

إيديولوجيا الشبكات الاجتماعية وخصوصية المستخدم بين الانتهاك والاختراق

د. تومي فضيلة

جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)

"يتقاسم ويتشارك الشباب اليوم أكثر من أي وقت مضى المزيد من المعلومات والبيانات الشخصية على ملفاتهم الشخصية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي. والتي تتم مشاركتها مع شبكات واسعة من الأصدقاء. ويقول معظم المستخدمين في سن المراهقة إن مسألة وصول طرف ثالث لبياناتهم على وسائل الإعلام الاجتماعية لهو مسألة غير مقلقة للغاية وأنهم غير منشغلين بذلك"¹.

Mary Madden and others

ملخص:

تهدف هذه الورقة العلمية إلى التطرق إلى مخاطر وأثار عرض الذات على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ومختلف التحديات التي تواجه المستخدمين لحماية خصوصياتهم في هذه الفضاءات الافتراضية التي أصبحت عالم زجاجي، حيث أصبح متعارف على نحو متزايد أن تقديم الذات على النحو المأمول في هذه البيئات الرقمية يستلزم عرض معلومات وبيانات شخصية كثيرة عن المستخدم، وهذا ما يعرضه للعديد من المخاطر. كما نتناول دراستنا هذه آليات إدارة الخصوصية المناسبة اجتماعيا، نظرا لما هو شائع اليوم من عرض عمدي للبيانات الشخصية بشكل متزايد على الشبكات الاجتماعية وتفشي ظاهرة مراقبة حياة الآخرين، وهذا ما يثير مسألة الهوية والمخاطر الاجتماعية الناجمة عن التواجد الرقمي للأفراد. كما تحاول هذه الدراسة معالجة التفكك التدريجي والتقارب الحاصل بين المجالين العام والخاص، والذي أثار قضايا السيطرة على حماية الخصوصية في عالم الشبكات.

الكلمات المفتاحية: مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، الخصوصية، الحماية، التهديدات.

Abstract:

We chose to present this article to demonstrate the effects and risks of self-presentation on social networking sites and their privacy challenges in virtual space that becomes a world of glass. It is also the Users of online social networking communities are disclosing large amounts of personal information, putting themselves at a variety of risks. Our ongoing research investigates mechanisms for socially appropriate privacy management. Today it is becoming increasingly commonplace to deliberately provide personal information and observe the lives of others on social networks. The generalization of self-exposure and interpersonal surveillance raises the question of the social and identity risks generated by online hyper visibility.

This article offers to concentrate on the effects of the de compartmentalization of the private and public spheres as well as on the stakes of the control of self exposure by users.

Key words: social networking sites, privacy, threats, protections.

¹ Mary Madden and others, Teens, Social Media, and Privacy, the Berkman center and society, Harvard university, MAY 21, 2013.

résumé:

nous avons choisi de présenter cet article pour démontré les effets et les risques de la l'auto-présentation de soi sur les sites de réseautage social, et leur défis de la protection de la vie privée sur l'espace virtuelles qui devient un monde de verre. c'est aussi les Utilisateurs des communautés de réseaux sociaux en ligne qui divulguent de grandes quantités d'informations personnelles, se mettant à une variété de risques. Notre recherche actuelle étudie les mécanismes de gestion de la vie privée socialement appropriée. il est aujourd'hui de plus en plus banal de livrer délibérément des informations personnelles et d'observer la vie des autres sur les réseaux sociaux. La généralisation de la présentation de soi et de la surveillance interpersonnelle pose la question des risques sociaux et identitaires engendrés par l'hypervisibilité en ligne.

Cet article propose de s'arrêter sur les effets du décloisonnement des sphères privée et publique, et sur les enjeux du contrôle de la protection de la vie privée des utilisateurs.

Mots-Clés: les sites de réseautage social, la vie privée, Menaces, Protections.

مقدمة:

شهدت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت مثل: Friendster، أو Myspace، أو Facebook، نموا متسارعا في عدد المستخدمين والمشاركين في السنوات الأخيرة. وتعد هذه الشبكات وسيلة جذابة للتفاعل وتجاذب الاتصالات، كما أوضحت حسب **Alessandro Acquisti** سمة مميزة لحياة المستخدمين اليوم في هذا العصر الرقمي، ولكن في المقابل لذلك أصبحت تثير مخاوف الخصوصية والأمن.² نظرا لخصائص ومميزات التقنية الرقمية التي ساهمت في تآكل الخصوصية الفردية، والتي تعود إلى أن ما نقوم بتدوينه ونشره على منصات هذه الشبكات لم يعد ملكية خاصة وإنما أصبح ملكية عامة ومشاعة في ظل التدفق الهائل للبيانات، والزخم المعلوماتي الحاصل في هذه الفضاءات الافتراضية التي انتقلت من الخاص إلى العام.

