



# RANKING DIGITAL RIGHTS

## مؤشر مساءلة الشركات 2019 مؤشرات البحث

متضمناً توجيهات حول هذه المؤشرات ومعجم بالمصطلحات

أيلول / سبتمبر 2018

يندرج هذا العمل تحت الرخصة الدولية من المشاع الإبداعي النسبة 4.0. لعرض نسخة من هذا الترخيص يرجى زيارة [/https://creativecommons.org/licenses/by/4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0)



## شكر وتقدير

عمل أعضاء مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" التالية أسماؤهم على إعداد وتطوير منهجية مؤشر مساءلة الشركات 2019:

- ربيكا ماكينون، مديرة المشروع
- إيمي بروليت، مديرة أولى - البحوث والتحرير
- لورا ريد، محللة أولى - الأبحاث والتنسيق
- أندريا هاكل، محللة أبحاث
- ناتالي ماريشال، زميلة أولى - الأبحاث
- ليزا جترمت، مديرة أولى

للحصول على قائمة كاملة من موظفي المشروع راجع:  
[/https://rankingdigitalrights.org/who](https://rankingdigitalrights.org/who)

نود أن نشكر كل الأشخاص الذين ساهموا بإعطاء آرائهم الهامة حول التعديلات المقترحة لمنهجية مؤشر 2019.

## عن تصنيف الحقوق الرقمية

مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" (RDR) هي مشروع بحثي غير ربحي يستضيفه معهد "أميركا الجديدة للتكنولوجيا المفتوحة" (New America's Open Technology Institute) الذي يعمل مع شبكة دولية من الشركاء لوضع معايير عالمية توجه الشركات العاملة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) نحو احترام حرية التعبير والخصوصية.

لمزيد من المعلومات حول مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" ومؤشر مساءلة الشركات يرجى زيارة  
[www.rankingdigitalrights.org](http://www.rankingdigitalrights.org)

لمزيد من المعلومات حول "معهد أميركا الجديدة"، يرجى زيارة [/https://www.newamerica.org](https://www.newamerica.org)

لمزيد من المعلومات حول "معهد التكنولوجيا المفتوحة" (Open Technology Institute)، يرجى زيارة  
[/https://www.newamerica.org/oti](https://www.newamerica.org/oti)

للحصول على قائمة كاملة من ممولي المشروع والشركاء راجع:  
[/https://rankingdigitalrights.org/who/partners](https://rankingdigitalrights.org/who/partners)

## المحتويات

0.....	مؤشر مساءلة الشركات 2019
0.....	مؤشرات البحث
1.....	شكر وتقدير
1.....	عن تصنيف الحقوق الرقمية
2.....	المحتويات
4.....	حول مؤشر مساءلة الشركات
4.....	منهجية المؤشر
4.....	مراجعات مؤشر 2019
5.....	الشركات
8.....	عملية البحث
9.....	التقييم وحساب النقاط
9.....	منهجية مؤشر 2019
11.....	الحوكمة
11.....	G1. الالتزام بالسياسات
11.....	G2. الحوكمة والرقابة الإدارية
12.....	G3. التطبيق الداخلي
13.....	G4. تقييم التأثير
14.....	G5. المشاركة مع أصحاب المصلحة
15.....	G6. الانتصاف
17.....	حرية التعبير
17.....	F1. الوصول إلى شروط الخدمة
17.....	F2. التغييرات في شروط الخدمة
18.....	F3. إجراءات إنفاذ شروط الخدمة
19.....	F4. بيانات حول إنفاذ شروط الخدمة
19.....	F5. عملية الاستجابة إلى طلبات الأطراف الثالثة بتقييد المحتوى أو الحسابات
21.....	F6. بيانات حول طلبات الحكومة لتقييد المحتوى أو الحساب
22.....	F7. بيانات حول الطلبات الخاصة لتقييد المحتوى أو الحساب
22.....	F8. إعلام المستخدم حول تقييد المحتوى والحساب
23.....	F9. إدارة الشبكة (شركات الاتصالات)
24.....	F10. توقيف الشبكة (شركات الاتصالات)
24.....	F11. سياسة الهوية
26.....	الخصوصية
26.....	P1. الوصول إلى سياسات الخصوصية
27.....	P2. التغييرات على سياسات الخصوصية
27.....	P3. جمع معلومات المستخدم
29.....	P4. مشاركة معلومات المستخدم
29.....	P5. الغرض من جمع وتبادل معلومات المستخدم
30.....	P6. الاحتفاظ بمعلومات المستخدم

P7	سيطرة المستخدمين على معلومات المستخدم الخاصة بهم.....	31
P8	وصول المستخدمين لمعلومات المستخدم الخاصة بهم.....	32
P9	جمع معلومات المستخدم من أطراف ثالثة (الإنترنت وشركات الأنظمة الإلكترونية للهواتف المحمولة).....	32
P10	عملية الاستجابة إلى طلبات الأطراف الثالثة للحصول على معلومات المستخدم.....	33
P11	بيانات حول طلبات الأطراف الثالثة للحصول على معلومات المستخدم.....	34
P12	إعلام المستخدم عن طلبات الأطراف الثالثة للحصول على معلومات المستخدم.....	35
P13	الإشراف الأمني.....	36
P14	معالجة الثغرات الأمنية.....	36
P15	خروقات البيانات.....	37
P16	تشفير قنوات الاتصال للمستخدم والمحتوى الخاص (شركات الإنترنت والنظام الإلكتروني للهواتف المحمولة).....	38
P17	أمن الحساب (شركات الإنترنت والنظم الإلكترونية للهواتف المحمولة).....	38
P18	إعلام وتوعية المستخدمين حول المخاطر المحتملة.....	39
	<b>معجم المصطلحات</b> .....	40

## حول مؤشر مساءلة الشركات

تصدر مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" مؤشر مساءلة الشركات الذي يقيّم أكثر الشركات نفوذاً في العالم في مجال الإنترنت والمحمول والاتصالات تبعاً لسياساتها وممارساتها المعلنة والتي تؤثر على حرية التعبير والخصوصية. يعتبر المؤشر أداةً لتحديد المعايير تهدف إلى تشجيع الشركات على الالتزام بالمبادئ والمعايير الدولية التي تحمي حرية التعبير والخصوصية.

إن المعايير التي يستخدمها المؤشر لتقييم الشركات مبنية على ما يزيد من عقدٍ من جهود المجتمعات المختلفة العاملة في مجالات حقوق الإنسان والخصوصية وأمن المعلومات. تتضمن هذه المعايير التي تؤكد بأنه لا يتوجب على الحكومات حماية حقوق الإنسان فحسب، بل يجب على الشركات أيضاً أن تتحلى بمسؤولية احترام هذه الحقوق. يبنى المؤشر أيضاً على والتي تتناول مسؤوليات شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تجاه حرية التعبير والخصوصية في مواجهة المطالب الحكومية بتقييد المحتوى أو تسليم معلومات المستخدمين. كما يعتمد على مجموعة من المعايير والمبادئ العالمية الناشئة حول حماية البيانات وأمن المعلومات وقدرة الوصول إليها. تشكل البيانات والتحليلات التي ينتجها المؤشر مصدراً يستند إليه عمل المدافعين عن حقوق الإنسان وصنّاع القرار والمستثمرين المسؤولين، كما تستخدمه الشركات لتحسين سياساتها وممارساتها.

### منهجية المؤشر

تم تطوير مؤشر مساءلة الشركات التابع لمبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" على مدى ثلاث سنوات من البحث والاختبار والمشاورة والمراجعة. منذ المراحل الأولى، عمل المشروع بشكل وثيق مع الباحثين في جميع أنحاء العالم. أثناء عملنا على تطوير المنهجية والدراسة الأولية والمؤشر بنسخته الأولى عمدنا إلى العمل مع "ساستيناليتيكس" (Sustainalytics)، الشركة الرائدة في تزويد المستثمرين بالأبحاث المتعلقة بالبيئة وعلم الاجتماع والحكومة.

في عام 2015، أطلقت مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" مؤشرها الأول الذي 16 شركة من شركات الإنترنت والاتصالات.

وفي مؤشر 2017 وسّعت مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" عملها ليشمل 22 شركة، متضمناً جميع الشركات المُقيّمة عام 2015 بالإضافة إلى ست شركاتٍ أخرى. بالإضافة إلى شركات الإنترنت والاتصالات فقد توسع المؤشر مع أنواع جديدة من الخدمات، بما في ذلك تلك المنتجة للبرمجيات والأجهزة التي نسميها "نتيجةً لذلك قام فريق مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" 2017 بالاستناد إلى مراجعة مفصلة للبيانات الأولية من مؤشر 2015، بالإضافة إلى التشاور مع الجهات ذات الصلة من المجتمع المدني والأوساط الأكاديمية ومجموعات المستثمرين والشركات نفسها.

في 2018، تم تطبيق نفس المنهجية لتقييم الشركات الاثنتين والعشرين نفسها التي قيّمها مؤشر 2017. مكّننا هذا من تقديم تحليل مقارن لأداء كل شركة وتحديد التوجهات العامة.

### مراجعات مؤشر 2019

تقوم مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" بتطوير مؤشر مساءلة الشركات على أنه عملية تقييم سنوية. وبناءً على ذلك تواصل مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" تطوير منهجية المؤشر استجابةً للتغيرات المستمرة والسريعة في قطاع التكنولوجيا.

وبالتالي فقد تم توسعة منهجية العمل لمؤشر 2019 بحيث يتناول إفصاحات الشركات المتعلقة باستخدامها

لأدوات مؤتممة لاتخاذ القرارات، وبسياساتها وإجراءاتها المتعلقة بالإعلانات المستهدفة. كما تم تنقيح المنهجية لتحسين تقييمنا لإجراءات التظلم والانتصاف لدى الشركات.

تقتصر التنقيحات على اثنين من المؤشرات (G4 و G6) من أجل الحفاظ على القدرة على المقارنة السنوية. وتتضمن هذه التنقيحات تحديداً إضافة عنصرين جديدين (العنصران 5 و 6) إلى المؤشر G4، الذي يقيّم ما إذا كانت الشركات تقوم بتقييم المخاطر المتعلقة بحقوق الإنسان (HRIAS) والتي قد تنشأ عن منتجاتها وخدماتها. تقيّم هذه العناصر الجديدة ما إذا كانت الشركات تجري تقييماً للمخاطر المرتبطة باستخدامها للأدوات المؤتممة لاتخاذ القرار (من خلال خوارزميات الذكاء الاصطناعي مثلاً)، بالإضافة للمخاطر المرتبطة بسياساتها وإجراءاتها المتعلقة بالإعلانات المستهدفة.

أما التنقيحات التي أدخلت على مؤشر G6 فتهدف إلى تعزيز وتوضيح تقييمنا لآليات وإجراءات التظلم والانتصاف لدى الشركات، كما تهدف أيضاً إلى مواءمة معايير المؤشر G6 مع نظيرتها المبينة في .

بدأت مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" في تموز/ يوليو 2018 مرحلة لاستبيان آراء الجهات ذات الصلة حول هذه التنقيحات المقترحة. وتأتي التغييرات النهائية التي أدخلت على المؤشرين G4 و G6 والمقدمة في هذا التقرير كنتيجة لاستبيان الآراء في مرحلة التشاور تلك والأبحاث الداخلية التي أجرتها مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية".

نشجع الجهات ذات الصلة بقراءة المزيد حول عملية تطوير المنهجية عبر:

[/](#)

## الشركات

يقيم مؤشر مساءلة الشركات 2019 الشركات الأربعة والعشرين المدرجة أدناه. قام الباحثون بفحص السياسات والممارسات العامة للشركة الأم، بالإضافة إلى الإفصاحات المتعلقة بسياسات وممارسات تخص خدمات مختارة و/أو الشركات المشغلة المحلية (تبعاً لهيكلية الشركة).

**شركات الاتصالات:** يقيّم مؤشر 2019 ويرتّب اثنتي عشرة شركة اتصالات، اثنتان منها **جديدة** على مؤشر هذا العام (**تم تمييزها باللون الأزرق**). نقوم بتقييم السياسات العالمية على مستوى المجموعة ككل لكل من هذه الشركات، وذلك بالنظر إلى المؤشرات ذات الصلة وخدمات المحمول المدفوعة مسبقاً والآجلة الدفع وخدمات الحزمة العريضة للخطوط الثابتة لدى شركة التشغيل التابعة للشركة الأم، على النحو التالي:

- "أميركا موفيل" (América Móvil) (المكسيك) — خدمات المحمول المدفوعة مسبقاً والآجلة الدفع "تيلسيل" (Telcel)
- "آيه تي أند تي" (AT&T) (الولايات المتحدة الأمريكية) — خدمات المحمول المدفوعة مسبقاً والآجلة الدفع، وخدمات الحزمة العريضة للخطوط الثابتة
- "أكسياتا" (Axiata) (ماليزيا) — خدمات المحمول المدفوعة مسبقاً والآجلة الدفع "سيلكوم" (Celcom)
- "بهارتي إيرتل" (Bharti Airtel) (الهند) — خدمات المحمول المدفوعة مسبقاً والآجلة الدفع، وخدمات الحزمة العريضة للخطوط الثابتة
- "دويتشه تيليكوم" (Deutsche Telekom) (ألمانيا) — خدمات المحمول المدفوعة مسبقاً والآجلة الدفع، وخدمات الحزمة العريضة للخطوط الثابتة
- "اتصالات" (Etisalat) (الإمارات العربية المتحدة) — خدمات المحمول المدفوعة مسبقاً والآجلة الدفع، وخدمات الحزمة العريضة للخطوط الثابتة
- "إم تي إن" (MTN) (جنوب أفريقيا) — خدمات المحمول المدفوعة مسبقاً والآجلة الدفع وخدمات الحزمة العريضة للخطوط الثابتة
- "أوريدو" (Ooredoo) (قطر) — خدمات المحمول المدفوعة مسبقاً والآجلة الدفع، وخدمات

- الحزمة العريضة للخطوط الثابتة "أورانج" (Orange) (فرنسا) — خدمات المحمول المدفوعة مسبقاً والآجلة الدفع، وخدمات
- الحزمة العريضة للخطوط الثابتة "تليفونيك" (Telefónica) (إسبانيا) — خدمات المحمول المدفوعة مسبقاً والآجلة الدفع "موفيستار" (Movistar) وخدمات الحزمة العريضة للخطوط الثابتة
- "تيلينور" (Telenor) (النرويج) — خدمات المحمول المدفوعة مسبقاً والآجلة الدفع، وخدمات الحزمة العريضة للخطوط الثابتة
- "فودافون" (Vodafone) (المملكة المتحدة) — خدمات المحمول المدفوعة مسبقاً والآجلة الدفع، وخدمات الحزمة العريضة للخطوط الثابتة

**شركات النظام الإيكولوجي للإنترنت والمحمول:** يقيم مؤشر 2019 اثنتي عشرة شركة من النظام الإيكولوجي للإنترنت والمحمول. بالنسبة لمؤشر 2019 قمنا بتوسيع تقييمنا للخدمات السحابية لخمس شركات وهي: "جوجل" (Google)، "ميل رو" (Mail.RU)، "مايكروسوفت" (Microsoft)، "سامسونج" (Samsung)، "تينسنت" (Tencent) **(باللون الأزرق أدناه)**. بالإضافة إلى ذلك فإن "فليكر" لن يتم تضمينها في مؤشر 2019، إذ أن تلك الخدمة لم تعد مملوكة من قبل "أوث" (Oath).<sup>1</sup>

نقوم بدراسة عددٍ من الخدمات (خمس خدمات كحدٍ أقصى) لكل شركة على النحو التالي:

- "أبل" (Apple) (الولايات المتحدة الأمريكية) — النظام الإيكولوجي للمحمول بنظام "أي أو إس" (iOS)، "أي مسج" (iMessage)، "أي كلاود" (iCloud)
- "بايدو" (Baidu) (الصين) — "بايدو سيرتش" (Baidu Search)، "بايدو كلاود" (Baidu Cloud)، "بايدو بوستبار" (Baidu PostBar)
- "فيسبوك" (Facebook) (الولايات المتحدة الأمريكية) — "فيسبوك" (Facebook)، "إنستغرام" (Instagram)، "واتس أب" (WhatsApp)، "مسنجر" (Messenger)
- "جوجل" (Google) (الولايات المتحدة الأمريكية) — "سيرتش" (Search)، "جيميل" (Gmail)، "يوتيوب" (Youtube)، النظام الإيكولوجي للمحمول بنظام "أندرويد" (Android)، **"جوجل درايف" (Google Drive)**
- "كاكاو" (Kakao) (كوريا الجنوبية) — "كاكاو سيرتش" (Kakao Search)، "كاكاو ميل" (Kakao Mail)، "كاكاو توك" (Kakao Talk)
- "ميل رو" (Mail.Ru) (روسيا) — "فكوتتاكتي" (Vkontakte)، "ميل رو إيميل" (Mail.ru email)، "ميل رو إيجنت مسنج" (Mail.ru Agent messaging)، **"ميل رو كلاود" (Mail.Ru Cloud)**
- "مايكروسوفت" (Microsoft) (الولايات المتحدة الأمريكية) — "بنج" (Bing)، "أوتلوك" (Outlook.com)، "سكايب" (Skype)، **"ون درايف" (OneDrive)**
- "أوث" (Oath) (الولايات المتحدة الأمريكية) — "ياهو ميل" (Yahoo Mail)، "تمبلر" (Tumblr)، "سامسونج" (Samsung) (كوريا الجنوبية) — تطبيق "سامسونج" لنظام "أندرويد" (Android)، **"سامسونج كلاود" (Samsung Cloud)**
- "تينسنت" (Tencent) (الصين) — "كيوزون" (QZone)، "كيوكيو" (QQ)، "وي تشات" (WeChat)، **"تينسنت كلاود" (Tencent Cloud)**
- "تويتر" (Twitter) (الولايات المتحدة الأمريكية) — "تويتر" (Twitter)، "بيريسكوب" (Periscope)
- "ياندكس" (Yandex) (روسيا) — "ياندكس ميل" (Yandex Mail)، "ياندكس سيرتش" (Yandex Search)، "ياندكس ديسك" (Yandex Disk) - (التخزين على السحابة)

1 اشترت شركة "سمع مغ" (SmugMug) "فليكر" (Flickr) في نيسان/أبريل 2018.





## عملية البحث

سيتم إجراء عملية البحث والتقييم لمؤشر 2019 من قبل شبكة عالمية من الباحثين وفريق بحث مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية". وتتألف العملية من الخطوات التالية:

- **الخطوة الأولى: جمع البيانات.** يقوم فريق البحث الأولي بجمع بيانات كل شركة ويقدم تقييماً أولياً لأداء الشركة في جميع المؤشرات.
- **الخطوة الثانية: المراجعة الثانية.** يقوم فريق ثانٍ من الباحثين بالتحقق من الوقائع المقدمة في التقييمات التي يقدمها فريق البحث الأولي في الخطوة الأولى.
- **الخطوة الثالثة: المراجعة والتوفيق.** يقوم فريق مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" بدراسة نتائج الخطوتين الأولى والثانية وتوفيق أية تناقضات أو اختلافات قد تنشأ.
- **الخطوة الرابعة: المراجعة الأفقية الأولى.** يقوم فريق مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" بإعادة التحقق من المؤشرات للتأكد من اتساق عملية التقييم عبر كل الشركات.
- **الخطوة الخامسة: استحصال الآراء من الشركات.** يتم إرسال النتائج الأولية إلى الشركات للتعليق ومشاركة الآراء.
- **الخطوة السادسة: المراجعة الأفقية الثانية.** يجري فريق مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" مراجعة أفقية ثانية يقوم فيها بتضمين آراء الشركات من الخطوة السابقة والتحقق من اتساق المؤشرات والتأكد من الجودة.
- **الخطوة السابعة: التقييم النهائي.** يقوم فريق مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" بحساب الدرجات النهائية.

تحصل الشركات على معدل تراكمي يعتمد على الأداء عبر جميع فئات المؤشر. كما تظهر النتائج النهائية أيضاً أداء الشركات تبعاً لكل مؤشر وفئة على حدة. تظهر النتائج أيضاً مقارنة بالتوجهات العامة وتغيراتها من عامٍ لآخر.

سيصدر مؤشر 2019 في أيار/ مايو 2019 وذلك على موقع إلكتروني تفاعلي بالإضافة إلى ملف قابل للتنزيل بصيغة "بي دي إف" (PDF). سيرافق معدل النقاط النهائي لكل شركة سرد تحليلي حول النتائج الرئيسية والتوجهات العامة.

بالإضافة إلى ذلك ستقوم التقارير المفصلة بتحليل أداء كل شركة وستتضمن أبرز المعلومات التي تساعد على إيضاح النتائج ووضعها في سياقها المناسب. قد تتضمن هذه المعلومات أمثلة محددة عن ممارسات الشركة وسياساتها القانونية والتنظيمية وغيرها من ملاحظات الباحثين في المسائل التي تقع خارج المحددات البحثية للمؤشرات التي يتم القياس عليها.

