



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي التبسي - تبسة، الجزائر
كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية



مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستير ل.م.د أكاديمي

القسم: علم اجتماع

تخصص: علم اجتماع جريمة وانحراف

العنوان:

الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي والخصوصية الفردية
- التشهير والسب في الفيسبوك نموذجا -

تحت إشراف:

د/ بن عزوز حاتم

إعداد الطالبين:

1. بوشيحة زكريا.

2. شرف الدين نجاهة.

لجنة المناقشة :

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
كمال بوطورة		رئيسا
حاتم بن عزوز		مشرفا و مقرا
لطرش فيروز		ممتحنا

السنة الجامعية: 2020/2019



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي التبسي - تبسة، الجزائر
كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية



مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستير ل.م.د أكاديمي

القسم: علم اجتماع

تخصص: علم اجتماع جريمة وانحراف

العنوان:

الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي والخصوصية الفردية
- التشهير والسب في الفيسبوك نموذجا -

تحت إشراف:

د/ بن عزوز حاتم

إعداد الطالبين:

1. بوشيحة زكريا.

2. شرف الدين نجاة.

السنة الجامعية: 2020/2019

شكر وعرفان

قال الله تعالى: " لئن شكرتم لأزيدنكم و لئن كفرتم إن عذابي لشديد "

سورة إبراهيم: الآية 07

نشكر الله عزوجل كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه ونحمده حمدا كثيرا مباركا فيه

على توفيقه لنا في انجاز هذا العمل المتواضع

ونوجه خالص شكرنا إلى الأستاذ الفاضل "حاتم بن عزوز"

الذي خصنا بتوجيهاته ونصائحه القيمة من خلال إشرافه ومساعدتنا على إتمام هذه المذكرة

كما نتقدم بشكرنا هذا إلى كافة الأسرة الجامعية من أعلى هرمها إلى قاعدتها

وكل من ساهم في انجاز هذا العمل من قريب أو بعيد



قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
أ.ب	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي
04	أولاً: إشكالية الدراسة
06	ثانياً: تساؤلات الدراسة
06	ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع
07	رابعاً: أهمية واهداف الدراسة
07	خامساً: صعوبات الدراسة
08	سادساً: منهج البحث وادواته
10	سابعاً: عينة الدراسة
11	ثامناً: المفاهيم الاساسية في الدراسة
13	تاسعاً: : الدراسات السابقة
	الفصل الثاني: لمحة عامة حول مواقع التواصل الاجتماعي
19	تمهيد
20	المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
22	المبحث الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
26	المبحث الثالث: مميزات مواقع التواصل الاجتماعي
28	المبحث الرابع: نماذج مواقع التواصل الاجتماعي
34	المبحث الخامس: مخاطر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
36	المبحث السادس: آثار شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الأخبار الزائفة
	الفصل الثالث: إشكالية خصوصية الأفراد تجاه مواقع التواصل الاجتماعي

قائمة المحتويات

39	تمهيد
40	المبحث الأول: مفهوم الخصوصية
41	المبحث الثاني: المستخدم وخصوصيته
48	المبحث الثالث: سياسة إعداد الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي
50	المبحث الرابع: كيفية حماية الخصوصية
53	المبحث الخامس: حماية خصوصية الفرد في مواجهة مقدم التواصل الاجتماعي
66	المبحث السادس: حماية خصوصية المستخدم في مواجهة الغير
	الفصل الرابع: الجانب الميداني
79	تمهيد
80	المبحث الأول: دراسة الحالات وتحليلها
84	المبحث الثاني: دراسة الحالات وتحليلها:
95	المبحث الثالث: مناقشة النتائج على ضوء تساؤلات الدراسة
96	المبحث الرابع: مناقشة النتائج على ضوء الدراسات السابقة
97	النتائج العامة
99	الخاتمة
100	ملخص الدراسة
103	قائمة المصادر والمراجع



