجازه دسترسی به ایمیل فرد را به بازماندگان نخواهد داد. البته اگر فرد درگذشته پیش از مرگ پسورد خود را به افراد مورد اعتمادش داده باشد، یاهو دسترسی آنها به ایمیل او را نخواهد بست.

YAHOO!



MySpace

اگر بازماندگان، پسورد فرد درگذشته را در اختیار نداشته باشند، به سختی خواهند توانست به پروفایل او در MySpace دسترسی یابند. این شرکت هرگز یک پروفایل را به دلیل غیرفعال بودن در مدتی طولانی نمی‌بندد. اما با این حال، اگر افراد تمایل داشته باشند می‌توانند به این سایت درخواست بدهند که پروفایل فرد درگذشته پاک شود. در این حالت آنها باید گواهی مرگ، گواهی تولد و نامه وکالت را به این شرکت بدهند تا بتوانند این کار را انجام دهند. همچنین اگر ثابت شود که فرد درخواست کرده پسورد او به یکی از بازماندگان داده شود، این کار پس از انجام مراحل قانونی انجام می‌شود، هر چند که پسورد او تغییر یافته و کلمه عبور جدیدی برای او مشخص می‌شود و به فردی که از نظر قانونی وارث پروفایل است داده می‌شود.



نبرد با شرکت‌ها

وقتی مادر بزرگ جرمی تومن درگذشت، او به فکر این افتاد که در صورت مرگ خودش چه خواهد شد. تومن که یک طراح وب است می‌گوید: «مادر بزرگ من مرتباً به هات‌میل سر می‌زد. هنگامی که او دنیا را ترک کرد، هیچ کدام از اعضای خانواده نمی‌دانستیم رمز عبورش چیست تا بتوانیم

به اکانت ایمیل او دسترسی داشته باشیم. ما وارد دعوای حقوقی بسیار بزرگی با شرکت مایکروسافت - مالک هاتمیل - شدیم و سرانجام هم در گرفتن رمز عبور او ناکام ماندیم. حالا از خودم می‌پرسم پس از مرگ من چه اتفاقی برای دارایی‌های آنلاین من خواهد افتاد؟ مساله فقط این نیست که به همسرم پسوردهایم را بدهم، مساله این است که من دارایی‌های دیجیتال بسیاری دارم که برخی از آنها برای شرکتی که برایش کار می‌کنم اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد و همسرم حتی نمی‌داند کجا به دنبالشان بگردد.»

یکی از سخنگوهای شرکت یاهو در این باره می‌گوید: «ارتباطات ایمیلی محتوایی خصوصی و محرمانه است و ما نمی‌توانیم این اطلاعات بسیار شخصی را بدون رضایت فرد به افراد دیگری منتقل کنیم.» هنگامی که یک آدرس ایمیل در یاهو به نام خود ثبت می‌کنید، این شرکت در بخش شرایط اعلام می‌کند که محتوای ایمیل شما قابل جابجایی نیست. این کار به دلیل این انجام می‌شود که خیال کاربران از بابت حفظ حریم شخصی‌شان راحت باشد.

شرایط معکوس

البته گاهی هم شرایط برعکس است. مثلاً پس از مرگ غیرمنتظره ویلیام برنیستر، روزنامه‌نگار مشهور در سال گذشته، استفانی خواهر او از کمپانی فیس‌بوک خواست که پروفایل او را پاک کند. او این درخواست را به دلایل امنیتی داشت، چرا که اطلاعاتی که ویلیام روی فیس‌بوک گذاشته بود می‌توانست باعث شود تبهکاران بتوانند هویت او را بدزدند. او همچنین می‌گفت که افراد غریبه مرتباً به فرد درگذشته ایمیل می‌دهند و به شماره تلفن او زنگ می‌زنند و این باعث ناراحتی شدید او شده است.

فیس‌بوک صفحه شخصی او را به صفحه یادبود تبدیل کرد. در این حالت، اطلاعات شخصی فرد از صفحه‌اش پاک می‌شود و تنها دوستان او می‌توانند پروفایلش را ببینند. دیوار پروفایل پاک نمی‌شود تا دوستان بتوانند پیام‌های یادبود خود را روی آن قرار دهند. صفحات افراد در حالی به حالت یادبود می‌رود که یکی از اعضای خانواده آنها یا یکی از دوستان آنها گواهی مرگشان را ارسال کند.

ذخیره آنلاین اطلاعات مهم

جرمی تومن با بهره‌گیری از تجربه‌ای که داشت، یک کمپانی به نام Legacy Locker بنا نهاد. این شرکت به افراد اجازه می‌دهد

پسوردهايشان را به صورت آنلاين ذخيره کنند. در اين حالت اگر فردی بميرد، بستگان او میتوانند با ارسال مدارکی که نشان از مرگ او داشته باشد اين اطلاعات را دريافت کنند. اين کار راه حلی آسان به نظر ميرسد، اما مشکلات بزرگی نيز دارد. مثلاً چطور میتواند به یک شرکت اعتماد کنید و اطلاعات بسيار مهم خود را یکجا در اختيارش قرار دهيد؟ يا اين که چطور میتواند مطمئن شويد سايت پس از مرگ کاربران همچنان به فعاليت خود ادامه میدهد؟

باب استیوارت، موسس شرکت VitalLock که با نام «بانک سويس داده‌ها» هم شناخته میشود در اين باره می‌گوید: «ما از رمزگذاری‌های بسيار قدرتمندی استفاده میکنيم. اين کار در سمت کاربر انجام میشود و به همین دليل داده‌ها حتی در مسیر انتقال به سرورهای ما هم قابل خوانده شدن نيستند.»