**ملاحظة عن السياقات الوطنية التي تؤثر على أداء الشركة:** تؤدي بعض القوانين أو اللوائح أو العوامل السياسية في بعض البلدان إلى تعزيز، أو على العكس إلى الحد من قدرة الشركة على الحصول على تقييم أداء جيد على بعض المؤشرات. إلا أن منهجنا لا يأخذ هذه العوامل بعين الاعتبار: بعبارة أخرى،

فإن المؤشر يقيم الشركات وفقاً لسياساتها وممارساتها، بغض النظر عن السبب. غير أن السرد التفصيلي لكل شركة سوف يشمل تحليلاً لكيفية تأثير البيئة القانونية والتنظيمية والسياسية في الولاية القضائية التي تتبع لها الشركة على معدلها النهائي. في بعض الحالات قد يعود السبب وراء أداء قوي أو ضعيف للشركة إلى مؤشر معين إلى البيئة القانونية أو التنظيمية أو السياسية السائدة في البلد الأم للشركة. في الحالات التي تسبب فيها القوانين واللوائح أداءً ضعيفاً للشركات فإننا نشجع هذه الشركات على الدعوة إلى تغيير القوانين بحيث تمكنها من احترام حقوق المستخدمين في حرية التعبير والخصوصية بشكل كامل وذلك من خلال الإفصاح عن التزامات وسياسات وممارسات متينة في هذا المجال.

## التقييم وحساب النقاط

يقيم مؤشر 2019 السياسات التي دخلت حيز التنفيذ لدى الشركات خلال الفترة الواقعة بين 14 يناير/ كانون الثاني 2018 و 25 يناير/كانون الثاني 2019. تحصل الشركات على معدل تراكمي يعتمد على الأداء عبر جميع فئات المؤشر. كما تظهر النتائج النهائية أداء الشركات تبعاً لكل مؤشر وفئة على حدة. يتضمن كل مؤشر قائمة من العناصر، وتحصل الشركات على نقاط جيدة (كاملة أو جزئية أو قد لا تحصل على أية نقاط) بحسب معدل استيفائها لكل عنصر. يشمل التقييم الكلي تقييم الإفصاح عن كل عنصر من كل مؤشر، على أساس واحدٍ من الأجوبة المحتملة التالية:

- "نعم" / إفصاح كامل. إفصاح الشركة يستوفي شروط العنصر.
- "جزئي" إفصاح الشركة استوفى بعض الجوانب من العنصر ولكن ليس جميعها، أو أن الإفصاح ليس شاملاً بما فيه الكفاية لتلبية كامل نطاق متطلبات العنصر.
- "لم يتم العثور على أية إفصاحات". لم يستطع الباحثون العثور على معلوماتٍ تستوفي متطلبات العنصر على موقع الشركة الإلكتروني.
- "لا" هناك إفصاح من قبل الشركة، ولكن ذلك الإفصاح لا يكشف للمستخدمين المعلومات التي يتطلبها العنصر. وهذا يختلف عن خيار "لم يتم العثور على أية إفصاحات"، على الرغم من أن كليهما لا يمنحان الشركة أية نقاط.
- لا ينطبق "لا ينطبق" هذا العنصر على الشركة أو الخدمة. لن يتم حساب العناصر التي تحمل علامة "لا ينطبق" سواء لصالح أو ضد الشركة في عملية حساب النقاط.

## النقاط

- "نعم/إفصاح كامل" = 100
- "جزئي" = 50
- "لا" = 0
- "لم يتم العثور على أية إفصاحات" = 0
- لا ينطبق "يتم استبعاده من معدل النقاط"

## منهجية مؤشر 2019

يقوم مؤشر 2019 بترتيب 24 شركة باستخدام 35 مؤشر موزعة على ثلاث فئات، تقيس الإفصاح عن السياسات والممارسات التي تؤثر على حرية التعبير والخصوصية لدى المستخدمين.

تتضمن كل فئة **مؤشرات** تقيس أداء الشركة لهذه الفئة. ويتألف كل مؤشر من **العناصر** التي تقيس أداء الشركة لهذا المؤشر.

## فئات المؤشر:

- **الحوكمة (G):** تتضمن هذه الفئة 6 مؤشرات لقياس إفصاحات الشركة عن التزاماتها بمبادئ حرية التعبير والخصوصية بالإضافة إلى التدابير المتخذة لتنفيذ تلك الالتزامات في جميع عمليات الشركة في الأسواق العالمية.
  - **حرية التعبير (F):** تتضمن هذه الفئة 11 مؤشر لقياس إفصاحات الشركة عن سياساتها وممارساتها التي تؤثر على حقوق حرية التعبير للمستخدمين.
  - **الخصوصية (P):** تتضمن هذه الفئة 18 مؤشر لقياس إفصاحات الشركة عن سياساتها وممارساتها التي تؤثر على حقوق خصوصية المستخدمين.
- إن جميع هذه الفئات والمؤشرات مبنية أدناه، كل على حدة. يرافق كل مؤشر "نص توجيهي للمؤشر" يصف ما يقوم المؤشر بتقييمه.
- معجم المصطلحات** أيضاً مرفق أدناه. المصطلحات المحددة في المعجم محددة **بالخط العريض** في نص المؤشر.

## الحوكمة

تسعى المؤشرات في هذه الفئة للحصول على دليل على أن الشركة لديها عمليات حوكمة كافية لضمان أنها تحترم حقوق الإنسان في حرية التعبير والخصوصية. تعتبر هذه الحقوق جزءاً من وقد نص عليها . وهي تنطبق على شبكة الإنترنت وخارجها. كي تتمكن الشركة من تقديم أداء جيد في هذه الفئة يتوجب على إفصاحاتها أن تتبع، على أقل تقدير، وأن تتفوق، في الحالة المثالية، على غيرها من معايير حقوق الإنسان الخاصة بالقطاع الذي تعمل ضمنه الشركة والتي تركز على حرية التعبير والخصوصية مثل .

### G1. الالتزام بالسياسات

يجب على الشركة الالتزام علناً باحترام حقوق الإنسان في حرية التعبير والخصوصية.

1. هل تقوم الشركة **بالترام** صريح وواضح على مستوى **السياسات** فيما يتعلق بحقوق الإنسان بما في ذلك حرية التعبير والخصوصية؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** يسعى هذا المؤشر لإيجاد دليل على أن الشركة قامت بالتزامات صريحة وواضحة على مستوى السياسات فيما يتعلق بحرية التعبير والخصوصية. وهذا أحد المعايير المبينة في "المبدأ التشغيلي رقم 16" من والذي ينص على أن الشركات يجب أن تعتمد سياسات رسمية تؤكد علناً التزاماتها بالمبادئ والمعايير العالمية لحقوق الإنسان. يجب على الشركة أن تفصح بوضوح عن هذه الالتزامات في الوثائق الرسمية للسياسات أو غيرها من الاتصالات والمراسلات التي تعكس سياسة الشركة الرسمية. علماً بأن هذا المؤشر يقيم الالتزام الرسمي للشركة على مستوى السياسات بكل من حرية التعبير والخصوصية. يجب أن تكون هذه الالتزامات متاحة بشكل علني. بالنسبة للشركات ذات السياسات التي تذكر جانباً واحداً فقط (إما حرية التعبير أو الخصوصية) فإنها سوف تتلقى جزءاً من النقاط.

#### المصادر المحتملة:

- سياسة الشركة المتعلقة بحقوق الإنسان
- بيانات الشركة الرسمية أو التقارير أو غيرها من المراسلات التي تعكس سياسة الشركة الرسمية
- التقرير السنوي للشركة أو تقرير الاستدامة الذي يشير إلى وثائق السياسات الرسمية

### G2. الحوكمة والرقابة الإدارية

يجب على القيادة العليا للشركة أن تمارس **دوراً إشرافياً** حول كيفية تأثير سياسات وممارسات الشركة على حرية التعبير والخصوصية.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** أن **مجلس الإدارة** يمارس دوراً إشرافياً رسمياً على كيفية تأثير ممارسات الشركة على حرية التعبير والخصوصية؟
2. هل تفصح الشركة **بوضوح** أن لجنة أو فريقاً أو برنامجاً أو مديراً على **المستوى التنفيذي** يشرف على كيفية تأثير ممارسات الشركة على حرية التعبير والخصوصية؟
3. هل تفصح الشركة **بوضوح** أن لجنة أو فريقاً أو برنامجاً أو مديراً على **المستوى الإداري** يشرف على كيفية تأثير ممارسات الشركة على حرية التعبير والخصوصية؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** يسعى هذا المؤشر لإيجاد دليل على أن هياكل الحوكمة والإدارة الداخلية

للشركة تشمل اعتبارات تتعلق بحرية التعبير والخصوصية. تؤثر قرارات المديرين التنفيذيين ومديري شركات الإنترنت والاتصالات بشكل كبير على قدرة الناس على ممارسة حرية التعبير والخصوصية. حيث تتوقع بأن تأخذ عمليات صنع القرار هذه، وهياكل تسلسل المسؤولية داخل الشركة بعين الاعتبار وبشكل صريح حقوق الإنسان.

للحصول على كامل النقاط لهذا المؤشر، يتعين على الشركات أن تفصح بوضوح بأن كل مستوى من مستويات الحوكمة (مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية والإدارية) يتمتع بدور إشرافي واضح على المسائل المتعلقة بحرية التعبير والخصوصية. يمكن لهذا الدور الإشرافي على مستوى مجلس الإدارة أن يتضمن شرحاً علنياً أو صادراً عن مجلس الإدارة حول كيفية ممارسة مجلس الإدارة لدوره الإشرافي على التزامات الشركة على مستوى السياسات فيما يتعلق بحرية التعبير والخصوصية. تحت مستوى مجلس الإدارة، يمكن لهذا أن يشمل وحدة إدارية أو موظفاً تحت رئاسة المستوى التنفيذي أو الإداري. يجب لتلك اللجنة أو البرنامج أو الفريق أو المدير... إلخ أن تحدد حرية التعبير والخصوصية كأحد البنود في وثيقة توصيف مسؤولياتها.

### المصادر المحتملة:

- قائمة بأعضاء مجلس الإدارة
- وثائق حوكمة الشركة
- تقرير الاستدامة للشركة
- المخطط التنظيمي للشركة
- سياسة الشركة المتعلقة بحقوق الإنسان
- وثائق "مبادرة الشبكة العالمية" (إن كانت الشركة عضواً فيها)

## G3. التطبيق الداخلي

يجب أن تكون لدى الشركة آليات لتطبيق التزاماتها تجاه حرية التعبير والخصوصية داخل الشركة.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** عما إذا كانت توفر تدريباً للموظفين حول قضايا حرية التعبير والخصوصية؟
2. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن برنامج خاص بالمبلغين من الموظفين (whistleblowers) يمكن من خلاله للموظفين الإبلاغ عن أية مخاوف لديهم فيما يتعلق بكيفية تعامل الشركة بحقوق مستخدميهما في حرية التعبير والخصوصية؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** يقيم المؤشر G2 ما إذا كانت القيادة العليا للشركة تلتزم بالإشراف على قضايا حرية التعبير والخصوصية. في حين يقيم المؤشر G3 ما إذا كانت الشركة تفصح عما إذا كانت ترسخ هذه الالتزامات بشكل مؤسسي داخل الشركة وكيف تفعل ذلك.

وبشكل أكثر تحديداً، يسعى هذا المؤشر لإيجاد إفصاح عما إذا كانت الشركة تساعد الموظفين على فهم أهمية حرية التعبير والخصوصية، وكيف تفعل ذلك. عندما يكتب الموظفون رمز كمبيوتر تابع لمنتج جديد، أو يراجعون طلبات للحصول على بيانات المستخدم، أو يستجيبون لأسئلة العملاء حول كيفية استخدام خدمة ما، فإنهم يتصرفون بطرق يمكن أن تؤثر بشكل مباشر على حرية التعبير والخصوصية لدى المستخدمين. إننا نتوقع من الشركات الإفصاح عن معلومات حول ما إذا كانت توفر التدريب الذي يعرف الموظفين بدورهم في احترام حقوق الإنسان والذي يوفر للموظفين أيضاً متنفساً للتعبير عن أية مخاوف لديهم فيما يتعلق بحقوق الإنسان.

يمكن للشركة الحصول على كامل النقاط على هذا المؤشر فقط في حال إفصاحها بشكل واضح عن

معلومات تتعلق بتدريب الموظفين حول حرية التعبير والخصوصية، ووجود برنامج للمبلغين (whistleblowers) يتضمن أيضاً هذه القضايا. يجب أن يحدد الإفصاح عن تغطية برامج تدريب الموظفين والمبلغين (whistleblowers) لأموال حرية التعبير والخصوصية. قد تحصل الشركات على نقاط إيجابية على هذا المؤشر إن كان برنامج المبلغين لديها لا يذكر على وجه التحديد الشكاوى المتعلقة بحرية التعبير والخصوصية طالما أن الشركة قد التزمت بهذه المبادئ في أماكن أخرى بطريقة تجعل من الواضح بأن الشركة سوف تتجواب مع هذه الشكاوى من خلال برنامج المبلغين لديها.

#### المصادر المحتملة:

- مدونة السلوك للشركة
- دليل الموظف
- المخطط التنظيمي للشركة
- تقرير الاستدامة/ المسؤولية الاجتماعية للشركة
- مدونات الشركة

#### G4. تقييم التأثير

يجب على الشركة القيام بالإجراءات بشكل منتظم وشامل وذي مصداقية، مثل **تقييم الأثر على حقوق الإنسان** لتحديد مدى تأثير جميع جوانب أعمالها على حرية التعبير والخصوصية والتخفيف من المخاطر الناشئة عن تلك الآثار.

العناصر:

1. هل تنظر الشركة في كيفية تأثير القوانين على حرية التعبير والخصوصية في الولايات القضائية التي تعمل فيها كجزء من عملية صنع القرار؟
2. هل تقوم الشركة بانتظام بتقييم المخاطر المتعلقة بحرية التعبير والخصوصية والمرتبطة بمنتجاتها وخدماتها؟
3. هل تقيم الشركة مخاطر حرية التعبير والخصوصية والمرتبطة بأي نشاط جديد، بما في ذلك إطلاق و/أو الاستحواذ على منتجات جديدة أو خدمات أو شركات أو الدخول في أسواق جديدة؟
4. هل تقيم الشركة مخاطر حرية التعبير والخصوصية المرتبطة بالعمليات والآليات المستخدمة لفرض **شروط الخدمة** الخاصة بها؟
5. هل تفصح الشركة عن أنها تقيم مخاطر حرية التعبير والخصوصية المرتبطة باستخدام **أدوات مؤتمتة لاتخاذ القرار** كما في استخدام **الخوارزميات** و/أو **الذكاء الاصطناعي**؟
6. هل تقيم الشركة مخاطر حرية التعبير والخصوصية المرتبطة بسياساتها وممارساتها المتعلقة **بالإعلانات المستهدفة**؟
7. هل تقوم الشركة بإجراء تقييم إضافي حينما يكشف تقييم المخاطر لديها مخاوف وشكوك إضافية؟
8. هل يقوم **كبار المدراء التنفيذيين** و/أو أعضاء مجلس إدارة الشركة بالاطلاع والنظر في نتائج تقييم العناية الواجبة أثناء عمليات صنع القرار؟
9. هل تقوم الشركة بإجراء التقييم تبعاً لجدول منتظم؟
10. هي تخضع تقييمات الشركة للتأكيد من قبل **طرف ثالث** خارجي؟

11. هل يتمتع هذا **الطرف الثالث** الخارجي بالاعتماد من قبل منظمة موثوقة لمعاييرها العالية فيما يتعلق بحقوق الإنسان؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** يواجه الناس مخاطر تتعلق بحقوق الإنسان عند استخدام التكنولوجيا الرقمية. تقيّمات التأثير على حقوق الإنسان (HRIAS) هي وسيلة للشركات للتعرف على هذه المخاطر والتعامل معها، أو على الأقل محاولة التخفيف من آثارها، خاصة عند تقديم منتجات وخدمات جديدة أو الدخول في أسواق جديدة، أو عندما تتضمن استخدام أدوات مؤتمتة لاتخاذ القرار.

يفحص هذا المؤشر عن إفصاح الشركات عن وجود أية إجراءات لتقييم المخاطر المتعلقة بحقوق الإنسان، وكذلك ما إذا كانت الشركات تعتمد تقييم الاعتبارات المتعلقة بحرية التعبير والخصوصية كجزء من عملية صنع القرار. تمثل هذه التقييمات منهجية فحص داخلي للتأكد من أن قرارات الشركة وممارساتها تتماشى مع التزاماتها (ومسؤوليتها) باحترام حرية التعبير والخصوصية. نتوقع من الشركات الإفصاح عن تقييم المخاطر المتعلقة بحرية التعبير والخصوصية والمرتبطة بأية أنشطة جديدة أو الناشئة عند إطلاق منتجات جديدة أو الدخول في أسواق جديدة. كما نتوقع من الشركات تقييم المخاطر المرتبطة بتطبيق اتفاقات شروط الخدمة، وتلك المرتبطة باستخدام تكنولوجيا اتخاذ القرار المؤتمت (مثل استخدام الخوارزميات و/أو الذكاء الاصطناعي)، وتلك المرتبطة بالسياسات والممارسات المتعلقة بالإعلانات المستهدفة.

في حين يستخدم هذا المؤشر لغة تقييمات الأثر على حقوق الإنسان، فإن الشركات قد تستخدم أسماء مختلفة لنفس عملية المراجعة هذه. ولكن الاسم الذي تطلقه الشركات على هذه العملية أقل أهمية مما تتضمنه وتحققه العملية بالفعل. سيتضمن هذا المؤشر مراجعة "تقييمات الأثر على الخصوصية" Privacy Impact Assessments (PIAs) وغيرها من عمليات التقييم التي تحتوي على خصائص أو عناصر مدرجة في هذا المؤشر ولكن لا تحمل اسم "تقييم الأثر على حقوق الإنسان" بالضرورة.

علماً بأن هذا المؤشر لا يتوقع أن تنشر الشركات النتائج التفصيلية لعمليات تقييم التأثير على حقوق الإنسان التي تجربها نظراً لاحتواء تلك العمليات على معلومات حساسة. وإنما يتوقع من الشركات أن تفصح عن إجراءات لتقييمات التأثير على حقوق الإنسان (HRIAS) وتقديم معلومات عما تتضمنه هذه العملية. إن أجرت شركة ما تقييمات التأثير على حقوق الإنسان ولكنها لم تفصح أنها تفعل ذلك، فإنها لن تحصل على نقاط إيجابية.

#### المصادر المحتملة:

- تقرير الاستدامة/ المسؤولية الاجتماعية للشركة
- سياسة الشركة المتعلقة بحقوق الإنسان
- الوثائق التنظيمية (مثل لجنة التجارة الاتحادية للولايات المتحدة الأمريكية)
- تقارير من أطراف ثالثة تقوم بالتقييم أو الاعتماد
- التقارير التقييمية لمبادرة الشبكة العالمية

#### G5. المشاركة مع أصحاب المصلحة

يجب على الشركة أن **تشارك** مع مجموعة من **أصحاب المصلحة** حول قضايا حرية التعبير والخصوصية.

العناصر:

1. هل الشركة عضو في **مبادرة تشمل أصحاب المصلحة المتعددين** والتي تركز على الالتزام بالدفاع عن حرية التعبير والخصوصية على أساس المبادئ الدولية لحقوق الإنسان؟
2. إن لم تكن الشركة عضواً في **مبادرة تشمل أصحاب المصلحة المتعددين**، يصبح السؤال هل الشركة عضو في منظمة تشارك بصورة منتظمة ومنهجية مع أصحاب المصلحة من غير الحكومات والمصالح التجارية في الأمور المتعلقة بحرية التعبير والخصوصية؟

3. إن لم تكن الشركة عضواً في أي من هذه المنظمات، فهل تقوم الشركة بالإفصاح عن أنها تبدأ أو تشارك في اجتماعات مع **أصحاب المصلحة** التي تمثل أو تناصر بالنيابة عن أو أنها أشخاص فعليون ممن تتأثر حرية التعبير والخصوصية لديهم مباشرة نتيجة أعمال الشركة؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** يسعى هذا المؤشر لإيجاد دليل على أن الشركة تعمل مع أصحاب المصلحة - خاصة مع أولئك الذين يواجهون مخاطر متعلقة بحقوق الإنسان متصلة بأنشطتهم على الإنترنت. تتوقع أن تكون المشاركة مع أصحاب المصلحة عنصراً أساسياً في سياسات الشركة وإجراءات تقييم التأثير. ينبغي على إشراك أصحاب المصلحة أن يتم عبر مجموعة كاملة من القضايا المتعلقة بحرية التعبير والخصوصية للمستخدمين، بما في ذلك عمليات الشركة لوضع شروط الخدمة والخصوصية وسياسات الهوية جنباً إلى جنب مع ممارسات إنفاذ هذه السياسات.

يمكن للمشاركة مع أصحاب المصلحة، وخاصة أولئك الذين يعملون في بيئات شديدة الخطورة، أن تكون حساسة. قد لا تشعر الشركة بالراحة بالإفصاح علناً عن تفاصيل محددة عن أصحاب المصلحة الذين تتشاور معهم أو عن أوقات وأماكن الاجتماع أو المواضيع التي تتم مناقشتها. بينما نشجع الشركات على تقديم تفاصيل عن المشاركات ذات الطبيعة غير الحساسة مع أصحاب المصلحة، فإننا نسعى، على الأقل، لإفصاح عام من قبل الشركة بأنها تشارك مع أصحاب المصلحة الذين هم في الحقيقة، أو الذين يمثلون المستخدمين الذين تقع حقوقهم في حرية التعبير والخصوصية في خطر. تعتبر أحد الطرق التي يمكن للجمهور من خلالها أن يعرف أن الشركة تشارك في هذا النوع من الفعاليات مشاركة الشركة في مبادرة أصحاب المصلحة المتعددين والتي تضع الشركة في اتصال مع ممثلين عن مختلف مجموعات أصحاب المصلحة بما في ذلك منظمات حقوق الإنسان وغيرها من الجهات التي تدافع عن حقوق المجموعات المعرضة للخطر.

