

تحديات بحاجة إلى تغيير

كيف يمكن للمنظمة العالمية
للمستهلك خلق تغيير إيجابي
للمستهلكين في العالم الرقمي؟



المنظمة العالمية للمستهلك

**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

معا من أجل التغيير

المحتويات

الجزء الأول: التحديات التي تواجه المستهلكين

الوصول والإدماج والحرية

سونيا جورجى، المديرية التنفيذية لمبادرة تحالف من أجل إنترنت بأسعار معقولة (Alliance for Affordable Internet)
جينيغا سيسان المديرية التنفيذية للمبادرة النموذجية (Paradigm Initiative)

الخصوصية والأمان والتكنولوجيا واسعة الانتشار

روبن ويلتون، مسؤول التوعية التقنية لمنظمة مجتمع الإنترنت (Internet Society)
جلعاد روسنر، مؤسس منتدى خصوصية إنترنت الأشياء (IoT Privacy Forum)

البيانات: حدود الأعمال الجديدة / حدود جديدة للعلامات التجارية

كولن سترونجن، الرئيس العام للعلوم السلوكية، منظمة إيبسوس (Global IPSOS Mori)

الجزء الثاني: خلق تغيير

بنية تحتية جديدة للبيانات

سارة جولد، المؤسسة والمديرة التنفيذية لشركة (IF by Design)

تعظيم أثر عملية وضع قوانين تحمي المستهلكين

كريستين ريفا، محاضرة في جامعة برونييل (Brunel University)

مشاركة أوسع: المجتمع المدني وإدارة الإنترنت وقطاع الأعمال

أندرو بوديفات، الرئيس التنفيذي وتشارلز برادلي، المدير التنفيذي، لشركة (Global Partners Digital)

مقدمة

أماندا لونج، المديرية العامة للمنظمة العالمية للمستهلك



من خلال تحدي تفكيرنا، سوف نزيد التواصل والتعلم المشترك الذي سوف يؤدي إلى تمكين المستهلكين في جميع أنحاء العالم

وطلبنا منهم أيضاً أن يتحدثوا بشكل بناء لكي نكون أكثر فاعلية، وأن يفكروا بطريقة خلاقة وإبداعية قدر استطاعتهم. ولقد أثارت وجهات النظر الخارجية هذه الكثير من المناقشات وساعدت على معرفة الإستراتيجية اللازمة وأولويات العمل في المستقبل.

ونحن الآن بصدد نشر مجموعة كاملة من المساهمات كمصادر قيمة لأي شخص يعمل من أجل تحقيق نتائج إيجابية في مجال الاقتصاد الرقمي ولصالح المجتمع.

فمن خلال وضع أفكارنا وأفكار الآخرين في تحدٍ متواصل، سنستمر في إطلاق الروابط والتعليم المشترك الذي سيؤدي إلى تمكين المستهلكين في جميع أنحاء العالم.

أردنا البحث عن وجهات نظر جديدة ومثيرة للتحدي، كجزء من استعراض إحدى الإستراتيجيات. لذا، دعونا عددًا بسيطاً من الخبراء الدوليين وصانعي القرار لتقديم نموذج بسيط يوضح كيف يمكن للمنظمة العالمية للمستهلك وحركة المستهلك العالمية الاستجابة بالشكل الأمثل للتحديات والفرص التي تواجهنا في العالم الرقمي.

ولهذا الغرض تحدثنا إلى أفراد من المنظمات الرقمية غير الحكومية الرائدة ومتخصصين في السوق العالمي والرأي ومصممين رقميين وأكاديميين، وسألناهم كيف يمكن للمنظمة العالمية للمستهلك العمل مع الأعضاء والشركاء في جميع أنحاء العالم لإحداث تغيير إيجابي يصب في مصلحة المستهلكين في العالم الرقمي؟

المواضيع الرئيسية

التحديات على أرض الواقع

لقد تأثرت الكثير من ردود المساهمين لإدراكهم الانتشار الواسع للتكنولوجيا في جميع جوانب حياتنا بينما نتحرك نحو عالم تنتشر فيه التكنولوجيا في كل مكان في حياتنا. وبدلاً من التفاعل مع الخدمات القائمة على شبكة الإنترنت، حيث يمكننا اختيار شروط متي وكيف نبدأ، فإننا على مشارف مرحلة تشكل فيها الخدمات والأجهزة الرقمية تجربتنا الكاملة في العالم الذي نعيش فيه.

