

بناء الهوية الافتراضية والتعامل مع قضايا الخصوصية المعلوماتية في ضوء سياسة شبكات التواصل الاجتماعي

مستخدمو الفايسبوك نموذجاً-

Building the virtual identity and information privacy issues in light of the policy of social networks

Subtitle

Facebook users as a model

مهاجر مسعد

جامعة مولود معمري تيزي وزو (الجزائر)
hadjer.messad@ummtto.dz

عائشة نواري

جامعة أكلي محند اولحاج البويرة (الجزائر)
a.nouari@univ-bouira.dz

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة كيفية تعامل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بالخصوصية المعلوماتية عبر واحدة من أهم شبكات التواصل الاجتماعي وهي الفايسبوك، حيث استعانت الدراسة بالمنهج الاثنووغرافي من خلال أداة المقابلة الشخصية المعمقة مع عينة بلغ عددها عشرة مستخدمين تم اختيارها بالأسلوب غير الاحتمالي.

وتوصلت الدراسة إلى أن التعامل مع البيانات المتعلقة بالخصوصية وكيفية ادارتها وشدة اهتمامهم بموضوع الخصوصية مرتبط ببعض العوامل والمتغيرات على رأسها عامل الجنس ومدى ارتباط المستخدم بالمعايير الاجتماعية والثقافية، ورغم أنهم لا يعتبرن هذه المواقع آمنة وتحافظ على خصوصية بياناتهم بالشكل الكافي إلا أنهم يرون أنه من الممكن التحكم ولو نسبياً في خصوصية معلوماتهم خاصة فيما يخص مشاركة تفاصيل الحياة اليومية حيث أن ذلك يخضع لإرادة الفرد المستخدم.

كلمات مفتاحية: الهوية الافتراضية، قضايا الخصوصية، شبكات التواصل الاجتماعي، سياسات الخصوصية، الفايسبوك.

Abstract:

This study aimed to find out how users deal with issues related to information privacy through one of the most important social networks, which is Facebook.

The study concluded that dealing with data related to privacy, how to manage it, and the intensity of their interest in the subject of privacy is linked to some factors and variables, on top of which is the gender factor and the extent to which the user relates to social and cultural standards. Even if it is relatively in the privacy of their information, especially with regard to sharing the details of daily life, as this is subject to the will of the individual user.

Keywords: Virtual identity, privacy issues, social networks, privacy policies, Facebook.



رقمنة مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية

المجلد 02 | العدد 03

الشهر والسنة

الصفحات 156 - 170

ردمك | ISSN-2773-4285

EISSN | 2830-8417

الإيداع القانوني | 07/2021

العنوان | 11، طريق دودو مختار، بن عكنون، الجزائر العاصمة.

الفاكس | 23 88 50 (023)

الهاتف | 62 29 75 (0561)

تاريخ الاستلام 2022/11/30

تاريخ القبول 2022/12/16

تاريخ النشر 2022/12/31

المؤلف المرسل ا

مسعد هاجر

جامعة مولود معمري تيزي وزو (الجزائر)
hadjer.messad@ummtto.dz

ASJP
African Scientific Journal Platform



1. مقدمة:

وفرت شبكات التواصل الاجتماعي العديد من الممارسات والاستخدامات القائمة على المزيد من التفاعل والتشارك المبني على أساس اهتمامات مشتركة وميولات موحدة الأمر الذي جعل من هذا الشكل التواصل الجديد مركز جذب قوي ، وهذا ما يفسر الاقبال منقطع النظير عليها من مختلف فئات المجتمع سيما الشباب منهم ، وتزداد وتنشعب استخداماتها يوماً بعد يوم الأمر الذي ينبأ باستراتيجيات متبعة وأهداف مرجوة على المدى القصير والبعيد تسعى إليها السياسات المتبعة وفقاً لأيديولوجيا هذه الشبكات والتي تعدت حدود الاستكشاف في خبايا هذا الفضاء السيبري الذي يطل من خلاله بعضنا على الآخر في شكل أحداث وصور ورموز مختلفة وغيرها من أشكال التعبير.

وعلى عكس ما كان سائداً في بدايات ظهور الانترنت ومواقعها حيث كان الولوج إلى هذه الفضاءات يتسم بنوع من التحفظ من خلال استخدام هويات مستعارة بسبب التوجس من هذه الوسائط الجديدة إذ كان الأمر يقتصر على بعض المعلومات المحدودة كالاسم والصورة، يبدو اليوم أن الأفراد قد اعتادوا عليها خاصة الوسائط الأكثر جدة التي ظهرت مع الجيل الثاني للوالب كشبكات التواصل الاجتماعي التي أضحت فيها التنافس في استعراض تفاصيل الحياة اليومية والمعلومات الشخصية ضمنها فما كان يبدو مريباً ومقلقاً أصبح مرغوباً ومعتاداً بين الناس وتراجعت قيمة قدسية الحياة الخاصة عبرها، "فمنصات التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها لا تقتصر فقط على الاسم والعمل وعنوان البريد الإلكتروني ولكن تتضمن معلومات مفصلة عن دوائر الأقارب والأصدقاء ومدى التفاعل والتوافق أو الخلاف مع كل منهم، ومن الذي يتحدث إليه المستخدم بشكل مستمر ومن الذي منعه من متابعته مجدداً، وما هو مطعمه المفضل وما عدد مرات تردده الشهري عليه، والأغاني والأفلام والكتب التي يفضلها، وغيرها من المعلومات التي تمنح صورة تفصيلية حول الجوانب المادية والمعنوية الخاصة بحياتنا، والتي يمكن أن يولد تحليلها مجتمعة معلومات أكر عمقاً وشمولاً عن مجموعات الأفراد والمجتمعات" (الفتاح، 2019، صفحة 14)

وتؤكد "ماري مادن" رفقة باحثين آخرين من خلال استطلاع قاموا به أن الشباب اليوم أكثر فئة تشارك المعلومات والبيانات الشخصية على ملفاتهم الشخصية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي مع شبكات واسعة من الأصدقاء، حيث إن مسألة وصول أطراف أخرى لبياناتهم على وسائل الإعلام الاجتماعية لا تشكل مصدر قلق لهم (Madden، 2005).

وهو نفس ما ذهب إليه اندرياس برنارد ضمن كتابه عصر نهاية الخصوصية في أن إتاحة البيانات والمعلومات الشخصية على الانترنت يعد ضرورة في العصر الحالي وله جوانب إيجابية خاصة فيما يتعلق بسوق العمل ، "حيث أشار إلى أن مديرو شؤون العاملين في شركات كبرى يرون أن إلقاء نظرة على الملفات الشخصية على شبكة الانترنت للمتقدمين للعمل أصبحت تندرج في الوقت الحاضر ضمن معايير اختيار المرشحين اللائقين للعمل وأن التغيب التام عن التواجد على شبكات التواصل الاجتماعي أو الخوف من مشاركة المعلومات الشخصية يثير الشعور بالاندهاش، كما أكدت دراسة أجراها الطبيب النفسي الكندي "ريتشارد بيلونجي" ونشرها عام 2011 هذا الرأي من الناحية الطبية، حيث إن هذه الدراسة أثبتت وجود صلة وثيقة بين النشاط على شبكة الانترنت والصحة النفسية لدى الشباب (برنار، 2022).