القدمة

تعد الأخبار الزائفة أو ما يعرف بالإشاعات ظاهرة اجتماعية قديمة جدا، إلا انه باستخدام التكنولوجيا الحديثة أصبح نقل الأخبار الكاذبة والشائعات وترويجها أمرا سهلا وسريعا جدا، ووصولها إلى آلاف الأشخاص خلال فترة زمنية قصيرة مما يؤدي إلى زعزعة الاستقرار في المجتمع، وتعتبر الشائعات من اخطر الأمور التي قد تواجه أي مجتمع، حيث أنها من الممكن أن تتسبب في كوارث كبيرة إذ لم تواجه بعزم، وقد انتشرت هذه الظاهرة بكثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتشكل خطر كبيرا على المجتمع نظرا لسهولة نشرها بمجرد ضغطه زر، إضافة آلة أثارها السلبية الجسيمة التي قد تطال مجتمعنا بأكمله أو دولا سواء في زعزعة الأمن أو هدم الاقتصاد، او حتى تخويف الناس، فلقد اتاح التفوق التكنولوجي الذي تمتاز به وسائل الإعلام والاتصال اليوم المجال لهيمنة هذه الوسائل وشيئها الموقف بديلا عن وسائل الإعلام التقليدية، فالانترنت وما تمتلكه من مزايا وفوائد أفادت في مجالات الحياة شتى، وحققت ما لم تتمكن أية تقنية سبقتها من تحقيقها، وقد للتمكن اية تقنية تأتي بعدها من العمل والنجاح بمعزل عنها فهي اليوم تعد الركيزة الأساسية للاتصال والتواصل في العالم، فما تتميز به تفاعلية وإلغاء قيود المكان والزمان صنعت إعلاما جديدا أتاح للجميع التعبير عما يدون بجرية تامة، وأصبحت تطبيقات الانترنت ومنها مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما الفيسبوك أشهرها وأكثرها انتشارا، فاقد بات حائط صفحة فيسبوك الصحيفة التي تنشر السبق الصحفي للأحداث المهمة والمشاهير، كما أصبح منظومة إعلامية متكاملة لكل فرد لنشر ما يريد ليس بالنص فقط بل بالصوت والصورة وبث الصور الحية، فراح يدون فيها لكل ما يريد بدءا من تفاصيل حياته الشخصية والاجتماعية والعلمية وبعد ان كان الحديث يدور عن الحق في الاتصال والحق في المعرفة والحصول على المعلومة أصبح يدور حول حماية حقوق الإنسان من مخاطر الإعلام الجديد كالسب والتشهير... الخ، لاسيما الحق في الخصوصية "حرمة الحياة الخاصة"، فبيانات المستخدمين ومعلوماتهم الشخصية واتصالاتهم تخزن وتجمع وتعالج الكترونيا، ليس من إدارة الشبكة والشركات المختصة فحسب، بل من كل من له

مقدمة

القدرة والإمكانية على ذلك سواء كان من الهاكرز أو مزودي الخدمة أو الحكومة أو دول و شركات أخرى، فضلا عن ما إتاحتها هذه الوسائل من مزايا مكتب مستخدميها من انتهاك خصوصية بعضهم البعض ونشر ما يريدون تحت أسماء مستعارة ودون وضع اعتبارات لاسيما في ظل وجود قوانين وأخلاقيات تحكم هذه الوسائل ومستخدميها فضلا عن عالميته.



الفصل الأول

الإطار المنهجي

أولاً: إشكالية الدراسة

انتشرت بشكل كبير وسائل التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة، وأصبحت هي الوسيلة الوحيدة التي فرضت سيطرتها على جميع المجتمعات وأصبح مستخدميها يتجاوزون المليارات وأصبحت وسيلة شديدة التأثير في المجتمع بشكل كبير وخطير، وذلك لأنها أصبحت تستخدم أساليب جذب لا حصر لها فهي تستهوي متابعيها من جميع الفئات ومن جميع الأعمار، وأصبح لها تأثير كبير في النواحي السياسية و الاقتصادية والاجتماعية.

ولا يمكن النظر إلى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي بوصفه ايجابيا أو سلبيا في الجمل و إنما كتأثير محايد، فطريقة الاستخدام هي التي تحدد سواء كان ايجابيا أو سلبيا في علاقتنا بالحيطين بنا، فهذه الوسائل يمكن الاستفادة منها في الأمور والوسائل المشروعة والمفيدة إلى أبعد الدرجات، فالمسألة في الفاعل لا في الفعل والعبارة بالمستخدم، فكم من شخص نقلته شبكات التواصل الاجتماعي من ظلمات الجهل إلى فضاءات النور و كم من آخرين أردتهم في بحور الجهل.