إن تلقت الشركة نقاطاً كاملة على العنصر 1، فسوف تحصل تلقائياً على كامل النقاط على العنصرين 2 و 3.

#### المصادر المحتملة:

- تقرير الاستدامة/ المسؤولية الاجتماعية للشركة
- التقرير السنوي للشركة
- مدونة الشركة
- قوائم العضوية على مبادرة الشبكة العالمية والمواقع الحوارية المختصة بالقطاع
- الأسئلة الأكثر شيوعاً أو مركز المساعدة

#### G6. الانتصاف

يجب أن يكون لدى الشركة آليات للتظلم والانتصاف للاستجابة لمخاوف المستخدمين حول حرية التعبير والخصوصية.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** أن لديها **آلية** (آليات) **للتظلم** لتمكين المستخدمين من تقديم الشكاوى إن شعروا بأن حرية التعبير أو الخصوصية لديهم تضررت من سياسات الشركة أو ممارساتها؟

2. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن إجراءاتها **لانتصاف** في شكاوى حرية التعبير أو الخصوصية؟

3. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن الأطر الزمنية لإجراءات **التظلم والانتصاف** لديها؟

4. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن عدد الشكاوى الواردة المتعلقة بحرية التعبير والخصوصية؟



5. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن أدلة عن أنها توفر إجراءات للانتصاف في شكاوى حرية التعبير والخصوصية؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** لا يمكن لحقوق الإنسان أن تكون محمية ومحترمة إلا إذا توفر للناس قنوات للانتصاف عندما يعتقدون بأن حقوقهم قد انتهكت. يبحث هذا المؤشر عما إذا كانت الشركات توفر آليات انتصاف كهذه وعما إذا كانت لديها إفصاحات علنية عن إجراءاتها للاستجابة للشكاوى من الأفراد الذين يعتقدون بأن الشركة قد انتهكت، أو سهلت بشكل مباشر، انتهاك حرية التعبير أو الخصوصية.

هل تفصح الشركة بوضوح أن لديها آلية (آليات) للتظلم لتمكين المستخدمين من تقديم الشكاوى إن شعروا بأن حرية التعبير أو الخصوصية لديهم تضررت من سياسات الشركة أو ممارساتها؟ للحصول على كامل نقاط العنصر 1، ليس من الضروري لآلية التظلم للشركة أن تنص صراحةً على أنها تنطبق على الشكاوى المتصلة بحرية التعبير والخصوصية. ومع ذلك فإنه ينبغي أن يكون واضحاً إمكانية استخدام هذه الآلية في أي نوع من أنواع التظلم المتصل بحقوق الإنسان. كما تتوقع أن تكون آلية التظلم للشركة موضوعة بشكل واضح في متناول المستخدمين. وبالإضافة إلى ذلك، يجب على الشركة شرح إجراءاتها للانتصاف استجابةً لهذه الأنواع من الشكاوى، والإفصاح عن أدلة عن قيامها بذلك. ينبغي على الشركات أن تصف جداول زمنية واضحة لمعالجة كل مرحلة من مراحل عملية التظلم والانتصاف. إن هذه المعايير مذكورة في المبدأ 31 من المبادئ التوجيهية للأمم المتحدة بشأن الأعمال التجارية وحقوق الإنسان والتي تنص على أن الشركات يجب أن تنشر إجراءات انتصاف واضحة ومتاحة ويمكن التنبؤ بها.

#### **المصادر المحتملة:**

- شروط الخدمة التابعة للشركة أو ما يعادلها من اتفاقيات المستخدم
- سياسات المحتوى للشركة
- موقع السياسات أو المبادئ التوجيهية أو الموارد المتعلقة بالخصوصية لدى الشركة
- تقرير الاستدامة/ المسؤولية الاجتماعية للشركة
- مركز المساعدة للشركة أو دليل المستخدم
- تقرير الشفافية للشركة (عدد الشكاوى الواردة)

## حرية التعبير

تسعى المؤشرات في هذه الفئة لإيجاد دليل على أن الشركة تظهر أنها تحترم حق حرية التعبير، كما هو منصوص عليه في و غيرها من المواثيق الدولية لحقوق الإنسان. تُظهر سياسات وممارسات الشركة المفصّل عنها كيفية العمل على تجنب المساهمة في التصرفات التي قد تتداخل مع هذا الحق، إلا في حال كانت الإجراءات قانونية ومناسبة ولها غرض يبررها. إن الشركات التي تحقق أداءً جيداً على هذا المؤشر تثبت التزاماً عاماً قوياً بالشفافية، ليس فقط من حيث الكيفية التي تستجيب فيها لمطالب الحكومة وغيرها، ولكن أيضاً من حيث كيفية تحديد، والتواصل مع، وإنفاذ القواعد الخاصة والممارسات التجارية التي تؤثر على حرية التعبير لدى المستخدمين.

### F1. الوصول إلى شروط الخدمة

يجب على الشركة أن توفر شروط الخدمة بشكل يسهل العثور عليه وفهمه.

العناصر:

1. هل من السهل العثور على شروط خدمة الشركة؟
2. هل شروط الخدمة متوفرة باللغات الأكثر تداولاً من قبل مستخدمي الشركة؟
3. هل شروط الخدمة مقدمة بطريقة مفهومة؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** تحدد شروط الخدمة للشركة شكل العلاقة بين المستخدم والشركة. تحتوي هذه الشروط على قواعد حول المحتوى والأنشطة المحظورة ويمكن للشركات أيضاً اتخاذ إجراءات ضد المستخدمين لمخالفتهم القواعد الموضحة في الشروط. ونظراً لهذا، فإننا نتوقع من الشركات ضمان سهولة وصول الشروط وفهمها.

يقيم هذا المؤشر ما إذا كانت شروط الشركة سهلة الإيجاد بالنسبة للمستخدمين. تعتبر الوثيقة سهلة الوصول إن كانت موجودة على الصفحة الرئيسية للشركة أو الخدمة، أو تبعد نقرةً أو اثنتين عن الصفحة الرئيسية، أو في مكان منطقي حيث يمكن للمستخدمين أن يتوقعوا العثور عليها. يجب أن تكون الشروط أيضاً متوفرة باللغات الرئيسية للسوق التشغيلي الأساسي. وبالإضافة إلى ذلك، فإننا نتوقع من الشركة أن تتخذ خطوات لمساعدة المستخدمين على فهم المعلومات الواردة في وثائقها. يتضمن هذا، ولا يقتصر على، توفير ملخصات أو نصائح أو إرشادات توضح المقصود من الشروط سواء باستخدام العناوين الفرعية أو استخدام خط بحجم مقروء أو غيرها من الرسوم البيانية التي تساعد المستخدمين على فهم الوثيقة، أو كتابة الشروط باستخدام جمل سهلة القراءة.

#### المصادر المحتملة:

- شروط الخدمة وشروط الاستخدام والشروط والأحكام... إلخ.
- سياسة الاستخدام المقبول للشركة، والتوجيهات المجتمعية، والقواعد... إلخ.

### F2. التغييرات في شروط الخدمة

يجب على الشركة أن تفصح بوضوح بأنها توفر إشعارات ووثائق للمستخدمين عندما تغير شروط الخدمة لديها.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** بأنها تعلم المستخدمين حول التغييرات على **شروط الخدمة**؟
2. هل تفصح الشركة **بوضوح** كيف ستقوم بإخطار **المستخدمين** مباشرة بالتغييرات؟
3. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن الإطار الزمني للتنبيه قبل دخول التغييرات القادمة حيز التنفيذ؟
4. هل تحتفظ الشركة **بأرشيف عام أو سجل للتغييرات**؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** من الشائع تغيير الشركات لشروط الخدمة كنتيجة لتطور أعمالها. إلا أن هذه التغييرات، التي يمكن أن تشمل قواعد تحظر المحتوى والأنشطة، قد يكون لها تأثير كبير على حرية التعبير لدى المستخدمين. ولذلك فنحن نتوقع من الشركات أن تلتزم بإخطار المستخدمين عند تغيير هذه الشروط لتزويد المستخدمين بالمعلومات التي تساعدكم على فهم ما تعنيه هذه التغييرات.

يسعى هذا المؤشر لإيجاد إفصاح واضح من قبل الشركات حول الطريقة والإطار الزمني لإبلاغ المستخدمين عن التغييرات في شروط الخدمة. ونتوقع من الشركات أن تلتزم بإخطار المستخدمين مباشرة قبل أن تدخل تلك التغييرات حيز التنفيذ. قد يختلف الأسلوب المباشر للإخطار بحسب نوع الخدمة. بالنسبة للخدمات التي تحتوي على حسابات للمستخدمين، قد يتضمن الإخطار المباشر إرسال بريد إلكتروني أو رسائل القصيرة. بالنسبة للخدمات التي لا تتطلب حساب مستخدم، قد يتضمن الإخطار المباشر نشر إشعار بارز على الصفحة الرئيسية التي يستخدمها المستخدمون للوصول إلى الخدمة. يسعى هذا المؤشر أيضاً لإيجاد أدلة على أن الشركة توفر سجلات متاحة للجمهور تحوي شروط الخدمة السابقة كي يتمكن الناس من فهم كيف تطورت شروط الخدمة للشركة مع الوقت.

#### المصادر المحتملة:

- شروط الخدمة الخاصة بالشركة

### F3. إجراءات إنفاذ شروط الخدمة

يجب على الشركة أن تفصح **بوضوح** عن الظروف التي قد تدفعها لحظر **المحتوى** أو **حسابات المستخدمين**.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن أنواع **المحتوى** أو الأنشطة التي لا تسمح بها؟
2. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن الأسباب التي قد تدفعها لتقييد **حساب المستخدم**؟
3. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن معلومات حول العمليات التي تجربها لتحديد **المحتوى** أو **الحسابات** التي تنتهك قواعد الشركة؟
4. هل تفصح الشركة **بوضوح** عما إذا كانت تأخذ بعين الاعتبار والأولوية لأي من الجهات الحكومية عندما تحدد المحتوى وتقوم بتقييده لمخالفته لقواعد الشركة؟
5. هل تفصح الشركة **بوضوح** عما إذا كانت تأخذ بعين الاعتبار والأولوية لأي من الكيانات الخاصة عندما تحدد المحتوى وتقوم بتقييده لمخالفته لقواعد الشركة؟
6. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن عملية إنفاذ القوانين؟
7. هل توفر الشركة أمثلة واضحة لمساعدة المستخدم في فهم ماهية القواعد وكيفية تنفيذها؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** يمكن للشركات وضع قواعد حول المحتوى الذي يمكن للمستخدمين نشره على الخدمة، بالإضافة إلى الأنشطة التي يمكن للمستخدمين الانخراط بها ضمن الخدمة. يمكن للشركات أيضاً تقييد حساب المستخدم، وهذا يعني عدم قدرة المستخدم على الوصول إلى الخدمة، بسبب انتهاك هذه القواعد. بالنسبة للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة، يمكن لهذا أن يشمل تقييد الوصول إلى حساب المستخدم النهائي للخدمة أو حساب المطور.

ولذلك نتوقع أن تفصح الشركات بوضوح ما هي هذه القواعد وكيف تقوم بإنفاذها. وهذا يشمل معلومات حول كيفية تعلم الشركات للمواد أو الأنشطة التي تنتهك شروطها. على سبيل المثال، قد توظف الشركات أشخاصاً لمراجعة المحتوى و/أو نشاط المستخدم، أو أنها قد تعتمد على المجتمع للإشارة إلى تلك المحتويات والأنشطة وذلك عن طريق الآليات التي تسمح للمستخدمين بالإشارة إلى محتوى المستخدمين الآخرين و/أو نشاطهم كي تقوم الشركة بالنظر فيه. ونتوقع أيضاً من الشركات أن تفصح بوضوح عما إذا كانت لديها سياسة تمنح الأولوية أو تعجل النظر في المحتوى والأنشطة التي تشير إليها أي من الجهات الحكومية و/أو أعضاء المنظمات الخاصة أو غيرها من الكيانات التي تحدد انتماءها التنظيمي عندما تقوم بالإشارة إلى محتوى أو مستخدم بتهمة انتهاك قواعد الشركة. بالنسبة للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة، نتوقع من الشركات الإفصاح عن أنواع التطبيقات التي يمكن أن تحدّها. وفي هذا الإفصاح، يجب على الشركة أيضاً أن تقدم أمثلة لمساعدة المستخدمين على فهم ذلك.

#### المصادر المحتملة:

- شروط الخدمة للشركة، العقد مع المستخدم
- سياسة الاستخدام المقبول للشركة، المعايير المجتمعية، المبادئ التوجيهية للمحتوى، سياسة السلوك المسيء أو وثيقة مماثلة تشرح القواعد التي يجب للمستخدمين أن يتبعوها.
- مركز الدعم والمساعدة للشركة أو الأسئلة الشائعة (مثل أسئلة حول أسباب إزالة المحتوى، أو توقيف حساب... إلخ)

#### F4. بيانات حول إنفاذ شروط الخدمة

يجب على الشركة أن **تفصح بوضوح** وأن تنشر بانتظام بيانات حول حجم وطبيعة الإجراءات المتخذة لحظر المحتوى أو الحسابات التي تنتهك قواعد الشركة.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن البيانات المتعلقة بحجم وطبيعة المحتوى والحسابات المحظورة بتهمة انتهاك قواعد الشركة؟
2. هل تنشر الشركة هذه البيانات مرة واحدة على الأقل في السنة؟
3. هل يمكن تصدير البيانات المنشورة من قبل الشركة بشكل ملفات إلكترونية تحوي **بيانات مهيكلّة**؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** تفرض الشركات شروط خدمتها لمجموعة متنوعة من الأسباب، ونتوقع من الشركات الإفصاح بشكل علني عن عدد الحالات التي اتخذت فيها إجراءات لتقييد حسابات المستخدمين أو الخدمات. إن الكشف عن هذه البيانات يقدم للجمهور نظرة أكثر شفافية ودقة حول إجراءات إزالة المحتوى وكذلك حول دور الشركات في إزالة المحتوى.

يقيم هذا المؤشر إفصاح الشركة عن البيانات المتعلقة بعدد الحالات التي أزلت فيها المحتوى أو قامت بتقييد وصول المستخدمين بسبب انتهاك شروط الخدمة للشركة. إن نشر عن هذه البيانات يقدم للجمهور نظرة أكثر دقة حول النظام الإيكولوجي لإزالة المحتوى وكذلك حول دور الشركة في إزالة المحتوى لا

يمكن للشركات الحصول على كامل النقاط لهذا المؤشر إلا إن قدمت أدلة على أنها تفصح بوضوح وتنشر بانتظام بيانات حول قراراتها بإزالة المحتوى. وينبغي نشر هذه المعلومات على الأقل مرة واحدة في العام وبشكل ملفات بيانات مهيكلة.

#### المصادر المحتملة:

- تقرير الشفافية للشركة

### F5. عملية الاستجابة إلى طلبات الأطراف الثالثة بتقييد المحتوى أو الحسابات

يجب على الشركة أن تفصح بوضوح عن عملية الرد على الطلبات الحكومية (بما في ذلك الأوامر القضائية) والطلبات الخاصة بإزالة أو فلترة أو تقييد المحتوى أو الحسابات.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة بوضوح عن عملية الاستجابة للطلبات الحكومية غير القضائية؟
2. هل تفصح الشركة بوضوح عن عملية الاستجابة للطلبات القضائية؟
3. هل تفصح الشركة بوضوح عن عملية الاستجابة للطلبات الحكومية من سلطات قضائية أجنبية؟
4. هل تفصح الشركة بوضوح عن عملية الاستجابة للطلبات الخاصة؟
5. هل تفصح تفسيرات الشركة بوضوح عن الأسس القانونية التي قد تمثل بموجبها للطلبات الحكومية؟
6. هل تفصح تفسيرات الشركة بوضوح عن الأسس التي قد تمثل بموجبها للطلبات الخاصة؟
7. هل تفصح الشركة بوضوح عن أنها تقوم بعمليات العناية الواجبة بشأن الطلبات الحكومية قبل اتخاذ قرار بشأن كيفية الرد؟
8. هل تفصح الشركة بوضوح أنها تقوم بعمليات العناية الواجبة بشأن الطلبات الخاصة قبل اتخاذ قرار بشأن كيفية الرد؟
9. هل تلتزم الشركة بأن تقاوم الطلبات الحكومية الفائضة أو غير المناسبة؟
10. هل تلتزم الشركة بأن تقاوم الطلبات الخاصة الفائضة أو غير المناسبة؟
11. هل توفر الشركة إرشادات أو أمثلة واضحة عن تنفيذ عملية الاستجابة للطلبات الحكومية؟
12. هل توفر الشركة إرشادات أو أمثلة واضحة عن تنفيذ عملية الاستجابة للطلبات الخاصة؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** غالباً ما تتلقى الشركات طلبات لإزالة، أو تنقية، أو تقييد الوصول إلى المحتوى والحسابات. قد تأتي هذه الطلبات من الوكالات الحكومية أو المحاكم (سواء المحلية أم الأجنبية)، وكذلك من كيانات من القطاع الخاص (أي كيانات غير حكومية وغير قضائية). تتوقع من الشركات الإفصاح العلني عن عملية الاستجابة إلى الطلبات التي تأتي من الحكومات والمحاكم، وكذلك الطلبات الخاصة التي تأتي بأي شكل من أشكال الإجراءات المحددة أو المنظمة. يمكن للطلبات الخاصة أن تأتي من خلال عملية يحددها القانون (مثل الطلبات المقدمة بمقتضى قانون الألفية للملكية الرقمية للولايات المتحدة الأمريكية

وقانون حق المرء بأن ينسى في أوروبا، إلخ) أو ترتيبات التنظيم الذاتي (على سبيل المثال اتفاقيات الشركة لحظر أنواع معينة من الصور).

يقيم هذا المؤشر ما إذا كانت الشركة تفصح بوضوح كيف تستجيب للطلبات الحكومية والخاصة لإزالة، أو تنقية، أو تقييد المحتوى أو حسابات. يجب على الشركة أن تفصح عن الأسباب القانونية لإزالة المحتوى. في بعض الحالات، قد يمنع القانون الشركة من الإفصاح عن المعلومات المشار إليها في عناصر هذا المؤشر. ستذكر مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" تلك الحالات في التقرير، ومع ذلك ستخسر الشركة نقاطاً إن لم تحقق جميع العناصر. يمثل هذا وضعاً يتسبب فيه القانون بخسارة الشركات لقدرتها على المنافسة. ونحن نشجع الشركات على الدعوة إلى القوانين التي تمكنها من احترام كامل حقوق المستخدمين في حرية التعبير والخصوصية.

#### المصادر المحتملة:

- تقرير الشفافية للشركة
- المبادئ التوجيهية لإنفاذ القانون لدى الشركة
- شروط الخدمة الخاصة بالشركة
- مركز المساعدة أو الدعم للشركة
- مدونات الشركة
- سياسة الشركة حول حقوق الطبع والنشر أو الملكية الفكرية

#### F6. بيانات حول طلبات الحكومة لتقييد المحتوى أو الحساب

يجب على الشركة أن تنشر بانتظام بيانات عن طلبات الحكومة (بما في ذلك الأوامر القضائية) لإزالة أو تنقية أو تقييد المحتوى أو الحسابات.

العناصر:

1. هل تقوم الشركة بتقسيم عدد الطلبات التي تتلقاها بحسب الدولة؟
2. هل تضع الشركة قائمة بعدد **الحسابات** المتأثرة؟
3. هل تضع الشركة قائمة بعدد الأجزاء من **المحتوى** أو عناوين الإنترنت المتأثرة؟
4. هل تضع الشركة قائمة بأنواع المواضيع المرتبطة مع الطلبات التي تتلقاها؟
5. هل تضع الشركة قائمة بأعداد الطلبات التي تتلقاها من الجهات القانونية المختلفة؟
6. هل تضع الشركة قائمة بعدد الطلبات التي تعرف أنها تتلقاها من المسؤولين في الحكومة لتقييد **المحتوى** أو **الحسابات** عبر إجراءات غير رسمية؟
7. هل تضع الشركة قائمة بعدد من الطلبات التي امتثلت لها؟
8. هل تنشر الشركة الطلبات الأصلية أو تفصح عن أنها توفر نسخاً **لأرشفة عام بصفة طرف ثالث**؟
9. هل تنشر الشركة هذه البيانات مرة واحدة على الأقل في السنة؟
10. هل يمكن تصدير البيانات المنشورة من قبل الشركة بشكل ملفات **بيانات مهيكلية**؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** تتلقى الشركات في كثير من الأحيان طلبات من الحكومات لإزالة، أو

تنقية، أو تقييد المحتوى أو الحسابات. تتوقع من الشركة أن تنشر بانتظام بيانات عن عدد ونوع الطلبات الحكومية التي تتلقاها، وعدد تلك الطلبات التي امتثلت لها. قد تتلقى الشركات هذه الطلبات من خلال إجراءات رسمية مثل أوامر المحكمة، أو من خلال قنوات غير رسمية، مثل أنظمة الإشارة إلى المحتوى الخاصة بالشركة والتي تهدف إلى السماح للأفراد بالإبلاغ عن محتوى ينتهك شروط الخدمة. يجب على الشركات أن تتحلى بالشفافية حول طبيعة هذه الطلبات. إذا كانت الشركة تعرف مصدر الطلب من جهة حكومية أو من المحكمة، سيتوجب عليها الإفصاح عنه ضمن تقريرها عن الطلبات الحكومية. إن الإفصاح عن هذه البيانات يساعد الجمهور على فهم العلاقة بين الشركات والحكومات فيما يتعلق بمراقبة المحتوى على الإنترنت ويساعد العامة على وضع الشركات والحكومات تحت المساءلة حول التزاماتها باحترام وحماية الحق في حرية التعبير.