لكن على عكس ذلك يذهب "Alessandro Acquisti" إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تثير مخاوف حيال الخصوصية والأمن وأن هذا يعتبر هاجس لدى الكثيرين وأن استغلال معلومات وبيانات المستخدمين دون علمهم يعتبر انتهاكا لأهم حقوق الافراد (Gross، 2006، صفحة 35)، حيث يطرح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إشكالية تراجع في القدرة على التحكم في المعلومات نظراً لطبيعتها الشبكية التفاعلية، التي لا تتيح للمستخدمين التحكم في ما يفعله الأصدقاء أو المعارف أو المؤسسات أو الشركات بالمعلومات والصور والقصص التي تتم مشاركتها عبرها، في المقابل تمارس معظم الأجهزة والمواقع الحديثة عملية تجميع المعلومات والتحكم الآلي فيها وربما استثمارها بطرق مختلفة.

من هنا سنتناول في هذه الدراسة موضوع خصوصية البيانات والمعلومات التي يشاركها المستخدم الجزائري على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك من خلال معرفة كيفية تعامله مع هذا النوع من البيانات ومدى وعيه بأهميتها وكذا وجهة نظره اتجاه اعدادات وسياسات هذه الشبكة في إدارة الخصوصية الشخصية وأنواع الانتهاكات التي سبق وأن تعرض اليها، ومدى وعيه بحقه في الحفاظ على خصوصيته في ظل متغيرات البيئة الاجتماعية والثقافية للمجتمع الذي ينتمي إليه، وعليه سنحاول الإجابة على الاشكال الآتي:

كيف يتعامل مستخدمو شبكة الفيسبوك مع القضايا المتعلقة بموضوعات الخصوصية الرقمية على هذه الشبكة؟

- تساؤلات الدراسة: للإجابة على إشكالية الدراسة قمنا بتفكيكها إلى التساؤلات الفرعية الآتية:
- ما هو مفهوم الخصوصية لدى المستخدمين وما مدى وعيهم بأهمية خصوصية بياناتهم ومعلوماتهم الشخصية التي يتيحونها عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟ وماهي المتغيرات المتحركة في ذلك؟
- كيف يتعامل المستخدمون مع البيانات والمعلومات المتعلقة بالخصوصية خلال بنائهم وتفاعلهم بواسطة هوياتهم الافتراضية على شبكة الفيسبوك؟
- ماهي أهم صور انتهاك الخصوصية التي تعرض لها مستخدمو شبكة الفيسبوك؟
- كيف يقيم المستخدمون سياسة شبكة الفيسبوك والتقنيات والأدوات المتعلقة بالتحكم في خصوصية البيانات والمعلومات الشخصية التي يتيحونها من خلال بنائهم لهويتهم الافتراضية وتفاعلهم عبرها؟
- أهداف الدراسة: من خلال هذه الدراسة نهدف إلى:
- معرفة كيفية تعامل المستخدمين مع المعلومات والبيانات الشخصية المتعلقة بالخصوصية على شبكة الفيسبوك.
- تقييم مدى وعي المستخدم بأهمية خصوصية بياناته ومعلوماته الشخصية التي يتيحها من خلال بناءه لهويته الافتراضية وتفاعله عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك ومعرفة المتغيرات المتحركة في ذلك.
- كشف أهم صور انتهاك الخصوصية التي تعرض لها مستخدمو شبكة الفيسبوك.
- معرفة تقييم المستخدمين لسياسة شبكة الفيسبوك والتقنيات والأدوات المتعلقة بالتحكم في خصوصية البيانات والمعلومات الشخصية التي يتيحونها من خلال بنائهم لهويتهم الافتراضية وتفاعلهم عبرها.
- أهمية الدراسة: تكمن أهمية هذه الدراسة في تسليطها الضوء على تعامل الافراد مع القضايا المتعلقة بخصوصية

المعلومات والبيانات التي يتم تداولها عبر شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك، حيث أن سعي الافراد لتقديم الذات في صورتها المثالية في هذه البيئات الافتراضية يفرض عليهم عرض معلومات وبيانات شخصية كثيرة عنهم ، بالإضافة إلى مشاركة تفاصيل الحياة اليومية التي أصبحت أمراً رائجاً بين الناس اذ أصبحوا يكشفون بإرادتهم كل ما يتعلق بحياتهم الخاصة في فضاء إلكتروني تتلاشى فيه الحدود ، فأصبحت المعلومات والبيانات الشخصية للمستخدم وبالتالي خصوصيته عرضة للانتهاك سواء من قبل المواقع نفسها أو من قبل الغير ولذلك يجب معرفة مدى وعي المستخدمين بحقوقهم في الحفاظ على خصوصية معلوماتهم وبياناتهم الشخصية في ظل سياسة هذه الشبكات واعدادات التحكم التي تتيحها وكذا دور العوامل الاجتماعية والثقافية في تحديد مدى اهتمام المستخدمين بالحفاظ على خصوصية معلوماتهم وبياناتهم الشخصية.

● منهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى رصد خلفيات انشاء وإدارة بيانات الهوية الافتراضية وطريقة تحكم الافراد في خصوصية بياناتهم ومعلوماتهم وكذا رصد تقييمهم لسياسة شبكة الفيسبوك لذلك فإن أنسب منهج للدراسة هو منهج والأثنوغرافي وهو أحد المناهج الكيفية التي يعتمد فيها على أدوات الملاحظة بالمشاركة أو المقابلات المعمقة، ويعرف المنهج الأثنوغرافي بأنه الدراسة الوصفية لأسلوب الحياة والثقافات والعادات والقيم لمجموعة معينة أو مجتمع خلال فترة زمنية محددة (الوكيلي، 2017، صفحة 23) .

ونظراً لطبيعة دراستنا ومجتمع بحثنا المتواجد كلياً في البيئة الرقمية سنعتمد على أسلوب الأثنوغرافيا الرقمية أو ما يعرف "بالنيتنوغرافيا" وهو منهج كفي يقوم على تطبيق أساليب وأدوات البحث الأثنوغرافي في البيئة الافتراضية بعد تكييفها لخدمة هذا الغرض، "حيث تشير كريستين هاين" Christine Hin " إلى أن الأثنوغرافيا الافتراضية تمت صياغتها للبحث في الظواهر والثقافات الإلكترونية" (Haverinen، 2022، صفحة 80).

● أداة البحث:

اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة المقابلة المتعمقة وهي إحدى الأدوات المستخدمة في الحصول على البيانات الكيفية، تعتمد على الاتصال الشخصي مع المبحوثين للوصول إلى معلومات معينة حول موضوع أو قضية ويهدف هذا النوع من المقابلات إلى كشف محتوى وكثافة مشاعر وحواجز الأفراد أو الدوافع الكامنة وراء سلوك معين من اللذين تتم مقابلتهم اتجاه ما يطرح من قضايا أو موضوعات وتسمى أيضاً المقابلات الشخصية المتعمقة، وتتيح هذا النوع من المقابلات مرونة وحرية للباحث حيث يوجه أسئلة حسب إجابات المبحوث الذي ينبغي وضعه في جو حوارى مريح ملئه المودة والصدقة (المزاهرة، 2011، صفحة 252)، وقمنا بإجراء مقابلات نوعية الكترونياً مع عينة من مستخدمي الفيسبوك عن طريق محادثات الرسائل (المسنجر).

● مجتمع البحث والعينة:

- مجتمع البحث:

مجتمع البحث هو مجموع عدد المفردات المعنية بالدراسة والتي تتوفر على خصائص معينة تجعلها تندرج ضمن مجتمع البحث، ويتحدد مجتمع البحث هذه الدراسة بمستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك ، والذي أصبح يعد من ضمن أكبر المجتمعات في العالم بعد تزايد عدد مستخدميه حول العالم، وهم مجتمع غير متجانس ومتباين فهم خليط في كل الاجناس والثقافات والأعمار...الخ، ونظراً لاستحالة دراسة مستخدمي الفيسبوك كلهم، لجأنا لاختيار عينة منهم.