واجتذبت بدورها الملايين من المستخدمين منذ ظهورها، حتى اكتسبت شعبية كبيرة،³ والعديد منهم ألفوا استخدامها في حياتهم اليومية، فبرزت الكثير من الممارسات والاستخدامات وتزايدت الاهتمامات بهذا الشكل التواصلي الجديد، الذي كرس المزيد من التفاعل والتشارك المبني على أساس قواسم مشتركة وميولات موحدة، فوجدت إقبالا منقطع النظير من مختلف فئات المجتمع سيما الشباب منهم. وتشعبت استخداماتها وازدادت تطبيقاتها وتنوعت خدماتها بشكل ملفت للانتباه نبأ بإستراتيجيات متبعة وسياسات مستهدفة وأهداف مرجوة على المدى القصير والبعيد، وذلك وفقا لأيدولوجيا هذه الشبكات، والتي تعدت حدود الاستكشاف في خبايا هذا الفضاء السيبري الذي يطل من خلاله بعضنا على الآخر في شكل أحداث وصور ورموز.. الخ، وفي الوقت ذاته أثارت هذه الشبكات ما يسمى **بسياسة الخصوصية** وطرحتها على مستخدميها وتعلقت هذه الأخيرة بالعديد من التطبيقات والخدمات التي طرحتها وارتبطت بتغذية وتحيين هذه الحسابات والصفحات.⁴

ومن هذا المنظور، غيرت ثورة الويب 0.2 مجرى الأنشطة الاجتماعية، وقلبت نمط الحياة العلائقية ونقلتها من المجتمعات الحقيقية إلى المجتمعات الشبكية، والتي أوضحت تقدم تسهيلات جمة في مجال الاتصال ونشر وتشارك الأفكار والصور والفيديوهات وكذا التعليق على الأحداث اليومية، لكن في الواقع، يبدو أن الأجيال الشابة قد كونت لها مفهوم مختلف عن شكل الحياة الخاصة، وكيفية حمايتها خاصة عندما يتعلق الأمر بالتواجد في الفضاءات الافتراضية.

² Alessandro Acquisti and Ralph Gross, *Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook*, Pre-proceedings version. Privacy Enhancing Technologies Workshop (PET), H. John Heinz III School of Public Policy and Management, Carnegie Mellon University, Pittsburgh, 2006.

³ Gordon Hull, Heather Richter Lipford, Celine Latulipe, *Contextual gaps: privacy issues on Facebook*, *Ethics Inf Technol* (2011) 13:289–302, P289.

⁴ Ibid.

بحيث أنه ليس بوسعها إخفاء أي شيء عن الآخر في هذا العالم الزجاجي، وبالتالي فهي تدفع ثمننا باهضاً للاستفادة من التكنولوجيات الجديدة.⁵ التي لا تعترف بالقيود وتتجاوز كل الحدود والرقابة والقوانين وتقفز على الأعراف المحليّة وتضرب بكل قواعد الضبط الاجتماعي وتعصف بالأطر القيمة للأفراد والمجتمعات.

وبالموازاة لذلك، تزايدت أشكال وطرق التكتشف في زمن التعري، حيث يشير F.GRANJON إلى أن الشبكات الاجتماعية تحفزنا بأشكال وطرق مباشرة لعرض وتمثيل ذواتنا رقمياً عن طريق كشف معلوماتنا الشخصية طواعية أو إكراهاً، وهذا ما أدى إلى ظهور مشكلة أرقت مستخدمي هذه الفضاءات الافتراضية ألا وهي الانتهاك الواضح لخصوصياتهم أحياناً، واختراقها أحياناً أخرى، ووظفت لذلك أساليب وسبل تقنية شتى منها ما يستخدم لغرض الدعاية والتسويق ومنها ما هو أمني.

ولهو جدير بالذكر، أن موضوع خصوصية مستخدم الشبكات الاجتماعية له من الأهمية بمكان، لذا وجب التطرق إلى هذا الموضوع بالشرح والتحليل والتقيب عن خفاياه من خلال الإجابة عن التساؤل الجوهرية والذي مفاده ما يلي:

هل ستوقف مواقع شبكات التواصل الاجتماعي عند حد انتهاك خصوصية المستخدم فقط؟ أم هي سياسة محكمة لتنفيذ أيديولوجيا هادمة تتبعها الشركات المالكة لهذه الشبكات؟

1. الخصوصية مشكلة تؤرق مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي: لقد قادت الثورة الرقمية إلى زمن وصف بزمن التكتشف، والذي اقترن بأهم ما يمتلكه الإنسان ألا وهي خصوصيته الشخصية، والتي أصبحت مستهدفة بشكل كبير من بعض مستخدمي وملاك تقنيات الاتصال الجديدة، سواء عن حسن ظن أو نقيضه. وعلى الرغم من ذلك شهدت منصات شبكات التواصل الاجتماعي إقبالا متزايداً للمستخدمين عليها، يتهاقون في نشر خصوصياتهم على حسابات وصفحات هذه المواقع، لكن لم يتوقف الأمر عند هذا الحد من الاستخدام بل تعداه من التعري إلى الانتهاك والتطفل، ووظفت لذلك شتى الأساليب والوسائل، فأضحت مسألة الخصوصية الفردية مشكلة تؤرق مستخدمي هذه المواقع. فما هي الخصوصية الفردية يا ترى على مواقع الشبكات الاجتماعية؟ ما هو دورها؟ ما أنواعها؟ وكيف يمكن مواجهتها؟