وعن ايجابيا شبكات التواصل الاجتماعي فهي تعمل على تقوية العلاقات بين أفراد المجتمع، وسهلت التواصل وإمكانية معرفة الناس لأخبار بعضهم البعض بسهولة، ولم يعد التواصل عبر الصوت فقط إنما توفرت إمكانية مشاهدة الصور والفيديوهات ومتابعة تفاصيل الحياة بشكلها الطبيعي، وتم إنشاء صفحات للتواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والتويتر والانستغرام التي ربطت العالم ببعضه البعض، وتعتبر وسيلة لنقل آخر الأخبار والأحداث المهمة التي تحدث في جميع أرجاء العالم سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية ...

حيث أننا أصبحنا نعلم الكثير من الأحداث عن طريق مستخدمي هذه الشبكات، واستطاعت التأثير على الرأي العام من مختلف الجوانب كما تساعد أيضا في تقريب المسافات فتعد شبكات التواصل الاجتماعي طفرة تكنولوجية نتج عنها إمكانية مشاهدة الأقارب والأهل، كما يمكن عن طريقها إجراء اجتماعات خاصة بالعمل وإنجاز العديد من المهام التي كان يصعب إنجازها فيما قبل، ويحسب لشبكات التواصل الاجتماعي أنها تتعامل مع الخبر والحدث لحظة وقوعه، و يمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور ومقاطع الفيديو و التعليقات والرد على بعضها وهذا ما لم تتمكن منه وسائل الإعلام الحديثة.

ومن آثارها الإيجابية أيضا اكتساب الخبرات وتكوين الصداقات، فاستطاعت شبكات التواصل الاجتماعي تقديم كل ما يحتاجه الإنسان من إمكانيات وأدوات لاكتساب الخبرات من جميع أنحاء العالم كما مكنت الأفراد من تكوين صداقات على مستوى العالم.

ويمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي على الرغم من كونها أداة للتواصل بين الأفراد، وأنها وسيلة للتعبير عن الآراء المختلفة وتبادلها إلا أنها في الوقت نفسه من الممكن أن تكون أداة خطيرة تهدد سلامة وأمن المجتمع، فشبكات التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين فهي من شأنها زيادة ثقافة المرء وحثه على العديد من القيم الإيجابية ولكنها على النقيض ساهمت بشكل كبير في فرض الكثير من السلوكيات السيئة و التي أصبح المجتمع يعاني منها معاناة شديدة.

وباتت شبكات التواصل الاجتماعي إحدى الأدوات التي يتم استخدامها بشكل سلمي في نشر الشائعات بدليل أن معدلات انتشار الشائعات تناسب طرديا مع التقدم في تكنولوجيا الاتصال و انتشار شبكات التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمع، حيث يلجأ مستخدمو هذه الوسائل إلى التخفي أو من خلال هويات غير حقيقية في نشر بعض الأخبار الكاذبة التي تجد رواجاً هائلاً لدى الكثيرين، وانتحال الشخصيات وتشويه السمعات والسب والقذف، والتحايل والابتزاز والتزوير، وفي شن الحروب النفسية ونشر الشائعات والأكاذيب التي تضر بالمجتمع، بعد أن أصبحت أداة قوية من أدوات حروب الجيل الرابع.

وأصبحت البيانات الشخصية متاحة ومكشوفة، بل إن حياة الأشخاص أصبحت موثقة عبر حساباتهم على الشبكات الاجتماعية، و أصبحت شركات الشبكة الاجتماعية تمتلك قواعد بيانات كاملة على أدق تفاصيل حياة مشتركها، من خلال بعض التطبيقات الموجودة على الهواتف الذكية المستخدمة للتواصل الاجتماعي مثل " الوات ساب، فاير" وغيرها من مئات التطبيقات التي تتطلب إذنًا من المستخدم للولوج إلى كافة البيانات الشخصية الخاصة بالأرقام الموجودة على هاتفه المحمول، بل وتطوير تطبيقات في ظاهرها ألعاب ترفيهية وفي حقيقتها برامج للتجسس و جمع المعلومات.

ولخطورة شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات أصدرت قرارات بمتابعة و ضبط شبكات التواصل الاجتماعي التي تبث الأكاذيب و الأخبار الزائفة، وكذا قرار بمتابعة وضبط وسائل الإعلام التي تبث أخبار و شائعات كاذبة، تحذيرا لمن تسول له نفسه تقديم معلومات مغلوطة ولا أساس لها، ووضع حد للفوضى والشائعات و الأكاذيب المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي و يحمي الحرية المسؤولة و أمن البلاد و استقرارها.