- عينة الدراسة:

اعتمدنا في اختيار عينة دراستنا على الأسلوب غير الاحتمالي (القصدي) اذ يوفر هذا النوع من العينات بدائل اقتصادية أفضل من حيث الجهد والوقت حيث تتلائم خاصة مع البحوث الكيفية.

واختارنا مفردات العينة بأسلوب عينة كرة الثلج ويطلق على هذا النوع كذلك العينة المتكاثرة أو المتضاعفة وتأتي هذه التسميات من طبيعة انشائها حيث تبدأ بمفردة أو عدة مفردات (تكون أشخاص بالضرورة) تحمل خصائص معينة ثم تتولى كل مفردة الاتصال بمفردات أخرى من نفس الخصائص وتولى هذه الأخيرة مهمة الاتصال بمفردات أخرى وهكذا، الى أن يصل الباحث الى العدد المطلوب في العينة، إذ تبدأ الكرة صغيرة وعند انحدارها تتفرع الى مجموعة من الكرات الصغيرة.

ولجأنا لهذا الأسلوب نظرا لصعوبة إيجاد أشخاص جادين ومتعاونين ولديهم استعداد للإجابة على كامل التساؤلات بطريقة مفصلة وكذلك للبحث عن أشخاص لديهم خصائص متنوعة حيث حرصنا على الأخذ في الاعتبار معيار طبيعة الحساب شخصي أو مهني وكذلك درجة شهرة المبحوث، مع الأخذ بعين الاعتبار عامل الوقت حيث أن هذه الدراسة محددة الآجال، بداية قمنا بالاتصال مع بعض المستخدمين من قائمة أصدقاء اللذين رغبوا في اجراء المقابلة بعد الاطلاع على الأسئلة وابدو تعاونهم، ومن ثم قامو بدورهم باقتراح عدد من أصدقائهم اللذين يحملون الخصائص السابقة الذكر قامو باعطائنا إجابات مفصلة على اسئلتنا حتى تحصلنا على عينة مكونة من 10 أفراد، وهو عدد يمكن اعتباره منهجيا كافيا كما ونوعا مع العلم أن الدراسات الكيفية تجرى على أعداد محدودة من المفردات اذ أن الهدف من الدراسات الكيفية ليس التعميم، وانما التعمق في جزئيات متعلقة بالدراسة بغية فهمها وتفسيرها والجدول أدناه يمثل بعض خصائص العينة التي تم أخذها بعين الاعتبار ف اختيار مفرداتها.

الجدول 1: (يوضح بعض خصائص العينة التي تم أخذها بعين الاعتبار في عملية الاختيار والتحليل)

العينة	الجنس	طبيعة الحساب	طبيعة الشخصية
المفردة 01	أنثى	شخصي	عادية
المفردة 02	أنثى	مهني	معروفة نسبيا
المفردة 03	ذكر	شخصي	عادية
المفردة: 04	ذكر	مهني	معروفة نسبيا
المفردة: 05	أنثى	شخصي + مهني	معروفة
المفردة: 06	أنثى	مهني	معروفة نسبيا
المفردة: 07	أنثى	شخصي	عادية
المفردة: 08	ذكر	شخصي	عادية
المفردة: 09	أنثى	مهني	معروفة نسبيا
المفردة: 10	ذكر	مهني	معروف نسبيا

المصدر: الباحثين.

● حدود الدراسة:

يتعين على أي دراسة علمية أن تتحدد وفق مجالات مكانية وزمانية وبشرية معينة والغرض من ذلك هو معرفة الإطار العام والظروف المحيطة وحيثيات اجراء الدراسة، وتمثلت مجالات دراستنا في:

- الحدود المكانية: يتحدد المجال المكاني لهذه الدراسة في بيئة مكانية افتراضية تمثلت في موقع شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

- الحدود الزمنية: أجريت الدراسة الميدانية خلال الفترة الزمنية الممتدة من 10 إلى 27 أكتوبر 2022.

- الحدود البشرية: شملت الدراسة عينة من مستخدمي الفيسبوك بلغ عددهم عشر مفردات.

2. الإطار المفاهيمي والنظري للدراسة:

1.2 تحديد مفاهيم الدراسة:

سنتناول في هذه الجزئية أهم المفاهيم الواردة في هذه الدراسة من خلال تحديد مدلولها وهي كالآتي:

● مفهوم الهوية الافتراضية:

تعرف الهوية في معجم التفكير السوسيولوجي بأنها: "تشير- في معناها العام- إلى قدرة فرد أو جماعة على أن يتعرف على ذاته ويتعرف إليه الآخرون، فهي تتضمن معنى الديمومة والتماسك داخل التعددية الرمزية والاجتماعية" (رحومة، 2010، صفحة 137) وقد أدى التطور التقني في مجال الاتصال إلى ظهور هوية أو ذات جديدة، وهي التي أطلق عليها الباحث "علي رحومة" اسم "الأنسوب" تعبيراً عن اندماج الإنسان بأجهزة الحاسوب والأجهزة المشابهة.

حيث أن الولوج إلى شبكة الانترنت ووسائطها المختلفة يحتم على الافراد استخدام نوع من الهوية الافتراضية من أجل التفاعل والمشاركة مع الآخرين، هذه الهوية تختلف عن الهوية الحقيقية التي تستمد معناها من التميز عن الآخرين بصفات جسدية عقلية ونفسية فهي تتمثل بعلامات نصية كالأسماء المستعارة أو بصرية مثل الصور الرمزية أو أي معلومات تعبر عن الشخص جسدياً وذاتياً أو خليط من كل هذا من خلال حسابات الإميل وشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الانترنت عامة.

ويعرف "إترشاد" "Etzschaid" الهوية الافتراضية بأنها "مجموع الآثار (المكتوبة أو المحتويات السمعية أو البصرية أو رسائلنا في المنتديات أو بيانات الاتصال أو أعمال الشراء أو المعايينة...) التي نتركها خلفنا بوعي أو بغير وعي خلال إبحارنا على الشبكة ومبادلاتنا التجارية أو علاقاتنا المتبادلة في المواقع المخصصة لذلك" (غمشي، 2018، صفحة 151)

وفي دراستنا هذه فإن الهوية الافتراضية تشمل جميع البيانات والمعلومات التي يتركها المستخدم من خلال انشائه لملفه الشخصي وتفاعلاته المختلفة في فضاءات الفيسبوك الخاصة والعامة.

• مفهوم الخصوصية:

تعرف الخصوصية على أنها "مطالبة الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات بأن يحددوا بأنفسهم متى وكيف وإلى أي مدى يتم إيصال المعلومات المتعلقة بهم إلى الآخرين" (صايبين تريبل تر: فضيل دليو وأمين جنيح، 2020، صفحة 79)، ويشير "R.Delplanque" إلى أن الخصوصية مفهوم معقد يشير إلى الحق في الإحترام، وتعني كذلك الحفاظ على البيانات الشخصية من الاستخدام غير المخول مثل الاضافة والحذف والتعديل " (Julie، 2008-2011، صفحة 16)، وهي كذلك كل ما يتعلق بالحياة العائلية وأوقات الفراغ والحياة الصحية (الأهواني، 1978، صفحة 83).