في بعض الحالات، قد يمنع القانون الشركة من الإفصاح عن المعلومات المشار إليها في عناصر هذا المؤشر. على سبيل المثال، تتوقع من الشركات نشر أرقام دقيقة بدلاً من نطاق واسع من الأرقام. إننا على علم بأن القوانين في بعض الأحيان تمنع الشركات من القيام بذلك، ولذلك سيقوم الباحثون بتوثيق الحالات التي تأتي ضمن هذا السياق. ولكن بالرغم من ذلك سوف تفقد الشركة نقاطاً إن فشلت في تلبية المعايير المحددة في كل من العناصر المذكورة أعلاه. يمثل هذا وضعاً يتسبب فيه القانون بخسارة الشركات لقدرتها على تبني أفضل الممارسات. ونحن نشجع الشركات على الدعوة إلى القوانين التي تمكنها من احترام كامل حقوق المستخدمين في حرية التعبير والخصوصية.

### المصادر المحتملة:

- تقرير الشفافية للشركة

## F7. بيانات حول الطلبات الخاصة لتقييد المحتوى أو الحساب

يجب على الشركة أن تنشر بانتظام بيانات عن **الطلبات الخاصة لإزالة أو تنقية أو تقييد المحتوى أو الحسابات**.

العناصر:

1. هل تقوم الشركة بتقسيم عدد الطلبات التي تتلقاها بحسب الدولة؟
2. هل تضع الشركة قائمة بعدد **الحسابات** المتأثرة؟
3. هل تضع الشركة قائمة بعدد الأجزاء من **المحتوى** أو عناوين الإنترنت المتأثرة؟
4. هل تضع الشركة قائمة بأسباب الإزالة المرتبطة مع الطلبات التي تتلقاها؟
5. هل تصف الشركة أنواع الجهات التي تتلقى منها الطلبات؟
6. هل تضع الشركة قائمة بعدد من الطلبات التي امتثلت لها؟
7. هل تنشر الشركة الطلبات الأصلية أو تفصح عن أنها توفر نسخاً **لأرشيف عام بصفة طرف ثالث**؟
8. هل تنشر الشركة هذه البيانات مرة واحدة على الأقل في السنة؟
9. هل يمكن تصدير البيانات المنشورة من قبل الشركة بشكل ملفات **بيانات مهيكلة**؟
10. هل تفصح الشركة **بوضوح** أن تقاريرها تغطي جميع أنواع **الطلبات الخاصة** التي تتلقاها؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** تتلقى الشركات في كثير من الأحيان طلبات مقدمة من جهات عبر إجراءات خاصة (غير حكومية أو غير قضائية) لإزالة أو تنقية أو تقييد المحتوى أو الحسابات. تتوقع من الشركة أن تنشر بانتظام بيانات حول عدد ونوع الطلبات التي تتلقاها عبر إجراءات خاصة، وعدد تلك الطلبات التي امتثلت لها. يركز هذا المؤشر على الطلبات التي تأتي من خلال إجراءات محددة أو منظمة نوعاً ما. قد تكون هذه إجراءات يحددها القانون (مثل الطلبات المقدمة بمقتضى قانون الألفية للملكية الرقمية للولايات المتحدة الأمريكية وقانون حق المرء بأن ينسى في أوروبا، إلخ) أو ترتيبات التنظيم الذاتي (على سبيل المثال اتفاقيات الشركة لحظر أنواع معينة من الصور) لا يدرس هذا المؤشر البلاغات لدى الشركة عن المحتوى أو الحسابات المحظورة بموجب آليات إنفاذ شروط الخدمة؛ والتي يتم تقييمها في المؤشر F4.

### المصادر المحتملة:

- تقرير الشفافية للشركة

## F8. إعلام المستخدم حول تقييد المحتوى والحساب

يجب على الشركة أن تفصح بوضوح عن أنها تبلغ المستخدمين عندما تقيّد المحتوى أو الحسابات. العناصر:

1. إن كانت الشركة تستضيف محتوى يتم إنشاؤه من قبل المستخدمين، فهل تفصح بوضوح عن أنها تقوم بإعلام المستخدمين الذين أنشأوا هذا المحتوى عندما يتم تقييده؟
2. هل تفصح الشركة بوضوح بأنها تقوم بإعلام المستخدمين الذين يحاولون الوصول إلى المحتوى الذي تم تقييده؟
3. حين تعلم المستخدمين فهل تفصح بوضوح عن سبب تقييد المحتوى (قانوني أو خلاف ذلك)؟
4. هل تفصح الشركة بوضوح بأنها تقوم بإعلام المستخدمين حين تقوم بتقييد حساباتهم؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** يدرس المؤشر F3 إفصاحات الشركة حول القيود على ما يمكن للمستخدمين نشره أو القيام به على الخدمة. يركز هذا المؤشر (F8) على ما إذا كانت الشركة تفصح بوضوح أنها تعلم المستخدمين عندما تتخذ هذه الأنواع من الإجراءات (سواء كان ذلك بسبب إنفاذ شروط الخدمة أو طلبات الأطراف الثالثة بالتقييد). يمكن لقرار الشركة بتقييد أو حظر المحتوى أو الحسابات أن يكون له تأثير كبير على حرية التعبير والوصول إلى المعلومات لدى المستخدمين. لذلك فنحن نتوقع أن تفصح الشركة عن أنها تعلم المستخدمين عند إزالة المحتوى أو تقييد حساب المستخدم، أو تقييد قدرة المستخدمين على الوصول إلى الخدمة. إن أزالَت الشركة محتوى نشره أحد المستخدمين، فإننا نتوقع من الشركة إبلاغ ذلك المستخدم بقرارها. إن حاول مستخدم آخر الوصول إلى محتوى قيده الشركة، فإننا نتوقع من الشركة إعلام المستخدم حول تقييد المحتوى. ونتوقع من الشركة أيضاً أن تذكر الأسباب وراء قراراتها. ويجب أن يكون هذا الإفصاح جزءاً من تفسير الشركات لممارساتها بتقييد المحتوى والوصول.

### المصادر المحتملة:

- شروط الخدمة للشركة، سياسة الاستخدام المقبول، المعايير المجتمعية، المبادئ التوجيهية للمحتوى، سياسة السلوك المسيء، أو وثيقة مماثلة تشرح القواعد التي يجب أن يتبعها المستخدمون.
- صفحة الدعم للشركة أو مركز المساعدة أو الأسئلة الشائعة (مثل أسئلة حول أسباب إزالة المحتوى، أو توقيف حساب... إلخ)
- مبادئ الشركة التوجيهية للمطورين
- سياسة الشركة المتعلقة بحقوق الإنسان



## F9. إدارة الشبكة (شركات الاتصالات)

يجب على الشركة أن تفصح بوضوح أنها لا تعطي أولوية، أو تمنع أو تأخر أنواع معينة من مرور المعلومات، أو التطبيقات أو البروتوكولات أو المحتوى لأي سبب من الأسباب عدا ضمان جودة الخدمة وموثوقية الشبكة.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة بوضوح أنها لا تعطي أولوية، أو تمنع أو تأخر أنواع معينة من مرور المعلومات، أو التطبيقات أو البروتوكولات أو المحتوى لأسباب تتعدى ضمان جودة الخدمة وموثوقية الشبكة؟
2. إذا كانت الشركة منخرطة في هذه الممارسات، فهل تفصح بوضوح عن الغرض من أجل القيام بذلك؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** يقيّم هذا المؤشر ما إذا كانت شركات الاتصالات تفصح بوضوح إن كانت تنخرط في ممارسات تؤثر على تدفق المحتوى من خلال الشبكات الخاصة بها، مثل خنق الشبكة أو تشكيل مرور المعلومات. نتوقع من هذه الشركات الالتزام العلني بتجنب إعطاء الأولوية أو تدهور المحتوى. في بعض الحالات، قد تقوم الشركة بالانخراط في ممارسات مشروعة لتشكيل حركة مرور المعلومات بهدف ضمان التدفق السلس لحركة المرور من خلال الشبكات الخاصة بها. نتوقع أن تقوم الشركة بالإفصاح العلني عن هذا وشرح الغرض للقيام بذلك. علماً بأن هذا المؤشر لا يتناول حجب المحتوى، والذي يتم تناوله في مؤشر F3. إلا أن هذا المؤشر لا يشمل إفصاح الشركة المتعلق بحجب الخدمات أو التطبيقات أو الأجهزة التي تعتبر نوعاً من تطبيق الأولوية.

### المصادر المحتملة:

- إيضاحات الشركة حول ممارسات إدارة الشبكة أو إدارة حركة مرور المعلومات

## F10. توقيف الشبكة (شركات الاتصالات)

يجب على الشركة أن تشرح بوضوح الظروف التي قد توقف بموجبها الشبكة أو تقيد الوصول إليها أو إلى بروتوكولات محددة أو خدمات أو تطبيقات على الشبكة.

العناصر:

1. هل تفسر الشركة بوضوح السبب/ الأسباب وراء إيقاف الخدمة إلى منطقة معينة أو مجموعة من المستخدمين؟
2. هل تفسر الشركة بوضوح لِمَ قد تقيد الوصول إلى تطبيقات محددة أو بروتوكولات (على سبيل المثال، الصوت عبر بروتوكول الإنترنت VoIP، الرسائل) في منطقة معينة أو لمجموعة معينة من المستخدمين؟
3. هل تشرح الشركة بوضوح إجراءاتها للاستجابة لطلبات إيقاف الشبكة أو تقييد الوصول إلى الخدمة؟
4. هل تلتزم الشركة بمقاومة طلبات إيقاف الشبكة أو تقييد الوصول إلى الخدمة؟
5. هل تفصح الشركة بوضوح عن قيامها بإعلام المستخدمين مباشرةً عندما تقوم بإيقاف الشبكة؟

## أو تقييد الوصول إلى الخدمة؟

6. هل تضع الشركة قائمة بعدد الطلبات لإيقاف الشبكة التي تلقتها؟

7. هل تحدد الشركة بوضوح السلطة القضائية التي تقدمت بالطلب؟

8. هل تضع الشركة قائمة بعدد من الطلبات التي امتثلت لها؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** يشكل إيقاف الشبكة تهديداً متزايداً لحقوق الإنسان. يدين الشبكة على أنه انتهاك للقانون الدولي لحقوق الإنسان ودعا الحكومات إلى الامتناع عن اتخاذ هذه الإجراءات. ولكن الحكومات من شركات الاتصالات أن توقف شبكاتها، والذي بدوره يشكل ضغطاً على الشركات كي تتخذ إجراءات تنتهك مسؤوليتها في احترام حقوق الإنسان. نتوقع من الشركات أن تفصح بشكل تام عن الظروف التي قد تتخذ ضمنها مثل هذه الإجراءات وأن تقدم تقريراً عن الطلبات التي تتلقاها من أجل اتخاذ مثل هذه الإجراءات.

### المصادر المحتملة:

- شروط خدمة الشركة، سياسة الاستخدام المقبول، المعايير المجتمعية، المبادئ التوجيهية للمحتوى، سياسة السلوك المسيء، أو وثيقة مماثلة تشرح القواعد التي يجب أن يتبعها المستخدمون.
- تقرير الشفافية للشركة
- المبادئ التوجيهية لإنفاذ القانون لدى الشركة

## F11. سياسة الهوية

لا يجب على الشركة أن **تطالب** المستخدمين بإثبات هويتهم عن طريق تقديم **الهوية التي تصدرها الحكومة**، أو غيرها من أشكال تحديد الهوية التي يمكن أن تكون متصلة بهويتهم الحقيقية.

1. هل **تطالب** الشركة المستخدمين بإثبات هويتهم عن طريق تقديم **الهوية التي تصدرها الحكومة**، أو غيرها من أشكال تحديد الهوية التي يمكن أن تكون متصلة بهويتهم الحقيقية؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** القدرة على التواصل بشكل مجهول أساسية لحرية التعبير على شبكة الإنترنت وخارجها. إن استخدام الاسم الحقيقي على الإنترنت، أو الطلب من المستخدمين بتقديم معلومات تحدد الهوية للشركة يخلق صلة بين النشاطات على الإنترنت وشخص معين. وهذا يشكل مخاطر على حقوق الإنسان بالنسبة إلى أولئك الذين، على سبيل المثال، يعبرون عن آراء لا تتماشى مع رأي الحكومة أو ينخرطون في حراك لا تسمح به الحكومة. كما يشكل مخاطر للأشخاص الذين يتعرضون للاضطهاد بسبب معتقداتهم الدينية أو توجهاتهم الجنسية.

لذلك نتوقع أن تفصح الشركات عما إذا كانت تطلب من المستخدمين إثبات هوياتهم باستخدام هوية حكومية أو غيرها من أشكال تحديد الهوية التي قد تكون متصلة بهويتهم الحقيقية. إننا على علم بأن المستخدمين قد يضطرون إلى تقديم معلومات قد تكون مرتبطة بهويتهم الحقيقية من أجل الوصول إلى الميزات المدفوعة من منتجات وخدمات مختلفة. ومع ذلك، يجب أن يكون المستخدمون قادرين على الوصول إلى الميزات التي لا تتطلب الدفع دون الحاجة إلى تقديم معلومات قد تكون مرتبطة بهويتهم الحقيقية.

ينطبق هذا المؤشر على شركات الإنترنت وشركات النظام الإيكولوجي للمحمول وخدمات المحمول المدفوعة مسبقاً (بالنسبة لشركات الاتصالات).

### المصادر المحتملة:

- شروط الخدمة التابعة للشركة أو ما يعادلها
- مركز المساعدة للشركة

● صفحة الاشتراك للشركة

## الخصوصية

تسعى المؤشرات في هذه الفئة لإيجاد دليل على أن الشركة، من خلال إفصاحها للسياسات والممارسات، تظهر إجراءات ملموسة تحترم فيها حق المستخدمين في الخصوصية، كما هو منصوص عليه في و غيرها من المواثيق الدولية لحقوق الإنسان. إن سياسات وممارسات الشركة المفصّل عنها تظهر كيف تعمل على تجنب المساهمة في الإجراءات التي قد تتداخل مع حق المستخدمين بالخصوصية، إلا في حال كانت تلك الإجراءات قانونية ومناسبة ولها غرض يبررها. كما تظهر أيضاً التزاماً قوياً بحماية الأمن الرقمي للمستخدمين والدفاع عنه. إن الشركات التي تحقق أداءً جيداً على هذه المؤشرات تثبت التزاماً عاماً قوياً بالشفافية، ليس فقط من حيث الكيفية التي تستجيب فيها لمطالب الحكومة وغيرها، ولكن أيضاً من حيث كيفية تحديد والتواصل مع وإنفاذ القواعد الخاصة والممارسات التجارية التي تؤثر على حرية التعبير لدى المستخدمين.

### P1. الوصول إلى سياسات الخصوصية

يجب على الشركة أن توفر سياسات الخصوصية بشكل **يسهل** العثور عليه **وفهمه**.

العناصر:

1. هل من **السهل** العثور على سياسات الخصوصية للشركة؟
2. هل سياسات الخصوصية متوفرة باللغات الأكثر تداولاً من قبل مستخدمي الشركة؟
3. هل سياسات الخصوصية مقدمة **بطريقة مفهومة**؟
4. **(للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة):** هل تفصح الشركة عن أنه تطالب التطبيقات المتاحة على **متجر التطبيقات** الخاص بها بتزويد المستخدمين بسياسة خصوصية؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** تتناول سياسات الخصوصية كيف تقوم الشركات بجمع وإدارة واستخدام وتأمين معلومات المستخدمين فضلاً عن المعلومات المقدمة من قبل المستخدمين. ونظراً لهذا، ينبغي على الشركات أن تضمن أنه يمكن للمستخدمين تحديد موقع سياسة الخصوصية بسهولة وأن تبذل جهداً لمساعدة المستخدمين على فهم ما تعنيه.

يتوقع هذا المؤشر من الشركات تقديم سياسات خصوصية **يسهل** العثور عليها ومتوفرة باللغات المحكية في الأسواق الأساسية التي تعمل فيها الشركة، والتأكد من أن تلك السياسات سهلة الفهم. إن كانت الشركة تقدم العديد من المنتجات والخدمات، فإنه ينبغي أن يكون واضحاً ما هي المنتجات والخدمات التي تنطبق عليها السياسات.

تعتبر الوثيقة "سهلة الإيجاد" إن كانت موجودةً على الصفحة الرئيسية للشركة أو الخدمة، أو تبعد نقرة أو اثنتين عن الصفحة الرئيسية، أو في مكان منطقي حيث يمكن للمستخدمين أن يتوقعوا العثور عليها. يجب أن تكون الشروط أيضاً متوفرةً باللغات الرئيسية للسوق التشغيلي الأساسي. وبالإضافة إلى ذلك، فإننا نتوقع من الشركة أن تتخذ خطوات لمساعدة المستخدمين على فهم المعلومات الواردة في وثائقها. وقد يتضمن هذا، ولا يقتصر على، توفير ملخصات أو نصوص أو إرشادات توضح المقصود من الشروط سواء باستخدام العناوين الفرعية أو استخدام خط بحجم مقروء أو غيرها من الرسوم البيانية التي تساعد المستخدمين على فهم الوثيقة، أو كتابة الشروط باستخدام جمل سهلة القراءة. لم يتم تضمين شروط الخدمة في هذا المؤشر بما أنها متضمنة في مؤشرات أخرى في فئة "حرية التعبير".

**المصادر المحتملة:**

- سياسة الخصوصية للشركة
- سياسة استخدام البيانات للشركة

## P2. التغييرات على سياسات الخصوصية

يجب على الشركة أن **تفصح بوضوح** بأنها توفر إشعارات ووثائق للمستخدمين عندما تغير **شروط الخصوصية** لديها.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** بأنها تعلم المستخدمين حول التغييرات على شروط الخصوصية؟
2. هل تفصح الشركة **بوضوح** كيف ستقوم بإخطار المستخدمين مباشرة بالتغييرات؟
3. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن الإطار الزمني الذي تقوم ضمنه بالإخطار قبل دخول التغييرات القادمة حيز التنفيذ؟
4. هل تحتفظ الشركة **بأرشيف عام أو سجل للتغييرات**؟
5. **(للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة):** هل تفصح الشركة **بوضوح** أن ذلك يتطلب التطبيقات التي تباع من خلال **متجر التطبيقات** لإعلام المستخدمين عند إدخال تغييرات على سياسة الخصوصية **للتطبيق**؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** تغير الشركات في كثير من الأحيان سياسات الخصوصية الخاصة بهم نتيجة تطور أعمالها. ومع ذلك، يمكن لهذه التغييرات أن تؤثر على حقوق المستخدم بالخصوصية عبر تغيير ما يمكن للشركات جمعه ومشاركته وتخزينه من معلومات المستخدم. ولذلك فإننا نتوقع من الشركات أن تلتزم بإخطار المستخدمين عند تغيير هذه الشروط لتزويد المستخدمين بالمعلومات التي تساعد على فهم ما تعنيه هذه التغييرات.

يسعى هذا المؤشر لإيجاد إفصاح واضح من قبل الشركات حول الطريقة والإطار الزمني لإبلاغ المستخدمين عن التغييرات في شروط الخصوصية. تتوقع من الشركات أن تلتزم بإخطار المستخدمين مباشرة قبل أن تدخل تلك التغييرات حيز التنفيذ. قد يختلف الأسلوب المباشر للإخطار بحسب نوع الخدمة. بالنسبة للخدمات التي تتطلب حساباً للمستخدمين، فقد يتضمن الإخطار المباشر إرسال بريد إلكتروني أو رسائل القصيرة. بالنسبة للخدمات التي لا تتطلب حساب مستخدم، قد يتضمن الإخطار المباشر نشر إشعار بارز على الصفحة الرئيسية التي يستخدمها المستخدمون للوصول إلى الخدمة. يسعى هذا المؤشر أيضاً لإيجاد أدلة على أن الشركة توفر سجلات متاحة للجمهور تحوي السياسات السابقة كي يتمكن الناس من فهم كيف تطورت سياسات الشركة مع الوقت.

### المصادر المحتملة:

- سياسة الخصوصية للشركة
- سياسة استخدام البيانات للشركة

## P3. جمع معلومات المستخدم

يجب على الشركة أن **تفصح بوضوح** عن ماهية وكيفية **جمع معلومات المستخدم**.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** ما هي أنواع معلومات المستخدم التي **تجمعها**؟

2. هل تفصح الشركة **بوضوح** كيف **تجمع** كل نوع من أنواع **معلومات المستخدم**؟
3. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن أنها **تحد** من **جمع معلومات المستخدم** بما له صلة مباشرة ولازمة لتحقيق الغرض من الخدمة؟
4. **(النظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة):** هل تفصح الشركة **بوضوح** عن أنها **تقيّم** ما إذا كانت سياسات الخصوصية التابعة **لتطبيقات** الطرف الثالث **متجرباً للتطبيقات** تكشف ما هي **معلومات المستخدم** التي تجمعها؟
5. **(النظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة):** هل تفصح الشركة **بوضوح** عن أنها **تقيّم** ما إذا كانت تطبيقات الطرف الثالث المتاحة من خلال **متجرباً للتطبيقات** **تحد** من **جمع معلومات المستخدم** إلى الدرجة الدنيا بحيث تكون متصلة مباشرة وضرورية لتحقيق الغرض من التطبيق؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** تجمع الشركات مجموعة واسعة من المعلومات الشخصية من المستخدمين—من المعلومات الشخصية وتفاصيل الحساب إلى نشاطات المستخدم وموقعه. نتوقع من الشركات أن تفصح بوضوح عن ماهية معلومات المستخدم (بحسب تعريف مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" المذكور أدناه) التي تجمعها وكيف تقوم بذلك. كما نتوقع من الشركات أيضاً الالتزام بمبدأ **تقليل البيانات** وإظهار كيف يساعد هذا المبدأ على تشكيل ممارساتها المتعلقة بمعلومات المستخدم. إن كانت الشركات تجمع أنواع متعددة من المعلومات، فإننا نتوقع منها أن توفر التفاصيل حول كيفية التعامل مع كل نوع من المعلومات. بالنسبة للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة، نتوقع من الشركة أن تفصح بوضوح عما إذا كانت سياسات الخصوصية للتطبيقات المتوفرة في متجرها للتطبيقات تحدد ما هي معلومات المستخدم التي يجمعها التطبيق وما إذا كانت هذه السياسات تمثل لمبادئ تقليل البيانات.