2. خصوصية المستخدم في الفضاء الرقمي: المفهوم والسياق؟

إن ظهور أي تقنية جديدة يصاحبها العديد من المميزات والشائكة والقضايا المتشابهة، وهذا ما له وقع الأثر على ممتلكيها، وهذا ما دفع بهم إلى الدخول في العديد من المشاكل القانونية والتي شكلت لهم العائق الأكبر في نموها، ومن تلك القضايا التي زادت بشكل مطرد قضية الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث احتدم النقاش وتقاطعت الأفكار والرؤى حول تعدي هذه المواقع على خصوصية المستخدم وبالتالي غيرت من مفهومها وزادت في إستراتيجياتها، فإمكان أي مستخدم أن يتعرف على الكثير من خصوصيات مستخدم آخر سبق له معرفته أو لم تسبق، بمجرد تمضية بضع لحظات في الولوج إلى ملفه الشخصي Profile وهو من سبقي بالغرض.

وفي هذا السياق، وجب التعريف بمفهوم الخصوصية بحيث يمكن أن يعرف بأنه تحكّم الأفراد في مدي وتوقيت وظروف مشاركة حياتهم مع الآخرين. وتدخل الخصوصية كحق يمارسه الفرد للحد من إطلاع الآخرين على مظاهر حياته والتي يمكن أن تكون أفكاراً أو بيانات شخصية.⁶ هي أيضاً، وصف لحماية البيانات الشخصية للفرد، والتي يتم نشرها وتداولها من خلال وسائط رقمية. وتتمثل البيانات الشخصية في البريد الإلكتروني، والحسابات البنكية، والصور

⁵ Danah boyd, Facebook's Privacy Trainwreck Exposure, Invasion, and Social Convergence, Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, <http://cvg.sagepub.com>.

⁶ Conflicts of Interest, Privacy/Confidentiality, and Tissue Repositories: Protections, Policies, and Practical Strategies Conference co-sponsored by PRIM&R and the Columbia University Center of Bioethics. 2004 May 3-5, Boston, MA.

الشخصية، ومعلومات عن العمل والمسكن وكل البيانات التي نستخدمها في تفاعلنا على الإنترنت أثناء استخدامنا للحاسب الآلي أو الهاتف المحمول أو الذكي أو اللوح الإلكتروني... الخ.

3. ماذا تعني الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي؟

3-1. الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي: تعني الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي حق الفرد المستخدم في أن يقرر بنفسه متى وكيف وإلى مدى ممكن أن تصل المعلومات الخاصة به إلى الآخرين من المستخدمين أو القائمين عليها، وبذلك ينضح أن لكل فرد الحق في الحماية من التدخل في شؤونه، وله الحق أيضا في الاختيار الحر للآلية التي يعبر بها عن نفسه ورغباته وتصرفاته للآخرين.

وعلى هذا النحو، فالخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي وفي أبسط معانيها ترتبط بسرية الحياة الخاصة لمستخدمي تلك المواقع، سواء كانت وقائع أو معلومات في الحاسب الآلي الشخصي أو الهاتف الذكي، أو تم تخزينها في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي التي يشترك فيها المستخدم والتي قد يتم اختراقها مثل Facebook أو البريد الإلكتروني حيث أن سرقتها أو الاعتداء عليها يعد إنتهاكا للخصوصية، كذلك التجسس الإلكتروني، أو اعتراض الرسائل البريدية المرسله بغرض الإطلاع عليها، أو معرفة محتوياتها، ومن ثم إفشاء الأسرار التي قد تحتويها تلك الرسائل ومن قبيل ذلك الأسرار السياسية والاجتماعية والصحية وغيرها من الانتهاك والاختراق.

كما أن حماية الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي تنحصر في حق الشخص في أن يتحكم بالمعلومات التي تخصه، وهو يعد من أهم المفاهيم التي تستدعيها كافة النظم والقوانين الهادفة إلى حماية الخصوصية المعلوماتية، وعليه يمكن القول، أن حماية الخصوصية المعلوماتية هي حماية البيانات الخاصة بالأفراد الذين يستخدمون تلك المواقع عبر الشبكة.

وجدير بالذكر، أن هناك ترادفا بوجه عام قائما ما بين مصطلح خصوصية المعلومات وحماية البيانات، وليس بين الخصوصية وبين حماية البيانات أما شيوع استخدام اصطلاح الخصوصية مستقلا ومنفردا دون إلحاقه بالبيانات في البيئة الإلكترونية للدلالة على حماية البيانات، فهو أمر يرجع إلى أن تعبير الخصوصية شاع بوقعه هذا في ظل تزايد مخاطر التقنية، وكأنه ينحصر في نطاقها وبيئتها وهو طبعا ليس كذلك، ولكن ربما لأنه أشد ما يمكن أن يمثل اختراقا لهذا الحق وانتهاكا له، هو الوسائل التقنية ومخاطر المعالجة الآلية للبيانات، كما أن استخدام مصطلح الخصوصية في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، يشير إلى حماية الخصوصية المعلوماتية أو حماية البيانات.⁷