وعموماً يمكن اعتبار كل من مصطلحي خصوصية المعلومات وحماية البيانات وجهان لعملة واحدة لأنهما يحيلان إلى معنى الحق في الحفاظ على المعلومات والبيانات الشخصية من التداول والاستغلال، وقد شاع استخدام اصطلاح الخصوصية مستقلاً ومنفرداً دون إلحاقه بالبيانات في البيئة الإلكترونية للدلالة على حماية البيانات، بسبب أن تعبير الخصوصية شاع استخدامه في ظل تزايد مخاطر التقنية، وكأنه ينحصر في نطاقها ويبتها وهو طبعا ليس كذلك، ولكن ربما لأنه أشد ما يمكن أن يمثل اختراقاً لهذا الحق وانتهاكاً له، هو استخدام الوسائل التقنية ومخاطر المعالجة الآلية للبيانات (القحطاني، 2015، صفحة 102).

ويمكن تعريف مصطلح الخصوصية في دراستنا ضمن سياق شبكة الفايديوك بأنه يشير إلى حماية الخصوصية المعلوماتية أو حماية البيانات أو حق الفرد المستخدم في أن يقرر بنفسه متى وكيف وإلى أي مدى يمكن للآخرين أن يصلوا إلى المعلومات الخاصة به التي يتيحها على الفيسبوك سواء كانوا من المستخدمين أو إدارة الشبكة نفسها.

• مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها "مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب تتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات اهتمام (بلد، جامعة، مدرسة، شركة،....الخ) ويتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم والمعلومات التي يتيحونها للعرض" (الشمائل وأخرون، 2015، صفحة 199).

ويرى "جانيس بليد" "Janis blaid" أن مواقع التواصل الاجتماعي ليست فضاء يضم أفراد معزولين وإنما هي هيكل اجتماعي حقيقي يستند إلى تماسك أعضائه عبر مستويين، أولاً داخل الجماعة من خلال المشاركة في استخدام اللغة، الرموز، الحالات العاطفية، والمستوى الثاني مع العالم الخارجي " (واكد، 2012، صفحة 220).

وبتعبير آخر فإن شبكات التواصل الاجتماعي هي منصات على شبكة الانترنت تتيح إمكانية الولوج إليها عن طريق إنشاء هوية افتراضية باستخدام البريد الإلكتروني أو رقم الهاتف بإتاحة معلومات تعبر عنه قد تكون حقيقية أو مستعارة، عن طريق هذه الهوية يستطيع التواصل مع الآخرين والتفاعل في الفضاءات المختلفة، ويعتبر الباحثون شبكة الفيسبوك بيئة مثالية لدراسة وتتبع الهويات الافتراضية نظرا للخصائص والميزات التي تتوفر عليها واجهة الشبكة وطبيعة التفاعل المتضمنة فيها بين الأعضاء.

2.2 سياسة شبكة الفيسبوك المتعلقة بخصوصية بيانات المستخدم:

وفق سياسة الخصوصية لموقع فيسبوك يتعين على المستخدم أن يكشف عن قدر كبير من المعلومات الشخصية التي تتعلق به عند التسجيل في الموقع، بما في ذلك أدق التفاصيل المتعلقة بحياته الشخصية والعائلية والمهنية، وبذلك تصبح هذه المعلومات متاحة لأعداد غير محددة من المستخدمين خاصة في حال ما كان المستخدم يضعها في الوضع العام، فضلا عن أن هذه الشبكات عامة أصبحت تعتبر بيانات المستخدم موردا ماليا لها تستغلها في الحصول على مبالغ طائلة من المعلنين مقابل بيعها لهم (W. J. Maxwell، 2008).

يتم التسجيل في الموقع بواسطة بيانات شخصية تتعلق بالمستخدم نفسه ومن أهم هذه البيانات سن المستخدم وجنسه وحالته العائلية ومحل إقامته وميوله الاجتماعية واهتماماته الشخصية وهواياته الخاصة وكلها "بيانات شخصية مما يجعلها تخضع جمعها لشروط معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي، والرضاء المحدد والصريح والمتبصر للمستخدم" (CNIL، 2009، صفحة 26) حسب ما ينص عليه الحق في الخصوصية المعلوماتية الذي يقوم على ثلاث شروط هي أن يكون حرا ومحددا ومتبصرا حسب المواثيق والقوانين الدولية.

لكن سياسة فيسبوك المتعلقة بالخصوصية لا تحقق بصورة كافية هذه الشروط (رضاء المستخدم على معالجة بياناته)، لأنها تعرض على صفحته بصورة تلقائية دون تدخل منه، ومن ثم فهو لا يستطيع رفضها كما أن هذا الرضاء ليس محددا لأن المستخدم حين يقوم بتسجيل بياناته في الموقع، فإنه لا يقصد بهذا أن يعطى رضاه على استخدام هذه البيانات في أغراض تسويقية.

كما أن رضا المستخدم ليس "متبصرا"، أي أن المستخدم لا يكون عالما بالغرض من طلب جمع بياناته ذات الطابع الشخصي أو معالجتها، وذلك على الرغم من أن أحد بنود سياسة خصوصية موقع فيسبوك يتضمن إعلام المستخدم بأن بياناته ذات الطابع الشخصي قد تستخدم في أغراض الإعلانات الموجهة فقط، ومن ناحية ثانية فإن كشف بيانات المستخدم على هذا النحو يتناقض مع ما يعلنه الموقع من أنه "لن يتم تبادل أية بيانات شخصية مع أي معلن عند إنشاء إعلان اجتماعي" (الشافي، 2013، صفحة 14) حيث أن سياسة فيسبوك تصرح بأن جمع المعلومات والبيانات يتم بغرض تقديم خدمات متناسقة ومناسبة للشخص وفق رغبته وميولاته.

وفي نوفمبر 2007، أتاح موقع فيسبوك نظاما يعرف باسم "Beacon" . ووفقا لهذا النظام تظهر منتجات مواقع الإنترنت الأخرى بصورة تلقائية على الصفحات الشخصية لمستخدمي الفيسبوك الذين تعاملوا مع هذه المواقع بشأن منتجاتها وصفحات أصدقائهم. فمثلا إذا أبرم مستخدم الموقع عقدا من خلال أحد هذه المواقع، أو أبدى رأيا في منتج معين على أحد المنتديات، فإن سمة "Beacon" تتيح ظهور هذه العملية بمجرد إبرامها، في صورة إعلانات ترويجية لمنتجات هذه المواقع أو المنتديات، ليس فقط على الصفحة الشخصية لهذا المستخدم، وإنما أيضا على صفحات أصدقائه (Blizard، 2011).

من جانب آخر يمكن لموقع فيس بوك أن يجمع البيانات عن الموقع الجغرافي حيث يتواجد المستخدم الذي يفعل خدمة تحديد الموقع، في حال لم يقيم الأصدقاء بالوشى عن موقع صديقهم الجغرافي عند وسمه في صورة ما أو موقع ما حيث يتسبب الأصدقاء كثيراً في انتهاك الخصوصية فبالإضافة إلى عملية الوسم يقومون بمزامنة لائحة الأصدقاء مع لوائح خدمات البريد الإلكتروني كـ "جي ميل" وغيرها وكذلك مزامنة أرقام الهاتف، وبذلك يحصل الفيسبوك على قاعدة ضخمة من الأسماء والعناوين والأرقام وتبويبها وتصنيفها حسب شبكات العلاقات والاهتمامات وتتبع عمليات البحث والتصفح على مواقع أخرى (الصلبي، 2014).