تعتمد مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" تفسيراً موسعاً لمصطلح "**معلومات المستخدم**" والذي تبعاً لتعريفنا يعني "أية بيانات متصلة بشخص يمكن التعرف عليه، أو التي يمكن أن تكون متصلة بهذا الشخص عن طريق الجمع بين مجموعات البيانات أو باستخدام تقنيات التنقيب عن البيانات."

وللمزيد من التوضيح، فإن **معلومات المستخدم** هي أية بيانات توثق صفات المستخدم و/أو أنشطته. هذه المعلومات قد تكون، أو لا تكون، مرتبطة بحساب مستخدم محدد. تتضمن هذه المعلومات، ولكن لا تقتصر على، المراسلات الشخصية، المحتوى الذي ينتجه المستخدم، تفضيلات وإعدادات الحساب، بيانات تسجيل الدخول والوصول، البيانات عن أنشطة المستخدم أو التفضيلات التي تم جمعها من الأطراف الثالثة سواء من خلال التتبع السلوكي أو شراء البيانات، وجميع أشكال البيانات الوصفية. إن معلومات المستخدم لا تعتبر مجهولة الهوية إلا عندما تدرج فقط كأساس لتوليد مقاييس عالمية (على سبيل المثال عدد المستخدمين النشطين شهرياً). على سبيل المثال، فإن البيان التالي: 'خدماتنا تجتذب مليون مستخدم نشط شهرياً' يحتوي بيانات مجهولة لأنه لا يعطي ما يكفي من المعلومات لمعرفة من هم هؤلاء المليون مستخدم.

إن البيانات مجهولة الهوية هي "البيانات التي لا يمكن بأي شكل وصلها مع أية معلومات قد تُمكن من التعرف على شخصية المستخدم".

إن هذا المنظور الواسع ضروري من أجل عكس العديد من الحقائق. أولاً يمكن للمحللين المهرة كشف النقاب عن هوية الأشخاص من خلال مجموعات البيانات الكبيرة. وهذا يجعل كافة الوعود بإخفاء الهوية تقريباً مستحيلة التحقيق. في جوهرها، فإن أية بيانات مرتبطة بـ "مُعَرَّف مجهول" ليست مجهولة الهوية، بل هي في كثير من الأحيان بيانات بأسماء مستعارة قد تكون مرتبطة بهوية المستخدم الحقيقية خارج الإنترنت. ثانياً، قد تكون البيانات الوصفية أكثر دلالةً على اهتمامات المستخدم من بيانات المحتوى، وبالتالي فإن البيانات الوصفية على درجة كبيرة من الأهمية. ثالثاً، قد تكون الكيانات التي لديها إمكانية الوصول إلى العديد من مصادر البيانات، مثل وسطاء البيانات والحكومات، قادرةً على مزاجعة مصدرين أو أكثر من مصادر البيانات للكشف عن معلومات حول المستخدمين. وبالتالي فإن الأطراف الفاعلة ذات القدرات المتطورة يمكنها استخدام البيانات التي تبدو مجهولة الهوية لتشكيل صورة أوضح عن المستخدم.

في بعض الحالات قد تطالب القوانين أو اللوائح الشركات بجمع معلومات معينة، أو قد تمنع أو تثبط الشركة

من الإفصاح عن معلومات المستخدم التي يجمعونها. سيوثق باحثو مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" تلك الحالات في التقرير، ومع ذلك ستخسر الشركة نقاطاً إن لم تحقق جميع العناصر. يمثل هذا وضعاً يتسبب فيه القانون بخسارة الشركات لقدرتها على المنافسة. ونحن نشجع الشركات على الدعوة إلى القوانين التي تمكنها من احترام كامل حقوق المستخدمين في حرية التعبير والخصوصية.

#### المصادر المحتملة:

- سياسة الخصوصية للشركة
- صفحة الشركة الالكترونية أو القسم المتعلق بحماية البيانات أو جمع البيانات

#### P4. مشاركة معلومات المستخدم

يجب على الشركة أن تفصح بوضوح ما هي معلومات المستخدم التي تشاركها ومع من.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة بوضوح ما إذا كانت تشارك كل نوع من أنواع معلومات المستخدم المختلفة التي تجمعها؟
2. هل تفصح الشركة بوضوح عن ماهية الأطراف الثالثة المختلفة التي تشارك معها كل نوع من أنواع معلومات المستخدم التي تجمعها؟
3. هل تفصح الشركة بوضوح عن أنها قد تشارك معلومات المستخدم مع الحكومات أو الجهات القانونية؟
4. هل تفصح الشركة بوضوح عن أسماء الأطراف الثالثة المختلفة التي تشارك معها كل نوع من أنواع معلومات المستخدم التي تجمعها؟
5. (للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة): هل تفصح الشركة بوضوح عن تقييمها لسياسات الخصوصية التابعة لتطبيقات الطرف الثالث المتاحة على متجرها للتطبيقات عما إذا كانت تكشف ماهية معلومات المستخدم التي يشاركها التطبيق؟
6. (للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة): هل تفصح الشركة بوضوح عن تقييمها لسياسات الخصوصية التابعة لتطبيقات الطرف الثالث المتاحة على متجرها للتطبيقات عما إذا كانت تكشف أنواع الأطراف الثالثة التي تشارك معها معلومات المستخدم؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** تجمع الشركات مجموعة واسعة من المعلومات الشخصية — من معلوماتنا الشخصية وتفاصيل الحساب إلى نشاطات التصفح وموقعها. كما تشارك الشركات في كثير من الأحيان هذه المعلومات مع أطراف ثالثة، بما في ذلك المعلنين والحكومات والسلطات القانونية. نتوقع من الشركات أن تفصح بوضوح ما هي معلومات المستخدم (بحسب تعريف مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية") التي تشاركها ومع من. ينبغي على الشركات أن تحدد ما إذا كانت تشارك معلومات المستخدم مع الحكومات والكيانات التجارية. بالنسبة للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة، نتوقع من الشركة أن تفصح بوضوح عما إذا كانت سياسات الخصوصية للتطبيقات المتوفرة في متجرها للتطبيقات تحدد ما هي معلومات المستخدم التي يشاركها التطبيق مع أطراف ثالثة.

في بعض الحالات قد تطالب القوانين أو اللوائح الشركات بمشاركة معلومات معينة، أو قد تمنع أو تثبط الشركة من الإفصاح عن معلومات المستخدم التي تشاركها. سيوثق باحثو مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" تلك الحالات في التقرير، ومع ذلك ستخسر الشركة نقاطاً إن لم تحقق جميع العناصر. يمثل هذا وضعاً يتسبب فيه القانون بخسارة الشركات لقدرتها على المنافسة. ونحن نشجع الشركات على الدعوة إلى القوانين التي تمكنها من احترام كامل حقوق المستخدمين في حرية التعبير والخصوصية.

### المصادر المحتملة:

- سياسة الخصوصية للشركة
- سياسات الشركة المتعلقة بمشاركة البيانات، والتفاعل مع الأطراف الثالثة

## P5. الغرض من جمع وتبادل معلومات المستخدم

يجب على الشركة أن تفصح بوضوح عن السبب في جمعها ومشاركتها لمعلومات المستخدم.  
العناصر:

1. هل تفصح الشركة بوضوح عن سبب جمعها لكل نوع من أنواع معلومات المستخدم؟
2. هل تفصح الشركة بوضوح عما إذا كانت تجمع معلومات المستخدم من مختلف خدمات الشركة، وإذا كان الأمر كذلك، فلماذا؟
3. هل تفصح الشركة بوضوح عن سبب مشاركتها لكل نوع من أنواع معلومات المستخدم؟
4. هل تفصح الشركة بوضوح عن أنها تحد من استخدامها لمعلومات المستخدم ليقصر على الغرض الذي يتم جمعها لأجله؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** نتوقع من الشركات أن تفصح بوضوح عن الغرض من جمع ومشاركة كل نوع من أنواع معلومات المستخدم التي تجمعها وتشاركها. بالإضافة إلى ذلك، فإن العديد من الشركات تمتلك أو تشغل مجموعة متنوعة من المنتجات والخدمات. نتوقع من تلك الشركات أن تفصح بوضوح كيف تمكن مشاركة معلومات المستخدم أو دمجها معاً عبر الخدمات. وأخيراً، يتوجب على الشركات الالتزام علناً بمبدأ حدود الاستخدام، التي هي جزء من المبادئ التوجيهية لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) حول الخصوصية، من بين أطر أخرى.

### المصادر المحتملة:

- سياسة الخصوصية للشركة
- صفحة الشركة الالكترونية أو القسم المتعلق بحماية البيانات أو جمع البيانات

## P6. الاحتفاظ بمعلومات المستخدم

يجب على الشركة أن تفصح بوضوح عن مدة احتفاظها بمعلومات المستخدم.  
العناصر:

1. هل تفصح الشركة بوضوح عن المدة التي تحتفظ خلالها بكل نوع من أنواع معلومات المستخدم؟
2. هل تفصح الشركة بوضوح عن أنواع معلومات المستخدم غير المتعلقة بهويته التي تحتفظ بها؟
3. هل تفصح الشركة بوضوح عن عملية فصل معلومات المستخدم عن هويته؟
4. هل تفصح الشركة بوضوح عن حذفها كافة معلومات المستخدم بعد إغلاق المستخدمين لحساباتهم؟



5. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن الإطار الزمني الذي ستقوم خلاله بحذف معلومات المستخدم بعد إغلاق المستخدمين لحساباتهم؟

6. (للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة): هل تفصح الشركة بوضوح عن تقييمها لسياسات الخصوصية **لتطبيقات** الطرف الثالث المتاحة على **متجرها للتطبيقات** التي تفصح عن المدة التي تحتفظ فيها بمعلومات المستخدم؟

7. (للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة): هل تفصح الشركة بوضوح عن تقييمها لسياسات الخصوصية **لتطبيقات** الطرف الثالث المتاحة على **متجرها للتطبيقات** التي تقرّ بموجبها بحذف كافة معلومات المستخدم عند إغلاق المستخدمين لحساباتهم أو حذف التطبيق؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** في حين أننا نتوقع من الشركات الإفصاح عن أية معلومات تجمعها وتشاركها عنا، فإننا نتوقع من الشركات أيضاً أن تفصح بوضوح عن المدة التي تحتفظ بها بهذه المعلومات وعن مدى إزالة المعرّفات من معلومات المستخدم التي تخزنها. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يكون المستخدمون قادرين على فهم ما يحدث لمعلوماتهم عندما يحذفون حساباتهم. في بعض الحالات، قد تتطلب القوانين أو اللوائح من الشركات الاحتفاظ بمعلومات معينة لفترة معينة من الوقت. في هذه الحالات ينبغي على الشركات أن تفصح بوضوح عن هذه القوانين للمستخدمين. يجب على الشركات التي تختار الاحتفاظ بمعلومات المستخدم لفترات طويلة من الوقت أن تتخذ أيضاً خطوات لضمان أن البيانات ليست مرتبطة بمستخدم معين. مع الإقرار بالمناقشات الجارية حول فعالية ممارسات فصل معلومات المستخدم عن هويته والتطور المستمر لهذه الممارسات، فإننا ما زلنا نعتبر فصل معلومات المستخدم عن هويته خطوة إيجابية يمكن للشركات اتخاذها لحماية خصوصية المستخدمين.

بالإضافة إلى ذلك، إن كانت الشركات تجمع أنواع متعددة من المعلومات، فإننا نتوقع منها أن تفصح بوضوح عن المدة التي تحتفظ بها بكل نوع من أنواع المعلومات. بالنسبة للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة، نتوقع من الشركات أن تفصح عما إذا كانت سياسات الخصوصية للتطبيقات المتوفرة على متجرها للتطبيقات تقرّ بمدى احتفاظ التطبيق بمعلومات المستخدم وعما إذا كانت تحذف كافة معلومات المستخدم عند إنهاء المستخدمين أو حذفهم للتطبيق.

### المصادر المحتملة:

- سياسة الخصوصية للشركة
- صفحة الشركة الالكترونية أو القسم المتعلق بحماية البيانات أو جمع البيانات

## P7. سيطرة المستخدمين على معلومات المستخدم الخاصة بهم

يجب على الشركة أن **تفصح بوضوح** للمستخدمين عن **خياراتهم للتحكم** بعمليات الشركة عن **جمع معلوماتهم والاحتفاظ** بها واستخدامها.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن إمكانية تحكم المستخدمين بكل نوع من أنواع **معلومات المستخدم** التي تجمعها الشركة؟

2. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن إمكانية حذف المستخدمين لكل نوع من أنواع **معلومات المستخدم** التي تجمعها الشركة؟

3. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن توفيرها للمستخدمين **خيارات للتحكم** في كيفية استخدام معلوماتهم في الإعلانات المستهدفة؟

4. هل تفصح الشركة **بوضوح** أن الإعلانات المستهدفة غير مفعلة افتراضياً؟

5. (للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة): هل تفصح الشركة **بوضوح** عن توفيرها للمستخدمين خيارات للتحكم في خاصية **تحديد الموقع الجغرافي** للجهاز؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** نتوقع من الشركات أن تفصح بوضوح عن خيارات المستخدمين للتحكم في المعلومات التي تجمعها التي تجمعها الشركات عنهم وتحفظ بها. إن تمكين المستخدمين من التحكم في المعلومات التي تجمعها وتحفظ بها الشركة عنهم يعني إعطاء المستخدمين القدرة على حذف أنواع محددة من معلومات المستخدم دون الحاجة منهم إلى حذف الحساب بالكامل. ولذلك فنحن نتوقع أن تفصح الشركات بوضوح عما إذا كان لدى المستخدمين الخيار بحذف أنواع محددة من معلومات المستخدم.

بالإضافة إلى ذلك، فإننا نتوقع من الشركات تمكين المستخدمين من التحكم في استخدام المعلومات الخاصة بهم لغرض الإعلانات المستهدفة. تتطلب الإعلانات المستهدفة مجموعة واسعة من معلومات المستخدم والاحتفاظ بها، وهو أمر يُعد بمثابة تتبع. لذا يتعين على الشركات أن تفصح بوضوح عما إذا كان لدى المستخدمين خيارات للتحكم في كيفية استخدام معلوماتهم لتلك الأغراض.

بالنسبة للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة، نتوقع من الشركات أن تفصح بوضوح عن الخيارات المتوفرة للمستخدمين للتحكم في جمع المعلومات عن موقعهم. إن موقع المستخدم يتغير باستمرار ويحمل العديد من المستخدمين أجهزتهم المحمولة في كل مكان تقريباً، مما يجعل جمع هذا النوع من المعلومات حساساً بشكل خاص. بالإضافة إلى ذلك، فإن إعدادات الموقع على النظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة يمكن أن يؤثر على الكيفية التي تصل بها المنتجات والخدمات الأخرى إلى معلومات الموقع الخاصة به. على سبيل المثال، يمكن لتطبيقات الهواتف المحمولة أن تمكن المستخدمين من التحكم في معلومات الموقع. ومع ذلك، إذا كان الجهاز الذي تعمل عليه تلك التطبيقات يجمع بيانات تحديد الموقع الجغرافي بشكل افتراضي ولا يعطي المستخدمين طريقة لإيقاف هذا، فقد لا يكون المستخدمين قادرين على الحد من جمع التطبيقات على هذا الهاتف المحمول للمعلومات حول موقعهم. ولهذه الأسباب فإننا نتوقع من الشركات الإفصاح عن إمكانية المستخدمين التحكم في كيفية تفاعل أجهزتهم مع المعلومات عن موقعهم.

#### المصادر المحتملة:

- سياسة الخصوصية للشركة
- صفحة إعدادات الحساب للشركة

### P8. وصول المستخدمين لمعلومات المستخدم الخاصة بهم

ينبغي على الشركات أن تسمح للمستخدمين بالحصول على كافة **معلومات المستخدم** الخاصة بهم التي تحتفظ بها.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن إمكانية حصول المستخدمين لنسخة من **معلومات المستخدم** الخاصة بهم؟
2. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن ماهية **معلومات المستخدمين** التي يمكن للمستخدمين الحصول عليها؟
3. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن إمكانية المستخدمين الحصول على نسخة من معلومات المستخدم الخاصة بهم بشكل ملفات **بيانات مهيكلية**؟
4. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن إمكانية حصول المستخدمين على كافة **معلوماتهم** العامة

والخاصة التي تحتفظ بها الشركة عنهم؟

5. (للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة): هل تفصح الشركة **بوضوح** عن تقييمها لسياسات الخصوصية لتطبيقات الطرف الثالث المتاحة على **متجرها للتطبيقات** تقر بإمكانية حصول المستخدمين على كل **معلومات المستخدم** الخاصة بهم والتي تحتفظ بها التطبيق؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** يجب أن يكون المستخدمون قادرين على الحصول على جميع المعلومات التي تحتفظ بها الشركات عنهم. نتوقع من الشركات أن تفصح بوضوح عن ماهية خيارات المستخدمين للحصول على هذه المعلومات، وما هي البيانات التي يحتويها هذا السجل، وما هي الصيغ التي يمكن للمستخدمين الحصول عليها بها. بالنسبة للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة، نتوقع من الشركة الإفصاح للمستخدمين عما إذا كانت التطبيقات المتوفرة في متجرها للتطبيقات تحدد إمكانية حصول المستخدمين على كل معلومات المستخدم التي تحتفظ بها التطبيق عنهم.

#### المصادر المحتملة:

- سياسة الخصوصية للشركة
- إعدادات الحساب للشركة
- مركز المساعدة للشركة
- مدونات الشركة

### P9. جمع معلومات المستخدم من أطراف ثالثة (الإنترنت وشركات الأنظمة الإيكولوجية للهواتف المحمولة)

يجب على الشركة أن **تفصح بوضوح** عن ممارساتها فيما يتعلق بمعلومات المستخدم التي تجمعها **التطبيقات** من خلال **الوسائل التقنية**.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن ماهية **معلومات المستخدم** التي تجمعها من المواقع الإلكترونية للأطراف الثالثة من خلال الوسائل التقنية؟
2. هل تشرح الشركة **بوضوح** عن كيفية جمع **معلومات المستخدم** من الأطراف الثالثة من خلال الوسائل التقنية؟
3. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن الغرض وراء جمع **معلومات المستخدم** من الأطراف الثالثة من خلال الوسائل التقنية؟
4. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن المدة التي تحتفظ بها بمعلومات المستخدم التي تجمعها من الأطراف الثالثة من خلال الوسائل التقنية؟
5. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن **احترامها لرغبة المستخدم** ألا يكون طرفاً في عملية جمع المعلومات؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** نتوقع من الشركات الإفصاح عن نوع معلومات المستخدمين التي تجمعها من الأطراف الثالثة، والتي عادةً ما تعني في هذه الحالة معلومات يتم جمعها من المواقع الإلكترونية أو التطبيقات التابعة لأطراف ثالثة ومن خلال الوسائل التقنية، على سبيل المثال من خلال ملفات تعريف الارتباط (cookies) أو الإضافات (plug-ins) أو الأدوات (widgets). إن إفصاحات الشركة عن هذه الممارسات تساعد المستخدمين على فهم كيفية ومعرفة إذا كانت أنشطتهم خاضعة للتعقب من قبل الشركات، حتى عندما لا يكونون على موقع شركة مضيعة أو عندما لا يكونون أحد مستخدمي خدمة أو

منصة معينة.

#### المصادر المحتملة:

- سياسة الخصوصية للشركة
- سياسة الشركة حول الأطراف الثالثة

### P10. عملية الاستجابة إلى طلبات الأطراف الثالثة للحصول على معلومات المستخدم

يجب على الشركة أن تفصح بوضوح عن إجراءاتها للاستجابة إلى طلبات الحكومات وغيرها من الأطراف الثالثة للحصول على معلومات المستخدم.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة بوضوح عن عملية الاستجابة للطلبات الحكومية غير القضائية؟
2. هل تفصح الشركة بوضوح عن عملية الاستجابة للطلبات القضائية؟
3. هل تفصح الشركة بوضوح عن عملية الاستجابة للطلبات الحكومية من سلطات قضائية أجنبية؟
4. هل تفصح الشركة بوضوح عن عملية الاستجابة للطلبات الخاصة؟
5. هل تفصح تفسيرات الشركة بوضوح عن الأسس القانونية التي قد تمثل بموجبها للطلبات الحكومية؟
6. هل تفصح تفسيرات الشركة بوضوح عن الأسس التي قد تمثل بموجبها للطلبات الخاصة؟
7. هل تفصح الشركة بوضوح عن قيامها بعمليات العناية الواجبة بشأن الطلبات الحكومية قبل اتخاذ قرار بشأن كيفية الرد؟
8. هل تفصح الشركة بوضوح عن قيامها بعمليات العناية الواجبة بشأن الطلبات الخاصة قبل اتخاذ قرار بشأن كيفية الرد؟
9. هل تلتزم الشركة بمقاومة الطلبات الحكومية الفائضة أو غير المناسبة؟
10. هل تلتزم الشركة بمقاومة الطلبات الخاصة الفائضة أو غير المناسبة؟
11. هل توفر الشركة إرشادات أو أمثلة واضحة عن تنفيذ عملية الاستجابة للطلبات الحكومية؟
12. هل توفر الشركة إرشادات أو أمثلة واضحة عن تنفيذ عملية الاستجابة للطلبات الخاصة؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** تتلقى الشركات بشكل متزايد طلبات لتسليم معلومات المستخدم. يمكن لهذه الطلبات أن تأتي من الهيئات الحكومية أو المحاكم (المحلية والأجنبية)، وكذلك من خلال الإجراءات الخاصة (أي غير الحكومية وغير القضائية). تتوقع من الشركات الإفصاح العلني عن عملية الاستجابة لطلبات من كل تلك الأنواع، جنباً إلى جنب مع أسس الامتثال لهذه الطلبات. يجب على الشركات أيضاً الالتزام علناً بمقاومة الطلبات الحكومية والخاصة الفائضة أو غير المناسبة.

