

### א. מבוא

התכנים שאנו מעלים לרשתות החברתיות נשארים שם למשך זמן בלתי-מוגבל. הם ניתנים לאחזור ולחיפוש, ולכן הם גם מלווים אותנו ומשפיעים על חיינו הרבה אחרי שפרסמנו אותם. למשל, לא זו בלבד שתכנים שפורסמו לפני שנים ברשתות החברתיות יכולים להוביל לפיטורים,<sup>1</sup> הם גם יכולים להוביל לכך שמועמדים לא יתקבלו מלכתחילה לעבודה. בסקר שנערך בבריטניה בשנת 2017 התייחסו מעסיקים לכך שסוגי תוכן המפורסמים ברשתות החברתיות של מועמדים פוטנציאליים יכולים להוביל לכך שהם יבחרו שלא להעסיק אותם.<sup>2</sup> מדובר בתופעה לא זניחה: כ-45% מהעובדים במחלקות משאבי אנוש בארצות-הברית ציינו שהם משתמשים ברשתות חברתיות כחלק מתהליך הגיוס וכ-20% מהמועמדים נדחים עקב תוכן שפרסמו ברשתות החברתיות.<sup>3</sup> השימוש ההולך וגובר ברשתות חברתיות ככלי להתחקות אחר עולמו של אדם מסוים על פני ציר הזמן מדגיש היבט מיוחד של המידע העולה לרשתות מדי יום על ידי מיליארדי משתמשים: אף על פי שהמידע פורסם בנקודת זמן מסוימת, הוא זמין לתקופות ארוכות ונצפה על ידי אחרים בהקשרים שהשתנו מאז פרסומו המקורי. ההשלכות האפשריות של הצטברות המידע באינטרנט הובילו לפתרונות

\* תלמידת מחקר לתואר שלישי, המחלקה להנדסת תעשייה, הפקולטה להנדסה, אוניברסיטת תל אביב.

\*\* מרצה בכיר, מחלקת הנדסת תעשייה, הפקולטה להנדסה, אוניברסיטת תל אביב. נבקש להודות מקרב לב לחברי מערכת "משפט, חברה ותרבות" על עזרתם הרבה והערותיהם המצוינות.

1 המקרה של טלי מזרחי, שהתפטרה מעבודתה, מדגים את ההשלכות האפשריות של הישארות המידע. מזרחי הייתה אמורה להתחיל ללמד בבית ספר אולם התפטרה ימים ספורים לפני תחילת שנת הלימודים: הורים שעיינו בפרופיל הפייסבוק שלה מצאו פוסטים שפרסמה בשנים שקדמו לשנת הלימודים המדוברת. חלק מהם היו פוליטיים וכללו התייחסות לפליטים ותמיכה בארגון בעל משנה פוליטית ברורה, מה שהוביל למחאה נגדה בדבר היותה "פוליטית מדי". ההורים איימו להוציא את ילדיהם מהכיתה אם היא תלמד אותם והביאו לכך שהיא התפטרה בעצמה. ראו אור קשתי "הורים בדרום גרמו למורה בבית ספר יסודי להתפטר. הסיבה: 'היא שמאלנית'". *הארץ* 5.9.2017.

2 ראו Georgi Gyton, *Fifth of Employers Reject Candidates Due to Their Online Activity*, PEOPLE MANAGEMENT (Apr. 7, 2017), <https://goo.gl/1FAyFz>.

3 ראו Ross Slovensky & William H. Ross, *Should Human Resource Managers Use Social Media to Screen Job Applicants? Managerial and Legal Issues in the USA*, 14 INFO. 55 (2012).

טכנולוגיים ולאסדרה משפטית. בצד הטכנולוגי יש הצעות למנגנונים המאפשרים, למשל, מחיקת מידע אוטומטית, אפשרות להעברת התוכן לארכיון ומתן חייוי לגיל התוכן; מבחינה משפטית, במאי 2018 נכנסה לתוקף באירופה חקיקה ייעודית – General Data Protection Regulation (GDPR)<sup>4</sup>. סעיף 17 ל-GDPR מתייחס אל "הזכות למחיקה", או בשמה הקודם והמוכר יותר: "הזכות להישכח". משמעותה של זכות זו היא שמושא המידע (Data subject) זכאי לבקש ממעבד המידע למחוק מידע אישי הנוגע אליו או אליה ללא דיחוי, ועל מעבד המידע מוטלת חובה, תחת תנאים מסוימים, למחוק את המידע.<sup>5</sup>

לממד הזמן יש השפעה על העדפות והתנהגויות של משתמשים ברשתות החברתיות. מדובר בהשפעה מורכבת ולעתים פרדוקסלית. למרות הפופולריות של רשתות חברתיות זמניות, שהתכנים בהן נמחקים אוטומטית אחרי כ-24 שעות, משתמשים משאירים בהן מידע רב הזמין לצפייה או למציאה במנועי חיפוש; לעתים מדובר במידע בעל ערך נוסטלגי. למעשה, תכנים היסטוריים מצטברים ברשתות החברתיות על אף ההשלכות השליליות הפוטנציאליות של פרסומם.<sup>6</sup> הרשתות החברתיות משמשות לא רק לתקשורת עם אנשים אחרים בהווה אלא גם כאמצעי לעיצוב ולניהול תדמית לאורך זמן. אפשר לחשוב על רשת חברתית כעל תערוכה שבה המשתמשים "מציגים" תכנים באופן שאחרים יוכלו לצפות בהם בנקודות זמן מאוחרות יותר.<sup>7</sup> מחקרים מצביעים על שימושים שונים שנעשו בתכנים היסטוריים ברשתות החברתיות – למשל, כדי להיזכר באירועים מהעבר<sup>8</sup> או ככלי ארכיוני לתיעוד ולשימוש עצמי.<sup>9</sup>

- 4 על פי ס' 3, גוף העוסק מחוץ לאיחוד האירופי בעיבוד מידע הנוגע לאזרחים מהאיחוד האירופי, התקנות חלות גם עליו. ראו Regulation 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the Protection of Natural Persons with Regard to the Processing of Personal Data and on the Free Advancement of Such Data and Repealing Directive 95/46/EC, 2016 O.J. (L 119) 1, Art 3 (להלן: GDPR).
- 5 GDPR, Art. 17.
- 6 ראו Haiyan Jia et al., *Risk-Taking as a Learning Process for Shaping Teen's Online Information Privacy Behaviors*, in CSCW '15 PROCEEDINGS OF THE 18TH ACM CONFERENCE ON COMPUTER SUPPORTED COOPERATIVE WORK & SOCIAL COMPUTING 583, 599 (2015).
- 7 עיינו Xuan Zhao et al., *The Many Faces of Facebook: Experiencing Social Media as Performance, Exhibition, and Personal Archive*, in CHI '13 PROCEEDINGS OF THE SIGCHI CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS 1, 10 (2013); Bernie Hogan, *The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online*, 30 BULL. SCI. TECH & SOC'Y 377 (2010).
- 8 עיינו S. Tejaswi Peesapati et al., *Pensieve: Supporting Everyday Reminiscence*, in CHI '15 PROCEEDINGS OF THE SIGCHI CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS 2027 (2010).
- 9 ראו אצל Xuan Zhao & Siân E. Lindley, *Curation Through Use: Understanding the Personal Value of Social Media*, in CHI '14 PROCEEDINGS OF THE 32ND ANNUAL ACM CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS 2431, 2440 (2014).

ממד הזמן משפיע על משתמשים שונים באופנים שונים: חלק מהמשתמשים מושא המידע יעדיפו למחוק תוכן ישן<sup>10</sup> ואחרים יעדיפו לאצור או לשותף מחדש תכנים ישנים. המורכבות עולה מכך שחלק מהאנשים מעוניינים באצירת תוכן ובמחיקתו בעת עונה אחת. לפיכך, ממד הזמן הוא נדבך מהותי וחשוב בסוגיית הפרטיות הדיגיטלית. נבחן אותו להלן. במאמר זה נטען כי להשפעה של ממד הזמן על הפרטיות ברשתות החברתיות יש הקשר חברתי, ולכן אי-אפשר להתייחס לרשתות חברתיות כאל מערכת מידע רגילה השומרת מידע על משתמשים. לדעתנו, פתרונות טכנולוגיים או משפטיים פשטניים אינם יכולים לתת מענה למורכבות של הנושא. כפי שיוסבר בהמשך, ממד הזמן בהקשרו הדיגיטלי טומן בחובו את הרעיון בדבר נצחיות המידע הדיגיטלי. ככל שהזמן מתארך, מידע נשמר למשך זמן רב יותר עד כדי שאפשר להתייחס אליו כאל "נצחי". לטענתנו, גישה שתתייחס לנצחיות המידע כאל שלילית בלבד תהיה פשטנית מדי. אנשים והקשרים החברתיים שהם יוצרים מושתתים במידה רבה על עברם ומשפיעים על ההווה ועל העתיד. גם גישה שלפיה השפעתו של ממד הזמן חיובית בלבד רחוקה מלהיות מדויקת. היכולת להעריך ולשלוט במידע שנחשף בעבר היא מורכבת מאוד לאור נצחיות המידע הדיגיטלי. במאמרנו נבחן את ההשפעה של ממד הזמן ברשתות החברתיות תוך התייחסויות למורכבות זו ולהקשרים המשמעותיים בסביבה זו. נציע פתרונות טכנולוגיים והסדרתיים המתמקדים במתן שליטה וכיצירת נורמות העוזרות למשתמשים לנהל מידע בהקשרים חברתיים.

חלק ב יעסוק בנצחיות המידע באינטרנט בכלל וברשתות החברתיות בפרט. נעמוד על הדומה והשונה בין שתי הסביבות ונתמקד בייחודיות של רשתות חברתיות. חלק ג יתמקד בהיבטים של פרטיות מידע הקשורים לנצחיות המידע. נתייחס לתאוריות העוסקות בפרטיות בהקשר של ממד הזמן ולתפיסות והתנהגויות המשתמשים, כפי שהן עולות במחקרים אמפיריים. חלק ד יתמקד בניהול התדמית האישית של משתמשי הרשתות החברתיות לנוכח נצחיות המידע. חלק ה יציג את הפתרונות הדיגיטליים והמשפטיים שבאים לתת מענה לאתגרים שנדונו בחלקים הקודמים. לבסוף, נסכם את המאמר בהתאם לתאוריות, למחקרים ולעדויות שהוצגו.

## ב. נצחיות המידע ברשת

ראשית, לצורך הדיון בהשפעתו של ממד הזמן על הרשתות החברתיות, יש להבין באופן כללי יותר מהי השפעת הזמן על מידע דיגיטלי בכלל ובאינטרנט בפרט. בחלק זה נציג את הגורמים שהובילו לחשיבות ממד הזמן בעידן הדיגיטלי; נבחן את המשמעויות של המושג "זיכרון דיגיטלי מושלם" ונבדוק אם זיכרון כזה אכן קיים ואפשרי בכלל. הטכנולוגיה מאפשרת לפרטים ולחברה לעשות מיקור-חוץ של פונקציית הזיכרון: שמירת המידע לאורך זמן בזיכרון דיגיטלי, המשמר כמויות עתק של מידע ללא אבדן מידע. עם זאת, הדבר עדיין לא מבטיח שהתוצאה היא זיכרון מושלם. נדון בשאלה זו ובהשלכות אפשריות של הזיכרון הדיגיטלי. בהמשך, נתמקד בממד הזמן בעולם הרשתות החברתיות תוך התייחסות להערפות

10 המחקר התבסס על ניתוח תשובות של 272 משתתפים. ראו Oshrat Ayalon & Eran Toch, *Not Even Past: Information Aging and Temporal Privacy in Online Social Networks*, 32 HUMAN-COMPUTER INTERACTION 73 (2016).