كما تنص سياسة فيسبوك بأنه في حالة القيام بعمليات مالية (بيع أو شراء، تبرع... الخ) من إحدى خدمات شبكة الفيسبوك فإنه يتم جمع المعلومات الخاصة بالشراء أو المعاملة بما فيها معلومات الدفع مثل رقم بطاقة الائتمان أو الخصم ومعلومات المصادقة، ومعلومات الطرف الآخر بالإضافة إلى تفاصيل الاتصال والشحن والفاتورة، إضافة إلى أنه يقوم بتجميع معلومات عن الأجهزة (الهواتف والكمبيوتر) التي تستخدمها في الولوج إلى الشبكة مثل أنظمة التشغيل والملفات، أسماء البرامج، قوة الإشارة لبطارية، معرفات الأجهزة، الموقع الجغرافي، معلومات الاتصال وأسماء موفري خدمة الاتصال، اللغة، ورقم الهاتف، في حدود الاذونات التي تتيحها ويتم الربط بين المعلومات التي يجمعها من الأجهزة المختلفة (لفيسبوك، 2015).

ويبقى وعي الفرد بنظام سير هذه المواقع صمام الأمان الوحيد لمواجهة مثل هذه الأخطار المتعلقة بالخصوصية -رغم محدودية القدرة على التحكم- فمثلاً يستطيع المستخدم تقييد بياناته الشخصية ومنشوراته وضبطها في الوضع الخاص، والاطلاع مسبقاً على سياسة الموقع قبل الإقدام مثلاً على مزامنة البيانات والعناوين وكذلك من خلال تقييد الموافقة على ربط الحساب الشخصي بمواقع أخرى، ومن هنا يتضح أننا نتعامل مع نوعين من البيانات المتعلقة بالخصوصية البيانات الأولية التي يتم التصريح بها عند انشاء الحساب تتعلق بالاسم والصورة وتاريخ وسنة الميلاد ومعلومات الاتصال، والنوع الآخر يمكن أن نطلق عليه تسمية البيانات التفصيلية وهو ما يتعلق بالمشاركات والاهتمامات التي تظهر من خلال المنشورات والتعليقات والمجموعات والصفحات التي تتم متابعتها فالأولى لا يمكن تجاوزها أو الاستغناء عنها، أما الثانية فتخضع لإرادة المستخدم نسبياً.

3- الإطار التطبيقي للدراسة:

في هذا الجزء من الدراسة سنقوم بعرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية بعد تطبيق أداة الدراسة المتمثلة في المقابلة الكيفية الإلكترونية، التي تم إجرائها إلكترونياً عبر رسائل الفايسبوك مع عينة مكونة من عشر أشخاص مستخدمي شبكة الفيسبوك تم اختيارهم بأسلوب عينة كرة الثلج وهي إحدى العينات القصدية المستخدمة في الدراسات الكيفية، حيث بدأت بأربع مفردات (من قائمة الأصدقاء)، وصلت إلى عشر مفردات تم اقتراحها من قبل الأربع مفردات الأولى (أصدقاء لأصدقاء).

1.3 عرض وتحليل البيانات الكيفية:

■ تصور المبحوثين للخصوصية وتعاملهم مع بياناتهم الشخصية عبر الفايسبوك ودور بعض المتغيرات في ذلك:

أسفرت نتائج الدراسة فيما يخص درجة وعي المبحوثين بموضوع الخصوصية الإلكترونية وتصورهم حول مفهومها، أنها اختلفت نسبياً من شخص إلى آخر حيث عبر البعض عن أن الخصوصية تعني الحق في الاحتفاظ بكل ما هو شخصي وحمايته من الاستخدام أو التداول دون إذن، وذكر البعض الآخر أن الخصوصية تشمل جميع ما يتعلق بالأسرة والحياة الشخصية،

وأضاف أحد المبحوثين أن الخصوصية تشمل الحفاظ على الأسرار التي لا ينبغي مشاركتها مع الآخرين. وقد جاء ترتيب أفراد العينة لدرجة أهمية المعلومات التي يمكن أن تعرض للاختراق على النحو التالي:

- المبحوثة رقم 01: العائلة والمنزل ثم الصور ومعلومات الحياة الشخصية، ثم الاتصالات والرسائل ثم معلومات الدراسة والعمل.
- المبحوثة رقم 02: الاتصالات والرسائل الشخصية، ثم العائلة والمنزل، ثم معلومات الحياة الشخصية ثم الصور، ثم بعض معلومات الدراسة والعمل.
- المبحوث رقم 03: العائلة والمنزل ثم معلومات الحياة الشخصية ثم الرسائل والاتصالات ومن ثم معلومات الدراسة والعمل.
- المبحوث رقم 04: العائلة والمنزل من أهم المعلومات الخاصة تليها الصور ثم معلومات الحياة الشخصية، ثم معلومات الدراسة والعمل ثم الاتصالات والرسائل.
- المبحوثة رقم 05: الاتصالات والرسائل ثم العائلة المنزل ثم الصور ثم معلومات الحياة الشخصية ثم بعض معلومات الدراسة والعمل.
- المبحوثة رقم 06: الصور ومعلومات الحياة الشخصية ثم الاتصالات والرسائل الشخصية، ثم العائلة والمنزل ثم معلومات الدراسة والعمل.
- المبحوثة رقم 07: الصور ومعلومات الحياة الشخصية ثم الاتصالات والرسائل الشخصية، ثم العائلة والمنزل ثم معلومات الدراسة والعمل.
- المبحوث رقم 08: الاتصالات والرسائل الشخصية ثم العائلة والمنزل ثم معلومات الحياة الشخصية ثم معلومات الدراسة والعمل ثم الصور.
- المبحوثة رقم 09: العائلة والمنزل والحياة الشخصية في نفس الأهمية ثم الاتصالات والرسائل الشخصية ثم الصور وبعض معلومات الدراسة والعمل.
- المبحوث رقم 10: الاتصالات والرسائل الشخصية ثم الحياة الشخصية ثم العائلة والمنزل والصور ومن ثم معلومات الدراسة والعمل بدرجة أقل.

تشابهت إلى حد ما ردودهم فيما يخص ترتيب درجة أهمية بعض البيانات الخاصة التي تم اقتراحها من قبل الباحثين، إذ أن الاتصالات والرسائل الخاصة والعائلة، على درجة عالية من الخصوصية لدى الأغلبية مقارنة بمعلومات الدراسة والعمل، كما يلاحظ في هذا الصدد بروز تأثير عامل طبيعة الحساب والجنس.

يعتبر أصحاب الحسابات الشخصية بعض البيانات والمعلومات (الصور والحياة الشخصية) من أكثر البيانات خصوصية لكن هذا لا يعني أنهم يعتبرون بقية البيانات غير خاصة لأن حساباتهم شخصية وعامة يميلون لعدم مشاركة العديد من البيانات بداية من أكثرها خصوصية وصولاً إلى بعض البيانات الأقل خصوصية كمعلومات الدراسة والعمل، بينما الحسابات المهنية يعتبرون بعض معلومات أقل خصوصية خاصة ما يتعلق بالدراسة والعمل التي لا يجدون أشكال من مشاركتها مع الآخرين لأن الحساب مهني بالأساس وذلك يقع في صميم الهدف من انشائه، في حين يجدون مشاركة معلومات الحياة الشخصية والعائلة لا

يتناسب مع طبيعة الحساب والهدف منه ويفضلون ابقاءها خاصة للغاية، وفي نفس الوقت اعتبرت الاتصالات والرسائل الشخصية من أكثر المعلومات خصوصية لدى الطرفين.