في بعض الحالات، قد يمنع القانون الشركة من الإفصاح عن المعلومات المشار إليها في عناصر هذا

المؤشر. سيوثق باحثو مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" تلك الحالات في التقرير، ومع ذلك ستخسر الشركة نقاطاً إن لم تحقق جميع العناصر. يمثل هذا وضعاً يتسبب فيه القانون بخسارة الشركات لقدرتها على تبني أفضل الممارسات. ونحن نشجع الشركات على الدعوة إلى القوانين التي تمكنها من احترام كامل حقوق المستخدمين في حرية التعبير والخصوصية.

#### المصادر المحتملة:

- تقرير الشفافية للشركة
- المبادئ التوجيهية لإنفاذ القانون لدى الشركة
- سياسة الخصوصية للشركة
- مدونات الشركة

### P11. بيانات حول طلبات الأطراف الثالثة للحصول على معلومات المستخدم

يجب على الشركة أن تنشر بانتظام بيانات عن الطلبات الحكومية وغيرها من طلبات الأطراف الثالثة للحصول على معلومات المستخدم.

العناصر:

1. هل تضع الشركة قائمة بالطلبات التي تتلقاها بحسب الدولة؟
2. هل تضع الشركة قائمة بعدد الطلبات التي تتلقاها للحصول على معلومات المستخدم المخزنة وعلى الوصول للاتصالات في الوقت الحقيقي؟
3. هل تضع الشركة قائمة بعدد الحسابات التي تأثرت؟
4. هل تضع الشركة قائمة عما إذا كان الطلب يسعى للحصول على محتوى الاتصالات أو غير المحتوى أو كليهما؟
5. هل تحدد الشركة سلطة قانونية محددة أو نوع من الإجراءات القانونية التي تتم من خلالها عملية إنفاذ مطالبات القانون والأمن الوطني؟
6. هل تشمل الشركة الطلبات التي تأتي من أوامر المحكمة؟
7. هل تضع الشركة قائمة بالطلبات التي تتلقاها من الجهات الخاصة؟
8. هل تضع الشركة قائمة بعدد الطلبات التي تمثل لها، مقسمة بحسب فئة الطلب؟
9. هل تضع الشركة قائمة بأنواع الطلبات الحكومية التي يحظر القانون الإفصاح عنها؟
10. هل تنشر الشركة هذه البيانات مرة واحدة على الأقل في السنة؟
11. هل يمكن تصدير البيانات المنشورة من قبل الشركة بشكل ملفات بيانات مهيكلة؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** تتلقى الشركات في كثير من الأحيان طلبات من أطراف ثالثة لتسليم معلومات المستخدم. يمكن لهذه الطلبات أن تأتي من الجهات الحكومية أو المحاكم (سواء المحلية أم الأجنبية)، وكذلك من كيانات من القطاع الخاص (أي كيانات غير حكومية وغير قضائية). تتوقع من الشركة أن تنشر بانتظام بيانات عن عدد ونوع الطلبات الحكومية التي تتلقاها، وعدد تلك الطلبات التي امتثلت لها. ينبغي على الشركات أن تكشف عن بيانات حول الطلبات التي تتلقاها من البلدان، بما في ذلك من

حكوماتها والحكومات الأجنبية، وكذلك من إجراءات إنفاذ القانون والمحاكم وغيرها من الإجراءات الخاصة. كما أننا نتوقع من إفصاحات الشركة أن تشير إلى عدد الحسابات المتأثرة من هذه الطلبات وأن تحدد، بحسب الفئة، الطلبات التي قد امتثلت لها الشركة. ونحن ندرك أنه في بعض الأحيان بعدم السماح للشركات بالإفصاح عن طلبات الحصول على معلومات المستخدم المقدمة من قبل الحكومات. ومع ذلك، في هذه الحالات، نتوقع من الشركات الإشارة إلى أنواع الطلبات الحكومية التي لا يسمح لهم بالكشف عنها بحسب القانون. يجب على الشركات أيضاً نشر هذه البيانات مرة واحدة في السنة، كما ينبغي عليها التأكد من إمكانية تصدير تلك البيانات بشكل ملفات بيانات مهيكلية.

في بعض الحالات، قد يمنع القانون الشركة من الإفصاح عن المعلومات المشار إليها في عناصر هذا المؤشر. على سبيل المثال، نتوقع من الشركات نشر أرقام دقيقة بدلاً من نطاق واسع من الأرقام. إننا على علم بأن القوانين في بعض الأحيان تمنع الشركات من القيام بذلك، ولذلك سيقوم الباحثون بتوثيق الحالات التي تأتي ضمن هذا السياق. ولكن الشركة سوف تخسر نقاطاً إن فشلت في تلبية جميع العناصر. يمثل هذا وضعاً يتسبب فيه القانون بخسارة الشركات لقدرتها على تبني أفضل الممارسات. نشجع الشركات على الدعوة إلى القوانين التي تمكنها من احترام كامل حقوق المستخدمين في حرية التعبير والخصوصية.

#### المصادر المحتملة:

- تقرير الشفافية للشركة

### P12. إعلام المستخدم عن طلبات الأطراف الثالثة للحصول على معلومات المستخدم

يجب على الشركة أن **تخطر** المستخدمين ضمن الحدود القانونية الممكنة عندما تكون **معلوماتهم** كمستخدمين **مطلوبة من قبل الحكومات** وغيرها من الأطراف الثالثة.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن إعلام المستخدمين عندما تقوم **الجهات الحكومية (بما في ذلك المحاكم أو غيرها من الهيئات القضائية)** بطلب **معلوماتهم** كمستخدمين؟
  2. هل تفصح الشركة **بوضوح** أنها تقوم بإعلام المستخدمين عندما تقوم الجهات الخاصة بطلب **معلوماتهم** كمستخدمين؟
  3. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن الحالات التي قد لا **تخطر** فيها المستخدمين، بما في ذلك وصف أنواع **الطلبات الحكومية** التي يحظرها القانون من الإفصاح عنها للمستخدمين؟
- التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** نتوقع من الشركات الإفصاح بوضوح عن التزامها بإعلام المستخدمين عند طلب الحكومات وأطراف من القطاع الخاص بيانات عن المستخدمين. وبالرغم من إدراكنا بأن هذا الإشعار قد لا يكون ممكناً في الحالات المشروعة من تحقيقٍ جارٍ، إلا أننا نتوقع من الشركات تحديد أنواع الطلبات الحكومية التي يحظر عليها القانون الإفصاح عنها.

#### المصادر المحتملة:

- تقرير الشفافية للشركة
- المبادئ التوجيهية لإنفاذ القانون لدى الشركة

### P13. الإشراف الأمني

يجب أن تفصح الشركة **بوضوح** عن معلومات إجراءاتها المؤسسية لضمان أمن منتجاتها وخدماتها.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** أن لديها نظم للحد من ومراقبة وصول الموظفين إلى معلومات المستخدم؟
2. هل تفصح الشركة **بوضوح** أن لديها فريق للأمن يقوم بمهام التدقيق الأمني على منتجات الشركة وخدماتها؟
3. هل تفصح الشركة **بوضوح** أنها تكلف أطراف ثالثة بعمليات التدقيق الأمني على المنتجات والخدمات؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** كون الشركات تتعامل مع وتخزن كميات هائلة من المعلومات عن المستخدمين، ينبغي أن يكون لديها تدابير أمنية واضحة لضمان أمن هذه المعلومات. تتوقع من الشركات أن تفصح بوضوح عن أن لديها أنظمة للحد من ومراقبة وصول الموظفين إلى معلومات المستخدم. كما تتوقع من الشركة أن تفصح بوضوح عن توظيفها لفرق أمنية داخلية وخارجية لإجراء عمليات التدقيق الأمني على منتجاتها وخدماتها.

#### المصادر المحتملة:

- سياسات الخصوصية للشركة
- دليل الأمن للشركة

### P14. معالجة الثغرات الأمنية

يجب أن تعالج الشركة **الثغرات الأمنية** عندما يتم اكتشافها.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** أن لديها آلية تمكن **الباحثين في مجال الأمن** من الإبلاغ عن **الثغرات الأمنية** التي يكتشفونها؟
2. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن الإطار الزمني الذي ستقوم فيه بمراجعة التقارير المتعلقة **بالثغرات الأمنية**؟
3. هل تلتزم الشركة بعدم القيام بإجراءات قانونية ضد الباحثين الذين يبلغون عن **الثغرات الأمنية** ضمن شروط آليات الشركة الموضوعة لهذا الغرض؟
4. (بالنسبة للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة) هل تفصح الشركة **بوضوح** أن تحديثات البرمجيات والرقع الأمنية والإضافات أو الملحقات يتم تنزيلها عبر قناة **مشفرة**؟
5. (بالنسبة للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة وشركات الاتصالات) هل تفصح الشركة **بوضوح** عن قيامها بأي تعديلات **لأنظمة تشغيل الهواتف المحمولة، وماهية هذه التعديلات**؟
6. (بالنسبة للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة وشركات الاتصالات) هل تفصح الشركة **بوضوح** عن آثار تلك التعديلات على قدرة الشركة على إرسال **تحديثات أمنية** للمستخدمين؟
7. (بالنسبة للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة) هل تفصح الشركة **بوضوح** عن التاريخ الذي ستبقى ترسل بموجبه **تحديثات أمنية للأجهزة/أنظمة التشغيل**؟

8. (بالنسبة للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة) هل تلتزم الشركة بتقديم **تحديثات أمنية** لأنظمة التشغيل وغيرها من البرمجيات الهامة لمدة لا تقل عن خمس سنوات بعد الإصدار؟
9. (بالنسبة للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة وشركات الاتصالات) إن كانت الشركة تستخدم نظام تشغيل مأخوذ من نظام موجود، فهل تلتزم الشركة بتقديم **تصحيحات أمنية** في غضون شهر واحد من إعلان **الثغرة الأمنية** للجمهور؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** لغة البرمجة ليست مثالية. حين تعلم الشركات بوجود ثغرة أمنية قد تضع المستخدمين والمعلومات الخاصة بهم في خطر، ينبغي عليها اتخاذ إجراءات للتخفيف من هذه المخاوف. وهذا يشمل ضمان قدرة الناس على مشاركة أية ثغرات أمنية يكتشفونها مع الشركة. نعتقد بأنه من المهم للشركات بشكل خاص توفير إفصاح واضح للمستخدمين حول الطريقة والفترة الزمنية التي سيتلقون خلالها تحديثات أمنية. بالإضافة إلى ذلك، وبما أن مقدمي خدمات الاتصالات يمكن أن يغيروا أنظمة تشغيل الهواتف المحمولة مفتوحة المصدر، فإننا نتوقع من هذه الشركات الإفصاح عن المعلومات التي قد تؤثر على قدرة المستخدم على الوصول إلى هذه التحديثات الهامة.

#### المصادر المحتملة:

- سياسات الخصوصية للشركة
- دليل الأمن للشركة
- منتديات "المساعدة" للشركة

### P15. خروقات البيانات

يجب على الشركة أن تفصح علناً عن معلومات عن إجراءاتها للرد على **خروقات البيانات**.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن قيامها بإخطار السلطات المختصة دون تأخير لا مبرر له عندما يحدث **خرق للبيانات**؟
2. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن إجراءاتها لإخطار الأشخاص الذين تأثرت بياناتهم من **خرق للبيانات**؟
3. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن أنواع الخطوات التي ستتخذها لمعالجة تأثير **خرق للبيانات** على مستخدميها؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** يجب تملك الشركات إجراءات واضحة لمعالجة خروقات البيانات، بما في ذلك سياسات واضحة لإخطار المستخدمين المتضررين. كون تأثير خروقات البيانات يمكن أن تؤدي لتهديد كبير لأمن الفرد المالي أو الشخصي، بالإضافة إلى كشف معلومات خاصة، ينبغي على الشركات أن تجعل هذه الإجراءات متاحة للجمهور. يمكن للأفراد حينها اتخاذ قرارات واعية والنظر في المخاطر المحتملة قبل الاشتراك في الخدمة أو إعطاء الشركة المعلومات الخاصة بهم.

نتوقع أن تملك الشركات سياسات رسمية بشأن معالجة خروقات البيانات عند حصولها، وجعل هذه المعلومات عن تلك السياسات والالتزامات عامة قبل حدوث أي خرق.

#### المصادر المحتملة:

- شروط الخدمة التابعة للشركة أو سياسة الخصوصية
- دليل الأمن للشركة



## P16. تشفير قنوات الاتصال للمستخدم والمحتوى الخاص (شركات الإنترنت والنظام الإيكولوجي للهواتف المحمولة)

يجب على الشركة **تشفير** اتصالات المستخدم **والمحتوى** الخاص بحيث يمكن للمستخدمين التحكم بمن يستطيع الوصول إليها.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** أن إرسال اتصالات المستخدم **مشفر** افتراضياً؟
2. هل تفصح الشركة **بوضوح** أن إرسال اتصالات المستخدم **مشفر** باستخدام مفاتيح فريدة؟
3. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن إمكانية المستخدمين تأمين المحتوى الخاص بهم باستخدام **التشفير من طرف إلى طرف** أو **تشفير كامل** (أيهما ينطبق على الحالة)؟
4. هل تفصح الشركة **بوضوح** بأن **التشفير من طرف إلى طرف** أو **تشفير كامل** مفعّل افتراضياً؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** يعد التشفير أداة هامة من أجل حماية حرية التعبير والخصوصية. أعرب صراحةً أن التشفير وعدم الكشف عن الهوية ضروريان لممارسة وحماية حقوق الإنسان. نتوقع من الشركات أن تفصح بوضوح عن أن اتصالات المستخدم مشفرة بشكل افتراضي، وإن إرسالها محمي "بالسرية المتقدمة الكاملة" (perfect forward secrecy) وأن المستخدمين لديهم خيار بتفعيل التشفير من طرف إلى طرف، وإن كانت الشركة تقدم التشفير من طرف إلى طرف بشكل افتراضي. بالنسبة للنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة، نتوقع من الشركات أن تفصح بوضوح أنها تمكّن التشفير الكامل.

### المصادر المحتملة:

- شروط الخدمة التابعة للشركة أو سياسة الخصوصية
- دليل الأمن للشركة
- مركز المساعدة للشركة
- تقارير الاستدامة للشركة
- مدونة الشركة الرسمية و/أو النشرات الصحفية

## P17. أمن الحساب (شركات الإنترنت والنظم الإيكولوجية للهواتف المحمولة)

يجب على الشركة أن تساعد المستخدمين على إبقاء **حساباتهم** آمنة.

العناصر:

1. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن توظيفها لأساليب مصادقة متقدمة لمنع الدخول المخادع إلى الحسابات؟
2. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن إمكانية عرض المستخدمين لنشاطهم الأخير؟
3. هل تفصح الشركة **بوضوح** عن إعلام المستخدمين عن نشاطات الحساب غير العادية واحتمال الدخول غير المصرح به إلى حساباتهم؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** ينبغي على الشركات أن تساعد المستخدمين على إبقاء حساباتهم آمنة.

حيث ينبغي عليها أن تفصح بوضوح عن أنها تستخدم تقنيات مصادقة متقدمة لمنع الدخول غير المصرح به إلى حسابات ومعلومات المستخدمين. كما تتوقع من الشركات أيضاً تزويد المستخدمين بالأدوات التي تمكنهم من تأمين حساباتهم ومعرفة حين تتعرض حساباتهم للخطر.

#### المصادر المحتملة:

- مركز الشركة الأمني
- صفحات المساعدة أو صفحة الدعم المجتمعي للشركة
- صفحة إعدادات الحساب للشركة
- مدونة الشركة

### P18. إعلام وتوعية المستخدمين حول المخاطر المحتملة

يجب على الشركة نشر معلومات لمساعدة المستخدمين على الدفاع عن أنفسهم ضد **المخاطر السيبرانية**.

1. هل تنشر الشركة مواد عملية لتثقيف المستخدمين حول كيفية حماية أنفسهم من **المخاطر السيبرانية** المتصلة بالمنتجات أو الخدمات؟

**التوجيهات الخاصة بالمؤشر:** كون الشركات تحتفظ بكميات هائلة من البيانات حول المستخدمين، فإنها غالباً ما تكون هدفاً لأطراف فاعلة خبيثة. تتوقع من الشركات مساعدة المستخدمين على حماية أنفسهم ضد هذه المخاطر. يمكن أن يشمل هذا نشر مواد حول كيفية إعداد مصادقة متقدمة للحساب، ضبط إعدادات الخصوصية، نصائح لتجنب البرمجيات الخبيثة، التصيد، هجمات الهندسة الاجتماعية، كيفية تجنب أو معالجة التندر أو التحرش على الإنترنت، وما يعنيه "التصفح الآمن". يتعين على الشركات تقديم هذه التوجيهات باستخدام لغة واضحة، ويفضل أن تترافق مع صور توضيحية، وتكون مصممة لمساعدة المستخدمين على فهم طبيعة المخاطر التي يمكن أن تواجهها الشركات والمستخدمون. يمكن لها أن تشمل نصائح، أو دروس تعليمية أو أدلة أو غيرها من الموارد التي ينبغي تقديمها بطريقة سهلة الفهم للمستخدمين (على سبيل المثال مع صور أو رسومات بيانية أو قوائم).

#### المصادر المحتملة:

- مركز الشركة الأمني
- صفحات المساعدة أو صفحة الدعم المجتمعي للشركة
- مدونة الشركة

## معجم المصطلحات

**ملاحظة:** لا يعتبر هذا معجماً عاماً. إن التعريفات والتفسيرات المقدمة فيما يلي كانت مكتوبة خصيصاً لتوجه الباحثين في عملهم بتقييم شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تبعاً لمؤشرات البحث الخاصة بهذا المشروع.

**حساب / حساب المستخدم** — مجموعة من البيانات المرتبطة بمستخدم معين لنظام كمبيوتر أو خدمة أو منصة. يضم حساب المستخدم، على الأقل، اسم المستخدم وكلمة المرور والذات يتم استخدامهما للمصادقة على وصول المستخدم إلى البيانات.

**تقييد الحساب / تقييد حساب المستخدم** — تقييد أو تعليق أو تعطيل أو حذف أو إزالة حساب مستخدم محدد أو أذونات حساب المستخدم.

**الخوارزميات:** الخوارزمية هي مجموعة من التعليمات المستخدمة لمعالجة المعلومات وتسلم نتيجة بناءً على شروط التعليمات. يمكن للخوارزميات أن تكون أجزاء بسيطة من الرموز البرمجية، ولكن يمكن أيضاً أن تكون معقدة بشكل لا يصدق "تشفير الآلاف من المتغيرات عبر الملايين من نقاط البيانات." في سياق الإنترنت والهاتف النقال وشركات الاتصالات فإن بعض الخوارزميات - بسبب تعقيدها، وكميات وأنواع معلومات المستخدم في تغذيتها، ووظيفة اتخاذ القرارات التي تخدمها - لها آثار كبيرة على حقوق الإنسان للمستخدمين بما في ذلك حرية التعبير والخصوصية. اطلع على المزيد عبر: "Algorithmic Accountability: A Primer," Data & Society:

**البيانات مجهولة الهوية** — هي البيانات التي لا يمكن بأي شكل من الأشكال ربطها مع أية معلومات قد تُمكن من التعرف على شخصية المستخدم. إن النطاق الواسع لهذا التعريف المستخدم من قبل مشروع مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" ضروري لتناول العديد من الحقائق. أولاً يمكن للمحللين المهرة كشف النقاب عن هوية الأشخاص من خلال مجموعات البيانات الكبيرة. وهذا يجعل كافة الوعود بإخفاء الهوية مستحيلة التحقيق تقريباً. في جوهرها، فإن أية بيانات مرتبطة بـ "مُعَرَّف مجهول" ليست مجهولة الهوية، بل هي في كثير من الأحيان بيانات بأسماء مستعارة قد يمكن إرجاعها لهوية المستخدم الحقيقية خارج الإنترنت. ثانياً، قد تكون البيانات الوصفية أكثر دلالةً على اهتمامات المستخدم من بيانات المحتوى، وبالتالي فإن البيانات الوصفية على درجة كبيرة من الأهمية. ثالثاً، قد تكون الكيانات التي لديها إمكانية الوصول إلى العديد من مصادر البيانات، مثل وسطاء البيانات والحكومات، قادرةً على مزاجعة مصدرين أو أكثر من مصادر البيانات للكشف عن معلومات المستخدمين. وبالتالي فإن الأطراف الفاعلة ذات القدرات المتطورة يمكنها استخدام البيانات التي تبدو مجهولة الهوية لتشكيل صورة أوضح عن المستخدم.