3.2. شبكات التواصل الاجتماعي ضرورة لا بد منها: أصبح التواجد في منصات شبكات التواصل الاجتماعي ضرورة أمثلتها التطورات التكنولوجية الحاصلة في ميدان الاتصال، وذلك لسهولة التواصل وتقاسم الأفكار والمعلومات والبيانات، من خلال هذه الفضاءات التي تتميز هي الأخرى بسمات تجعل منها الوسائل الأنجع في عالم التواصل من خلال الانترنت، حيث يقدم المستخدم غيرها ضمنا بيانات عن اهتماماته أو مكان تواجده، أو حالته الصحية وغير ذلك من البيانات والمعلومات التي تتعلق بحياته الخاصة، لذا أصبحت الحياة الخاصة في الوقت الحالي عرضة للانتهاك أكثر بكثير مما كان يحدث في الماضي، فعندما يكون المحتوى الذي ينشره المستخدم ملكا لأطراف أخرى وتقوم هذه الأطراف بتوزيعه عبر مختلف المواقع التي تعج بها الشبكة، من هنا تبدأ المشكلة حيث يواجه المستخدم صعوبات جمة في حذف البيانات الخاصة به، أو تغييرها أو تعديلها.

⁷ محمد بن عيد القحطاني، حماية الخصوصية الشخصية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تأصيلية مقارنة، رسالة ماجستير، قسم الشريعة والقانون، كلية العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية. 2015، ص102.

على الرغم من أن كثيرا من مقدمي خدمات مواقع التواصل الاجتماعي يحرصون على ملكية المستخدمين للمحتوى الذي يضعونه على الانترنت، فإن معنى " ملكية" البيانات قد يكون محل شك في واقع الأمر، حيث تحتفظ مواقع التواصل الاجتماعي لنفسها بحق تعديل المحتوى أو نشره أو توزيعه حسب ما يترأى لها أو تخزينه وأرشفته لوقت الحاجة، والتي تدخل جميعها في نطاق الاختراق وفقدان الأمن المعلوماتي وانتهاك الخصوصية لصالح أغراض دعائية وتجارية وأخرى أمنية.

4. الحياة الخاصة للمستخدم في مواجهة المخاطر الرقمية: وجدير بالذكر أن الخصوصية تختلف عن الأمن، فاختراق الأمن يعني نفاذ الأشخاص غير المصرح لهم إلى الشفرات الخاضعة للحماية أو إلى البيانات والمعلومات الخاصة بالمستخدمين، على سبيل المثال، قد تقع شبكة اجتماعية ما ضحية للقرصنة أو تتعرض لفيروس، لكن إذا لم يترتب عن هذا الهجوم استغلال للمعلومات الشخصية فإن الخصوصية هنا تكون في مأمن من التعرض للانتهاك.⁸

ويأتي انتهاك الخصوصية من النفاذ دون إذن إلى معلومات التي لها طابع الخصوصية، وقد ينشأ ذلك بالضرورة من اختراق للأمن، على سبيل المثال، بعض مواقع التواصل الاجتماعي التي قد يكون المستخدمين قد وافقوا على ملكيتها لبياناتهم الشخصية، يمكن أن تقوم هذه الشبكات بعد ذلك بتقديم هذه البيانات إلى الباحثين الأكاديميين وشركات التسويق والمؤسسات الأمنية وغيرها وفقا لأغراض ربحية تعود عليها.

وتشمل البيانات التي يتم الحصول عليها حيث يمكن بيعها مرة بعد الأخرى، وطبقا لمعهد الأمم المتحدة لبحوث الجريمة والعدالة UNICRI تعتمد قيمة البيانات الشخصية التي تتعرض للسرقة أساسا على بلد الإقامة، ففي شهر مارس 2010 كانت مجموعة البيانات الشخصية تساوي في المعتاد نحو 7 دولارات أمريكية في السوق السوداء العالمية، ويرى بعض خبراء صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن الضرر الذي يمكن وقوعه على الأفراد من جراء النفاذ إلى البيانات دون تفويض يتوقف على مقدار مشاركة المستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي ومقدار المعلومات التي يكون على استعداد لتقاسمها مع الآخرين، فالأمر يتوقف على المستخدمين في تحمل مسؤوليته بتقاسم معلوماتهم الشخصية مع الآخرين.

وأخيرا، يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد من الأهداف المغرية لاختراق الخصوصية والأمن، ويستطيع أي شخص أن يخترق أمن أي موقع للحصول على معلومات بكل سهولة وذات طابع شخصي عن عدد كبير من المستخدمين.⁹ وهذه المواقع في حد ذاتها مصممة وفق أيديولوجيا هادفة.

5. قضايا الخصوصية في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، السياقات والنماذج: الخصوصية بصفة عامة، هي مقياس غير موضوعي أي يختلف من بيئة لأخرى ولكن الصفة المشتركة في الخصوصية أنها إحدى حقوق الإنسان في حياته ولكنها تعتمد بشكل أساسي على البيئة والسياق الذي تعالج ضمنه.

وقد حدد روجر كلارك الإستشاري والخبير في خصوصية البيانات والأعمال الإلكترونية أربعة نماذج للخصوصية.