משתמשים. נשאל איך אפשר להסביר את קיומן של כמה רשתות חברתיות, בעלות מאפיינים שונים בהקשר של הזמן, ולמרות זאת – את הצלחתן בריזומנית. כיום, בררת המחדל ברוב מערכות המידע – ובכלל זה אתרי אינטרנט ויישומים בטלפונים החכמים – היא שמירה של המידע לנצח. הירידה במחירי האחסון הביאה לכך שטכנולוגיית המידע הנוכחית עוברת ממצב שבו הטכנולוגיה "שוכחת" את המידע כברת מחדל למצב בו הטכנולוגיה זוכרת אותו כברת מחדל.<sup>11</sup> ויקטור מאייר-שוברגר (Mayer-Schönberger) תיאר את הגורמים הטכנולוגיים המאפשרים את המעבר לחברה בעלת "זיכרון מושלם".<sup>12</sup> כאשר משתמשים באמצעים אנלוגיים להעתקת תוכן מסוים, איכות ההעתק נופלת מהמקור עקב "רעשים" המתרחשים בתהליך העיבוד עד שלבסוף ההעתק אינו מייצג את המקור נאמנה. דוגמה מוכרת לכך היא שכפול דף במכונת צילום או – כפי שהיה נהוג לעשות בעבר – שכפול קלטות. אמצעים דיגיטליים אינם סובלים מבעיה זו, ולכן ההעתק הוא העתק מדויק של המקור זמן רב לאחר שנוצר לראשונה. הירידה במחירים של התקני האחסון הדיגיטליים הובילה לכך שהעלות של שמירת המידע נהפכה לזניחה ואפשר לשמור כמויות אדירות של מידע. התקדמות טכנולוגית משמעותית נוספת התרחשה גם באחזור המידע: החיפוש הדיגיטלי ושיטות של למידת מכונה מאפשרות שליפה מהירה וארגון של טקסטים, תמונות וסרטוני וידאו. השילוב של גורמים אלו מביא לכך שמידע השמור על גבי מדיום דיגיטלי כלשהו נשאר שם למשך פרק זמן בלתי-מוגבל וקל לאתר אותו גם כעבור זמן רב. כיום, המציאות מורכבת אף יותר מאחר שהמידע נמצא באינטרנט ("ב"ענן") בכמה עותקים בריזומנית, ויש קושי טכנולוגי למחוק אותו לחלוטין.<sup>13</sup> לאורך המאמר נתייחס למצב זה בביטוי "נצחיות המידע".

"הזיכרון המושלם" של מערכות מידע הביא חוקרים להתייחס להשלכותיו החברתיות האפשריות ולטעון בזכות השכחה של מידע דיגיטלי. באנון (Bannon) מתייחס לזיכרון האדם (Memory) כאל פעילות כוללנית המורכבת משתי פעולות נפרדות: זיכרון ושכחה.<sup>14</sup> לעומת זאת, כאשר מהנדסים באים לתכנן טכנולוגיה, הנטייה היא לעצב רק את פעילות הזיכרון, ולשכחה יש התייחסות שלילית, כאל פעולה שצריך להיזהר ממנה. באנון קרא לתכנן מערכות מידע שיתייחסו אל שכחה כאל מאפיין ולא כאל תקלה. היכולת האנושית לשכוח מתפקדת כמעין מנגנון הממקם אירועים מהעבר בפרספקטיבה זמנית. לעומת זאת, כאשר בוחנים מידע היסטורי באמצעות זיכרון דיגיטלי, הפרספקטיבה הזמנית נעלמת ועולה להוביל לשיפוט מוטעה:<sup>15</sup>

- 
- VICTOR MAYER-SCHÖNBERGER, DELETE: THE VIRTUE OF FORGETTING IN THE DIGITAL AGE 11  
 (2009).  
 שם. 12
- Siani Pearson, *Privacy, Security and Trust in Cloud Computing*, in PRIVACY AND SECURITY 13  
 FOR CLOUD COMPUTING 3 (Siani & George Yee, eds., 2013)
- Liam J. Bannon, *Forgetting as a Feature, Not a Bug: The Duality of Memory* 14  
*and Implications for Ubiquitous Computing*, 2 CoDESIGN 3, 15 (2006)
- MAYER-SCHÖNBERGER, לעיל ה"ש 11, בעמ' 12. 15

ליכולת לשכוח תפקיד מכריע בקבלת ההחלטות האנושית [...] אנחנו מודעים לאירועי העבר, אך לא כבולים על ידם. זיכרון מושלם יכול לגרום לכך שנאבד את היכולת הייחודית לאדם שמאפשרת לנו להיות ולפעול בהווה.

לא כולם מסכימים עם ההנחה המקדימה שהזיכרון הדיגיטלי אכן מושלם. באופן פרדוקסלי, עידן המידע יכול להביא לשכחה מוגברת. דני היליס (Hillis) ציין כי בעבר היינו שומרים העתקים מנייר ואילו היום רוב המידע אינו נשמר כעותק קשיח אלא רק באמצעים טכנולוגיים. כתוצאה מכך, מידע רב יכול להיאבד – לדוגמה, מידע שנשמר בעבר באמצעות דיסקטים ופורמטים של קבצים ישנים אינו קריא יותר כיום. לפי היליס, ייתכן שאנו נמצאים ב"עידן דיגיטלי חשוך" שבו לא יתאפשר לשחזר מידע בפורמטים דיגיטליים שאבדו.<sup>16</sup> ג'ין בלאנשט (Blanchette) מעלה טענה דומה ומתייחס לכך שהמדיום הדיגיטלי דועך אף הוא עם הזמן וסובל מרעשים, אלא שהם רעשים שונים מאלו של המדיום האנלוגי. כך, למשל, ארכיון הוא מצומצם יותר מהמקור, כך שיש השמטה של פרטים.<sup>17</sup> היליס ובלאנשט התייחסו לכך שהזיכרון הדיגיטלי אינו מושלם; לעומתם, וונדי צ'אן (Chun) מתנגדת לתפישה הרווחת שלפיה התקשורת הדיגיטלית מתפקדת כזיכרון ומצביעה על הדינמיות של האינטרנט ועל הגורמים הפוליטיים והחברתיים שמעצבים אותו.<sup>18</sup> האינטרנט אינו ארכיון אלא מערכת דינמית שבה רשת הקישורים מייצגת אינטרסים כלכליים ופוליטיים שונים ומשתנים. צ'אן מתייחסת כפתרון אפשרי למערכות כגון Wayback Machine,<sup>19</sup> אתר המשמש לגיבוי של האינטרנט ויכול לשמש אמת-מידה המאפשרת להבין מה היה האינטרנט וכיצד השתנה. לטענת צ'אן, באופן פרדוקסלי, דווקא האמונה באינטרנט כאמצעי לזיכרון קולקטיבי היא שמגבירה את השכחה בחברה, משום שאנשים מוותרים על מנגנוני זיכרון קיימים בתקווה שהמידע יהיה זמין בעתיד באינטרנט.

ממד הזמן אכן רלוונטי לרשתות החברתיות אולם אין להתייחס אל "הרשתות" כאל מקשה אחת, שכן יש הבדלים מהותיים באופנים שבהם רשתות מתייחסות לזמן. למעשה, ההבדל הבסיסי ביותר בין סוגי רשתות נובע מאופק הזמן שבו המידע זמין ברשת. אם נשרטט רצף של נגישות למידע היסטורי, אזי עיקר הפעילות של פייסבוק (Facebook) נמצא בקצה אחד שלה, עם תוכן שנשמר למשך זמן בלתי-מוגבל ועם נגישות ברמה גבוהה מאד. הנגישות התגברה עם השנים, בעיקר עם ההטמעה של ציר הזמן (Timeline) ב־2012, ששינה את האופן שבו הוצג פרופיל המשתמש. בהתאם לשינוי, המידע שהופיע על הקיר (Wall) של המשתמש אמנם לא נמחק, אך מצד שני גם לא היה נגיש בקלות. כדי לצפות בפוסטים (Posts) ישנים היה צורך ללחוץ "חזור" עד הפוסט הרצוי. עם המעבר לציר זמן נוספה אפשרות לבחור את נקודת הזמן הרצויה ולצפות בפוסטים שפורסמו בה. אפשרות

16 ראו, למשל, Stewart Brand, *Escaping the Digital Dark Age*, 124 LIB. J. 46 (1999).  
 17 עיינו Jean François Blanchette, *The Noise in the Archive: Oblivion in the Age of Total Recall*, in COMPUTERS, PRIVACY AND DATA PROTECTION: AN ELEMENT OF CHOICE, 25 (Serge Gutwirth et al. eds., 2011).  
 18 ראו אצל Wendy Hui Kyong Chun, *The Enduring Ephemeral, or the Future Is a Memory*, 35 CRIT. INQ. 148 (2008).  
 19 על השימוש ב־Wayback Machine ראו אתר INTERNET ARCHIVE.

זו הנגישה במידה רבה מאוד את הצפייה בפוסטים ישנים. אמצעים נוספים כגון חיפוש משופר והצעה להציף (להציג מחדש) פוסטים ישנים מגבירים את הנגישות למידע היסטורי. בקצה השני של רצף הנגישות למידע היסטורי נמצאת הרשת החברתית סנאפצ'ט (Snapchat). כאשר נוסדה סנאפצ'ט היא הציעה פונקציה שאפשרה לצלם תמונה באמצעות היישומון, לשלוח למספר חברים מוגדר, ולאחר הגעת התמונה ליעד היא נמחקה אוטומטית כעבור פרק זמן שבין שנייה לעשר שניות. על פני רצף הנגישות למידע היסטורי יש עוד מנגנונים המתוספים על פלטפורמות קיימות ומציעים פתרונות ביניים. למשל, סטורי (Snapchat Stories) הוא מאפיין שנוסף בשנת 2016 ליישומון של סנאפצ'ט.<sup>20</sup> הוא מאפשר לפרסם תוכן לכל אנשי הקשר או לעוקבים אחרי החשבון, אך תוכן זה מוגבל ל-24 שעות מרגע הפרסום ולמעשה מהווה מעין פרופיל אישי קצר טווח. המנגנון זכה להצלחה רבה והוטמע גם בפלטפורמות נוספות דוגמת פייסבוק, ווטסאפ (Whatsapp) ואינסטגרם (Instagram). איך אפשר להסביר את ההצלחות – הן של תכונות הזמניות בסנאפצ'ט והן של הרגעים הנוסטלגיים בפייסבוק? מדוע משתמשים זקוקים הן למנגנון שינגיש להם בקלות מידע מהעבר והן למנגנון שעושה את ההפך – מבטיח שהמידע יהיה זמין לפרק זמן קצוב וקצר בלבד? כדי להבין את ההשפעה של נצחיות המידע ברשתות החברתיות וליישב את השימושים הסותרים, נבחן את הנושא דרך שתי פריזמות: פרטיות מידע וניהול תדמית. ככל שרשתות חברתיות נהפכות לחלק בלתי-נפרד מחיי האנשים גם ניהול הפרטיות שלהם נעשה חשוב יותר. "מות הפרטיות" הוא אמנם מיתוס מקובל – ובמילותיו של מייסד פייסבוק מארק צוקרברג (Zuckerberg): "פרטיות כבר איננה נורמה חברתית";<sup>21</sup> אולם מחקרים רבים הראו שבניגוד למיתוס הזה, המשתמשים ברשתות חברתיות שומרים יותר על הפרטיות שלהם, למשל בכך שהם מאפשרים גישה לפרופילים שלהם רק לקבוצת אוכלוסייה מסוימת כגון "חברים".<sup>22</sup> לאורך זמן, מאחר שייתכן כי יתווספו חברים, הגדרת הפרטיות יכולה לגרום לכך שמשתמשים מסוימים ייחשפו לתכנים שלא יועדו להם בעת הפרסום. מבחינת תדמיתית, משתמשי הקצה נדרשים לנהל את התדמית שלהם ברשתות החברתיות באופן מושכל, כפי שהם נדרשים לכך בחיים ה"אמתיים". המשתמשים צריכים להיות מעודכנים, להשתתף בשיחה בשפה המתאימה ולשתף מידע באופן שיתכתב עם הדרך שבה הם רוצים להציג את עצמם. המידע שהם שיתפו בעת הנוכחית יישאר ברשת למשך זמן בלתי-יודע והדבר יכול להשפיע על התדמית שלהם כפי שירצו להציגה בעתיד. כך, לא זו בלבד שמשתמשי הקצה נדרשים לנהל את החיים המקוונים הנוכחיים שלהם, הם נדרשים גם לנהל את הפרטיות והתדמית העתידיות שלהם.