**التطبيق** — برنامج مستقل بذاته أو جزء من برمجيات مصممة لتحقيق غرض معين؛ تطبيق برمجيات، خاصة بحيث يتم تنزيلها من قبل المستخدم إلى الجهاز المحمول.

**متجر التطبيقات** — المنصة التي تضع الشركة تطبيقاتها الخاصة بالإضافة لتلك التي يتم إنشاؤها من قبل أطراف ثالثة من المطورين بحيث تكون متاحة للتنزيل. إن متجر التطبيقات (أو سوق التطبيقات) هو نوع من أنواع منصات التوزيع الرقمي لبرمجيات الكمبيوتر، غالباً في سياق الهاتف المحمول.

**الذكاء الاصطناعي** — للذكاء الاصطناعي مجموعة واسعة من الاستخدامات والمعاني. لأغراض منهجية، تشير مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" إلى الأنظمة التي تشبه، أو تنفذ، أو تقلد الوظائف التي عادة ما تتطلب الذكاء. ومن أمثلة ذلك برمجيات التعرف على الوجه، المعالجة الطبيعية للغة وغيرها والتي يترتب على استخدامها عن طريق الإنترنت، والهواتف المحمولة، وشركات الاتصالات آثار على حرية التعبير وحقوق الخصوصية لدى الناس. راجع: "Privacy and Freedom of Expression in the Age of Artificial Intelligence,"

**اتخاذ القرار الآلي** — التكنولوجيا التي تتخذ القرارات دون رقابة بشرية تُذكر أو تدخل في عملية اتخاذ

القرار، وذلك من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي أو الخوارزميات.

**مجلس الإدارة** — الإشراف على مستوى المجلس يتضمن قيام أعضاء من المجلس بمهام الإشراف المباشر على القضايا المتعلقة بحرية التعبير والخصوصية. ليس من الضروري أن يكون هذا بشكل لجنة رسمية، ولكن مسؤولية أعضاء مجلس الإدارة بالإشراف على ممارسات الشركة على هذه القضايا يجب أن تكون مفصلة بشكل واضح ومفصّل عنها على موقع الشركة.

**سجل التغيير** — يقوم بتسجيل أدق التغييرات ضمن وثيقة، في هذه الحالة، شروط الخدمة أو وثيقة سياسة الخصوصية.

**مفصّل عنها بوضوح** — تعرض الشركة أو تفسر سياساتها أو ممارساتها ضمن المواد العامة المتاحة للجمهور بطريقة سهلة الفهم وسهلة الإيجاد للمستخدمين.

**الجمع** — جميع الوسائل التي قد تقوم الشركة من خلالها بجمع المعلومات عن المستخدمين. على سبيل المثال، قد تقوم الشركة بجمع هذه المعلومات مباشرة في مجموعة من الحالات، بما في ذلك عندما يحمل المستخدمون محتوى للمشاركة العامة، أو إدخال أرقام الهاتف للتحقق من الحساب، أو بث معلومات شخصية في محادثة خاصة، إلخ. قد تجمع الشركة هذه المعلومات أيضاً بشكل غير مباشر، على سبيل المثال عن طريق تسجيل سجل البيانات أو معلومات الحساب أو البيانات الوصفية وغيرها من المعلومات الأخرى ذات الصلة التي توضح من هم المستخدمون وأو توثق أنشطتهم.

**ملفات تعريف الارتباط "كوكيز"** — تعتبر تكنولوجيا الشبكة الإنترنت تسمح للمواقع بالتعرف على المتصفح الخاص بك. تم تصميم الكوكيز في الأصل للسماح للمواقع بتقديم خدمة عربية التسوق على الإنترنت، ولحفظ التفضيلات أو كي تتمكن من إبقاء تسجيل الدخول الذي قمت به فعّالاً. كما أنها تُمكن من التتبع والتنميط حتى تتمكن المواقع من التعرف عليك ومعرفة المزيد عن أماكن زيارتك والأجهزة التي تستخدمها واهتماماتك - حتى إن لم يكن لديك حساب مع هذا الموقع أو لم تقم بتسجيل الدخول. "المصدر: <https://ssd.eff.org/en/glossary/cookies>

**المحتوى** — هي المعلومات المتضمنة في المراسلات السلكية أو المتداولة شفويّاً أو عبر الاتصالات الإلكترونية (مثل المحادثة التي تتم عبر الهاتف أو وجهاً لوجه، والنص المكتوب والمرسل عبر الرسائل القصيرة أو البريد الإلكتروني).

**الوظيفة الأساسية** — أهم وظيفة أو إمكانية للمنتج أو الخدمة. على سبيل المثال، تشمل الوظيفة الأساسية للهاتف الذكي إجراء وتلقي المكالمات الهاتفية، الرسائل النصية، رسائل البريد الإلكتروني، تنزيل وتشغيل التطبيقات والوصول إلى الإنترنت.

**أوامر المحكمة** — هي أوامر صادرة عن المحكمة، بما في ذلك في القضايا الجنائية والمدنية على السواء.

**التحديثات الحرجة (للبرمجيات)** — إصدار واسع النطاق يتضمن طريقة لإصلاح ثغرة أمنية في منتج محدد. يتم تصنيف الثغرات الأمنية بحسب شدتها: حرجة، هامة، متوسطة، أو منخفضة.

**المخاطر السيبرانية** — في الحالات التي يتم فيها تهديد أمن أو خصوصية المستخدم أو غيرها من الحقوق ذات الصلة من قبل جهة فاعلة خبيثة (بما في ذلك، دون أن يقتصر على، المجرمين، المطلعين من الداخل، أو حكومات الدول) الذين قد يتمكنون من الوصول غير المصرح به إلى بيانات المستخدم باستخدام القرصنة والتصيد أو غيرها من التقنيات المضللة الأخرى.

**خرق البيانات** — يحدث خرق البيانات عندما يتمكن طرف غير مصرح له من الوصول إلى معلومات المستخدم التي تجمعها الشركة أو تحتفظ بها أو غير ذلك من العمليات التي تمس سلامة أو أمن أو سرية تلك المعلومات.

**تقليل البيانات** — وفقاً لمبدأ تقليل البيانات، ينبغي على الشركات أن تحد من جمع معلومات المستخدمين إلى الحد الأدنى الضروري والمتعلق بتحقيق غرض محدد بوضوح. انظر أيضاً: استخدام التحديد (أدناه).

**المعلومات غير المتصلة بالهوية (معلومات المستخدم)** — يشير هذا إلى معلومات المستخدم التي تجمعها الشركات تحتفظ بها ولكن فقط بعد إزالة أو تغطية أي معلومات تتصل بالهوية منها. وهذا يعني إزالة كاملة للمعرفات مثل الأسماء وعناوين البريد الإلكتروني وأي أرقام خاصة بالهوية التي تصدرها الحكومة، وكذلك المعرفات مثل عناوين بروتوكولات الإنترنت وملفات تعريف الارتباط (الكوكيز) والأرقام الفريدة الخاصة بالأجهزة.

**المطور/ المطورون من الأطراف الثالثة** — فرد (أو مجموعة من الأفراد) ينشئ برمجية أو تطبيق يتم توزيعه من خلال متجر الشركة للتطبيقات.

**جهاز/جهاز محمول/جهاز جوال** — غرض مادي، مثل الهاتف الذكي أو الهاتف ذي الميزات، يستخدم للوصول إلى شبكات الاتصالات وتم تصميمه كي يتم حمله من قبل المستخدم واستخدامه في مجموعة متنوعة من المواقع.

**التوثيق** — توفر الشركة السجلات التي يمكن للمستخدمين استشارتها، مثل سجل التغييرات في شروط الخدمة أو وثائق سياسة الخصوصية.

**لا تتبع** — يعرف أيضاً بالاسم المختصر "DNT" "DO NOT TRACK"، ويشير إلى وضع معين في التفضيلات الموجودة على متصفح المستخدم يقول للشركات أو الأطراف الثالثة ألا تتبع نشاط المستخدم. وبعبارة أخرى، في كل مرة يقوم المستخدم بتحميل موقع على شبكة الإنترنت، يتم إخبار كل الأطراف المشاركة في تقديم الصفحة (وهي عادةً كثيرة، وتتألف من المعلنين بشكل أساسي) ألا تجمع أو تزن أية معلومات عن زيارة المستخدم للصفحة. ولكن هذا لا يعدو كونه مجرد طلب مهذب، إذ قد تتجاهل الشركة الطلب بعدم التتبع، وفي الحقيقة تقوم الكثير من الشركات بذلك.

**من السهل إيجاده** — تقع شروط الخدمة أو سياسة الخصوصية على بعد نقرة أو اثنتين من الصفحة الرئيسية للشركة أو الخدمة، أو أنها موجودة في مكان منطقي حيث يمكن للمستخدمين أن يجدوها.

**سهل الفهم / بطريقة مفهومة** — اتخذت الشركة خطوات لمساعدة المستخدمين على فهم شروط الخدمة وسياسة الخصوصية الخاصة بها. يتضمن هذا، ولا يقتصر على، توفير ملخصات أو نصائح أو إرشادات توضح المقصود من الشروط سواء باستخدام العناوين الفرعية أو استخدام خط بحجم مقروء أو غيرها من الرسوم البيانية التي تساعد المستخدمين على فهم الوثيقة، أو كتابة الشروط باستخدام جمل سهلة القراءة.

**التشفير** — يخفي هذا بشكل أساسي محتوى المراسلات أو الملفات لذلك لا يمكن إلا للمتلقي المقصود قراءتها. تستخدم هذه العملية خوارزمية لتحويل الرسالة من نص عادي إلى صيغة مشفرة كي تبدو الرسالة مثل سلسلة عشوائية من الأحرف والرموز بالنسبة إلى أي شخص ينظر إليها. فقط شخص مفتاح فك التشفير المناسب يمكنه فك تشفير الرسالة، أي عكس وضع التشفير إلى وضع النص عادي. يمكن للبيانات أن تكون مشفرة عندما يتم تخزينها وعندما يتم نقلها.

على سبيل المثال، يمكن للمستخدمين تشفير البيانات على القرص الصلب بحيث يمكن للمستخدم الذي يملك مفتاح التشفير فقط فك محتويات القرص. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمستخدمين إرسال رسالة بريد إلكتروني مشفرة، والذي من شأنه منع أي شخص من رؤية محتويات البريد الإلكتروني بينما تنتقل الرسالة خلال الشبكة للوصول إلى المتلقي المقصود. مع التشفير أثناء المرور (على سبيل المثال، عندما يكون الموقع يستخدم HTTPS)، يكون الاتصال بين المستخدم والموقع مشفراً، بحيث لا يمكن للغرباء، مثل مزود

خدمة الإنترنت للمستخدم، إلا رؤية الزبارة الأولى للموقع، بحيث لا يمكنهم رؤية ما كان المستخدم يفعله على هذا الموقع أو الصفحات الفرعية التي زارها المستخدم. لمزيد من المعلومات، راجع هذا المورد:

**التشفير من طرف إلى طرف** — مع التشفير من طرف إلى طرف لا يمكن إلا للمرسل والمتلقي قراءة محتوى الاتصالات المشفرة. أما الأطراف الثالثة، بما في ذلك الشركة، فلن تكون قادرة على فك تشفير المحتوى.

**الانخراط (المشاركة)** — التفاعلات بين الشركة وأصحاب المصالح. يمكن للشركات أو أصحاب المصلحة الشروع في هذه التفاعلات التي يمكن أن تأخذ أشكالاً مختلفة، بما في ذلك الاجتماعات وأنواع الاتصالات الأخرى... إلخ.

**الإشراف على المستوى التنفيذي** — تقوم اللجنة التنفيذية أو أحد أعضاء الفريق التنفيذي للشركة بالإشراف المباشر على المسائل المتعلقة بحرية التعبير والخصوصية.

**بشكل صريح** — تقرر الشركة بدعمها لحرية التعبير والخصوصية بشكل محدد.

**السرية المتقدمة / السرية المتقدمة الكاملة** — هي طريقة تشفير تستخدم في حركة المرور عبر HTTPS بشكل خاص وفي تطبيقات الرسائل، حيث يتم خلق زوج مفاتيح جديد في كل جلسة (HTTPS)، أو لكل رسالة يتم تبادلها بين الأطراف (تطبيقات المراسلة). بهذه الطريقة، إن حصل الخصم على مفتاح فك تشفير واحد فإنه لن يكون قادراً على فك تشفير الإرسالات أو المراسلات السابقة أو المستقبلية في المحادثة. إن السرية المتقدمة مختلفة عن التشفير من طرف إلى طرف الذي يتعلق بتشفير البيانات، في حين لا يقوم بأشياء فيما يتعلق بخوادم الشركة. لمزيد من المعلومات، راجع "Pushing for Perfect Forward Secrecy," Electronic Frontier Foundation.

**التشفير الكامل** — هو تشفير شامل لجميع البيانات المخزنة على الجهاز الفعلي بطريقة يكون من خلالها المستخدم هو الشخص الوحيد القادر على الوصول إلى المحتوى من خلال كلمات المرور التي ينشئها المستخدم و/أو غيرها من وسائل فك التشفير (بصمات الأصابع، المصادقة ثنائية العوامل، أجهزة الدخول الآمن المستقلة (token)، إلخ).

**تحديد الموقع الجغرافي** — التعرف على الموقع الجغرافي الحقيقي في العالم لغرض ما، مثل مصدر موجات الرادار، الهاتف المحمول أو جهاز كمبيوتر متصل بالإنترنت. قد يشير تحديد الموقع الجغرافي إلى ممارسة لتقييم الموقع أو الموقع الفعلي.

**الطلبات الحكومية / طلبات الحكومة** — تشمل الطلبات الواردة من الوزارات أو الهيئات الحكومية وهيئات إنفاذ القانون وأوامر المحكمة في القضايا الجنائية والمدنية.

**التظلم** — تأخذ مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية" تعريف المظلمة من المبادئ التوجيهية للأمم المتحدة: "إحساس بالظلم يقضي إلى شعور فرد أو جماعة بالأحقية في الانتصاف، وقد يستند هذا إلى القانون، أو إلى عود صريحة أو ضمنية، أو ممارسة عرفية، أو مفاهيم عامة بخصوص العدالة عند المجتمعات المحلية المظلومة". (ص. 29 من 38) المصدر: "المبادئ التوجيهية بشأن الأعمال التجارية وحقوق الإنسان: تنفيذ إطار الأمم المتحدة المعنون "الحماية والاحترام والانتصاف"، 2011

**تقييمات الأثر على حقوق الإنسان (HRIA)** — هي منهجية منظمة من العناية الواجبة. تنفذ الشركة هذه التقييمات أو الآراء لترى كيف تؤثر منتجاتها وخدماتها وممارساتها التجارية على حرية التعبير والخصوصية لدى مستخدميها.

لمزيد من المعلومات حول تقييم الأثر على حقوق الإنسان وأفضل الممارسات في تنفيذها، راجع هذه

الصفحة الخاصة على موقع مركز موارد الأعمال وحقوق الإنسان:

قام المعهد الدانماركي لحقوق الإنسان بتطوير أداة لتقييم الامتثال لحقوق الإنسان <https://hrca2.humanrightsbusiness.org> وقد وضعت "المسؤولية الاجتماعية للأعمال" (BSR) دليلاً مفيداً لإجراء هذه التقييمات:

للحصول على إرشادات محددة حول قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، راجع مقتطفات من الفصل المعنون ("Business, Human Rights and the Internet: A Framework for Implementation") by Michael Samway on the project website at:

**بيانات الموقع** — المعلومات التي يتم جمعها بواسطة شبكة أو خدمة عن المكان الحالي أو السابق لهاتف المستخدم أو أجهزته الأخرى — على سبيل المثال تتبع موقع الهاتف المحمول من البيانات التي تم جمعها من قبل المحطات على شبكة الهاتف المحمول أو عن طريق ميزة تحديد المواقع عبر (GPS) أو شبكة .WIFI

**البرمجيات الخبيثة** — مصطلح عام يستخدم للإشارة إلى مجموعة متنوعة من البرمجيات العدائية أو المخترقة، بما في ذلك فيروسات جهاز الكمبيوتر والديدان الحاسوبية وأحصنة طروادة وبرمجيات الفدية وبرمجيات التجسس وبرمجيات الإعلانات وبرمجيات الرعب وغيرها من البرامج الخبيثة. يمكن لهذه أن تأخذ شكل الترميز القابل للتنفيذ أو المخطوطات أو المحتوى النشط أو غيرها من البرامج.

**المستوى الإداري** — لجنة أو برنامج أو فريق أو مدير ليست جزءاً من مجلس إدارة الشركة أو الفريق التنفيذي.

**النظام الإيكولوجي للهواتف المحمولة** — مجموعة غير القابلة للتجزئة من السلع والخدمات التي تقدمها شركة الجهاز المحمول والتي تتألف من الجهاز ونظام التشغيل ومتجر التطبيقات وحساب المستخدم.

**التعديلات على نظام تشغيل الهواتف المحمولة** — هي التغييرات التي أُدخلت على الإصدار الأساسي من نظام تشغيل المحمول والتي قد تؤثر على الوظائف الأساسية أو تجربة المستخدم أو عملية نشر تحديثات البرامج. إن الوظيفة الجوهرية هي أهم الوظائف الأساسية أو الإمكانيات للمنتج أو الخدمة. على سبيل المثال تتضمن الوظيفة الجوهرية للهاتف الذكي إرسال واستقبال المكالمات الهاتفية والرسائل النصية ورسائل البريد الإلكتروني وتنزيل وتشغيل التطبيقات والوصول إلى الإنترنت. ينطبق هذا على هواتف أندرويد الذكية التي تنتجها شركات عدا جوجل.

**مبادرة أصحاب المصلحة المتعددين** — منظمة ذات مصداقية تضم عدداً من أصحاب المصلحة وتخضع للإدارة من قبل ثلاث علي الأقل من مجموعات أصحاب المصلحة الآخرين من قطاعات أخرى: المجتمع المدني والمستثمرين والأكاديميين وممثلي مجموعات المستخدمين أو العملاء والمجتمع التقني و/أو الحكومة. يستمد نموذج تمويلها من أكثر من نوع واحد من المصادر (الشركات والحكومات والمؤسسات والتبرعات العامة...إلخ). وتكون استقلاليتها وصرامتها ومهنتها على مستوى عالٍ، مع مشاركة قوية من قبل منظمات حقوق الإنسان تكون هي نفسها ذات سجل لامع في الاستقلال من سيطرة الشركات و/أو الحكومة. إن مبادرة الشبكة العالمية مثال على مبادرة أصحاب المصلحة المتعددين، وهي تركز على حرية التعبير والخصوصية في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

**غير المحتوى** — البيانات المتعلقة بحالة الاتصال أو المستخدم. قد تستخدم الشركات مصطلحات مختلفة للدلالة على هذه البيانات، بما في ذلك البيانات الوصفية أو المعلومات الأساسية للمشارك أو المعلومات غير المحتوى المتعلقة ببيانات المعاملات أو بيانات الحساب أو معلومات العملاء.

في الولايات المتحدة الأمريكية، يعرف اتصالات العملاء أو سجلاتهم من غير المحتوى على أنها "الاسم؛



العنوان؛ سجلات الاتصالات الهاتفية المحلية والبعيدة المسافة أو السجلات المتعلقة بوقت ومدة المحادثة؛ طول مدة الخدمة (بما في ذلك تاريخ البدء) وأنواع الخدمات المستخدمة؛ رقم الهاتف أو الجهاز أو رقم المشترك أو الهوية (بما في ذلك أي عنوان للشبكة تم تعيينه مؤقتاً)؛ ومصدر وطريقة الدفع لهذه الخدمة (بما في ذلك أية بطاقة ائتمان أو رقم حساب مصرفي).<sup>1</sup> ينص على أنه لا تتعلق سرية الاتصالات الإلكترونية بمحتوى الاتصال فحسب ولكن أيضاً إلى بيانات حركة المرور، مثل المعلومات حول من يتواصل مع من ومتى وإلى متى، وبيانات الموقع، مثل من أين تم إبلاغ البيانات.

**الطلبات الحكومية غير القضائية** — وهي الطلبات التي تأتي من الجهات الحكومية غير الهيئات القضائية أو القضاة أو المحاكم. يمكن لهذه أن تتضمن الطلبات المقدمة من الوزارات الحكومية والوكالات وأقسام الشرطة وضباط الشرطة (حين يتصرفون بصفة رسمية)، وغيرها من المكاتب الحكومية أو السلطات أو الهيئات غير القضائية.

**إشعار / إعلام** — تتواصل الشركة مع المستخدمين أو تعلمهم عن شيء يتعلق بالشركة أو الخدمة.

**المدير** — موظف كبير مسؤول عن مجموعة واضحة من المخاطر والآثار، في هذه الحالة الخصوصية وحرية التعبير.

**نظام التشغيل** — هو البرمجية التي تدعم الوظائف الأساسية لجهاز كمبيوتر مثل جدولة المهام وتنفيذ التطبيقات والتحكم في الأجهزة الطرفية. نظام التشغيل للمحمول هو نظام التشغيل على جهاز محمول مثل الهاتف الذكي أو الكمبيوتر اللوحي.