لذا فان مشكلة البحث تتلخص في الإجابة عن التساؤل الرئيسي الآتي:

كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في انتشار الأخبار الزائفة وكذا انتهاك الخصوصية الفردية؟

ثانيا: تساؤلات الدراسة:

● الأسئلة الرئيسية:

- هل للأخبار الزائفة المتداولة بر مواقع التواصل الاجتماعي تأثير على خصوصية الأفراد وخاصة في موقع الفيسبوك؟
- كيف يتم انتهاك خصوصيات الأفراد في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

● الأسئلة الفرعية:

- هل لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك دور في انتشار الأخبار الزائفة؟
- هل تعد الأخبار الزائفة نوع من انواع انتهاك الخصوصية؟
- ما علاقة الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي بالخصوصية الفردية؟
- لماذا تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي الحديثة ومن بينها الفيسبوك المصدر الأكثر تداولاً للشائعات والأخبار الزائفة؟

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع:

من أصعب مراحل اختيار البحث هو اختيار الباحث لموضوع بحث يساهم في إثراء المجال المعرفي، وهناك مجموعة من الأسباب نفعتنا للغوص في هذا الموضوع من بينها:

1. محاولة التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الافراد.
2. الرغبة في معرفة مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الخصوصية الفردية، وكذا مدى انتشار الأخبار الزائفة في هذه المواقع.
3. الرغبة في التعرف على ما يبرزه الفيسبوك من قيم سلبية كالسب والتشهير وانتهاك خصوصيات الأفراد.
4. يعتبر موضوع الدراسة حيوي وحديث الى جانب قلة الدراسات العربية عموما والجزائرية خصوصا التي تدرس الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك الخصوصية الفردية.
5. انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين مختلف الفئات في الجزائر سيما الفيس بوك" ومساعدته على انتشار الأخبار الزائفة والتعدي على حريات المستخدمين.

رابعاً: أهمية واهداف الدراسة

• الأهمية:

يستمد البحث أهميته باعتباره يمس مجموعة كبيرة من الشباب و هم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، إذ رأينا أن هذه الدراسة ستسهم في إثراء المكتبات بموضوعها، و تستفيد منها بالتحديد الجهات البحثية العلمية في الدراسات الأكاديمية والمهتمون بمواقع التواصل الاجتماعي، و بما أن هذه الشبكات حديثة العهد فان الباحث يأمل أن الباحث يأمل أن تفتح هذه الدراسة الباب أمام الدارسين و الباحثين للخوض أكثر في غمار شبكات التواصل الاجتماعي.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي و خاصة الفيسبوك و كذا انتهاك الخصوصية الفردية والسب والتشهير، ما يخلق بعض النقاط المهمة التي توضح الاستخدام الأمثل لما تتيحه التكنولوجيا الحديثة.

• الأهداف:

ترمي الدراسة إلى الإجابة عن تساؤلات المشكلة فضلا عن تحقيق الأهداف الآتية:

- التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي " مفهومه، أنواعه، أهدافه..."
- التطرق إلى ماهية الخصوصية الفردية وكذا كيفية حماية انتهاكها في مواقع التواصل الاجتماعي و خاصة الفيسبوك.
- مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الأخبار الكاذبة والزائفة.
- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بالأخبار الزائفة وكذا انتهاك خصوصيات الأفراد خصوصا في الفيسبوك.
- تأثير الشائعات والأخبار الزائفة على مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي.
- بيان الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي من خلال انتهاك خصوصية المستخدمين وانتشار الأكاذيب وكذا السب و التشهير في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي.

خامساً: صعوبات الدراسة:

لا تخلو اي دراسة من صعوبات تعترض الباحث في البحث العلمي وخاصة في مجال الدراسات الإنسانية التي تتفاعل مع السلوك البشري الذي يتميز بالتعقيد والصعوبة ومن أهم هذه الصعوبات التي اعترضنا أثناء القيام بالبحث ما يلي:

- ندرة المراجع التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي والخصوصية الفردية.