- Darrell Etherington, *Snapchat Gets Its Own Timeline With Snapchat Stories, 24-Hour Photo & Video Tales*, TECH CRUNCH (Oct. 3, 2013) 20
- Nicholas A. John & Benjamin Peters, *Why Privacy Keeps Dying: The Trouble* עיינו 21  
 Bobbie Johnson, *with Talk about the End of Privacy*, 20 INF. COMMUN. SOC. 284 (2017)  
*Privacy No Longer a Social Norm, Says Facebook Founder*, THE GUARDIAN (Jan. 11, 2010).
- Fred Stutzman et al., *Silent Listeners: The Evolution of Privacy and Disclosure on Facebook*, 4 J. PRIV. & CONFID. 7 (2012) 22

החששות לפרטיות עקב נצחיות המידע עולה ממחקרם של נובוטני וספיקרמן (Novotny & Spiekermann), שבחנו באמצעות סקר את העדפויות של משתמשים בהקשר של נצחיות המידע. תוצאות המחקר, שכלל מענה על שאלות פתוחות, הראו שכ-80% מהמשתתפים היו מעדיפים שתהיה אפשרות לשכוח מידע באינטרנט. הסיבות שהוצעו לכך היו שיקולי פרטיות בקשר למידע ההיסטורי, הפחתה של היכולת לשלוט במידע אישי לאורך זמן וחשש שגולשים עתידיים לא יבינו את ההקשר המקורי שבו נכתבו התכנים. המשתמשים ציינו כמה אמצעים אפשריים לביצוע השכחה ובהם מחיקה, טשטוש או הסתרת תוכן ישן.<sup>23</sup> המחקר התייחס לאינטרנט ככלל. האם מאופן ההשפעה של הזמן על כלל האינטרנט אפשר להסיק על האופן שבו הזמן משפיע על הרשתות החברתיות – או שמא הרשתות החברתיות שונות מכלל האינטרנט, בהיבטים כלליים ובנוגע לממד הזמן בפרט? במחקר שערכנו בחנו תפישות של משתמשים כלפי פוסטים שהם פרסמו בפייסבוק. מצאנו כי מנקודת מבטו של המשתמש, ככל שפוסט פייסבוק מתיישן הרצון לשתף אותו יורד, הוא נתפס כרלוונטי פחות לקהל ברשת החברתית של המשתמש וכמייצג אותו פחות.<sup>24</sup> אולם, בצד ממצאים אלו לא מצאנו שהייתה לממד הזמן השפעה מובהקת על הרצון לבצע שינוי בפוסט או למחוק אותו. הפער בין תפישות המשתמשים בנוגע לפרטיותם לאורך זמן לבין הרצון לבצע פעולה אקטיבית בעניין מעיד על מציאות מורכבת ביחס של המשתמשים לממד הזמן ברשתות חברתיות. אף על פי שמחקרם של נובוטני וספיקרמן עסק באפשרות למחיקת מידע בכלל האינטרנט – בהשוואה למחקר שלנו, שעסק ברצון בפועל למחוק מידע – עדיין יש בהבדלי התוצאות ביניהם כדי להעיד על הבדלים בין האינטרנט לרשתות החברתיות. ברשת האינטרנט הכללית היכולת של המשתמשים לשלוט במידע על אודותיהם פחותה בהרבה בהשוואה לרשתות החברתיות; לעומת זאת, מרב המידע המועלה לרשתות החברתיות מועלה על ידי המשתמשים עצמם. במקרה זה, ייתכן שהיחס שלהם למידע ישתנה לאורך זמן, אך יש להם יותר אפשרות לשלוט בו. לכן אנו רואים ברשתות החברתיות מבנה ייחודי בתוך כלל האינטרנט, שדורש התייחסות נפרדת בהקשר ההשפעה של ממד הזמן.

לסיכום, ממד הזמן נכח בחיינו גם לפני העידן הדיגיטלי. עם זאת, ההתפתחות הטכנולוגית הובילה לשינויים מהותיים ביחס להשפעתו, משום שמידע רב נשמר לאורך זמן ונותר נגיש בקלות גם זמן רב לאחר שפורסם לראשונה. על פי רוב, מעצבים של מערכות מידע מתייחסים לשמירת מידע לאורך זמן כאל תכונה בסיסית וחיונית של מערכות מידע, אך לגישה זו השלכות בעייתיות. בחלק זה טענו שהרשתות החברתיות הן ייחודיות בהשוואה לכלל האינטרנט ולכן יש לבחון אותן בנפרד, מתוך התייחסות למאפיינים הרלוונטיים להן והבחנה בין המנגנונים הפועלים בהן.

Alexander Novotny & Sarah Spiekermann, *Oblivion on the Web: An Inquiry of User Needs and Technologies*, ePUBWU INSTITUTIONAL REPOSITORY (Apr, 8, 2014, 9:12 AM), (Proceedings of the European Conference on Information Systems (ECIS) 2014, Tel Aviv, Israel)

.10, Ayalon & Toch, *Not Even Past*, לעיל ה"ש 10.

## ג. פרטיות וממד הזמן

בחלק זה נבחן את נצחיות המידע ברשתות החברתיות מנקודת המבט של פרטיות המידע. תאוריות מתחום הפרטיות נדרשות להתמודד עם ממד הזמן, המקבל משנה-תוקף לנוכח ההתקדמות הטכנולוגית. נשאל מה הייחודיות של רשתות חברתיות לגבי נצחיות המידע בהשוואה לכלל האינטרנט, שכן רשת חברתית היא סביבה שבה המשתמשים הם אלו שמייצרים את מרב התוכן, התוכן משותף תוך כדי שימוש במנגנוני פרטיות והשיתוף נעשה לרשת חברתית דינמית המשתנה עם הזמן. נבדוק אם מאפיינים אלו משפיעים על הזכות להישכח ברשת החברתית ואם תאוריות הפרטיות הקיימות מצליחות לתפוש את משמעות ממד הזמן ברשתות החברתיות בעידן הדיגיטלי.

### 1. השפעת הזמן על פרטיות מבחינה תאורטית

פרטיות היא תחום מחקרי חוצה שדות, שכן הוא משפיע על חיי היחיד והחברה בהקשרים רבים, החל בפרטיות האדם הצועד ברחוב וכלה בפרטיותו כשהוא מסוגר בביתו וגולש באתרי אינטרנט. הדבר יכול להסביר מדוע יש גישות שונות שמקורן בחוקרים מתחומים שונים. בתחילת דרכו נתייחס לכמה תאוריות המתמייחסות לפרטיות: פרטיות כשליטה ופרטיות כניהול גבולות; בהמשך נתייחס לתאוריה הנשענת על תאוריית ניהול הגבולות, תוך התייחסות לעידן הדיגיטלי והשפעתו. נתייחס לתאוריה של פרטיות הקשרית (Contextual Integrity) ונראה כיצד היא מקבלת ביטוי בעולם הרשתות החברתיות, ונדון בתאוריה הנשענת על תאוריית הפרטיות ההקשרית ומתייחסת אליה בהקשר זמני. לבסוף נדון בהשלכות התאורטיות של מנגנונים טכנולוגיים וחברתיים הנבנים כיום.

רעיון השליטה במידע הוא רעיון מרכזי בתחום לימודי הפרטיות, אך ממד הזמן מאתגר אותו במישורין. לפרטיות אין הגדרה יחידה המוסכמת על כולם, אולם לפי אחת ההגדרות המשפיעות, של אלן ווסטין (Westin), פרטיות היא "התביעה של יחידים, קבוצות, או ארגונים לקבוע לעצמם מתי, איך ובאיזו מידה מידע לגביהם מועבר לאחרים"<sup>25</sup>. לפי גישה זו, היכולת לשלוט במידע מבטאת את שמירת הפרטיות. גישה נוספת, של הפסיכולוג ארווין אלטמן (Altman), מתייחסת לשליטה בפרטיות כאל תהליך דינמי שבו הפרט מנהל את הגבולות בינו לבין הסביבה על הציר שבין חשיפת מידע להסתרה. לפי גישה זו, מידת הרצון לחשוף מידע משתנה במשך הזמן, שכן לעתים הפרט מעוניין בחברה ולעתים הוא מעוניין בהתבודדות.<sup>26</sup> אפשר להסיק שנצחיות המידע יכולה להשפיע על הפרטיות. למרות האפשרות למחוק את

25 אלן ווסטין היה חוקר מתחום המשפטים והממשל; ספרו נחשב לאחד מהיסודות לחקר הפרטיות המודרנית. ראו ALAN F. WESTIN, *PRIVACY AND FREEDOM* 7 (1967) (תרגום המחברים).

26 תאוריית הגבולות של אלטמן יצרה השקפה מחודשת על הפרטיות בכך שהסיטה את החשיבה על פרטיות כתהליך אישי לתפישתה כתהליך חברתי. אלטמן הציג את הפרטיות כתהליך פסיכולוגי המושפע מקשרי גומלין בין אנשים לסביבה החברתית שלהם. ראו IRWIN ALTMAN, *THE ENVIRONMENT AND SOCIAL BEHAVIOR: PRIVACY, PERSONAL SPACE, TERRITORY AND CROWDING* (1975).



המידע – לפחות מהרשתות החברתיות – חלק ניכר ממנו נותר ברשתות כבררת מחדל למשך זמן לא מוגבל, דבר המשפיע על השליטה בו. טכנולוגיות האינטרנט מאתגרות במישרין את היכולת לשלוט במידע ודורשות לאפיינ מנגנונים מורכבים יותר של ניהול כדי ששליטה כזו תהיה אפשרית. לנוכח כך ביקשו פאלין ודורישי (Palen & Dourish) להתאים את תאוריית ניהול הגבולות של אלטמן לעולם שבו טכנולוגיות האינטרנט נהפכות למשמעותיות יותר ויותר.<sup>27</sup> פאלין ודורישי מתארים ניהול פרטיות כתהליך ניהול מתמשך של שלושה גבולות עיקריים: חשיפה, זהות וזמניות (Disclosure, Identity, Temporality), כשהגבולות נעים באופן דינמי עם שינוי בהקשרים. גבול הזמניות, שבו נתמקד, מתייחס לפער שנוצר כתוצאה מכך שהפרשנות של מידע השמור במדיה דיגיטלית עשויה להשתנות במשך זמן. האתגר הראשון הוא הבנת ההקשר של התוכן. התכנים המפורסמים אינם מופרדים זה מזה ונראים כרצף מתמשך, בעיקר ברשתות חברתיות. אפשר לעבור ברפרוף על פרופיל (Profile) של פרט כלשהו ובמשך זמן קצר לצפות בתוכן שפורסם בו במשך שנים. כך נוצר "קולאז' דיגיטלי" שבו ממד הזמן קורס, שכן מידע שפורסם היום יכול להימצא סמוך יחסית למידע שפורסם לפני שנה או עשר שנים. הקולאז' מורכב מאוסף של תיעודים נקודתיים שנלקחו במהלך החיים ומקשים על הבנה טובה של התהליך האטי שבו מתעצבת דמותו של אדם, בגלל היעדרה של פרספקטיבת הזמן.<sup>28</sup> אתגר נוסף נטוע ביחס שבין שליטה במידע לבין הזמן שעובר מעת פרסומו. ניהול של גבול הזמניות משמעו שהשלכות העתידיות של חשיפת מידע מובאות בחשבון בעת חשיפתו. לחושף המידע יש יכולת מעטה לשלוט על השימוש במידע לאחר חשיפתו ולכן הוא ינקוט צעדים מתאימים. לדוגמה, ייתכן שמשתמשים יעדיפו לשלוח קבצים כ־pdf ולא כקובץ word כדי להפחית את הסיכוי שגורם אחר יערוך את התוכן בעתיד. בהקשר זה עולה השאלה כיצד משתמשים מתחשבים בהשלכות עתידיות אפשריות בעת פרסום תכנים ברשתות החברתיות. דנה בויד (Boyd) מתייחסת ל"מרחבים ציבוריים מקוונים" (Networked publics) ולמאפיינים הייחודיים למרחבים אלו. מבחינה רעיונית, המרחבים המקוונים דומים למרחבים בעולם הפיזי, שבהם אפשר להתרועע עם חברים כגון קניון, פארקים וכדומה, אולם במקרה המדובר המרחבים נמצאים באינטרנט. למרחבים המקוונים יש ארבעה מאפייני מפתח הכוללים תמידיות ("נצחיות המידע"), שכפוליות, מדרגיות וקלות חיפוש (Persistence, Replicability). Scalability and Searchability).<sup>29</sup> בהשוואה לעולם הפיזי, המרחבים המקוונים הופכים את ניהול הגבולות הזמניים למורכב יותר בשל שילוב התמידיות וקלות החיפוש. במרחבים אלו קל בהרבה למצוא מחס בערמת שחת, כך שתגובה שנכתבה לפני זמן רב יכולה לקבל

27 ליסייה פלין ופול דורישי הם חוקרים מתחום מדעי המחשב, ראו Leysia Palen & Paul Dourish, *Unpacking "Privacy" for a Networked World*, in CHI '03 PROCEEDINGS OF THE SIGCHI CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS 129 (2003).

28 Mayer-Schönberger, לעיל ה"ש 11.

29 מאפייני המפתח במרחבים ציבוריים מקוונים: תמידיות – תוכן מתועד באופן אוטומטי ומאורכב, שכפוליות – תוכן מורכב מביטים שיכול להיות משוכפל, מדרגיות – הנראות הפוטנציאלית של התוכן גדולה יותר, קלות חיפוש – תוכן יכול להיות נגיש באמצעות חיפוש. עיינו danah michele boyd, *Taken out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics* (PhD diss., University of California, Berkeley, 2008).