أولا: خصوصية الشخص Privacy of the persons : وهذا النموذج معنى بخصوصية الفرد في جسده، هذا من جانب ومن جانب آخر خصوصية الفرد في بياناته الشخصية، فالجانب الأول متعلق بحق الفرد وخصوصيته في بعض القضايا مثل، قضايا التطعيم أو نقل الدم دون الحصول على موافقة الشخص المعني، أو الإجبار على تقديم عينات من سوائل الجسم أو أنسجته أو أي إجراءات ماسة بالنواحي المادية كفحص المخدرات، أما الجانب الآخر فيتمثل في المعلومات التي يطلق عليها خاصة كونها تتعلق بالشخص ذاته وتنتمي إلى كيانه كإنسان مثل، الاسم ، العنوان ورقم الهاتف

⁸ المرجع نفسه، ص 93.

⁹ المرجع نفسه، ص 94.

وغيرها من المعلومات الخاصة جدا، فهي معلومات تأخذ شكل بيانات تلزم الالتصاق بكل شخص طبيعي معرف أو قابل للتعريف. وهذه النوعية من المعلومات أصبحت في وقتنا الحاضر على درجة كبيرة من الأهمية في ظل فلسفة المعلومات المعاصرة سيما وأن فكرة العالم الرقمي، لا يمكن لها السير في التطور ومواكبة اهتمامات الإنسان إلا باستخدام المعلومات، من هذا ظهر ما يعرف بنموذج الخصوصية الشخصية الذي تهتم بحق الشخص في أن يتحكم بالمعلومات التي تخصه.¹⁰

ثانيا: خصوصية السلوك الشخصي Privacy of personal behavior: ويتصل هذا النموذج بكل الجوانب السلوكية وبشكل خاص الأمور الحساسة مثل، الأنشطة السياسية والمعتقدات الدينية، الممارسات الاجتماعية من قيم وعادات وتقاليد ومبادئ، سواء في الأمكنة الخاصة أو العامة، وقد يشار إليه بوسائل الخصوصية.

ثالثا: خصوصية الاتصالات الشخصية Privacy of personal communication: هذا النموذج يتعلق بالاتصالات الشخصية كالمحادثات والمراسلات الهاتفية والبريد الإلكتروني وغيرها، التي تعد من الأمور الخاصة بحياة الإنسان والتي لا يجوز لأحد أن يسترق السمع إليها أو أن يقوم بتسجيلها فالتنصت عليها هو اعتداء على الحياة الخاصة وانتهاك لحرمتها، سواء تم نشرها أم لا. لأن هذه المحادثات قد تتضمن الأسرار التي قد يبوح بها بعضنا لبعض، فعبثا يعتقد المتحدث أنه في مأمن من الفضول واستراق السمع، فبيث غيره أسراره دون حقوق.

رابعا: خصوصية المعلومات الشخصية The privacy if personal information: إن هذا النموذج هو الذي يتضمن القواعد التي تحكم جميع إدارات البيانات الخاصة كمعلومات بطاقات الهوية وبطاقات الائتمان والمعلومات المالية وغيرها، وأن أشد ما يمثل اعتداء على خصوصية البيانات أو المعلومات الشخصية وانتهاكها لها هو الوسائل التقنية ومخاطر المعالجة الآلية للبيانات والتي قد تكون السبب الرئيسي لاختراق خصوصية المعلومات الشخصية.

خامسا: خصوصية المكان Location privacy: يتعلق هذا النموذج بالقواعد المنظمة للدخول إلى المنازل وبيئة العمل أو الأماكن العامة، والتي تتضمن التفتيش والرقابة الإلكترونية، هذا من جانب، ومن جانب آخر تتمثل الخصوصية المكانية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المعلومات الخاصة بتحديد أماكن وجود هؤلاء المستخدمين وتحركاتهم، وقد يزود المستخدم الموقع بهذه المعلومات من خلال تدوينها على المنشورات الخاصة بالبيئة والسياحة والتي يكون من الأساسي فيها معرفة الوجهة التي يقصدها المستخدم ومكان جهاز حاسوبه أو هاتفه الذكي.

ومع ذلك تعد القدرة على تتبع وكشف الأماكن التي يوجد بها الأفراد من خلال الخدمات الخاصة بتحديد المواقع سلاحا ذو حدين، إذ تستطيع خدمات التواصل الاجتماعي مثل **Loopt** تحويل هاتف المستخدم إلى بوصلة اجتماعية، تتبته إلى وجود أصدقاء قريبون منه، كما تتبته أصدقاؤه بوجوده في مكان تواجد، وفي المقابل لذلك يمكن للخصوصية المكانية للمستخدم أن تكون خطرا عليه إذا كان مستهدفا من جماعة ما، ويستغل هذه الخاصية العديد من المنحرفين لاصطياد ضحاياهم، هذا ويمكن لموقع على غرار الفيسبوك أن يجمع البيانات عن الموقع الجغرافي حيث يتواجد المستخدم الذي يشغل خدمة تحديد الموقع،¹¹ أو من خلال مشاركة أصدقائه لموقعه الجغرافي عبر صورة ما قد نشرها وقام بحذفها.