- قلة الدراسات التي تناولت موضوع الإخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي والخصوصية الفردية وخاصة في اختصاص علم اجتماع الجريمة والانحراف.
- صعوبة التعامل مع الطلبة الجامعيين وهذا لعدم تعامل المبحوث بشفافية والصراحة اللازمة.
- عدم القدرة على التطلع على المراجع المتواجدة في مكاتب الجامعات للاستفادة منهم وذلك بسبب العتلة الغير مبرجة من قبل.

سادسا: منهج البحث وادواته (تحليل المضمون)

المنهج المستعمل هو مجموعة من الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة.

ويعرفه محمد طلعت بأنه وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة، ويرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناء على الإشكالية التي تم تحديدها، ومنهج تحليل المضمون هو النهج الذي يتناسب مع طبيعة البحث ومتطلباته.

● تحليل المضمون:

ويعرف أيضاً باسم تحليل المحتوى، وهو عبارة عن منهجٍ دراسيٍّ مرتبطٍ بمتابعة، وقراءة المحتويات التي يتضمنها نصٌّ ما، أو موضوعٌ معين.

- خصائص تحليل المضمون: يتميز تحليل المضمون بمجموعةٍ من الخصائص، وهي :
 - تصنيف البيانات، وترتيبها بالاعتماد على مجموعةٍ من الأبواب أو الأقسام المرتبطة بالنمط المحدد لتحليل المضمون.
 - يحتوي على مجموعةٍ من الملخصات القصيرة حول المضمون الخاص بالبحث أو النص.
 - يعتمدُ تحليل المضمون على الموضوعية، كالثبات على منهجٍ محددٍ في صياغة المفاهيم، والأفكار، والنقاط التي يتكون منها البحث.
 - التركيز على الكلمات، والجمل، والمصطلحات، والمفاهيم التي تمّ تكرارها في النص، ويساهم ذلك في تحديد مدى أهمية الفقرات، والنصوص التي يتضمنها مضمون البحث.
 - يجب أن يعتمدَ التحليل على نتائج صحيحة، ودقيقة، ومتوافقة مع البيانات، والمعلومات الواردة في مضمون النص.

- القدرة على إعادة تحليل النص في حال وجد محلل النص، أو أي محلل آخر قد فقد أو أغفل معلومة مهمة، ويجب أن يتم تضمينها في الدراسة المرتبطة بتحليل المضمون.

• وحدات تحليل المضمون:

هي عبارة عن مجموعة من الوحدات الأساسية التي تُقدم المساعدة لمحلل وقارئ النص للتعرف على أدق التفاصيل المرتبطة بتفسير النتائج التي تم الوصول إليها بعد تطبيق تحليل المضمون، وتتنوع على مجموعة من الوحدات، ومن أهمها:

- ✓ **الكلمات:** هي عبارة عن كافة الحروف، والرموز، والمفاهيم الواردة في نص البحث.
- ✓ **الأفكار:** هي عبارة عن كافة العبارات والجمل الموجودة في نص البحث.
- ✓ **طبيعة المادة:** هي عبارة عن تصنيف المضمون بناءً على الفكرة الرئيسية التي اعتمدها، سواءً أكان المضمون علمياً، أم إعلامياً، أم اجتماعياً، أو غيرها.

خطوات تحليل المضمون: يعتمد تطبيق تحليل المضمون على الخطوات التالية:

- تحديد الموضوع الرئيسي الخاص بالبحث.
- وضع مجموعة من الفرضيات والآراء التي تُساهم في الربط بين فقرات المضمون.
- الحصول على المراجع والمصادر التي اعتمدها مؤلف البحث، والتي تُساعد في فهم طبيعة، وكيفية صياغة النص.
- اختبار عينة من محتويات البحث، وقد تتضمن فقرات من الفقرات، أو قسم من أقسام البحث.
- كتابة النتائج التي تم الوصول لها بعد تحليل المضمون.
- متابعة وتقييم مدى نجاح تحليل المضمون في تعزيز النتائج الخاصة به.

أدوات جمع البيانات:

أما فيما يخص أدوات جمع البيانات والتي يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع فقد اعتمدنا على الملاحظة كأداة رئيسية، وتم اعتماد هذه الأداة باعتبارها أكثر الأدوات التي تسمح بجمع معلومات عن المبحوثين في شكل معمق.