ייחוס לנושא עדכני ואף לצאת מהקשרה כלל. כויד מתארת דינמיקות חברתיות המתרחשות במרחבים הציבוריים המקוונים ונובעות מהמאפיינים של מרחבים אלו. שתי דינמיקות רלוונטיות הן "קהל בלתי־נראה" ו"קריסת הקשרים" (Context collapse). המונח "קריסת הקשרים" מתייחס למקרה שבו קהלים מרקעים ומהקשרים שונים יכולים לגשת למידע על אדם – מצב המקשה על האדם לקבוע את גבולות שיתוף המידע.<sup>30</sup> באינטרקציות חברתיות שמתרחשות בעולם הלא מקוון קל יחסית לדעת מי הקהל. למשל, אם פרט כלשהו פוגש חברים מהתיכון בפארק, הקהל מוגדר וברור: החברים. קריסת הקשרים יכולה להתרחש, לדוגמה, אם יעברו במקום כמה חברים ממסגרת אחרת ויצטרפו למפגש. לעומת זאת, במעבר למרחב המקוון מתוסף קהל בלתי־ידוע, בגלל אופי הרשתות המקוונות, המאפשרות גישה למידע להרבה מאוד אנשים. מעבר לכך, בהקשר של ממד הזמן, ההיתכנות לחשיפה של תכנים לקהל חדש גדלה עקב שילוב של תמידיות המידע ויכולת החיפוש הגבוהה. מסיבה זו, קריסת הקשרים מתרחשת לעתים תכופות בעולם הרשתות החברתיות. מידע שפורסם נצפה על ידי קהלים שונים, חלקם צפוי (למשל, אנשים שהם חברים גם מעבר לרשתות החברתיות) וחלקם צפוי פחות (חברים של חברים, קולגות ומעסיקים עתידיים, למשל). נוסף על כך, גם בתוך הקהל הצפוי יש קהלים שונים, העשויים לפרש את המידע באופן שונה, דוגמת חברים לעומת בני משפחה.

ההשלכות האפשריות של קריסת הקשרים מקבלות הסבר תאורטי בתאוריית הפרטיות ההקשרית של הלן ניסנבאום (Nissenbaum). תאוריה זו בוחנת אם מתקיימת פגיעה בפרטיות בהקשרים שונים, תוך בדיקה אם התרחשה הפרת נורמה הקשורה לנאותות (Appropriateness) של זרימת מידע.<sup>31</sup> ההתייחסות לנורמות מובילה לכך שלממד הזמן יש השפעה על הפגיעה בפרטיות, שכן הנורמות יכולות להשתנות בהתאם לזמן, לחברות ולתרבויות.<sup>32</sup> ניסנבאום מציינת כמה משתנים שיש להביא בחשבון בבחינת מקרה מסוים כדי להבין אם התרחשה פגיעה בפרטיות: ההקשר של המקרה, המידע הנוגע להקשר ומקבלי המידע. אפשר להדגים את ההשפעה של ממד הזמן באמצעות התייחסויות לשינויים ברשתות החברתיות לאורך זמן. למשל, אם מנתחים את ציר הזמן של פייסבוק בכלים של פרטיות הקשרית אפשר לטעון שהוא פוגע בפרטיות. אכן, פייסבוק לא הוסיפה מידע חדש אלא רק שינתה את התצוגה, אך שינוי זה שינה את התפוצה של המידע והפך אותו לנגיש בהרבה. ציר הזמן הוא גם מקרה מבחן לנרמול הגישה למידע. אם נבחן את תצוגת ציר הזמן כיום – שנים מספר לאחר שהשתמשים התרגלו לקיומו ומתנהגים בהתאם לכך, למשל, על ידי צנוזרה עצמית או שימוש בהגדרות הפרטיות – לא נגיע בהכרח לאותה מסקנה.

איך פרטיות בהקשר יכולה להתמודד עם ממד הזמן? בהתבסס על תאוריית הפרטיות ההקשרית של ניסנבאום הציע נובוטני למסגר את הפרטיות כתאוריה של פרטיות הקשרית

30 עיינו Teresa Gil-Lopez et al., *One Size Fits All: Context Collapse, Self-Presentation Strategies and Language Styles on Facebook*, 23 J. COM. MEDIAT. COMM. 127 (2018).

31 נאותות פירושה התכתבות עם הציפיות הנוגעות לפרטיות. ציפיות אלו נקבעות בהתאם לנורמות הרלוונטיות לאותו הקשר. HELEN NISSENBAUM, *PRIVACY IN CONTEXT: TECHNOLOGY, POLICY, AND THE INTEGRITY OF SOCIAL LIFE* (2009).

32 Helen Nissenbaum, *Privacy as Contextual Integrity*, 101 WASH. L. REV. 114 (2004).

זמנית.<sup>33</sup> התאוריה מושתתת על שלוש אקסיומות: אנשים משתנים כל הזמן; לאנשים יש אינטרס לפרטיות במידע אישי שלהם שנהפך לציבורי; אין תחומים בחיים שאינם מנוהלים על ידי נורמות של מידע. נובוטני התייחס לרכיבי הבחינה של הפרת הפרטיות כפי שהוצגו בתאוריית הפרטיות ההקשרית, כאשר לחלקם השפעה מהותית על ממד הזמן. בתאוריית הפרטיות ההקשרית אין הגדרה מוקדמת של קטגוריות מידע שבהתייחס אליהן מתרחשת הפרת פרטיות. בדומה, נובוטני לא הגדיר מראש קטגוריות של זמן כמו ישן מול חדש. למשל, עבור הרכיבים "מידע אישי" ו"ההקשר", הוא התייחס לממד הזמן כך: עבור "מידע אישי" – כפי שלא הוגדרו קטגוריות ברורות שלפיהן יש הפרת פרטיות, כך אין קטגוריה להבחנה בין מידע ישן לחדש. אין הכרח שפרסום מידע ישן יוגדר בהכרח כ"מפר פרטיות", ואין הכרח שפרסום מידע חדש יוגדר בהכרח כ"אינו מפר פרטיות". עבור "ההקשר" שבו פורסם התוכן, רכיב נוסף בתאוריית הפרטיות ההקשרית, ממד הזמן הוא חלק בלתי-נפרד מההקשר הכללי של האירוע. אפשר להגדיר את ההקשר הזמני בתור "הנקודה בזמן שבה מידע אישי קושר באופן המקורי"; כלומר: יש הבחנה בין הקשר זמני לאירוע לבין הקשר זמני למועד הפרסום של המידע. לדוגמה, אפשר לשתף תמונות שצולמו במסיבת יום הולדת סמוך למועד האירוע – ואז מתקיים הקשר זמני מתאים לאירוע; לעומת זאת, אפשר לשתף את התמונות חודש לאחר המסיבה, ואז מועד פרסום המידע אינו מייצג את ההקשר המקורי שבו צולמו התמונות.

כאשר מנתחים את התאוריה ההקשרית הזמנית של נובוטני אפשר למצוא כמה קטגוריות שבהן יוכל פרסום מידע להישאר בשליטה לאורך זמן. דניאל סולוב (Solove) הציע סיווג לפרטיות המגדיר תנאים תוך התייחסות לשתי קטגוריות בסיווג שלו (שבכל אחת סיווג-משנה):<sup>34</sup> (1) הימנעות מעיוות של האופן בו האדם נתפס ונשפט על ידי אחרים, על ידי קישור ונראות ההקשר הזמני; (א) קישור: המידע האישי צריך להיות משויך להקשר הזמני שבו הוא פורסם; (ב) נראות: ההקשר הזמני חייב להיראות בבידור למקבל התוכן. (2) הימנעות מחשיפה והפצה של מידע מעבר לגבולות הצפויים, על ידי נורמות של נאותות והפצה זמניים; (א) נורמות של נאותות: קובעות איזה מידע אישי שנשמר בעבר יכול להיות בשימוש בהווה; (ב) נורמות של הפצה: קובעות אם מידע אישי שהתיישן ונשמר על ידי מקבלי המידע המקוריים יכול להיות מופץ לאחרים בשלב מאוחר יותר.

נבחן, למשל, את המקרה הבא כדי לנתח אותו לפי התאוריה המוצעת, המאפשרת לבחון הפרות פרטיות תוך התייחסות פרטנית לממד הזמן. הפוסט שלהלן פורסם בפייסבוק על ידי משתמשת בשם לורה קונארד:

"אני שתויה ואוכלת פיצה וצופה ברוק 30 ולא אכפת לי מכלום!"<sup>35</sup>

33 אלכסנדר נובוטני הוא חוקר מערכות מידע בהקשר של פרטיות ואבטחת מידע. ראו ALEXANDER NOVOTNY, BEING FORGOTTEN ON THE INTERNET: HOW TEMPORAL CONTEXTUAL INTEGRITY CAN PROTECT ONLINE REPUTATION (2016).

34 ראו Daniel J. Solove, *A Taxonomy of Privacy*, 154 U. Pa. L. Rev. 477 (2006).

35 Whitney S. Moore, *23 Idiotic Drunk Facebook Posts You're Glad You Didn't Write*, 35 RANKER, [www.bit.ly/2LvJW5u](http://www.bit.ly/2LvJW5u).

האם פייסבוק מפרה את הפרטיות של לורה ברשת שבה המידע נשמר לאורך זמן? על פי התאוריה של נובוטני, במקרה זה תיתכן הפרה של פרטיות, אף שלורה היא שפרסמה אקטיבית את הפוסט. מבחינת עיוות המידע תיתכן הפרה שכן בחינה עתידית של הפוסט לא תיתן תמונה מלאה של ההקשר הזמני. ייתכן שהפוסט נכתב בלילה או בסוף השבוע ומתאר מצב רגיל לאותו הקשר בהשוואה לפרסום פוסט דומה באמצע יום עבודה, למשל. גם אם יש מידע רלוונטי המעיד מתי בדיוק פורסם הפוסט, מבחינת יום ושעה וכן ההקשר הזמני המסוים, הוא לא גלוי למשתמש הממוצע, שמקבל חייוי רק לתאריך הפרסום של הפוסט. ההקשר הזמני של התאריך – אם מדובר בסוף שבוע או בחופשה, ובאיזה שעה של היום – אינו מתווך למקבל הפוסט ויכול ליצור עיוות בהקשר של המידע. מבחינת הפצת המידע, תיתכן הפצה עתידית של המידע שלא הובאה בחשבון בעת פרסום הפוסט. אמנם פרסום הפוסט הוגבל ל"חברים", אולם הקהל האפשרי של הפוסט הוא דינמי ויכול לגדול לאורך זמן ולהגיע לקהל שאינו רצוי מבחינת לורה, למשל מעסיק עתיד. יש מקרים שבהם מעסיקים פוטנציאלים דורשים מהמועמדים שיצרפו אותם כ"חברים" או אף דורשים את הסיסמה לחשבון הפייסבוק.<sup>36</sup>

לסיכום, גם אם בעת פרסום הפוסט אין הפרת פרטיות – שכן לורה פרסמה את הפוסט תחת הגדרות פרטיות מסוימות – לאורך זמן הפרטיות שלה עלולה להיפגע. בהנחה שלורה לא פעלה להסרת התוכן, הישארותו לאורך זמן חושפת אותה לאפשרות שקהל אחר ימצא כי התוכן שלה בעייתי ועלול להציג אותה באור לא מחמיא.

מסיכום התאוריות בתחום הפרטיות עולה כי ממד הזמן מעלה את המורכבות שבשמירה על פרטיות. ברשתות החברתיות, ככל שעובר הזמן בעידן הנוכחי, שבו מרב המידע נצבר ולא נמחק, קשה יותר לשלוט בו.<sup>37</sup> היכולת להחליט מתי ייחשף המידע לאחרים כמעט אינה נתונה למושא המידע, אלא אם המידע פורסם מראש תחת תנאים מגבילים דוגמת פרסום בסנאפצ'ט או כסטורי. האופן שבו המידע נחשף לאחרים גם הוא קשה למעקב, שכן מרגע שפורסם, אין מניעה שהמידע יופץ הלאה על ידי אנשים אחרים שנחשפו לו. הקושי בשליטה על המידע עלול להביא לכך שבין שתי נקודות זמן יחול שינוי בהקשר שבו המידע מופיע. גורמות ועמדות עשויות להשתנות עם חלוף הזמן, אך התוכן יישאר כשהיה.