كما ظهر تأثير عامل الجنس حيث أن الاناث يعتبرن معلومات الحياة الشخصية والصور والعائلة والاتصالات والرسائل الشخصية من أكثر المعلومات والبيانات خصوصية، مقارنة بالذكور الذين أعطو تصنيفاً متأخراً للصور فهم أقل تخوفاً من مشاركة صورههم على حساباتهم.

كما أسفرت إجابات المبحوثين عن أن التعامل مع البيانات المتعلقة بالخصوصية وكيفية ادارتها مرتبط ببعض العوامل والمتغيرات أهمها الجنس وطبيعة الحساب مهني أو شخصي وهدف المستخدم من انشائه وكذلك الافراد المدرجين ضمن قائمة الأصدقاء ان كانوا من المعارف أو غرباء وكذلك درجة شهرة الفرد وهذه المتغيرات تختلف من شخص إلى آخر.

فقد عبر أصحاب الحسابات المهنية المعروفة نسبياً والخاصة بالأشخاص الذين يمتلكون نوعاً من الشهرة (سواء يسعون لتحقيقها أو أنها جاءت كنتيجة لنشاطهم المهني)، لا تعبر قضية خصوصية البيانات الشخصية أهمية بالغة خاصة الصور وتفاصيل الحياة اليومية وكذا معلومات الاتصال والحياة المهنية لأن الغرض من الأساس وراء انشاء الحساب هو توصيل المحتوى إلى أكبر قدر من المتابعين، في حين عبر الشخصيات العادية الذين يستخدمون حساباتهم لأموال شخصية كالتواصل مع العائلة والأصدقاء والترفيه الشخصي والبحث عن المعلومات، أنهم يعيرون أهمية بالغة لخصوصية بياناتهم خاصة معلومات الاتصال (رقم الهاتف والاميل) وكذلك الصور وتفاصيل الحياة اليومية التي لا يرون أن هناك حاجة لمشاركتها مع الغير كما أن ذلك لا يعد من ضمن أهدافهم ولا تعد من ضمن الحاجات التي يسعون لإشباعها من استخدامهم للفايبيوك.

وفي نفس السياق ظهر تأثير عامل النوع الاجتماعي (الجنس) في كيفية التعامل مع البيانات المتعلقة بالخصوصية على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أن فئة الذكور لا يعيرون موضوع خصوصية بياناتهم اهتماماً بالغاً مقارنة بفئة الإناث خاصة فيما يخص الصور ومعلومات الاتصال، معللين ذلك بطبيعة المجتمع وذهنية العائلة وكذلك المعايير الدينية التي تحرم على المرأة استعراض نفسها أمام الغرباء، حتى أن بعضهن لا يشاركن صورههم عبر رسائل الفايبيوك لأنهم يعتبرن أن هذه المواقع غير آمنة. وقد أبدى جميع المبحوثين اهتمامهم بموضوع الخصوصية الشخصية حيث أن مفهومهم حولها متغير حسب الموقف وحسب المعلومات والبيانات التي يمكن أن تتعرض للسرقة أو الانتهاك، كما أن درجة وطبيعة الاهتمام اختلفت من شخص إلى آخر حسب طبيعة الشخصية عادية أو معروفة فالشخصيات المعروفة نسبياً تميل إلى توسيع نطاق حدود الخصوصية بحيث ما يعتبر خاصاً جداً لدى الفئة الأولى يمكن اعتباره عاماً لدى الفئة الثانية كالصور والفيديوهات، كما لعبت بعض العوامل الشخصية والاجتماعية والثقافية دوراً في تحديد ذلك أهمها الجنس والوضع الاجتماعي، التي تحدد بدورها طبيعة وهدف الحساب وكذلك درجة ارتباطهم بمعايير مجتمعهم الثقافية والاجتماعية فعلى سبيل المثال تميل الفتيات للتقيد بنظرة المجتمع إلهما وكونها قد تكون مستهدفة بسرقة بياناتها من قبل الغير أكثر من فئة الذكور.

و هناك دافع آخر للحرص على سرية بعض البيانات أهمها الصور والفيديوهات لدى البعض وهو دافع الخوف من أعمال السحرة والسحر التي أصبحت منتشرة بكثرة خاصة وأن الصور المستخدمة في ذلك غالباً ما تكون مأخوذة من حسابات الأشخاص على شبكات التواصل الاجتماعي كما صرح بذلك أحد المبحوثين حيث انتشرت مثل هذه الممارسات وزاد معدلها في

السنوات الأخيرة عقب انتشار استعراض الصور الشخصية على شبكات التواصل الاجتماعي، وتؤكد هذه الملاحظة على تأثير جانب آخر من المعتقدات الاجتماعية والثقافية على تعامل المستخدم مع بياناته الشخصية حيث انتقلت هذه القنوات من الممارسة الواقعية إلى الممارسة الافتراضية.

أما ذوو الحسابات المهنية والرسمية فاختلقت درجة اهتمامهم بموضوع الخصوصية فحسبهم أن طبيعة نشاطهم على شبكات التواصل الاجتماعي (البعض يستخدمونه لأغراض تسويقية، والبعض تعليمية وأكاديمية)، يحتم عليهم الظهور لكنهم أشارو بأن ظهورهم يكون في إطار رسمي مهني لا غير، كما أشارت إحدى المبحوثات بأن شبكات التواصل الاجتماعي قد فتحت آفاق جديدة للتعبير وحرية الاعلام وحدث من احتكار بعض النخب للمشهد الإعلامي وأن الرغبة في استغلال هذه الإمكانيات يحتم على الأفراد التنازل ولو نسبيا عن بعض الخصوصية في سبيل تحقيق الأهداف الخاصة وصالح المجتمع، وهنا نستحضر الجدل وحدود الفصل بين حقين متعارضين إلى حد ما هما الحق في الخصوصية والحق في الاعلام. حيث أدى تطور التكنولوجيا الرقمية عموما وتكنولوجيا الاعلام والاتصال تحديدا، إلى اتساع نطاق حرية الاعلام على حساب واحد من أهم حقوق الأفراد وأكثرها حساسية ألا وهو الحق في الخصوصية فأصبح الحق في الاعلام بمثابة ذريعة للمساس بصور الناس وأحاديثهم الخاصة وحتى علاقاتهم الشخصية دون إذن منهم، خصوصا عبر منصات التواصل الاجتماعي وقد أشار عدد من المبحوثين إلى ضرورة سن قوانين وتشريعات واضحة وصارمة تحمي الأفراد من استغلال بياناتهم وحماية خصوصيتهم التي ينبغي إعادة تعريفها ضمن هذا الفضاء الرقمي الذي يتميز بنوع من الخصوصية.

وبالمقارنة مع نتائج الدراسة التي قامت بها ماري مادن "رفقة باحثين آخرين والتي تمت الإشارة إليها سابقا حيث توصلوا إلى أن الشباب أكثر فئة تشارك المعلومات والبيانات الشخصية على ملفاتهم الشخصية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي مع شبكات واسعة من الأصدقاء، وأن مسالة وصول أطراف أخرى لبياناتهم على وسائل الاعلام الاجتماعية لا تشكل مصدر قلق لهم، تختلف مع ماتوصلنا اليه مع العلم أن الفئة التي شملتها دراستنا كذلك من فئة الشباب تراوحت أعمارهم بين 20 و35 سنة، حيث تحليلنا هذه النتائج إلى التأكيد على دور المعايير الاجتماعية والثقافية في تعامل المستخدمين مع قضية الخصوصية عامة وشبكات التواصل الاجتماعي على وجه التحديد. التي مازالت تلعب دورا في استخدام الأفراد ضمن مجتمعاتنا -التي يمكن وصفها بالمحافظة- لتكنولوجيا الاتصال عكس العديد من المجتمعات الغربية الأكثر تفتحا والاقلة التزاما بالمعايير الدينية.