فكلما اتصلت المزيد والمزيد من الأجهزة بالإنترنت وكلما تمكننا من التواصل مع بعضنا البعض ومع أصحاب البيانات الخارجيين، سيصبح الإنترنت بيئة مادية واسعة الانتشار تقوم باستمرار بجمع البيانات الشخصية وتحليلها واستخدامها للتنبؤ بسلوكنا وتشكيل حياتنا بطرق قد نكون غافلين عنها وقد تكون معقدة جداً للانخراط فيها بشكل كامل.

إلا أن هذه الأمور لا تُشكل تحدياً للجميع. فعلى الرغم من أن انتشار الإنترنت على مستوى العالم وبلوغه نسبة 50% في عام 2017، فإن ما يقرب من نصف سكان العالم لا يزالون بلا اتصال بالإنترنت. ومع استمرار تطور التكنولوجيا الرقمية بسرعة هائلة، فمن المتوقع أن يتسع نطاق عدم المساواة الرقمية ويتعرض أولئك الذين لا تتوفر لديهم إمكانية الوصول إلى الإنترنت إلى خطر التخلف عن الركب.

التأثير على الاقتصاد والمجتمع الرقمي

علّق العديد من المساهمين على كيفية إجبار المعدل السريع للابتكار الرقمي واضعي السياسات على اللحاق بالركب - رداً على الفجوات الموجودة بالسياسة كما تعرضوا لها، فضلاً عن وأد المشكلات قبل حدوثها. وقد زاد الأمر سوءاً نظراً للافتقار إلى المعرفة التكنولوجية بمعظم دوائر وضع السياسات - بما في ذلك المؤيدون لها. وبات التفاوت في مستويات الحماية ضد العديد من المشكلات الرقمية يشكل مشكلة كبرى، بعد أن اجتازت العمليات الرقمية الحدود. وبين هذا وذاك، لاحظ المؤلفون وجود مشكلات أخرى أدى إليها هذا النقص في السرعة والتنسيق. فعلى سبيل المثال: تعد الحلول الملائمة للعديد من المشكلات النظامية مثل الخصوصية الرقمية أقل قابلية للاستمرار، حيث يحرص العديد من أصحاب المصالح على الحوافز المختلفة وسوف يستجيبون إلى التدخلات المختلفة. مما يعني أن النهج العالمية للحماية والأمن مطلوبة. ويعتقد آخرون أن الافتقار إلى استجابة السياسات الفعالة والمتضاربة يعني أن شركات التكنولوجيا الكبرى أصبحت بالغة التأثير في تحديد التوجهات والممارسات الشائعة التي تميل الشركات الصغرى إلى اتباعها.

اننا ندخل مرحلة
حيث تتشكل تجربتنا
الكاملة من العالم الذي
نعيش فيه من قبل الأجهزة
والخدمات الرقمية



تحديات المنظمات الاستهلاكية

كانت هناك دعوات لمفهوم "المستهلك" الأكثر شمولاً عن المُستخدَم في المنظمات الاستهلاكية حالياً، مع تخطي المشكلات الاستهلاكية التقليدية مثل التساؤل التالي: "هل يعمل هذا المنتج أو تعمل هذه الخدمة كما هو متوقع؟" والاتجاه نحو اهتمام أوسع للدور الذي يقوم به المستهلكون في نماذج العمل لشركات التكنولوجيا، ولقيمة محدثي البيانات لديهم.

ولابد من تطوير المعرفة التقنية. بدأت مشكلات مثل: أمن الفضاء الإلكتروني وحماية البيانات والمبادئ الأخلاقية لها في السيطرة على جدول أعمال السياسات العالمية في عالم مترابط ورقمي بدرجة عالية. وسوف تحتاج المنظمات الاستهلاكية إلى فهم أكثر وعياً لهذه التوجهات وإقامة شراكاتٍ لمواصلة التأثير في السياسة وتشكيلها.