## 2. השפעת הזמן על פרטיות מבחינה מעשית – אמפירית

לאור התאוריות שמציגות את הזמן כיסוד שמקשה על ניהול הפרטיות ככל שהתוכן מתיישן, היינו מצפים לראות עלייה בדאגה מסוגיות של פרטיות ככל שמידע מתיישן בקרב משתמשי הרשתות החברתיות. לצורך בחינת ההיפותזה הזו ערכנו מחקר בין משתתפים. במחקר מסוג זה יש שתי קבוצות משתמשים או יותר הנחשפות למשתנה הנבדק בנפרד, כשמופע המשתנה שונה בין הקבוצות. בחנו את השפעת הזמן שחלף מאז פורסם תוכן לראשונה בפייסבוק על העדפות השיתוף של אותו פוסט, תוך התמקדות בפוסטים בני עד שלוש שנים.<sup>38</sup> מטרת

36 ראו, למשל, Adriana Costello, *What If an Employer Requests My Facebook Password?*,

.THE UNDERCOVER RECRUITER (Nov. 20, 2018), <https://goo.gl/IjYfR9>

37 Mayer-Schönberger, *לעיל* ה"ש 11.

38 Ayalon & Toch, *Not Even Past*, *לעיל* ה"ש 10.

המחקר הייתה להעריך פרטיות רטרוספקטיבית ברשתות חברתיות באמצעות ניסוי שכלל נקודת מבט רטרוספקטיבית על תוכן שהתיישן. הצגנו למשתתפים בניסוי חמישה פוסטים מוגרלים שהם פרסמו בעצמם בתקופה מוגדרת. הדבר בוצע באמצעות מערכת ניסויית שפיתחנו לצורך הניסוי. ההבדל בין התנאים היה התקופה שממנה הוגרלו הפוסטים: עד שנה מיום הניסוי, בין שנה ועד שנתיים מיום הניסוי ומשנתיים מיום הניסוי ויותר. בדומה למחקר קודם שביצענו, מצאנו שככל שהזמן עובר, הרצון לשתף את הפוסט הולך ויורד.<sup>39</sup> לעומת זאת, בהתייחס לשאלה אם המשתתפים היו מעוניינים לערוך או למחוק את התוכן, לא מצאנו קשר מובהק מבחינה סטטיסטית לזמן, בניגוד להשערתנו. במחקרנו העלינו שתי סברות עיקריות לכך שהמשתתפים שינו את עמדתם כלפי שיתוף התוכן עם הזמן: התיישנות ואנאכרוניזם. התיישנות נצפתה כפוסטים נהפכו ישנים. בחלק ניכר מהמקרים (כ-42%) משתתפים הגדירו את הפוסטים הוותיקים יותר כלא רלוונטיים. לעומת זאת, תוכן נהפך לאנאכרוניסטי אם נוסף על היותו ישן פעלו משתנים נוספים. למשל, הפרסום המקורי שותף עם אנשים מסוימים בהקשר מסוים, אך בנקודת זמן מאוחרת יותר המעגלים החברתיים עשויים להשתנות ובהתאם גם ההקשר עשוי להשתנות. המעגלים החברתיים משפיעים על הנורמות של התאמת התוכן לסביבה, והתוכן עלול להיפתש כלא נאות במעגל חברתי משתנה. הרצון לשתף מידע ישן פוחת משום שהמשתמשים לא יכולים להיות בטוחים שהתוכן יובן וייראה תחת הנורמות המקוריות.

ממצאים נוספים מתייחסים לקשרים שבין קצב השינויים בחיים, גיל המשתתף והעדפות השיתוף. משתתפים בני 35 ומעלה לא הושפעו מהזמן באופן מובהק לגבי העדפות השיתוף שלהם – ההפך ממשתתפים צעירים יותר. הסבר אפשרי לתופעה זו הוא היחס שבין שינויים בחיים ורלוונטיות של פרסום המידע ברשתות החברתיות. ככל שמשמשים מתבגרים יש להם פחות שינויים מהותיים בחיים (הם כבר סיימו את לימודיהם זה מכבר, נישאו, וכדומה). לכן, הפוסטים שהם מפרסמים יישארו רלוונטיים גם בחלוף זמן. התוצאות תומכות בממצאים נוספים המעידים על הבדלים בין קבוצות גיל שונות בנוגע לעמדות פרטיות דוגמת קישור בין השלב ההתפתחותי של בני נוער לתפישת הפרטיות שלהם.<sup>40</sup>

### 3. פרטיות ברשת וברשתות החברתיות, מהכלל אל הפרט

האם השפעת הזמן ברשתות החברתיות דומה במהותה להשפעת הזמן בכלל האינטרנט? מחקרם האיכותני של זאהו ולינדלי (Zhao & Lindley) בחן את הרשתות החברתיות כאמצעי לארכיון אישי. המשתתפים התבקשו לעבור על חשבונותיהם ברשתות החברתיות ולבחור תכנים שהם היו מעוניינים לשמור.<sup>41</sup> ממצאי המחקר מדגישים את השוני של הרשתות לעומת כלל האינטרנט, משום שהן מהוות פלטפורמה לפרסום מידע על ידי המשתמש עצמו ולא

39 ראו Oshrat Ayalon & Eran Toch, *Retrospective Privacy: Managing Longitudinal Privacy in Online Social Networks*, in SOUPS '13 PROCEEDINGS OF THE NINTH SYMPOSIUM ON USABLE PRIVACY AND SECURITY (2013)

40 ראו Wouter M. P. Steijn & Anton Vedder, *Privacy Under Construction: A Developmental Perspective on Privacy Perception*, 40 SCI. TECHNOL. HUM. VALUES, 615 (2015)

41 ראו Zhao & Lindley, *Curation Through Use*, לעיל ה"ש 9.

פלטפורמה שהעיקר בה הוא מידע שמפרסמים אנשים אחרים. נמצא כי סוג התוכן העיקרי להעלאת זיכרונות הוא תמונות, בדומה לאלבום המסורתי. ממצא נוסף הראה שמרב המשתתפים נעזרו תחילה בפייסבוק כדי למצוא תכנים משמעותיים. ניתוח של תגובות המשתתפים העיד כי יש לכך שתי סיבות עיקריות: הקהל הצפוי וקצב היעלמות התכנים. אחד ההבדלים בין הרשתות החברתיות הוא עוצמת הקשר בין המשתמשים. אצל משתמשים עם מגוון רחב יותר של עוצמות קשר היו תכנים שקולים יותר ותוערו אירועים חשובים כמו סיום לימודים או קבלה לעבודה. קצב היעלמות התכנים גם הוא משפיע על סוג התוכן וכך גם קיום של כלים ייעודיים המאפשרים להתבונן בתכנים שפורסמו לפני זמן רב. הממצאים שעלו ממחקרם של זאהו ולינדלי מחזקים את הטענה שהרשתות החברתיות הן ייחודיות בהשוואה לכלל האינטרנט ולכן יש להתייחס אליהן שונה בבואנו לבחון את ההשפעה של ממד הזמן עליהן.<sup>42</sup> המשתמשים הם אלו שמפרסמים את התכנים והמניע העיקרי שלהם הוא חברתי, כך שהם בוחרים את התוכן המשמעותי ביותר לפרסום. התכנים מגוונים – חלקם מתעדים אירועי מפתח וחלקם מתארים התרחשויות יום-יומיות. לאורך זמן ייתכן שגם אירוע יום-יומי שפורסם ייהפך למשמעותי כשמידע חדש ישנה את ההקשר של המידע הקיים. למשל, אם להתייחס לתאוריית הפרטיות ההקשרית, ההקשר עשוי להשתנות עד כדי שינוי משמעותי. לסיכום חלק זה: ממד הזמן מוסיף אתגר למשימת ניהול הפרטיות. מידע שפורסם נשאר זמין, מצטבר לכדי אוסף פריטי מידע לגבי מושא המידע ועשוי להציב אותו בהתמודדות לא צפויה: קהל חדש שלא הובא בחשבון בעת פרסום המידע, קושי גדול יותר בשליטה עליו ומי נחשף אליו ונורמות המשתנות בהתאם לזמן ולקהל. מבחינה אמפירית, המחקרים מראים שהזמן משפיע על העדפות השיתוף של המשתמשים בצורה שלילית. ככל שעובר הזמן מעת פרסום הפוסט, המשתתף פחות מעוניין לשתף אותו. מחקר אחר הראה כי בעולם הרשתות החברתיות במיוחד יש ערך אישי למידע ותיק, שכן הוא פורסם על ידי המשתמשים (בניגוד, למשל, למידע המפורסם באתרי חדשות או בוויקיפדיה). לכן, ההתייחסות לזמן ברשתות חברתיות צריכה להיבחן בנפרד מהרשת הכללית, תוך התייחסות למאפיינים הייחודיים לרשתות החברתיות.

#### ד. ניהול תדמית בראי ממד הזמן

בחלק זה נבחן את נצחיות המידע בפריזמה של ניהול התדמית האישית של המשתמשים ברשת החברתית. על פי לירי (Leary), ניהול התדמית של אנשים אינו מורכב רק מהאופן שבו הם מתארים את עצמם אלא גם מהמידע שאינם כוללים בתיאור זה. הדרך שבה המשתמשים ברשתות החברתיות מציגים את עצמם, כולל התכנים שהם מעלים והקשרים שהם יוצרים, יוצרת פרופיל דיגיטלי אישי. היצירה והניהול של התדמית הזו מביאים בחשבון את המאפיינים הייחודיים לעולם הדיגיטלי ובהם את נצחיות המידע הדיגיטלי. כך, לאורך זמן, הפרופיל הדיגיטלי המצטבר מייצג במידה מסוימת את הדרך שבה הם רוצים להיתפס, בעיקר ברשתות החברתיות – ולכן נרצה להבין כיצד הזמן משפיע על ניהול התדמית. בחלק זה אנו עוסקים באופן שבו פרופיל ארוך-טווח מאפשר ועוזר לאנשים לבנות תדמית ולנהל אותה ובאתגרים

המתעוררים במהלך היצירה הזו. לצורך כך נסקור תאוריות העוסקות בתדמית המשתמשים ברשתות החברתיות ונתייחס לממצאים אמפיריים המתייחסים לתפישות המשתמשים כלפי הזמן והתדמית שלהם.

מחקרים העוסקים בניהול תדמית מתרכזים בתוכן שאנשים משתפים ובאופן שבו הם מציגים עצמם כדי ליצור את הרושם הרצוי לדעתם בעיני אנשים אחרים.<sup>43</sup> לירי וקובלסקי (Leary & Kowalski) ארגנו את ההיבטים של הצגה עצמית כמודל בן שני תת־נושאים של ניהול רושם: (1) מוטיבציית רושם, המתייחסת לרצון הפרט להציג את עצמו בצורה מסוימת לעיני האחר; (2) בניית רושם, המתייחסת לפעולות שאנשים נוקטים כדי להציג את התדמית הרצויה.<sup>44</sup> גם במרחב הרשתות החברתיות האנשים עוסקים בניהול התדמית שלהם. קרמר והפרקמפ (Krämer & Haferkamp) התייחסו למודל של לירי וקובלסקי וטענו כי קריסת ההקשרים מהווה את ההבדל העיקרי בין העולם הלא מקוון לבין העולם המקוון בכלל והרשתות החברתיות בפרט בהקשר של בניית הרושם. לטענתם, היכולת של המשתמשים להציג תדמית שונה לקהלים שונים קשה יותר בעולם הרשתות החברתיות, בגלל שברשת אחת יש פרופיל אחד המוצג לכולם.<sup>45</sup> לעומתם, מחקרים אחרים מצביעים על היכולת של משתמשים ליצור ברשתות החברתיות תדמית מותאמת ותכליתית דוגמת הצגה עצמית באתרי היכרויות.<sup>46</sup> המשתמשים מתאימים את עצמם לקהלים שונים, תוך שהם נעזרים בקהל מדומיין שאליו הם מכוונים את התכנים שהם מעלים. כך סיפר בלוגר אנונימי במסגרת מחקר: "[...] אני יודע שאמא שלי קוראת את הבלוג [...] אני יודע שהחברים שלי לעבודה קוראים את הבלוג. וכך, כשאני כותב את הבלוג, יש לי את אחד מהאנשים האלה בראש".<sup>47</sup> כאשר משתמשים מייעדים את התכנים שלהם לקהלים שונים לצורך עיצוב תדמיתם ברשתות החברתיות, הם יכולים לאפשר גישה לתכנים שלהם לפרקי זמן שונים. מבחינה טכנולוגית, למשתמשים יש כיום אפשרות לשתף תוכן עם אופק בלתי־מוגבל בזמן (דוגמת פייסבוק) או להגבילו בזמן (סנאפצ'ט, שימוש בסטורי). מה מוביל את המשתתפים לבחור בפרקי זמן שונים? השאלה מעידה על מודל מורכב של ניהול התדמית, שבו לעתים יש צורך בזיכרון ולעתים ההפך הוא הנכון.