**خيارات التحكم** — توفر الشركة للمستخدم آليات مباشرة وسهلة الفهم للاشتراك أو الانسحاب من جمع البيانات أو استخدامها أو مشاركتها. يعني الاشتراك (opt-in) أن الشركة لا تقوم بجمع أو استخدام أو مشاركة البيانات لغرض معين حتى يشير المستخدمون صراحة إلى أنهم يريدون لهذا أن يحدث. أما الانسحاب (opt-out) فيعني أن الشركة تستخدم البيانات لغرض محدد بشكل افتراضي، ولكن سوف تتوقف عن القيام بذلك حين يطلب المستخدم من الشركة أن تتوقف. نذكر هنا بأن هذا التعريف مثير للجدل حيث يرى العديد من المدافعين عن الخصوصية بأن "الاشتراك" فقط يحمل معنى القبول بالتحكم. إلا أننا، لأغراض مبادرة "تصنيف الحقوق الرقمية"، قررنا اعتبار "الانسحاب" شكلاً من أشكال السيطرة.

**الرقابة / الإشراف** — حيث تقوم وثائق الحوكمة للشركة أو إجراءات صنع القرار بتعيين لجنة أو برنامج أو فريق أو مدير يتمتع بسلطة الإشراف على وظيفة معينة. تحمل هذه المجموعة أو الشخص مسؤولية هذه الوظيفة، ويتم تقييمها على أساس الدرجة التي تلبى فيها تلك المسؤولية.

**الرقعة** — قطعة من البرمجيات مصممة لتحديث برنامج كمبيوتر أو بياناته الداعمة بهدف الإصلاح أو التحسين. ويتضمن هذا إصلاح الثغرات الأمنية وغيرها من الأخطاء باستخدام مثل هذه الرقع التي عادة ما تسمى (bugfixes) بالإضافة إلى تحسين طريقة الاستخدام وأداء برنامج كمبيوتر أو تطبيق أو نظام تشغيل.

**منصة** — المنصة في الحوسبة تعني كل ما يمكن لقطعة من رموز أو برمجيات الكمبيوتر، بحسب تصميمه، العمل ضمنها مطبوعاً محدداً ومستفيدة من مرافقها. يمكن لمصطلح منصة الحوسبة أن يشير إلى مستويات مختلفة من التجريد، بما في ذلك بعض بُنى الأجهزة أو نظام التشغيل أو مكتبات وقت التشغيل.<sup>1</sup> في المحصلة يمكن القول أنها المنصة التي يمكن لبرامج الكمبيوتر أن تعمل عليها.

**الالتزام بالسياسات** — بيان متاح للعموم يمثل سياسة الشركة الرسمية التي تمت الموافقة عليها على أعلى مستويات الشركة.

**سياسات الخصوصية** — الوثائق التي توضح ممارسات الشركة التي تنطوي على جمع واستخدام المعلومات، وخاصة المعلومات حول المستخدمين.

**الطلبات الخاصة** — هي الطلبات المقدمة من خلال إجراء خاص بدلاً من أن تكون عبر إجراء قضائي أو



حكومي. يمكن للطلبات الخاصة لتقييد المحتوى أن تأتي من هيئة ذاتية التنظيم مثل "مؤسسة مراقبة الإنترنت" أو نظام الإشعار والإزالة مثل قانون الألفية للملكية الرقمية للولايات المتحدة الأمريكية. لمزيد من المعلومات حول نظام الإشعار والإزالة، وكذلك قانون الألفية للملكية الرقمية على وجه التحديد، راجع تقرير اليونسكو الأخير: "Fostering Freedom Online: The Role of Internet Intermediaries" at (p. 40-52 of 211).

**ترتيب الأولويات** — يحدث ترتيب الأولويات عندما يدير مشغل الشبكة شبكته بطريقة تفيد محتوى أو تطبيقات أو خدمات أو أجهزة معينة. "لأغراض مبادرة" تصنيف الحقوق الرقمية" فإن هذا التعريف يتضمن قرار الشركة بمنع الوصول إلى تطبيق معين أو خدمة أو جهاز.

المصدر: U.S Federal Communications Commission's 2015 Open Internet Rules, p. 7 of 400,

**البروتوكول** — مجموعة من القواعد التي تنظم تبادل أو نقل البيانات بين الأجهزة.

**الأرشيف العام** — موارد متاحة علناً تحتوي الإصدارات السابقة من سياسات الشركة، مثل شروط الخدمة أو سياسة الخصوصية أو أنها تقدم شرحاً شاملاً كل جولة من التغييرات تدخلها الشركة على هذه السياسات.

**الوصول إلى الاتصالات في الوقت الحقيقي** — مراقبة محادثة أو غيرها من الاتصالات الإلكترونية في "الوقت الحقيقي" أثناء المحادثة، أو اعتراض البيانات في نفس اللحظة التي يتم إرسالها. وهذا يسمى أحياناً "التنصت". لاحظ الفرق بين طلب التنصت وطلب البيانات المخزنة. يعطي التنصت جهات إنفاذ القانون السلطة للوصول إلى الرسائل في المستقبل، في حين أن طلب البيانات المخزنة يعطي جهات إنفاذ القانون القدرة على الوصول إلى سجلات الاتصالات التي حدثت في الماضي. يمكن للحكومة الأمريكية الوصول إلى الاتصالات في الوقت الحقيقي من خلال "قانون التنصت" وقانون "سجل" تتبع المكالمات"، وهما جزء من قانون خصوصية الاتصالات الإلكترونية (ECPA)؛ ويمكن للحكومة الروسية القيام بذلك من خلال "نظام أنشطة التحقيق العاملة" (SORM).

**الانتصاف** — "قد يتضمن الانتصاف: الاعتذار والتعويض وإعادة التأهيل والتعويضات المالية أو غير المالية والعقوبات الجزائية (سواء كانت جنائية أم إدارية، مثل الغرامات)، بالإضافة إلى منع الضرر من خلال مثل على سبيل المثال الأوامر القضائية بعدم التعدي أو ضمانات عدم التكرار. ينبغي على إجراءات تقديم الانتصاف أن تكون محايدة ومحمية من الفساد أو غيره من المحاولات السياسية أو غيرها للتأثير على النتيجة." (الصفحة 22 من 27)

المصدر: "Report of the Special Representative of the Secretary-General on the issue of human rights and transnational corporations and other business enterprises, John Ruggie. Guiding Principles on Business and Human Rights: Implementing the United Nations 'Protect, Respect and Remedy' Framework," 2011

**المتطلب** — قد يتم عرض المتطلبات في الوقت الذي يقوم فيه المستخدم بالتسجيل للحصول على حساب أو في وقت لاحق بناء على طلب الشركة.

**الاحتفاظ بمعلومات المستخدم** — قد تجمع الشركة البيانات ثم تقوم بحذفها. إن لم تقم الشركة بحذف البيانات يعني أن البيانات في قيد "الاحتفاظ". يعرّف الوقت بين الجمع والحذف "بفترة الاحتفاظ". قد تدرج هذه البيانات تحت تعريف "معلومات المستخدم" أو قد تكون مجهولة لا تنسى بأن البيانات مجهولة الهوية قد لا تكون، بأي شكل من الأشكال، متصلة بمستخدم أو بهويته أو سلوكه أو تفضيلاته وهو أمر نادر جداً.

موضوع ذي صلة هو "فترة الاحتفاظ". على سبيل المثال، قد تقوم الشركة بجمع بيانات السجل على أساس

مستمر، ولكن تقوم بحذفها مرة واحدة في الأسبوع. في هذه الحالة تكون فترة الاحتفاظ بالبيانات أسبوعاً واحداً. ومع ذلك، إن لم يكن هناك فترة احتفاظ محددة، ينبغي افتراض أن البيانات لا تحذف إطلاقاً وأن فترة الاحتفاظ بالتالي غير محدودة. في كثير من الحالات قد يرغب المستخدمون بأن يتم الاحتفاظ ببياناتهم طالما أنهم يستخدمون الخدمة فعلياً، ولكنهم يودون حذفها (وبالتالي عدم الاحتفاظ بها) عندما يتوقفون عن استخدام هذه الخدمة. على سبيل المثال، قد يود المستخدمون من خدمة شبكة اجتماعية الاحتفاظ بجميع رسائلهم الخاصة، ولكن عندما يترك المستخدم الشبكة فإنه قد يرغب في أن يتم حذف جميع الرسائل الخاصة به.

**الطرح** — سلسلة من الإعلانات عن المنتجات ذات الصلة والتي نظمت عبر الوقت؛ عملية صنع الرق، تحديثات البرامج، ترقيات البرمجيات المتاحة للمستخدمين النهائيين.

**الباحث الأمني** — الشخص الذي يدرس كيفية تأمين النظم التقنية و/أو تهديدات الكمبيوتر وأمن الشبكات من أجل إيجاد حل.

**التحديثات الأمنية** — إصدار واسع النطاق يتضمن طريقة لإصلاح ثغرة أمنية في منتج محدد. يتم تصنيف الثغرات الأمنية بحسب شدتها: حرجة، هامة، متوسطة، أو منخفضة.

**ثغرة أمنية** — نقطة ضعف تسمح للمهاجم بالحد من ضمان أمن نظام. تأتي الثغرة عند تقاطع ثلاثة عناصر: عيب في النظام، وصول المهاجم إلى العيب، وقدرة المهاجم على استغلال العيب.

**كبار المديرين التنفيذيين** — الرئيس التنفيذي و/أو غيره من أعضاء الفريق التنفيذي كما هو موضح من قبل موقع الشركة على الإنترنت أو غيره من الوثائق الرسمية مثل التقرير السنوي. في غياب قائمة تعريفية بالفريق التنفيذي للشركة، وغيره من المناصب العليا والمسؤولين في المستويات العليا من الإدارة تعتبر مناصب مثل مدير تنفيذي/نائب الرئيس (بحسب الشركة) من كبار المديرين التنفيذيين.

**مشاركة** — تسمح الشركة لطرف ثالث بالوصول إلى معلومات المستخدم، إما عن طريق إعطاء هذه المعلومات إلى طرف ثالث (أو الجمهور أو المستخدمين الآخرين) أو بيعها إلى طرف ثالث.

**إيقاف أو تقييد الوصول إلى الشبكة** — يشير إيقاف الشبكة إلى الانقطاع المقصود للإنترنت أو الاتصالات الإلكترونية، بما في ذلك خدمات الاتصالات مثل الهواتف المحمولة والرسائل القصيرة. وهذا يشمل إغلاق شامل لجميع خدمات الهواتف المحمولة أو خدمات الإنترنت داخل المنطقة الجغرافية المستهدفة بالإضافة إلى حجب يستهدف خدمات معينة، مثل وسائل الإعلام الاجتماعية أو تطبيقات المراسلة.

**تحديث البرمجيات** — إن تحديث البرمجية (وتسمى أحياناً برامج التصحيح) هو تنزيل مجاني لتطبيق أو مجموعة من البرامج التي توفر إصلاحات للميزات التي لا تعمل على النحو المنشود أو تضيف تحسينات طفيفة للبرمجيات. يمكن للتحديث أن يشمل أيضاً تحديثات برامج التشغيل التي تعمل على تحسين عمل الأجهزة أو الأجهزة الطرفية، أو إضافة الدعم لنماذج جديدة من الأجهزة الطرفية.

**ترقية البرمجيات** — إن ترقية برمجية هي نسخة جديدة من قطعة من البرمجيات التي توفر تغيير كبير أو تحسين على النسخة الحالية.

**أصحاب المصلحة** — هم الناس الذين لديهم "حصة" لأنهم يتأثرون بطريقة ما بإجراءات الشركة أو قراراتها. مع الملاحظة بأن أصحاب المصلحة ليسوا "أصحاب الحقوق" وأن هناك أنواع مختلفة من أصحاب المصلحة: أولئك الذين يتأثرون بشكل مباشر و"أصحاب المصلحة الوسطاء" الذين يتمثل دورهم في الدفاع عن حقوق أصحاب المصلحة المباشرين. أصحاب الحقوق هم الأفراد الذين يمكن لحقوق الإنسان لديهم أن تتأثر بصورة مباشرة. وهم يتفاعلون مع الشركة ومنتجاتها وخدماتها بشكل يومي، عادةً كموظفين أو عملاء أو مستخدمين. يشمل أصحاب المصلحة الوسطاء الأفراد والمنظمات العاملة والقادرة على التحدث نيابة عن أصحاب الحقوق، مثل منظمات المجتمع المدني وجماعات النشطاء والأكاديميين وصناع الرأي وصناع

**الانخراط (المشاركة) مع أصحاب المصلحة** — التفاعلات بين الشركة وأصحاب المصالح. يمكن للشركات أو أصحاب المصلحة الشروع في هذه التفاعلات التي يمكن أن تأخذ أشكالاً مختلفة، بما في ذلك الاجتماعات وأنواع الاتصالات الأخرى إلخ.

**البيانات المهيكلية** — "البيانات التي تتواجد في الحقول الثابتة ضمن سجل أو ملف. قواعد البيانات العلائقية وجداول البيانات أمثلة عن البيانات المهيكلية. على الرغم من أن البيانات في ملفات XML ليست ثابتة في مكان مثل سجلات قواعد البيانات التقليدية، فهي مع ذلك منظمة، وذلك لأن البيانات يتم تمييزها ويمكن أن يكون تحديد بدقة." على العكس من ذلك، فإن البيانات غير المهيكلية هي البيانات التي لا تتواجد في مواقع ثابتة. ويشير المصطلح بشكل عام إلى شكل حر للنص، الذي هو في كل مكان. ومن الأمثلة على ذلك المستندات الكتابية، ملفات PDF، رسائل البريد الإلكتروني، المدونات، صفحات الويب والمواقع الاجتماعية."

المصادر: PC Mag Encyclopedia:

"structured data"

"unstructured data"

**الإعلانات المستهدفة** — تُعرف الإعلانات المستهدفة أيضاً باسم "الإعلانات القائمة على الإنترنت" أو "الإعلانات المخصصة" تشير إلى ممارسة تقديم إعلانات مصممة للمستخدمين استناداً إلى تاريخ التصفح، معلومات عن الموقع، المعلومات الشخصية على شبكات التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى الخصائص الديموغرافية وغيرها من الميزات. تعتمد الإعلانات المستهدفة على ممارسات الجمع الواسع للبيانات والتي يمكن أن تنطوي على تتبع أنشطة المستخدمين عبر الإنترنت باستخدام ملفات تعريف الارتباط (الكوكيز)، والأدوات (widgets)، وأدوات التتبع الأخرى، من أجل إنشاء تصورات مفصلة عن المستخدمين.

**الفريق / البرنامج** — وحدة محددة داخل الشركة لديها المسؤولية على كيفية تقاطع منتجات أو خدمات الشركة مع، في هذه الحالة، حرية التعبير و/أو الخصوصية.

**الوسائل التقنية** — توظف الشركات مختلف التقنيات مثل ملفات تعريف الارتباط، والأدوات والأزرار لتعقب أنشطة المستخدمين على خدماتها وعلى مواقع الأطراف الثالثة وخدماتها. على سبيل المثال، قد تقوم الشركة بتضمين محتوى على موقع طرف ثالث وتجمع معلومات المستخدم عندما يقوم المستخدم بـ "إعجاب" أو تفاعل مع هذا المحتوى.

**شروط الخدمة** — يمكن أن يطلق على هذه الوثيقة أيضاً شروط الاستخدام أو الشروط والأحكام... إلخ. "توفر شروط الخدمة، في كثير من الأحيان، ما يلزم من القواعد حول كيف ينبغي لمختلف الخدمات عبر الإنترنت أن تُستخدم" بحسب "مؤسسة الجبهة الإلكترونية" وهي تمثل اتفاق قانوني بين الشركة والمستخدم. يمكن للشركات اتخاذ إجراءات ضد المستخدمين والمحتوى الذي يضعونه على أساس المعلومات الواردة في شروط الخدمة. المصدر: Electronic Frontier Foundation, "Terms of (Ab)use"

**الطرف الثالث** — "الجهة" أو الكيان الذي هو أي شيء آخر غير المستخدم أو الشركة. لأغراض هذه المنهجية، يمكن للأطراف الثالثة أن تشمل المنظمات الحكومية أو المحاكم أو غيرها من الأطراف من القطاع الخاص (على سبيل المثال، شركة، منظمة غير حكومية، فرد).

**الاختناق** — شكل حاد من أشكال تشكيل حركة المرور يقوم فيه مشغل الشبكة بإبطاء تدفق الحزم خلال الشبكة. يمكن لمشغلي شبكات الهاتف المحمول خنق حركة المرور لإنفاذ محددات للبيانات. للحصول على مزيد من المعلومات، راجع: Open Signal, "Data throttling: Why operators slow down your"

/connection speed,"

**تشكيل حركة المرور** — تعديل حركة المرور عبر الشبكة. قد يتضمن هذا إبطاء أنواع معينة من حركة المرور بشكل مشروط. يمكن لتشكيل حركة المرور أن يُستخدم لأغراض الإدارة المشروعة للشبكة (على سبيل المثال، إعطاء حركة مرور الصوت عبر بروتوكول الإنترنت أولوية على حركة المرور العادية على الشبكة لتسهيل الاتصالات في الوقت الحقيقي) أو لأسباب تعارض مبادئ حيادية الشبكة (على سبيل المثال، إبطاء حركة الفيديو عن قصد لثني المستخدمين عن استخدام تطبيقات النطاق الترددي العالي).

**استخدام/التحديد من أجل غرض** — وفقاً لمبدأ الاستخدام أو التقليل لأجل غرض يجب على الكيانات التي تتعامل مع معلومات المستخدم أن تقر غرضها من القيام بذلك، كما ينبغي عليها الحد من استخدام هذه المعلومات لأي غرض آخر ما لم تحصل على الموافقة من المستخدم. انظر أيضاً مبدأ تقليل البيانات (أعلاه).

**المستخدمون** — هم الأفراد الذين يستخدمون المنتج أو الخدمة. وهذا يشمل الأشخاص الذين ينشرون أو يثون محتوى عبر الإنترنت بالإضافة إلى أولئك الذين يحاولون الوصول أو الحصول على المحتوى. بالنسبة للمؤشرات في فئة حرية التعبير، فإن هذا يشمل المطورين من الأطراف الثالثة الذين ينشئون التطبيقات التي يتم تقديمها أو توزيعها من خلال منتجات الشركة أو خدماتها.

**الإشارات التي يولدها المستخدم** — تسمح العديد من الشركات للمستخدمين "بالانسحاب" من التتبع من خلال وضع مجموعة خاصة بالشركة من ملفات تعريف الارتباط. إن قام المستخدم بحذف ملفات تعريف الارتباط من أجل حماية الخصوصية سيبقى تحت التعقب إلى أن يعيد تعيين ملفات تعريف الارتباط الخاصة "بالانسحاب". بالإضافة إلى ذلك، فإن بعض الشركات قد تطلب من المستخدم تثبيت إضافة على المتصفح من أجل منع التتبع. هذان اثنان من السيناريوهات الشائعة والتي هي أمثلة عن اضطراب المستخدمين إلى استخدام الإشارات التي هي خاصة بالشركة، وبالتالي فهي لا تحسب. عوضاً عن ذلك، فإن الإشارة التي يولدها المستخدم تأتي من المستخدم نفسه وهي رسالة عالمية بأن المستخدم يجب ألا يتم تتبعه. إن الخيار الأساسي للإشارة التي يولدها المستخدم اليوم هو ترويسة "لا تتبع" (كما تم تناولها أعلاه)، ولكن هذه الصياغة تترك الباب مفتوحاً لوسائل مستقبلية للمستخدمين للإشارة إلى أنهم لا يريدون أن يتبعوا.

**معلومات المستخدم** — أي بيانات متصلة بشخصية الفرد، أو قد تكون متصلة بمثل هذا الشخص عن طريق الجمع بين مجموعات البيانات أو باستخدام تقنيات التنقيب عن البيانات. وللمزيد من التوضيح، فإن معلومات المستخدم هي أية بيانات توثق صفات المستخدم و/أو أنشطته. هذه المعلومات قد تكون، أو لا تكون، مرتبطة بحساب مستخدم محدد. تتضمن هذه المعلومات، ولكن لا تقتصر على، المراسلات الشخصية، المحتوى الذي ينتجه المستخدم، تفضيلات وإعدادات الحساب، بيانات تسجيل الدخول والوصول، البيانات عن أنشطة المستخدم أو التفضيلات التي تم جمعها من الأطراف الثالثة سواء من خلال التتبع السلوكي أو شراء البيانات، وجميع أشكال البيانات الوصفية. إن معلومات المستخدم لا تعتبر مجهولة الهوية إلا عندما تدرج فقط كأساس لتوليد مقاييس عالمية (على سبيل المثال عدد المستخدمين النشطين شهرياً). على سبيل المثال، فإن البيان التالي: "خدماتنا تجتذب مليون مستخدم نشط شهرياً" يحتوي بيانات مجهولة لأنه لا يعطي ما يكفي من المعلومات لمعرفة من هم هؤلاء المليون مستخدم.

**برنامج المبلغين (whistleblower)** — يمكن موظفي الشركة من الإبلاغ عن أي مخالفة محتملة قد يرونها داخل الشركة، بما في ذلك المسائل ذات الصلة بحقوق الإنسان. عادةً ما يأخذ هذا شكل خط ساخن دون السؤال عن الهوية وغالباً ما تعود مسؤوليته لرئيس الامتثال أو رئيس قسم الأخلاقيات.

**الأدوات (widgets)** — هي قطعة من الرموز البرمجية تسمح للمستخدم أو الشركة بتضمين التطبيقات والمحتوى من موقع أو خدمة على موقع طرف ثالث مختلف أو خدمته. في بعض الحالات قد تستخدم الشركات هذه الأدوات على موقع طرف ثالث وتجمع المعلومات عن زوار هذا الموقع من دون علمهم.