• الملاحظة:

هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب، في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية حيث يتمكن الباحث من مراقبة تفاعلات المبحوثين، وحسب Frey فإن الملاحظة تعتبر من بين أكثر الأدوات استخداماً في الدراسات، لما توفره من ميزة جمع أكبر عدد من البيانات والمعلومات، وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على الملاحظة من خلال ملاحظتنا لمدى تأثير الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي وكذا كيفية حماية المستخدم لخصوصيته في مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك وكذلك ملاحظة تصرفات الأفراد.

• تحليل المضمون:

هو عبارة عن أسلوب من الأساليب المستخدمة في دراسة الأبحاث بالاعتماد على صياغة وصف دقيق للمحتوى البحثي، ومن ثمّ العمل على كتابته وفقاً لخلاصة محددة.

سابعاً: عينة الدراسة:

تعتبر عينة البحث من الخطوات و المراحل الهامة للبحث، فالباحث يبدأ في التفكير في عينة البحث منذ بداية تحديد مشكلة بحثه ، فهي تمثل المجتمع الأصلي و تحقق أغراض البحث و تغني الباحث عن مشتقات دراسة المجتمع الأصلي. و ذلك لضخامة و شاسعة الموضوع و ضيق الوقت و ارتباط الباحث بأجال محددة لا بد من احترامها، بالإضافة إلى أن الباحث تحكمه عوامل مادية محدودة مما لا يمكنه دراسة كافة عنصر المجتمع.

ونقصد بالعينة مجموعة من المفردات يتم اختيارها من مفردات المجتمع محل الدراسة، و يشترط في عدد مفردات البحث أن تكون ممثلة لمجتمع البحث في الخصائص و السمات التي توصف من خلالها هذا المجتمع.

و في دراستنا هذه استخدمنا عينة تتماشى مع طبيعة و نوع الدراسة و التي تمثلت في العينة القصدية.

العينة الغرضية أو القصدية:

سميت هذه العينة بهذا الاسم نظراً لأن الباحث يقوم باختيارها طبقاً للغرض الذي يستهدف تحقيقه من خلال الباحث، ويتم اختيارها على أساس توفر صفات محددة في مفردات العينة تكون هي الصفات التي تتصف بها مفردات المجتمع محل البحث.

واستخدمنا هذا النوع من العينات لوجود خصائص مقصودة و هي الأخبار الزائفة و انتهاك الخصوصية الفردية في موقع

الفيسبوك، وقد بلغ حجم العينة 10 حالات تمثلت في صفحات فيسبوكية متنوعة و لكنها تخدم موضوع البحث.

ثامنا: المفاهيم الأساسية في الدراسة

1. الأخبار الزائفة:

تعرف أيضا باسم الأخبار المزيفة أو الأخبار غير الهمة، أو الأخبار الكاذبة أو الأخبار المزيفة، وهي شكل من أشكال الأخبار التي تتكون من معلومات مضللة منشرة عبر وسائط الأخبار التقليدية أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي والانترنت. أعادت الأخبار الرقمية وزادت من استخدام الأخبار المزيفة أو الصحافة الصفراء، غالبا ما يتردد صدى هذه الأخبار على أنها معلومات مضللة في مواقع التواصل الاجتماعي ولكنها تجد طريقها إلى وسائل الإعلام الرئيسية أيضا. تكتب الأخبار الزائفة وتنتشر عادة بهدف التظليل من اجل إحقاق ضرر بوكالة أو كتاب أو شخص أو تحقيق مكاسب مالية أو سياسية وغالبا ما تستخدم عناوين مثيرة أو غير آمنة أو ملفتة لزيادة القراء، وبالمثل تكتسب روابط القصص والعناوين الجاذبة للانتباه إيرادات الإعلانات عبر الانترنت من هذا النشاط، كما ساهمت سهولة الوصول إلى عائدات الإعلانات عبر الانترنت وزيادة الاستقطاب السائد شعبية وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة في الفيس بوك في انتشار الاخبار المزيفة التي تتنافس مع الأخبار الحقيقية المشروعة كما تورطت الجهات الفاعلة الحكومية المعادية في توليد ونشر اخبار وهمية.¹

2. مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرفها محمد عواد بأنها: "تركيبية اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد "باسم" العقدة NODE، بحيث يتم إيصال العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا البلد، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي او المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص حيث تصنف تلك المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (ويب 2.0)، وتسمى "مواقع الشبكات الاجتماعية"، تقوم على المستخدمين بالدرجة الأولى وإتاحة التواصل بينهم سواء كانوا أصدقاء تعرفهم على ارض الواقع او كانوا أصدقاء ترفتهم في العالم الافتراضي".