מחקרים שעסקו ברשתות חברתיות מציגים קשרים מגוונים בין ניהול התדמית האישית לבין פרטיות, אבל אפשר להצביע על כיוון ברור ליחס ביניהם. למשל, קובסה ואחרים (Kobsa et al.) חקרו מערכות מסרים מידיים (Instant messaging) ומצאו שהנתונים שלהם

Maja van der Velden, "Not all my friends need to know": a qualitative study of teenage patients, privacy, and social media, 20 J. AM. MED. INFORM. ASSOC. 16 (2013)

Mark R. Leary & Robin M. Kowalski, *Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model*, 107 PSYCHOL. BULL. 34 (1990)

Nicole Krämer & Nina Haferkamp, *Online Self-Presentation: Balancing Privacy Concerns and Impression Construction on Social Networking Sites*, in PRIVACY ONLINE 127 (Sabina Trepte & Leonard Reinecke eds., 2011)

Nicole Ellison et al., *Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment*, 11 J. COM. MEDIAT. COMM. 415 (2006)

Eden Litt, *Knock, Knock. Who's There? The Imagined Audience*, 56 J. BROADCAST. ELECTRON. MEDIA 330 (2012)

תומכים במודל שלפיו הרצון לנהל את התדמית משפיע על הרצון לשמור על פרטיות. הם מסיקים שהרצון לפרטיות אינו מתקיים בריק ושהוא מונע לפחות ממוטיב אחד, במקרה זה – הרצון להצגה עצמית. כחלק מהרצון ליצור תדמית רצויה המשתמשים חושפים מידע באופן סלקטיבי.<sup>48</sup> קרמר והפרקמפ טוענים שיש קונפליקט בין פרטיות להצגה עצמית. הם הסיקו שהחשש לפגיעה בפרטיות גורם למשתמשים להגביל את האופן שבו הם מציגים את עצמם ברשתות החברתיות.<sup>49</sup> שוואמלין ווודזיקי (Schwämmlein & Wodzicki) בחנו את השפעה של אופי הקהילות המקוונות ושל מטרותיו האישיות של המשתמש על ההצגה העצמית שלו. הם מצאו שאנשים בחרו לשתף מידע עם הקהילות בהתאם למטרות שלהם; מכך הם הסיקו שהחשש לפרטיות אינו גורם מנבא להצגה עצמית. החשש לפרטיות משפיע על הבחירה של פרטים אם בכלל לחשוף את עצמם ברשתות החברתיות ואל מול מי, אבל הוא אינו מנבא את מידת החשיפה ואיזה מידע ייחשף.<sup>50</sup> ממאמרים אלו עולה שפרטיות היא מעין מחסום להצגה של תדמית המשתמש.

כדי לבחון תאורטית את ניהול התדמית של המשתמשים לאורך זמן אפשר להיעזר בגישה הדרמטורגית, המבקשת להסביר את האופן שבו אנשים מנהלים אינטרקציות עם אנשים אחרים, והטענה היא שהאינטרקציות תלויות בזמן, במקום ובקהל.<sup>51</sup> הסוציולוג ארווין גופמן (Goffman) משתמש במטאפורה תאטרלית לתיאור האינטרקציות בין האנשים: אנשים מתנהגים כשחקנים בחיי היום-יום שלהם כשיש קהל מסוים ויש רצון להציג דמות מסוימת כלפי אותו קהל. במעבר לעולם המקוון נדרשות התאמות למודל זה שכן הגבולות המסורתיים – זמן ומקום – נעדרים ממנו. החוקר ברני הוגן (Hogan) מתבסס על הדימוי הדרמטורגי של גופמן ומציע את גישת התערוכה, המתייחסת למצב שבו התוכן מתפרסם בנקודת זמן נוכחית אך אפשר לצפות בו גם בשלב מאוחר יותר.<sup>52</sup> כך, אם במודל של גופמן העולם הוא במה והאדם הוא השחקן שעליה, במודל של הוגן העולם הוא תערוכה, האדם מציג שלל מיצגים ואוצרי התערוכה הם האלגוריתמים המציגים את התוכן באופן סלקטיבי בפלטפורמה שבה הוא מוצג.

כדי להבין את נצחיות המידע ברשתות חברתיות, תוך הסתכלות על היבט ניהול התדמית, נשענו זאהו ואחרים על דימוי התאטרון של גופמן ועל דימוי התערוכה של הוגן. הם ניתחו יומנים יומיים מקוונים (Daily online diaries) של 13 משתמשי פייסבוק. הם הסיקו שהזמן מתווך בין סוגים שונים של פעילויות מקוונות על ידי כך שהוא ממקם את התכנים באזורים שונים, הנעים על הציר שבין הצגה עצמית ציבורית (Performance, על פי גופמן) דרך תערוכה (Exhibition, על פי הוגן), לארכיון פרטי (Personal).<sup>53</sup> יצירת תוכן, ניהול פרופיל והצעת חברויות הן פעילויות המשמשות כהצגה עצמית ציבורית. ככל שהזמן חולף המידע

- Alfred Kobsa et al., *Privacy in Instant Messaging: An Impression Management Model*, 48  
31 BEHAV. INF. TECHNOL. 355 (2012)
- Krämer & Haferkamp, *לעיל ה"ש* 49  
45
- Eva Schwämmlein & Katrin Wodzicki, *What to Tell about Me? Self-Presentation* 50  
*in Online Communities*, 17 J. COM. MEDIAT. COMM. 387 (2012)
- ERVING GOFFMAN, *THE PRESENTATION OF SELF IN EVERYDAY LIFE* (1959) ראו 51
- Hogan, *לעיל ה"ש* 7 52
- Zhao et al., *The Many Faces of Facebook*, *לעיל ה"ש* 7 53



נהפך לתערוכה של המשתמש ובסוף, לאחר פרק זמן ממושך, המידע נהפך לחלל ארכיוני פרטי. ככל שהזמן עובר, כך המידע עובר מקדמת הבמה אל מאחורי הקלעים. גישותיהם של הוגן וזאהו ואחרים מצביעות על ממד הזמן כעל יסוד חשוב בניהול התדמית האישית, כאשר עם הזמן התוכן נהפך לאישי יותר וציבורי פחות. על פי תפישה זו, משתמשים מביאים בחשבון את ממד הזמן כשהם מתכננים את האופן שבו הם מפרסמים מידע ברשתות חברתיות כדי לבנות פרופיל ארוך-טווח. תוצאות מחקרנו, כפי שתוארו בחלק ג, מראות שאי-אפשר להפריד בין אותם חללים על ידי הזמן בצורה מוחלטת, כפי שהוצע.<sup>54</sup> אף על פי שבמחקר נצפתה ירידה מובהקת ברצון לשתף ככל שהזמן עובר, משתמשים עדיין היו מעוניינים לשתף את המידע שלהם. כך, למשל, משתתפים נתבקשו לבחור את מידת הרלוונטיות של הפוסט, ולציין גם את המידה שבה היו מעוניינים להסתיר אותו. ממצאי המחקר הראו שרק ב-18% מהמקרים שבהם הוגדרו הפוסטים כלא רלוונטיים, המשתתפים רצו להשתמש במאפיין המאפשר להם להסתיר אותם. לפיכך, הזמן יוצר "חלל היברידי" המשלב בין אזורים ציבוריים לאזורים אישיים. ממצאי המחקר של זאהו ואחרים מספקים הסברים אפשריים לכך שמשתמשים בוחרים להשאיר מידע לאורך זמן. המשתמשים נעזרים במידע השמור כדי להיזכר בעבר שלהם באופן אישי, בניגוד לצורך בהצגה עצמית. למשל, משתמשים מתייחסים לפייסבוק כאל מעין ארכיון, ועצם הימצאות המידע שם תורמת להם גם אם הם לא מעיינים בו תדיר.<sup>55</sup> באוור ואחרים (Bauer et al.) חקרו גם הם את השפעת הזמן על עמדות הפרטיות של המשתמשים. הממצאים שלהם מעידים על כך שברשת החברתית ההצגה העצמית קיימת גם עבור תכנים ישנים.<sup>56</sup> יישום של ממצא זה, המעיד על רצון לשתף גם תכנים ישנים, מתקיים בדמות מאפיין בשם "ביום הזה" (On this day) בפייסבוק, המציג למשתמשים פוסטים מהעבר. הפוסטים מוצגים בפייד (Feed) של המשתמש, היכן שהוא נחשף לתכנים שלא הוא פרסם (בניגוד לקיר שלו) ומאפשר לו לשתף אותם בשנית.<sup>57</sup> מאפיין זה מדגים שגם מידע ותיק יכול להיות שימושי לצורך בניית תדמית ערכנית ועשירה.

היבט נוסף הרלוונטי לניהול התדמית לאורך זמן מתקשר לדיון בזיכרון הדיגיטלי המושלם. אשר לניהול התדמית ברשתות החברתיות לאורך זמן, התייחסנו בחלקים הקודמים לכך שהמידע נשאר זמין וכיצד התפישה לגביו משתנה כמו גם העדפות השיתוף כלפיו.<sup>58</sup> אולם, ההנחה היא שהמידע אכן נשאר זמין. עם זאת, הטענה שהזיכרון הדיגיטלי יכול להוביל לשכחה מוגברת עשויה להתקיים גם ברשתות החברתיות.<sup>59</sup> הסיבות לשכחה מוגברת, כפי

54 Ayalon & Toch, *Not Even Past*, לעיל ה"ש 10.

55 Zhao et al., *The Many Faces of Facebook*, לעיל ה"ש 7.

56 לוויו באוור ושאר כותבי המאמר הם חוקרי פרטיות והרקע האקדמי שלהם הוא מתחום ההנדסה ומדעי המחשב. ראו Lujjo Bauer et al., *The Post Anachronism: The Temporal Dimension of Facebook Privacy*, in WPes '13 PROCEEDINGS OF THE 12<sup>TH</sup> ACM WORKSHOP ON PRIVACY IN THE ELECTRONIC SOCIETY 1, 12 (2013).

57 Chance Miller, *Facebook Announces New Memory Features & "On This Day" Changes Coming to News Feed*, 9TO5Mac (Aug. 25, 2017), <https://goo.gl/dyQcK2>.

58 Ayalon & Toch, *Not Even Past*; לעיל ה"ש 7; Zhao et al., *The Many Faces of Facebook*, לעיל ה"ש 10.

59 Hui Kyong Chun, לעיל ה"ש 18.

שצוינו, התייחסו לכך שמידע עשוי להיאבד כתוצאה מכך שנשמרים רק העתקים דיגיטליים שעשויים לא להיות קריאים כעבור זמן מה או פגיעים לרעשים המאפיינים מידע דיגיטלי.<sup>60</sup> אשר לעמדת המשתמשים, זאהו ולינדלי מצאו שהמשתמשים נחלקים בעמדותיהם לגבי היכולת של הרשתות החברתיות לשמור מידע לאורך זמן. חלקם תפשו את הרשתות כמשהו זמני, שאין להם שליטה מלאה עליו; אחרים הסתמכו על הרשתות החברתיות אף יותר מאשר על הטלפונים החכמים שלהם לצורך שמירת מידע.<sup>61</sup> בפועל אכן אין למשתמשים שליטה מלאה על החשבונות שלהם, שכן לפלטפורמות השונות יש אפשרות לחסום חשבונות או למחוק תכנים מסוימים באופן חדיצדדי.<sup>62</sup> האם המשתמשים יכולים לסמוך על הרשתות לחלוטין? לא ברור אם הקולאז' הדיגיטלי ארוך-הטווח, המכיל רצף של תיעודים לגבי משתמש מסוים, יכול להישמר לאורך זמן בשליטת המשתמש.

בחלק ב שאלנו איך אפשר ליישב את הסתירה שלפיה משתמשים מעוניינים גם בפלטפורמה שזוכרת את המידע שלהם לאורך זמן (דוגמת פייסבוק) וגם בפלטפורמה שמוחקת אותו כעבור זמן קצר וקצוב (דוגמת סנאפצ'ט). חלק זה, בשילוב עם החלק הקודם, תורם ליישוב סתירה זו. בחלק זה התייחסנו למודל שהציעו זאהו ואחרים, המחלק את פלטפורמת הרשת החברתית לשלושה חלקים מובחנים על ידי ממד הזמן.<sup>63</sup> אחת ממסקנות המחקר שלנו הייתה שיש לעדכן מודל זה ולהתייחס לחלל היבריד, המשלב אזורים אישיים וציבוריים.<sup>64</sup> המודל המעודכן מסביר מדוע יש צורך לשמור תוכן למשך תקופה ארוכה: חלקו המוקדם משמש לניהול תדמית המשתמשים ואילו חלקו המאוחר נתפס כאישי ונעשה בו שימוש אישי או ציבורי, גם כעבור זמן רב. בצד זאת, מחקרים הראו שהקשר בין ניהול הפרטיות לניהול התדמית מבטא קשר של מעצור כשאנשים בוחרים שלא לשתף כל תוכן ועם כל אחד מטעמי פרטיות. נוסף על כך, כלל הדיון בפרטיות מסביר את הצורך של המשתמשים שלא לשמור את כל התכנים שלהם למשך תקופה בלתי-מוגבלת וכן את הפופולריות של רשתות זמניות דוגמת סנאפצ'ט.

## ה. מענה לאתגרים החדשים הכרוכים בנצחיות המידע

בחלק זה נעמוד על טיבם של הפתרונות הטכנולוגיים והמשפטיים המבקשים להתמודד עם נצחיות המידע. מה היחס בין הפתרונות? האם המנגנונים הטכנולוגיים מקדימים את האסדרה המשפטית? מההיבט הטכנולוגי נסקור כמה מנגנונים אפשריים שחלקם יושמו ברשתות החברתיות. המנגנונים מאפשרים להסתיר מידע היסטורי ממשתמשים אחרים ולעתים – להדגישו. הפתרונות שהוצעו כוללים אפשרויות מחיקה, אוטומטיות וידניות, ארכוב התוכן ושינוי הגדרות הפרטיות כך שהתוכן יהיה זמין רק למפרסם. בהתייחס לכלים הטכנולוגיים, האם רק מחיקה מוחלטת תאפשר את הפרטיות הרצויה או שמא הפיכת המידע לנגיש

60 Brand, לעיל ה"ש 16; Blanchette, לעיל ה"ש 17.

61 ראו Zhao & Lindley, *Curation Through Use*, לעיל ה"ש 9.