6. كيف سنتصرف إزاء التهديدات التي تلاحق خصوصياتنا في العالم الرقمي؟

لقد أدى التطور المذهل والمتلاحق للثورة المعلوماتية إلى إضافة أبعاد ومظاهر جديدة لمشكلة الحياة الخاصة على الإنترنت، ذلك أن التقدم التكنولوجي قد مكن من تطوير وتعزيز أجهزة ووسائل استخدام السمع والتنصت والتجسس والتصوير، حيث أصبحت تلك الأجهزة تمثل تهديدا واعتداء على الخصوصية واختراقها لحصنها المنيع كما

¹⁰ محمد بن عبد القحطاني، مرجع سبق ذكره، ص 94.

¹¹ محمد بن عبد القحطاني، مرجع سبق ذكره، ص 95-96.

لها من قدرة فائقة على تعدي الحواجز المادية وسواتر الخصوصية وكشف أسرار الناس بسهولة ودون أن يشعروا، فقد يدخل أحدهم برنامجا خاصا يستطيع من خلاله فتح الكاميرا الخاصة بجهازك الحاسوبي، ويتطلع عليك ويعرف كل أسرارك، وقد يستعمل شخص آخر حسابك على أحد المواقع الإلكترونية ويفتح رسائلك الخاصة أو يطلع على صورك، وهناك من يبتكر أساليب لاختراق حساب المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي، أو يخترق الحسابات البنكية وغير ذلك من صور الاختراق والتطفل والاعتداء على خصوصية الآخرين، مما يستوجب معه توفير الحماية اللازمة لخصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.¹²

ومن هذا المنظور، أصبحت الخصوصية مهددة وصارت البيانات الشخصية مادة يتم استخدامها إما تجارياً في تنفيذ دعاية تسويقية، أو مراقبتها من قبل جهات حكومية، أو تعرضها للسرقة واستغلالها في أغراض تضر بأصحابها. وكوّن الحفاظ على الخصوصية الرقمية قضية حديثة العهد فإن التعامل مع التجاوزات التي تؤثر فيها من قبل الحكومات، أو أية أطراف أخرى تحتاج إلى العديد من التوجيهات عن كيفية حمايتها من خلال تحديث الأطر القانونية ذات الصلة.

كما أن التعامل مع ظاهرة انتهاك الخصوصية هو أمر بالغ التعقيد بالنسبة للمستخدم، وربما مراقبته عبر الكاميرا التي بحوزته عن طريق الكمبيوتر أو عن طريق اللوح الإلكتروني أو عن طريق الهاتف الذكي دون أن يشعر بذلك، وهو أمر وإن كانت القدرة عليه متفاوتة بالنظر لأنظمة الحماية والتشفير التي يعكف المبرمجون على تطويرها باستمرار، إلا أنه يبقى ممكناً.¹³ وفق سياقات مختلفة وهذا ما أشارت إليه Mary madden and others بخصوص إرادة المستخدم في الكشف عن خصوصيته من خلال سياسة إعدادات الخصوصية التي تطرحها الشبكات على الرغم من مخاوفها والنتائج المترتبة عنها.

وانطلاقاً من هذا، سنعرض بعض النماذج لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي والتي تمارس انتهاكاً صارخاً لخصوصية المستخدم، ويبقى السبيل الوحيد لحماية خصوصياتنا من هذه التهديدات هو ترشيد الاستخدام والاطلاع على مستجدات برامج الحماية والتشفير على الرغم من مخاطرها.

7. مشاركة المستخدم في إدارة سياسة الخصوصية على شبكات التواصل الاجتماعي:

1- موقع Instagram : هو موقع متخصص في مشاركة الصور والفيديوهات القصيرة عبر الانترنت، حيث كانت سياسة خصوصية الموقع تنص على حق الموقع في استعمال أو حذف وتعديل أو عرض صور المستخدمين بشكل علني، وبعد تدمير العديد من المستخدمين قامت الشركة بالاعتذار عن هذا الشرط وحذفه حسب تصريحات المدير التنفيذي للشركة.

2- تويتر Twitpic : وهو موقع لمشاركة الصور عبر التدوينات القصيرة (تويتر) حيث تنص سياسة خصوصيته على حقه في استخدام الصور وبيعها إلى طرف ثالث. وفي سنة 2011 قام بعقد توقيع شراكة مع إحدى شبكات الأخبار المتخصصة في تغطية أخبار المشاهير لتتمكن من استخدام الصور الموجودة على الموقع.

3- تويتر Twitter: ينص في سياسة خصوصيته على المرجع الأصلي في الاحتفاظ بصورة المستخدم المحذوفة لمدة خمسة أسابيع على الأكثر.

4- سكايب Skype: نص في صفحة السؤال والجواب الخاصة به على أحقية المستخدم في إلغاء حسابه من على الموقع والتطبيق ولكن هذا لا يمنع الشركة من الاحتفاظ بنسخة من بياناته الشخصية المحذوفة.

¹² المرجع نفسه، ص 99.

¹³ المرجع نفسه، ص 102.

5- وورد برس **Word press**: وهو موقع يختص بالتدوين، وينتهج نفس سياسة موقع التواصل الاجتماعي **Skype**، حيث يحتفظ بنسخة من بيانات كل مستخدم، حيث في حال قرر المستخدم الانسحاب من الموقع.