■ أشكال الانتهاكات التي يتعرض إليها المستخدمون عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتعاملهم مع بيانات الآخرين:

أظهرت ايجابات المبحوثين فيما يخص أنواع الانتهاكات التي يتعرضون إليها أو لاحظوها من خلال استخدامهم لشبكة الفايسبوك أنها لم تتعلق باختراقات للحسابات أو انتحال للشخصية حيث اقتصر على بعض الأمور المزعجة الملاحظة أثناء الاستخدام. حيث أن أبرز صور انتهاك الخصوصية التي عبر عنها جميع أفراد العينة هو ظهور التفضيلات والتعليقات في المجموعات والصفحات العامة لجميع أصدقائهم، حيث يجد البعض منهم هذا الامر انتهاكا صارخا لخصوصيتهم ويعيق حريتهم في التعبير وابداء الآراء بصراحة خاصة في بعض الموضوعات التي تمثل طابوهات اجتماعيا.

من جانب آخر اعتبر أغلب المبحوثين كذلك ظهور المحتوى غير المناسب والإعلانات المتكررة والمزعجة التي تظهر أثناء تصفح المحتوى في آخر الأخبار أو في قسم الفيديوهات على الفايسبوك إحدى صور انتهاكات الخصوصية التي يتعرضون إليها، حيث

لاحظ عدد منهم بأن الإعلانات تتعلق بأشياء سبق لهم وأن تحدثوا عنها مع أصدقائهم أو بحثوا عنها في قسم البحث في فيسبوك أو أحد التطبيقات المرتبطة به، ما أكد لهم أن الموقع يقوم باستثمار البيانات التي يتم تجميعها مسبقا من خلال ما يتم التصريح به من قبل المستخدمين سواء بشكل مباشر أو غير مباشر في العمليات التسويقية، في حين أشار أحد المبحوثين عن رضاه بظهور التفضيلات الاعلانية وفق رغبته واهتماماته كون ذلك يوفر عليه جهد البحث عنها وهذا ماتعبّر عنه فعلا احد البنود في سياسة الخصوصية الخاص بالفيسبوك وهو أن تجميع المعلومات والبيانات الخاص بالمبحوثين يهدف إلى تقديم خدمة متسقة للمستخدمين.

فيما يخص تعاملهم مع هذه الانتهاكات أشار كل المبحوثين إلى أنهم يقومون بإخفاء هذه الإعلانات أو تبليغ إدارة الفيسبوك عن المحتوى غير المناسب، وفي الغالب أن ذلك لا يجدي نفعا حيث أن الإعلان نفسه يستمر بالظهور أو يظهر محتوى مشابه له، فيلجؤون في النهاية إلى حضر الجهة التي تشاركه سواء كان شخص أو صفحة.

■ تقييم المبحوثين لسياسة الفيسبوك المتعلقة بالخصوصية:

صرح كل المبحوثين بأنهم لم يطلعوا على سياسة فيسبوك المتعلقة بالخصوصية قبل انشاءهم لحسابهم الشخصي حيث وافقوا مباشرة على البنود دون الاطلاع عليها، وأشار البعض إلى أنه لم ينتبه لوجود هذه الخطوة أثناء التسجيل من الأساس، في حين أشار البعض إلى أن ذلك يعد أمرا روتينيا في التسجيل ضمن العديد من المواقع والتطبيقات المتاحة على الانترنت لذلك يقومون بالموافقة دون الاطلاع على البنود، وأن كل ما يعرفونه عن هذا الموضوع أن هذه المواقع ليست على درجة كبيرة من الامن والخصوصية والحسابات فيها معرضة للاختراق، لكن البعض منهم أشارو إلى أنهم اكتشفوا العديد من السياسات بعد استخدامهم للفيسبوك بمدة، فمثلا صرح أحد المبحوثين بأن الفيسبوك يقوم بالتعرف على شبكات العلاقات و دوائر الأقارب والأصدقاء ومدى التفاعل والتوافق أو الخلاف مع كل منهم، والأشخاص الأكثر تواصلا معهم ، وذلك من خلال اقتراحات الصداقة وبروز تفضيلات المحادثات والمحتوى المقترح في آخر الأخبار.

لكن البنود المتعلقة بجمع البيانات واستغلالها لأغراض إعلانية فلم يكن لدى المبحوثين علم مسبق بها لكن أغلبهم أشار إلى أن جميع وسائط الانترنت تقوم بتخزين نسخ عن البيانات والمعلومات، ففور تنزيلها يفقد الفرد حقوق ملكيتها بما في ذلك خدمات البريد الالكتروني ومواقع الانترنت ولا تعد شبكات التواصل الاجتماعي استثناء في هذا الصدد.

وقد قيم المبحوثين سياسة الخصوصية الخاصة بالفيسبوك من زوايا عدة ، فمن جهة عبّروا عن وجود بيانات يمكن التحكم في إدارة خصوصيتها من خلال أدوات التحكم التي تتيحها اعدادات الفيسبوك، و يتعلق الأمر بالمنشورات التي تحمل معلومات المتعلقة بتفاصيل الحياة اليومية من صور ومقاطع الفيديو خاصة وأن هذه البيانات ذات صلة مباشرة بانتهاكات الخصوصية اذ يمكن أن تستغل في انتحال الشخصية أو الابتزاز واتاحة هذه المعلومات يخضع لإرادة المستخدم نفسه.

إضافة إلى إمكانية التحكم في خصوصية المنشورات ومعلومات الاتصال وبيانات العمل والدراسة وغيرها لكن التحكم يشمل اخفاءها عن بقية المستخدمين لكن من جانب آخر لا يمكن ازالتها نهائيا من الموقع أو التحكم في استغلالها من قبل إدارة الفيسبوك للأغراض الاعلانية حيث لا يخضع ذلك كليا لموافقة مسبقة للمستخدم فسياسات فيسبوك غير واضحة ومحددة بدقة بهذا الشأن، وهذا ما يشكل انتهاكا صارخا لخصوصية المستخدمين حسب المبحوثين.

كما تمنح سياسة الفايسبوك للمستخدم إمكانية تخصيص ما يراه والتحكم به، بإلغاء تتبع أو إخفاء منشور والغاء صداقة وحظر الأشخاص والتطبيقات التي لا يرغب برؤيتها، أو ابداء رأيه لصاحب المنشور إلا أنه وفي نفس الوقت توجد بيانات لا يتيح الفايسبوك إمكانية التحكم فيها كظهور التفضيلات والصفحات العامة المتبعة والتعليقات للأصدقاء فرغم أن البعض أبدى عدم انزعاجه من مشاهدة أصدقائه جميع اهتماماته وقراءة أفكاره من خلال التعليقات، إلا أن البعض الآخر أشار إلى أن ذلك يعتبر مصدر إزعاج واختراق صارخا لخصوصيتهم.