إلا أنه بالإضافة إلى التفكير بشأن العمل المستقبلي، كان هناك تحدٍ من البعض بعدم نسيان الأساسيات التي لا تزال غير كافية التغطية، ومن ذلك: العمل بصورة أكبر على التثقيف ورفع الوعي بشأن الآثار المتعلقة بالخصوصيات والإعلانات المستهدفة. وكانت الأغلبية تعتقد أنه كان من الضروري مواصلة الضغط من أجل حماية قوية للمستهلك، وتجهيز المستهلكين للمطالبة بمستويات عليا من الحماية، إضافةً إلى استخدام أشياء مثل اللاتحة التنظيمية الأوروبية الطموحة المتعلقة بحماية البيانات العامة كوسيلة لرفع المستوى الأدنى لحقوق المستهلكين في جميع أنحاء العالم. ولكن بالإضافة إلى العمل مع المشرعين والعمليات الدولية، فقد أكد الكثيرون على أهمية الحوار المفتوح مع المؤسسات التجارية.

الاستفادة القصوى من انتشارنا العالمي

يعتقد الجميع أن التعاون مع أصحاب المصالح كان أمراً أساسياً لتطوير فهمًا أعمق وأدق للتكنولوجيا، ولإيجاد أفضل الحلول للمشكلات التي يواجهها المستهلكون في العالم الرقمي.

وقد أُشير إلى المجموعة المتنوعة من أصحاب المصالح، مع توصية البعض بالاستعداد للمشاركة في محادثاتٍ جديدةٍ ومناقشاتٍ بناءةٍ بدرجةٍ أكبر مع المؤسسات التجارية بخصوص أشياء مثل خصوصية البيانات، مع توضيح أن الخدمات من شأنها أن تدافع عن حماية الخصوصية دون التنازل عن تجربة المستخدم. بينما يقترح آخرون العمل مع الجهات المطوّرة من أجل استخدام قوة التكنولوجيا لحل مشكلات المستهلكين، مثل تطوير التطبيقات الرقمية والتي من شأنها رصد الممارسات غير العادلة أو استخدام المنصات الإلكترونية، وذلك لبناء علاقاتٍ أوثق مع المستهلكين.

سيكون التعاون
مع أصحاب المصلحة
الآخرين عاملاً أساسياً في إيجاد
أفضل الحلول للمشاكل التي
يواجهها المستهلكون
في العالم الرقمي

يمكن للمنظمة
العالمية للمستهلك استخدام
مكانتها لقيادة الطريق في بناء
وتجميع أجزاء البنية التحتية
الرقمية الجديدة

وقد ركّز آخرون على الاستفادة القصوى من انتشارنا العالمي، المتوازن من خلال فهم واضح للنهج والأعمال المحلية، بالإضافة إلى دعمهم لائتلافات المحلية والقُطرية مع أصحاب المصالح من كل من قطاع الصناعة الخاصة، والقطاع العام، والمجتمع المدني. وبالنسبة إلى المستهلكين بالدول التي تحتاج إلى قدر أكبر من الفرص، فإن التوجه الجديد السائد في العديد من الدول المتسلطة والتي بها توقف للعمل أو تعطل شبكي لا بد من النظر فيه كأمر يخص المستهلك والمواطن على حدٍ سواء.

وقد شعر متخصص التصميم الرقمي أنه يمكننا استخدام وضعنا في قلب مجتمع حماية المستهلك لتولي زمام المبادرة في إرساء وربط جميع أجزاء البنية التحتية الرقمية الجديدة.





المنظمة العالمية للمستهلك

**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

معا من أجل التغيير

Consumers International is the membership organisation for consumer groups around the world. Consumers International brings together over 200 member organisations in more than 100 countries to empower and champion the rights of consumers everywhere. We are their voice in international policy-making forums and the global marketplace to ensure they are treated safely, fairly and honestly.

Consumers International is a charity (No.1122155) and a not-for-profit company limited by guarantee (No. 04337865) registered in England and Wales.

consumersinternational.org

[@consumers_int](https://twitter.com/consumers_int)

[f /consumersinternational](https://www.facebook.com/consumersinternational)