62 יובל דרור "האם פייסבוק באמת מתנכלת לישראלים או שרק נדמה לנו?" הארץ 6.7.2017. <https://goo.gl/7RPSca>

63 Zhao et al., *The Many Faces of Facebook*, לעיל ה"ש 7.

64 Ayalon & Toch, *Not Even Past*, לעיל ה"ש 10.

פחות היא פתרון מספק? מהן העדפות המשתמשים ואיך אפשר להתאים אליהן את הכלים הטכנולוגיים? מבחינה רגולטורית, הכלי המשפטי המרכזי הוא GDPR ובו הזכות להישכח. לזכות זו יש תומכים ומתנגדים המצביעים על האיזונים הנדרשים בין הזכות לפרטיות לבין זכות הציבור לדעת ושמירה על חופש ביטוי, כפי שיפורט בהמשך. נדון באיזונים הללו בנוגע לעולם הרשתות החברתיות, שכן מרב התוכן מפורסם על ידי המשתמשים עצמם.

## 1. פתרונות טכנולוגיים

ההתייחסות לשכחה כאל תקלה (Bug) בעת התכנון של מערכות מידע<sup>65</sup> הובילה לכך שמרב המערכות תוכננו כך שהן אינן מוחקות את המידע, או כפי שהגדרנו זאת: נצחיות המידע. בחלקים הקודמים של המאמר הצגנו את הטענה שניהול מידע לאורך זמן הוא הכרחי לניהול חיים חופשיים במרחב הדיגיטלי, תוך שליטה על התדמית. להלן ובהמשך נתייחס אל מנגנונים טכנולוגיים ומשפטיים שהוצעו להתמודדות עם היעדר השכחה הדיגיטלית. כדי להחזיר את השכחה למרחב הדיגיטלי הציע מאייר-שוברגר להוסיף לתוכן "תאריך תפוגה": מנגנון המוחק את המידע באופן אוטומטי לאחר זמן מסוים הנקבע על ידי המשתמש.<sup>66</sup> מחקרם של באוור ואחרים מצא כי פתרון זה בעייתי משום שהמשתתפים לא הצליחו לחזות באופן טוב אם יחולו שינויים בהעדפות השיתוף שלהם.<sup>67</sup> מחקרנו התייחס גם הוא לאפשרות של תאריך תפוגה, אולם כחלק ממסקנות המחקר הצענו לקבוע כבררת מחדל תאריך תפוגה של חמש שנים, על בסיס של ניתוח נתונים וביצוע תחזית אנליטית.<sup>68</sup> איננו מציעים לשלול בכלל את האפשרות לבחור את תאריך התפוגה, אך אנו כן מבקשים לסייע למשתמשים בכך שאנו מצביעים על תאריך תפוגה אפשרי. פתרון דומה הוצע במחקרם של גימבסו ואחרים (Geambasu et al.), שהתרכזו בהרס עצמי של תכנים: מערכת שפותחה לצורך כך התייחסה בעיקר לתכנים המועברים לקהל מצומצם כגון דואר אלקטרוני ומסרונים אישיים.<sup>69</sup> מנגנון ההרס העצמי נהפך לפרקטי ברשתות חברתיות כגון סנאפצ'ט. להבדיל ממרב הרשתות הפופולריות שפעלו בעת שנוסדה סנאפצ'ט ב-2011, בררת המחל בהן הייתה לשמור את התכנים, בררת המחל בסנאפצ'ט הייתה למחוק אותם זמן קצר לאחר הגעת התוכן ליעד. במהותו, היישומון בא לדמות את המציאות טוב יותר מהרשתות האחרות בכך שיצר אינטראקציות זמניות, ולמעשה יישם את ההצעה להוסיף תאריך תפוגה לתוכן. כיום סנאפצ'ט אינה היחידה המאפשרת משלוח תכנים באופן זמני, עם אפשרות לפרסום תכנים זמניים הן בסטורי והן במאפיין חדש וניסיוני של פייסבוק – סטטוסים זמניים שהמשתמש יוכל להגביל את משך פרסומם.<sup>70</sup>

65 Bannon, לעיל ה"ש 14.

66 Mayer-Schönberger, לעיל ה"ש 11.

67 Bauer et al., לעיל ה"ש 56.

68 Ayalon & Toch, *Not Even Past*, לעיל ה"ש 10.

69 Roxana Geambasu et al., *Vanish: Increasing Data Privacy with Self-Destructing Data*, in 18th USENIX SECURITY SYMPOSIUM 299 (2009).

70 Alex Kantrowitz, *Facebook Tests a Return of the Status Message*, BUZZFEED (Oct. 17, 2017), <https://goo.gl/78f1H1>.

כמה פתרונות טכנולוגיים נוספים מבוססים על מחיקה סופית של מידע ותיק.<sup>71</sup> תוצאות מחקרנו הצביעו על כך שפתרון מסוג זה אולי לא יתאים להעדפות של משתמשים ברשתות חברתיות ככלי לניהול הפרטיות שלהם לאורך זמן, שכן המשתתפים העדיפו שחלק ניכר מהמידע יישאר.<sup>72</sup> לכן, ייתכן שפתרון קיצוני פחות יתקבל ביתר קלות, דוגמת ארכוב של המידע. לפי מנגנון זה, מידע מועבר למקום אחסון משני והוא נגיש רק למשתמש עצמו ולא לקהל אחר. במחקרם הציעו גם זאהו ואחרים שימוש במנגנון ארכוב.<sup>73</sup> לפי המחקרים שביצעו, המשתמשים היו מעוניינים בפתרון מעין זה שכן הפתרון שהציעה פייסבוק בעת ביצוע המחקרים (2011) – הסתרה (Hide) – אמנם אפשר להסתיר את המידע, אולם לא היה ברור למשתמשים היכן הוא נמצא ואיך הם עצמם יכולים לגשת אליו. תוצאות מחקרנו מצביעות על צורך בהבחנה בין תכנים שנמצאים במרחב הנוכחי (Performance) לבין תכנים שנמצאים במרחב ההיברידי, המשלב תכנים ציבוריים ואישיים. תופעת המחיקה שכיחה ברשתות הטווחים הקצרים, דוגמת סנאפצ'ט, המדמות מציאות זמנית – מה שיכול להסביר מדוע מחיקת התוכן אינה נתפשת כבעייתית בעיני המשתמשים. לעומת זאת, עבור תכנים ותיקים, הנורמות והמטרות של פרסום התוכן מלכתחילה שונות, ולכן מחיקה יכולה להיתפש כלא רצויה. אחת ההצעות שהעלנו כחלק ממסקנות המחקר שלנו הייתה לתכנן מערכת שתציג תכנים מועמדים לארכוב. סינון התכנים – כלומר: האם להציגם כמועמדים לארכוב – יבוצע על ידי פרמטרים כגון סימוני "אהבתי", "לא אהבתי" וכדומה. כדי לא להעמיס על המשתמשים יש צורך במידה מסוימת של אוטומציה. דוגמה לאוטומציה כזו היא ארכוב הקשרי (Contextual archiving) שמונע הצגה של פוסטים ותיקים למי שהצטרף עתה כחבר. ההצעה להעביר מידע לארכיון יושמה ברשתות החברתיות, למשל במאפיין Instagram archive, אם כי במקרה זה ייתכן שהמניע העיקרי היה למנוע מהמשתמשים למחוק תמונות לגמרי, כפי שנהוג לעשות בפלטפורמה זו.<sup>74</sup>

פתרונות טכנולוגיים אחרים התייחסו לאופן שבו התכנים מוצגים למשתמשים. המסקנה העולה ממחקריהם של נובוטני ושל באור ואחרים היא שאין חיווי מספק למידת הוותק של התכנים.<sup>75</sup> נובוטני בחן ויזואליזציה ברשתות חברתיות בכלל ובאופן פרטני – רשת חברתית דומה לפייסבוק.<sup>76</sup> הוא יצר פרופיל משתמש המזכיר בנראותו פרופיל של משתמש פייסבוק, שבו תכנים חדשים הוצגו בגדול ואילו תכנים ישנים הוצגו בקטן יותר. תוצאות המחקר הצביעו על כך שהתצוגה לא הייתה אינטואיטיבית למשתמשים והם לא הבינו שהגודל מצביע על ותק הפוסט. מעבר לכך, לדעתנו פתרון מסוג זה הוא לינארי, בניגוד לממצאי המחקר שלנו, שמראים שאין הכרח שככל שעובר הזמן פוסט בהכרח מעניין פחות. הפתרון

Debjane Barua et al., *Theoretical Foundations for User-* 71  
*Controlled Forgetting in Scrutable Long Term User Models*, in OzCHI PROCEEDINGS OF  
 THE 23<sup>RD</sup> AUSTRALIAN COMPUTER-HUMAN INTERACTION CONFERENCE 40 (2011)  
 Ayalon & Toch, *Not Even Past* 72  
 לעיל ה"ש 10.  
 Zhao et al., *The Many Faces of Facebook* 73  
 לעיל ה"ש 7.  
 Jacob Kastrenakes, *Instagram's Archive Feature Is Now Available for Everyone to Hide* 74  
*Embarrassing Old Photos*, THE VERGE (Jan. 13, 2017), <https://goo.gl/CrcspS>  
 Bauer et al. 75  
 לעיל ה"ש 56.  
 NOVOTNY, BEING FORGOTTEN 76  
 לעיל ה"ש 33.

של נובוטני לא מביא בחשבון את האזור ההיברידי אליו התייחסנו במחקרנו. באזור ואחרים הציעו לייצר הפרדה ויזואלית בין תכנים ישנים לחדשים, תוך הצגת קהל בעל הגישה לתוכן, כשהם נשענים על מחקר העוסק בהגדר (Nudge) הקשור לפרטיות.<sup>77</sup> הממשק המוצע יוכל לאפשר למשתמש לנהל את הגישה של משתמשים אחרים לתוכן – לאו דווקא לצמצם אותה, אלא גם להרחיב אותה – ובכך לאפשר היזכרות. הצעה זו מזכירה את המאפיין של פייסבוק "ביום הזה", המאפשר לשתף פעם נוספת תוכן ותיק כהעלאת זיכרון.<sup>78</sup> שלא במפתיע, אין פתרון אופטימלי אחד לכל הבעיות. האתגרים הכרוכים בנצחיות המידע מורכבים כשלעצמם ומשתנים מאדם לאדם, כך שפתרון אחד לא יתאים במקרה זה. הפתרונות הטכנולוגיים שהוצעו הם מגוונים ומתייחסים להיבטים שונים כגון שליטה על משך הישארות התוכן, שליטה על קהל היעד של התוכן לאורך זמן והצגתו תוך התייחסות לממד הזמן. עם זאת, בחלק זה סקרנו כלים שונים להתמודדות עם האתגרים הקיימים. התייחסנו לכלים המיועדים לאפשר למשתמש לנהל את המידע לאורך זמן או באופן רטרופקטיבי. כלים אחרים התייחסו לטיוב החיווי של ממד הזמן במערכת בהתייחס הן לשלב שבו טרם פורסם המידע והן לשלב שבו המשתמש צופה במידע שכבר פורסם. מתכנני המערכת צריכים להביא בחשבון את נורמת השימוש במערכת, הקיימת או הרצויה, ולעצב את הפתרון הנכון להם, תוך שילוב ההיבטים השונים של הפתרונות שהוצעו.

## 2. אסדרה משפטית

בצד הפתרונות הטכנולוגיים יש פתרונות משפטיים ובראשם הזכות למחיקה המופיעה ב-GDPR.<sup>79</sup> פסק הדין בעניין גונזלס והזכות למחיקה, שיפורטו בהמשך, מעגנים זכויות של מושאי מידע בדין האירופי. הזכות למחיקה, כפי שהיא מופיעה בסעיף 17 ל-GDPR, היא למעשה גרסה מעודכנת של הזכות להישכח שהוצעה בעבר.<sup>80</sup> הזכות להישכח המוקדמת יותר נקבעה בדיקטיבה האירופית בשנת 1995 והתייחסה למחיקת מידע שאינו נחוץ עוד.<sup>81</sup> על בסיס תקנה זו פסק בית המשפט האירופי לצדק לטובת גונזלס בשנת 2014.<sup>82</sup> בפסק דין זה קיבל בית המשפט את תלונתו של גונזלס, אזרח ספרדי, שקבל על כך שחיפוש שמו בגוגל הניב קישורים למאמר שפורסם בעיתון יותר מעשור לפני כן, בנוגע לעיקול נכס שלו. כיום, הזכות למחיקה מתייחסת לכך שיש למושאי המידע זכות לבקש ממעבד המידע למחוק מידע לגביהם. הזכות אינה מוחלטת והיא תקפה תחת תנאים מסוימים, למשל: המידע אינו נחוץ עוד בהשוואה למטרה שעבורה נאסף מלכתחילה, או שמושא המידע מבטל את ההסכמה

Yang Wang et al., *Privacy Nudges for Social Media: An Exploratory Facebook Study*, in 77  
 .PROCEEDINGS OF THE 22ND INTERNATIONAL CONFERENCE ON WORLD WIDE WEB 763 (2013)

Miller, לעיל ה"ש 57. 78

.GDPR, Art. 17 79

.GDPR, Art. 3 80

EUROPEAN COMMISSION, FACTSHEET ON THE "RIGHT TO BE FORGOTTEN" RULING (C-131/12) 81  
 (2014), <https://goo.gl/7eWFSO>.