وقد قيم المبحوثون خصوصية الفايسبوك مقارنة بالخدمات التي يقدمها عموماً بأنهم يشعرون أنه وسيلة اتصالية اتاحت لهم إمكانية نشر والمشاركة بحرية لكل ما يرغبون به قياساً ببقية وسائل الاعلام، كما أنهم يشعرون أن خصوصيتهم محمية إلى حد ما عند استخدامه حيث أن النظر إلى إيجابياته المتعددة يمكن التغاضي على العديد من الانتهاكات التي يتعرضون لها وأنه أصبح وسيلة ضرورية لا يمكنهم الاستغناء عنها في التواصل اليومي ومعرفة الاخبار ونشر الأفكار والتعبير بحرية.

4- خاتمة:

تناولنا في دراستنا هذه إشكالية الخصوصية على شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى أهم الموضوعات المثيرة للجدل ضمن العديد من الأصعدة والمجالات البحثية، حيث أنه دائماً ما يرافق ظهور وانتشار استخدام أي تقنية جديدة طرح العديد من الإشكاليات والخصوصية هي إحدى أهم هذه الإشكاليات التي صاحبت ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة كيفية تعامل الأفراد مع القضايا المتعلقة بها، لأن كيفية استخدام الفرد لها يحدد إلى حد ما تحكمه في إدارة خصوصيته ضمن هذه الفضاءات الرقمية، وبعد اجراءنا لمقابلات شخصية معمقة مع عينة من مستخدمي الفايسبوك بلغ عددهم عشرة مفردات توصلنا إلى جملة من النتائج نلخصها في النقاط الآتية:

- اختلف تحديد المبحوثين لمفهوم الخصوصية وترتيبهم لأهمية البيانات المتاحة عبر الفيسبوك حسب طبيعة الحساب وجنس المبحوث، وعموماً فإن نظرهم لا تتسم بالدقة والأهمية المطلوبة للتعامل مع الخصوصية ضمن الواقع الرقمي.
- إن التعامل مع البيانات المتعلقة بالخصوصية وكيفية ادارتها مرتبط ببعض العوامل والمتغيرات كالسن والجنس وطبيعة الحساب مهني أو شخصي وهدف المستخدم من انشائه وكذلك الأفراد المدرجين ضمن قائمة الأصدقاء إن كانوا من المعارف أو غرباء وهذه المتغيرات تختلف من شخص إلى آخر.
- تتحكم المعايير الاجتماعية والثقافية في كيفية التعامل مع القضايا المتعلقة بالخصوصية حيث لا يمكن تعميم ذلك على جميع المستخدمين لأن هذه المعايير لا تزال تؤثر على خيارات فئة منهم خاصة الإناث.
- ظهور تفضيلاتهم وتعليقاتهم للآخرين من أهم صور انتهاكات الخصوصية التي يتعرض لها أغلب المبحوثين إضافة إلى الإعلانات المتكررة والمزعجة والتي لاحظوا أنها تتناسب مع ميولاتهم واحتياجاتهم التي يعبرون عنها.
- بخصوص تقييم المبحوثين لسياسة الخصوصية الخاصة بالفيسبوك فقد كانت من جانبيين:
- من جانب عبرو عن استيائهم من استغلال إدارة الفايسبوك للبيانات الشخصية لأغراض إعلانية كون ذلك غير مصرح به بشكل واضح ضمن سياسة الخصوصية.

- ومن جانب آخر أشارو إلى أنه يمكن التحكم في خصوصية بيانات أخرى طالما أن الفايبروك يتيح إمكانية تحكم الشخصي في ادارتها بنفسه خاصة فيما يتعلق بخصوصية المنشورات والمعلومات المتعلقة بالحياة الشخصية وتفاصيل الحياة اليومية والتحكم في المحتوى الظاهر.
- وبناء على هذه النتائج نطرح التوصيات الآتية:
- ضرورة نشر الوعي القانوني لدى المستخدمين فيما يخص أهمية الحق في الخصوصية الالكترونية عبر الوسائط الجديدة.
- ضرورة الوعي بالسياسات التي تحكم سير التطبيقات والمواقع الالكترونية من خلال الاطلاع عليها بإمعان مسبقاً قبل التسجيل ضمنها.
- توصي الباحثان بإجراء المزيد من الدراسات على عينات نوعية من أجل فهم أكثر دقة لتقييم الافراد لموضوع الخصوصية الالكترونية وتعاملهم مع القضايا المتعلقة بها.

5. قائمة المراجع:

- المؤلفات:
- 1. حسام الدين كامل الأهواني. (1978). *الحق في احترام الحياة الخاصة ، دراسة مقارنة*. القاهرة: دار النهضة العربية.
- 2. فاطمة الزهراء عبد الفتاح. (2019). *ملامح الخصوصية والانكشاف في عصر التقنيات الذكية*. الامارات العربية المتحدة: المستقبل للدراسات والابحاث المتقدمة.
- 3. فريديريك بارث وآخرون، ترجمة أبو بكر أحمد بادقان و إيمان الوكيل. (2017). *الأثروبولوجيا حقل علمي واحد وأربع مدارس*. بيروت، لبنان: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
- 4. ماهر عودة الشامي وآخرون. (2015). *الإعلام الرقمي الجديد*. عمان الأردن: الاعصار للنشر والتوزيع.
- 5. منال هلال المزاهرة. (2011). *بحوث الاعلام الأسس والمبادئ*. القاهرة: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع.
- 6. T. Zeggane et S. Jacquie W. J. Maxwell. (2008). *Publicité ciblée et protection du consommateur en France, en Europe et aux Etat-Unis*.

الأطروحات:

1. غمشي الزهرة. (2018). *رأس المال الاجتماعي الافتراضي: قراءة في سوسيولوجيا العلاقات الاجتماعية في مواقع الشبكات الاجتماعية* — دراسة على عينة من مستخدمي الفايبروك الشباب بالجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال. جامعة أحمد بن بلة، وهران ، الجزائر.
2. CROCHERIE Julie. (2008-2011). *Intimité et adolescents hospitalisé*. , Travail de Fin d’Etudes – Diplôme d’Etat Infirmier, Promotion

المقالات:

1. شرف جابر سيد، خالد بن عبد الله الشافي. (2013). *حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة انتهاك الخصوصية في موقع فيس بوك دراسة مقارنة في ضوء النظام السعودي*. مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية.
2. صابين تريبل تر: فضيل دليو وأمين جنيح. (2020). *نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي: الخصوصية والتواصل في ضوء إمكانات وسائل التواصل الاجتماعي*. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 79.
3. عادل بن الحاج رحومة. (2010). *تنشئة الهويات الفردية عند الشباب عبر الفضاءات الاتصالية والمعلوماتية*. مجلة إضافات، 137.
4. محمد بن عيد القحطاني. (2015). *حماية الخصوصية الشخصية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تأصيلية مقارنة*. الرياض- المملكة العربية السعودية: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

5. واكد نعيمة. (2012). اشكالية التفاعل الاجتماعي ضمن الشبكات الاجتماعية. مجلة فكر ومجتمع، 220.

• مواقع الإنترنت:

1. أندرياس برنار. (2022, 11 5). نبذة قصيرة عن كتاب عصر نهاية الخصوصية لأندرياس برنار: <https://www.noonpost.com>
2. نايلة الصليبي موقع فيسبوك ومعضلة احترام الخصوصية، (2014). تم الاسترداد من: <http://www.france24.com>
3. سياسة الخصوصية لفيسبوك. (2015): <https://myshadow.org>
4. Anna Haverinen. (2022). Internet Ethnography: The Past, the Present and the Future . <https://sitesualberta.ca/icqm/bakissues>
5. CNIL. (2009). La publicité ciblée en ligne de la CNIL : <http://true-reality.net>