اما اگر چنین شرکت‌هایی ورشکسته شوند يا توسط شرکتی ديگر خريداري شوند چه میشود؟ چنین اتفاقی افتاده و بعضی از سايتهايي که قرار بود خدمات پس از مرگ ارائه دهند، خودشان به مرگ دچار شدند. با اين حال، دو شرکت VitalLock و iForem که خدمات مشابهی ارائه میکند از روش خاصی استفاده میکنند. استیون پيرالدي، موسس شرکت iForem می‌گوید: «ما ۳۰ درصد از درآمدهایمان از هر فروش را به یک صندوق کاملاً مستقل منتقل میکنيم تا مطمئن شويم که به مشکل مالی برنخواهيم خورد. همچنین از فناورهای ساده و استانداردهای باز استفاده میکنيم تا با انقراض فناورهای، در آینده دچار مشکل نشويم.»

اثبات مرگ

مزيت بزرگ داشتن یک سرويس تحت وب اين است که به هر فردی در دنيا میتواند سرويس بدهيد. اما نکته منفی آن اين است که چطور میتواند از مرگ یک نفر مطمئن شويد؟ شايد بتوان از چنین سرويس‌هایی سوء استفاده کرد و اين کار میتواند تبعات فاجعه‌باری به همراه داشته باشد. استیوارت می‌گوید بستگان افراد درگذشته يا مامور اجرای وصيت‌نامه او بايد اسنادی مانند گواهی تولد، گواهی مرگ و سند وکالت را به صورت فیزیکی به شرکت VitalLock بفرستند تا از مرگ فرد اطمینان حاصل شود؛ اين یعنی بازگشت به همان نقطه اول، یعنی جایی که بستگان فرد درگذشته با اضطراب به دنبال اين هستند که شرکت را مجاب کنند که فرد درگذشته است.

در هر حال، استیوارت می‌گوید شرکتش قصد دارد راه حل دیگری را در پیش بگیرد. طبق این راه حل، شرکت او به افراد ایمیل می‌زند و اگر آنها پاسخ ندادند، به گروهی از معتمدان فرد (که خود او لیست آنها را تهیه کرده) ایمیل می‌زند و از آنها می‌خواهد بگویند که آیا فرد مرده است یا نه. نتیجه آرای معتمدان نشان‌دهنده این خواهد بود که آیا به راستی این اتفاق افتاده است یا نه. البته خود فرد می‌تواند مشخص کند که آیا رأی مثبت تمامی معتمدان لازم است یا این که اگر اکثریت آنها رأی به مرگ او دادند کافی است.

اما پس از مرگ این سایت‌ها چه خدماتی ارائه می‌دهند؟ شرکت iForem حتی سال‌ها پس از مرگ فرد هم در تاریخ‌هایی خاص پیام‌هایی از طرف او می‌فرستد. مثلاً، افراد می‌توانند هر سال در روز تولد همسر و فرزندان‌شان برای آنها کارت تبریک بفرستند و به آنها بگویند که چقدر دوستشان داشته‌اند. آنها می‌توانند سال‌ها پس از مرگشان، فارغ‌التحصیل شدن فرزندشان را تبریک گفته و به او بگویند چقدر دوست داشتند در آن هنگام می‌توانستند پیشش باشند. پیرالدی می‌گوید: «تصور کنید این سرویس چقدر می‌تواند تسلی‌بخش باشد. اگر فرض کنید یک خواهر دارید که در استرالیا زندگی می‌کند و تنها ارتباط شما با او کارت تبریکی است که به مناسبت کریسمس برایتان می‌فرستد، اگر این کار پس از مرگ او هم ادامه پیدا کند برای شما به نظر می‌رسد که انگار او نمرده است. البته، یک خط باریک بین تسلی خاطر بازماندگان و عصیان کردن آنها وجود دارد، خطی که نباید از آن عبور کرد.»

شرکتی که شکست خورد

در سال ۲۰۰۴ بود که طفر مجید، مدیر شرکت مشاوره‌ای Alphataalk یک سرویس به نام MyLastEmail.com به راه انداخت. در صورتی که کاربران این سرویس می‌مردند و گواهی مرگ آنها هم ارائه می‌شد، شرکت ایمیل‌هایی به افرادی که کاربر در نظر گرفته بود می‌فرستاد و اطلاعاتی نظیر پسورد ایمیل و رمز عبور حساب بانکی آنها را برای این افراد ارسال می‌کرد.

مجید می‌گوید تقاضای کمی برای سرویس او وجود داشت، چرا که شبکه‌های اجتماعی خدمات مشابه را به شکل رایگان ارائه می‌دادند و MyLastEmail که از کاربران پول می‌گرفت آینده چندان درخشانی پیش رو نداشت.

به همین دلیل بود که مجید کار روی سایت را متوقف کرد و سایت او در وضعیتی برزخی است. او می‌گوید: «هنوز به این ایده اعتقاد دارم، اما به نظر می‌رسد نمی‌توان کسب و کار خوبی از این طریق به راه انداخت.»

برای مجید بسیار مهم بود که خدمات او از نظر مالی به مشکل برنخورد: «اگر این اتفاق بیفتد چطور می‌توانید تضمین کنید که سایت شما مثلاً ۲۵ سال بعد هم کار کند؟»

او همچنین نگران امنیت است: «باید به شدت به یک شرکت اعتماد داشته باشید تا تمام اطلاعات مهم و حیاتی خود را به آن بسپارید.» اخیراً شرکت T-Mobile UK دچار یک رسوایی بزرگ شد، چرا که برخی از کارکنان فاسد آن، اطلاعات مشتری‌ها را به رقیبان می‌فروختند. اگر این اتفاق برای MyLastEmail یا سرویس‌های مشابه روی دهد چه؟

منبع: computernews.ir