6- **الفيس بوك Facebook**: أما موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك فقد تعرض للعديد من الانتقادات بسبب سياسة خصوصيته التي تسمح بانتهاك خصوصية البيانات الشخصية لمستخدميه، واستغلالها في الترويج للحملات عن طريق بيعها لشركات الإعلان.

7- **ياهو Yahoo**: عند التسجيل لدى هذا الموقع فإن سياسته تنص على حقه في تغيير سياسة الخصوصية دون إعلام مسبق للمستخدمين.

8- **الواتس آب Whatsap**: تعرض هذا الموقع للعديد من الانتقادات خاصة بعد أن قامت العديد من المنظمات المهتمة بحماية البيانات والخصوصية بالكشف في تقرير يفيد بقيامه بالنفاذ إلى كل الأرقام المسجلة على هواتف المستخدمين دون سؤاله أو علمه.¹⁴

وفي هذا المجال اتخذ أفضل إجراء لتطبيق قواعد الخصوصية في كندا، حيث أجرى مفوض الخصوصية الكندي تحقيقاً عن الممارسات المتصلة بالخصوصية في موقع فيس بوك في الفترة الممتدة بين 2008 و 2009 وكان حكم المفوض ضد موقع الفيس بوك لأسباب عديدة منها:

- سلم المفوض بنقص المعلومات الخاصة بتطبيقات الأطراف الأخرى.
- إتاحة الكثير من المعلومات الشخصية للمطورين الآخرين بدون مراقبته من جانب موقع الفيس بوك.
- عدم الكشف بدرجة كافية للمستخدمين عن طبيعة المعلومات المنشورة.
- عدم سيطرة المستخدمين على المعلومات الشخصية.
- تعطيل الحساب لفترة طويلة يستوجب عدم دخول المستخدم دون إلغاء الحساب.

من هذا المنحى دعت لجنة الاتصالات الكورية من موقع فيس بوك تشديد تدابير حماية الخصوصية خاصة إذا تم استخدام المعلومات لفائدة طرف آخر، يجب إبلاغ المستخدم المعني والهدف من وراء ذلك سيما ما تعلق بالمعلومات الموجهة لأغراض الإعلان.

وفي عام 2011 أرغمت اللجنة الاتحادية للتجارة في الولايات المتحدة الأمريكية (FTC) Google على تنفيذ برنامج شامل لحماية الخصوصية وإجراء عملية مراجعة تقوم بها جهة مستقلة على امتداد عشرين عاماً لحماية المستهلك بعد أن انتهكت خدمة **Google Buze** قانون اللجنة.¹⁵

خاتمة:

يظن الكثير من المستخدمين أنه في زمن شبكات التواصل الاجتماعي قد أنشأ لنفسه عالماً رقمياً، يتجول عبره بهويه افتراضية يتفاعل بها مع من يريد وبالشكل الذي يرغب أن يراه الآخر من خلاله، لكن، ربما قد يجهل أو يتجاهل أنه أصبح أسير تلك الشبكات وفق عرضه لذاته، فهي التي تفرض عليه قوانين الاستخدام وشروطه، وهي التي تدفعه إلى صياغة علاقات اجتماعية مقترحة في سياق رقمي مختلف عن ذلك الحقيقي، بل هي التي تقترح عليه أصدقائه ومن يمكن أن يضمهم إلى قائمة أصدقائه، بل وأكثر من ذلك فهي التي تدفعنا للتعرف على أصدقائنا وأصدقاء أصدقائنا، إذن، فهي شبكة شديدة التعقيد تقوم بنسج علاقات وموانسات رقمية منمطة حسب أهدافها وغاياتها.

¹⁴ الشريف سارة، خصوصية البيانات الرقمية، سلسلة أوراق الحق في المعرفة، تصدر عن مركز دعم لتقنية المعلومات، القاهرة، 2012، ص. 21.

¹⁴ محمد بن عيد القحطاني، مرجع سبق ذكره، ص. 93.

¹⁵ المرجع نفسه، ص ص 108-109.

اجتذبت إليها العديد من المستخدمين عبر قاعدة محكمة مبنية على توسيع وتعدد الخدمات حتى أضحت جزءاً لا يتجزأ من حياتنا، فنواصل مع بعضنا من خلال خدمة الدردشة الفورية وخدمة إرسال الملفات وغيرها، فهي التي نتقاسم فيها تفاصيل حياتنا اليومية نعبّر فيها عن آمالنا ونتقاسم من خلالها الآمنا وانشغالاتنا. لكن، في المقابل لهذا التواجد الرقمي نبيع ونستبيح خصوصياتنا وبياناتنا الشخصية التي تطلبها هذه المواقع قيد التسجيل بها، على الرغم مما تتبناه هذه الأخيرة من سياسات واتفاقيات الخصوصية التي تدعيها وتقوم بتعديلها بين الحين والآخر، دون استشارة أو حتى إطلاع المستخدم ببساطة لأنه قد وافق على ذلك ابتداء من اشتراكه في الخدمة أو إنشائه لحسابه أو صفحته لديها، وهذا ما تقوم به الكثير من الشبكات الاجتماعية مثل: فيسبوك وتويتر وغيرها.