Case C-131/12, Google Spain SL, v. Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), 82  
 2014 E.C.J.

המקורית שאפשרה את איסוף המידע. מנגד, במקרים שבהם תתרחש פגיעה בחופש הביטוי או המידע, התקנה לא תהיה תקפה ולא תהיה חובה למחוק את המידע. איך זכות זו יכולה לבוא לידי ביטוי ברשתות חברתיות?

חשיבות הזכות למחיקה באינטרנט, כפי שהיא נתפסת בעיני המשתמשים, עולה ממחקר שסקר את עמדתם בנושא. תוצאות המחקר הראו שכאשר המשתמשים מעריכים את מידת הפרטיות שלהם במערכת מידע מסוימת, היבט הזכות להישכח מובא בחשבון בדומה לרכיבים אחרים דוגמת שליטה במידע, שליטה בשימושים משניים במידע ודיוק.<sup>83</sup> החקיקה בעניין מחיקת המידע מעלה תגובות לשני הכיוונים. מפרספקטיבת הפרטיות, התמיכה בזכות להישכח ברורה בהתחשב בקשיים שהזמן מערים על היכולת לשלוט במידע. המשפטן אוסלוס (Ausloos) מונה כמה היבטים שבהם הזכות להישכח יכולה להיטיב עם השמירה על הפרטיות של מושאי המידע.<sup>84</sup> ראשית, המונח "מידע אישי" הוא דינמי ועם הזמן יכול להופיע בהקשרים חדשים. הזכות תאפשר למחוק מידע ובכך תאפשר לפרט לחזק את השליטה על הזהות שלו. שנית, לעתים תכופות בעיות פרטיות מתגלות מאוחר מדי, לאחר שהנזק נגרם. קשה לצפות מראש השלכות עתידיות של פעולות שנעשות היום בעידן הדיגיטלי. מעבר לכך, מידע רב נאסף גם ללא ידיעתנו ומעובד ליצירת "תיק דיגיטלי".<sup>85</sup> תיק זה מכיל את התכנים הרלוונטיים לפרט מסוים – הן תכנים שהעלה בעצמו והן פרטי מידע שנאספו עליו ממקורות שונים ליצירת זהות דיגיטלית מקיפה. כך, הזכות להישכח יכולה לתת מענה לבעיות שאולי יעלו בעתיד. לבסוף, אוסלוס מתייחס לכך שמקטרגי הזכות טוענים שהמשתמשים נתנו את הסכמתם לאיסוף מידע עליהם. אולם, רבות נאמר על אותה "הסכמה מדעת": הטענה העיקרית היא שהמשתמשים נותנים הסכמתם למסמכים משפטיים ארוכים בלי לדעת ולהבין באמת למה הסכימו.<sup>86</sup> הזכות להישכח נותנת מענה בכך שהיא מחייבת למחוק מידע אם המשתמש משנה את החלטתו בעניין ההסכמה.

אולם, כשם שכלל הזכות לפרטיות נמצאת תחת מתקפה,<sup>87</sup> יש התנגדויות גם לזכות להישכח. במאמרו התייחס המשפטן ג'פרי רוזן (Rosen) לזכות להישכח כאל "האיום הכי גדול לחופש הביטוי באינטרנט בעשור הקרוב".<sup>88</sup> רוזן מתייחס להבדל מהותי שבין ההשקפה באירופה לבין זו שבארצות-הברית. הזכות להישכח, כפי שנוסחה באיחוד האירופי, נשענת על "הזכות לשכחה" בחוק הצרפתי, המאפשרת לפושעים מורשעים לטרכב להמשך הפרסום

83 עיינו Paul Steinbart et al., *Measuring Privacy Concerns and the Right to Be Forgotten*, in PROCEEDINGS OF THE 50<sup>TH</sup> HAWAII INTERNATIONAL CONFERENCE ON SYSTEM SCIENCES 4967 (2017).

84 ראו אצל Jef Ausloos, *The "Right to Be Forgotten": Worth Remembering?*, 28 COMPUT. & L. SECUR. REV. 143 (2012).

85 עיינו Ralph Gross & Alessandro Acquisti, *Information Revelation and Privacy in Online Social Networks (The Facebook Case)*, in ACM PROCEEDING, PRIVACY IN THE ELECTRONIC SOCIETY 11 (2005).

86 עיינו Robert H. Sloan & Richard Warner, *Beyond Notice and Choice: Privacy, Norms, and Consent*, 14 J. HIGH TECH. L. 370 (2014).

87 מיכאל בירנהק מרחב פרטי: הזכות לפרטיות בין משפט לטכנולוגיה (2010).

88 Jeffrey Rosen, *The Right to Be Forgotten*, 64 STAN. L. REV. ONLINE 88 (2012).

של הפשעים שביצעו לאחר שריצו את עונשם.<sup>89</sup> בניגוד לכך, בארצות-הברית דווקא פרסום ההיסטוריה הפלילית מוגן בתיקון הראשון לחוקה. לדעת רוזן, ניסוח הזכות לפרטיות מראה כי הרגולטורים באירופה הפחיתו בחשיבות ההשפעה שיכולה להיות לזכות זו על חופש הביטוי – לא רק של עבריינים כי אם בכלל. הבעיה העיקרית היא הזכות למחיקת מידע שלא הועלה באופן אקטיבי על ידי מושא המידע. בהקשר זה התייחס פליישר (Fleischer), יועץ ראשי לענייני פרטיות בגוגל (Chief privacy counsel), לשתי קטגוריות נפרדות.<sup>90</sup> הראשונה עוסקת במקרים שתוכן הועלה על ידי מושא המידע ומרגע זה ואילך הוא מופץ ומפורסם על ידי גורמים אחרים. במקרה זה חופש הביטוי נפגע שכן אין מדובר בהכרח רק ברשתות חברתיות אלא גם במנועי חיפוש, שמתקופה הזכות נדרשים להסיר קישורים לתוכן המבוקש. הקטגוריה השנייה מתייחסת למידע שמישהו שאינו מושא המידע פרסם לגביו; סייגים לפרסום כזה הם, למשל, מידע עיתונאי, אמנותי או ספרותי. קטגוריה זו מעלה את החשש הגדול ביותר לחופש הביטוי. הזכות להישכח האירופית מתייחסת לשתי הקטגוריות באותו אופן, משל היה זה מידע שפורסם על ידי מושא המידע. בית המשפט העליון האמריקני התנגד לחוק דומה.<sup>91</sup>

האם הזכות למחיקה יכולה לבוא לידי ביטוי ברשתות החברתיות, ואם כן – כיצד? ברשתות החברתיות הצורך להישכח או להתחרט קיים, ותעיד על כך ההצלחה של שלל הטכנולוגיות המאפשרות זאת. הטכנולוגיה במקרה זה לא חיקתה לאסדרה משפטית, לפחות בכל הקשור לתכנים שהמשתמשים עצמם מעלים: יש מנגנונים למחיקת התכנים. אולם, לא תמיד מושא המידע הוא שהעלה את התוכן, בדיוק כשם שציין פליישר. בהקשר של רשתות חברתיות, חלק זה של הזכות למחיקה מאתגר במיוחד. נתייחס, למשל, למקרה שבו חברה (לשעבר, ככל הנראה) מעלה תמונה מביכה של חברה/אחרת, תמונה שאינה עונה על ההגדרה "פורנו נקמה" (Revenge porn) שלגביו יש חקיקה בישראל ובחלק מהמדינות בארצות-הברית. מקרה כזה מעלה כמה שאלות. אם מושא המידע מבקש להסיר את התמונה – למי יש זכויות במידע? האם לחברה/המביכה? האם למושא המידע? האם אפשר לפנות למעבד המידע, ואם כן – מי אחראי לקבל את ההחלטה במקרה שכזה? גם מקרים קיצוניים פחות כוללים כמה בעלים לתוכן שפורסם, דוגמת תגובות שפורסמו על פוסט מסוים, תמונה שכמה אנשים מופיעים בה או אף מתויגים בה. מקרים אלו ואחרים מאתגרים את ההתייחסות של הזכות למחיקה. חקיקה אפקטיבית תוביל ליצירת כלים ונורמות שיאפשרו דיאלוג בין מושא המידע למעלי המידע, ככל שהם שונים.

Charte du Droit à l'oubli dans les sites collaboratifs et les moteurs de recherche (Oct. 89  
.13, 2010)

Peter Fleischer, *Foggy Thinking about the Right to Oblivion*, PETER FLEISCHER: PRIVACY...?, 90  
(Mar. 9, 2011)

.*Florida Star v. B.J.F.*, 491 U.S. 524 (1989) 91

## 1. סיכום

בהתייחסו ליתרונות השכחה כתב ניטשה "ברוכים השוכחים, הנשכרים גם ממחדליהם"<sup>92</sup>. יש צורך בשכחה (מסוימת) כדי שנוכל להתאים את עצמנו ואת תפיסת העולם שלנו למצב הנוכחי. מנגד, מי שאנחנו, כפרטים וכחברה, מתעצבים על בסיס ההווה והעבר שלנו, כך ששכחה מוחלטת ודאי אינה מיטבית. במאמר זה ביקשנו לבחון את ההשפעה של ממד הזמן בכלל ושל נצחיות המידע בפרט על הרשתות החברתיות. הראנו שלזמן יש השפעה מורכבת: מצד אחד, ככל שעובר הזמן מצטברים תכנים לגבי המשתמשים וקהל היעד עשוי לגדול. השפעה זו מצביעה על קושי בניהול הפרטיות לאורך זמן; מהצד האחר, תכנים ישנים לא בהכרח נתפשים כשליילים והמשתמשים לא היו רוצים למחוק אותם אוטומטית, הן מטעמים אישיים (רוצים להיזכר באירועים מהעבר) והן מטעמים תדמיתיים (רצון להשאיר תכנים שיהיו נגישים לאחרים ואף לשתפם מחדש בהווה).

נצחיות המידע היא מקרה מבחן מעניין לקשר ההדוק שבין התקדמות הטכנולוגיה לדינמיקה של החברה. נצחיות המידע, שמביאה עמה יתרונות, יוצרת גם קשיים ובהתאם לכך – פתרונות חדשים. אחד הפתרונות הטכנולוגיים הוא רשתות חברתיות זמניות, המראות הצלחה מסחררת מבחינת כמות המשתמשים בהן. הדבר מעלה שאלות לגבי האופן שבו יעוצבו רשתות חברתיות בעתיד. האם המשתמשים יעבירו את כל התכנים שלהם לממד זמני? תכונת Story של אינסטגרם צברה תאוצה אדירה מאז השקתה, אולם בפייסבוק לא נראתה הצלחה דומה. מה הם הגורמים המשפיעים על הבחירה בשיתוף תוכן זמני? האם מדובר בסוג התוכן (טקסט, תמונה, וידאו), בקטגוריות שונות של תכנים (תכנים פוליטיים, מקצועיים, שמחים, עצובים), בנורמות הנהוגות ברשת החברתית, במרדים דמוגרפיים דוגמת גיל או מגדר? שאלות מסוג זה יצטרכו להיבחן באופן נורמטיבי ואמפירי במחקרים עתידיים. שאלות אחרות קיבלו מענה במאמר זה. טענו שהרשתות החברתיות שונות מכלל האינטרנט ולכן ההתייחסות לזמן בהן צריכה להיבחן בנפרד. בחנו את ממד הזמן בפריזמות של ניהול פרטיות וניהול תדמית, ואחת המסקנות היא שהשפעת הזמן אינה רציפה. בהתאם, פתרונות טכנולוגיים צריכים להתייחס לכך שלמרות הירידה ברצון לשתף מידע ישן יותר, יש אזור היברידי שבו מידע ותיק נתפש כרלוונטי ומייצג ולכן יש לו חלק חשוב בניהול התדמית העכשווית של המשתמש. בצד הפתרונות הטכנולוגיים יש הסדרה משפטית: בחרנו להתרכז בזכות למחיקה כפי שהיא מופיעה ב־GDPR ולהתייחס אליה בהקשר של רשתות חברתיות.

FRIEDRICH NIETZSCHE, BEYOND GOOD AND EVIL, 217 (Helen Zimmern trans., 16th ed., 92  
2003) (1886).