ونتاجاً لانتشار الشبكات الاجتماعية واستحواذها على جل الوقت الذي يقضيه المستخدم على الانترنت، أوجد حالة من التساهل في عرض الخصوصية الفردية، ومع الوقت تجاوز ذلك المعنى التقليدي للخصوصية، والذي كان يُعنى بالحياة الخاصة للمستخدم وضمان تحكمه في المعلومات التي يرغب بإطلاع الغير عليها، بل والتحكم في من له الحق في ذلك، ليجعل من حياة المستخدم الخاصة مادة للنشر والمشاركة مع الآخرين، حيث أصبحت المعلومات الخاصة أكثر وفرة للشركات والأفراد على حد سواء. وهنا نصل إلى مرحلة التفكك التدريجي بين العام والخاص.

فعندما يلج المستخدم إلى أي موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية أو يضيف تطبيقات ما فإنه يقبل شروط وأحكام دائماً ما تكلفه بوعي أو دونه الموافقة على بيع أو عرض معلوماته الشخصية سيما الديمغرافية منها والمستقطبة من طرف المعلنين، وهذا ما يعرضه لانتهاك خصوصيته، على الرغم مما تروج له هذه الشبكات من خلال ما يسمى بمصطلح "سياسة الخصوصية" على الموقع، والذي يمكن أن يستغل المستخدم تلقائياً ويجعله يقتنع ويفترض أن معلوماته آمنة عندما يتبع خطوات سياسة الخصوصية التي تعرضها هذه المواقع.¹⁶

وفي الأخير، تبقى خصوصيات مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي آخذة في التآكل بقوة، تتأرجح بين الانتهاك والاختراق لفائدة هذه المواقع الاقتصادية والتي تتمثل في استغلالها في الإعلان و التسويق وتتعداها إلى جوانب أمنية أخرى، وللتقليل من النفاذ إلى خصوصياتنا وجب أن نكون حذرين مما ننشره من محتويات وننبدله ونتفاعل معه بالتعليق والمشاركة والإعجاب على هذه المواقع، لأن ما ننشره اليوم وفي هذه الظروف سيعود إلينا في مراحل لاحقة من حياتنا وفي ظروف مختلفة عن تلك السابقة، ولذا علينا بترشيد الاستخدام لمواجهة الايدولوجيا التي تحملها سياسات هذه الشبكات والرامية لأهداف عدة والتي تنسج لنا في ثناياها هوية رقمية مأمولة وفق ميولاتها ورغباتها تدعي أنها أرشفتها رقمياً من خلال تفاعلاتنا وهذا ما أكدته الباحثة **Funny Georges** في العديد من دراساتها حول الهوية الافتراضية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

¹⁶ Katherine K. Roberts, Privacy and Perceptions: How Facebook Advertising Affects its Users, The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications Vol. 1, No. 1, Winter 2010.

المراجع:

1. Alessandro Acquisti and Ralph Gross, Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook, Pre-proceedings version. Privacy Enhancing Technologies Workshop (PET), H. John Heinz III School of Public Policy and Management, Carnegie Mellon University, Pittsburgh, 2006.
2. Boyd, D, Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics. PhD Dissertation. University of California-Berkeley, 2008.
3. Cardon D., « Le design de la visibilité : un essai de typologie du web 2.0 », Réseaux, n°152, 2008.
4. Cardon D, « Pourquoi sommes-nous si impudiques ? », Actualité de la recherche en histoire visuelle, 12 octobre 2008.
5. Cauquelin A, L'exposition de soi. Du journal intime aux webcams, Eshel, 2003.
6. Conflicts of Interest, Privacy/Confidentiality, and Tissue Repositories: Protections, Policies, and Practical Strategies Conference co-sponsored by PRIM&R and the Columbia University Center of Bioethics. 2004 May 3-5; Boston, MA.
7. danah boyd, Facebook's Privacy Trainwreck Exposure, Invasion, and Social Convergence, Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, <http://cvg.sagepub.com>.
8. Ertzscheid O, « L'homme, un document comme les autres », Hermès, n°53, 2009.
9. Gerstlé J, La communication et la dualité public/ privé, Revue française de sciences politiques, vol 37, n°5, 1987.
10. Gordon Hull, Heather Richter Lipford, Celine Latulipe, Contextual gaps: privacy issues on Facebook, Ethics Inf Technol (2011) 13:289–302.
11. Granjon F, (et ali), Exposition de soi sur les SNS, Les déplacements numériques de l'impudeur, Actes du colloque Media09, Université Paul Cézanne, Aix-en-Provence, 16-17 décembre 2009.& Society, volume 2, numbers 2/3, 2004.
12. Katherine K. Roberts, Privacy and Perceptions: How Facebook Advertising Affects its Users, The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications Vol. 1, No. 1 Winter 2010.
13. Mary Madden and others, Teens, Social Media, and Privacy, the Berkman center and society, Harvard university, MAY 21, 2013.
14. الشريف سارة، خصوصية البيانات الرقمية، سلسلة أوراق الحق في المعرفة، تصدر عن مركز دعم لتقنية المعلومات، القاهرة، 2012.
15. محمد بن العيد القحطاني، حماية الخصوصية الشخصية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تأصيلية مقارنة، رسالة ماجستير، قسم الشريعة والقانون، كلية العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية. 2015.