¹ Wemple.erik 08/12/2016, fb. Shery/sandberg say, really people dont hoax news.

وتعرفها هبة محمد خليفة بالقول: مواقع التواصل الاجتماعي هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم".¹

3. الفيس بوك:

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجارب كبير من الناس خصوصا الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في عام 2004، في جامعة "هارفارد" في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى "مارك زوكربيرج" وكانت كدونية "الفيس بوك" محصورة في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له ان هذه المدونة ستحتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على إعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة، والتي قال عنها مؤسسها (مارك زوكربيرج): "وقد أضحى كل منها يتكلم عن الفيس بوك العام، الذي تفكر الجامعة في إنشائه، أظن انه من السخيف ان يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من اجل ذلك وجدت أن بإمكانني افضل منهم وفي أسبوع واحد".²

4. المفهوم الخصوصية:

هي حق للفرد ليحافظ على معلوماته الشخصية، وحياته الخاصة بشكل اختياري وحر، فالخصوصية تعني قدرة الشخص على منع المعلومات المتعلقة به لتصبح معروفة و مكشوفة للآخرين، وهي مفهوم يشير إلى نطاق الحياة الخاصة ففي العقود الأخيرة تطور على نطاق أوسع ليضمن الحق في السيطرة على البيانات الشخصية. تناولت فئة واسعة من أدبيات تقليدية متعددة الثقافات بداية تاريخ مناقشات مفهوم الخصوصية، و توجد طريقة لتصنيف كل المفاهيم المتعلقة بالخصوصية و هي من خال اعتبار جميع المناقشات كواحة من هذه المفاهيم:

- الحق في أن يترك المرء وحيدا.
- خيار الحد من إمكانيات الآخرين في الوصول إلى معلومات شخصية عن الفرد.
- السرية أو خيار إخفاء أية معلومات عن الآخرين.

¹ عامر فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص 187.

² مزري نش بن، قصة فيس بوك، ثورة وثورة، ترجمة الهلالي، وائل محمود محمد إصدارات الجديد، ط1، القاهرة، 2011، ص 132.

• التحكم في استخدامات الآخرين للمعلومات الشخصية للفرد.

• التشخص الاستقلال الذاتي.

• الهوية الذاتية و النمو الشخصي.

تاسعا: الدراسات السابقة

1. دراسة السعيد بومعيزة (2005_2006):

تناول في هذه الدراسة إشكالية اثر وسائل الإعلام في تشكيل القيم أو تعزيزها و تغيير السلوكيات لدى الشباب الجزائري و هذا من خلال طرح التساؤل التالي: ما هو اثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب الجزائري؟

كما تطرق في هذه الدراسة إلى مدى ارتباط الشباب الجزائري للقيم وتأثرهم بالأفكار المستحدثة الوافدة عن طريق وسائل الإعلام وبصفة رئيسية، فهل حافظو على قيمهم الأصلية؟ و هل تخلوا عنها؟ هل تبدو بعض الأفكار المستحدثة والسلوكيات التي أبعدهم عن القيم وحققت لهم بعض الغايات النفعية وفقا لبعض أشكال الاستجابة و التفاعل؟

فخلصت نتائج الدراسة إلى:

أن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر استعمالا من طرف الشباب في هذه الدراسة و يشاهدونه بنسبة 94.9% وهذه النتيجة تتطابق مع نتائج اتجاه معظم الأبحاث سواء في الجزائر أو في بلدان أخرى و هذا ما يؤكد الفرضية التي صاغها الباحث في هذا الشأن.

- أغلبية أفراد العينة اختاروا محتويات الخيال المتمثلة في الأفلام والمسلسلات والرياضة في المقام الأول كبرامج يتعرضون لها ، وتليها بعض برامج الواقع مثل البرامج الدينية والإخبارية والعلمية وهذا يدل على أن أغلبية المبحوثين يستعملون التلفزيون أساسا من أجل الترفيه.

- أغلبية الشباب يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها يساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، وهذا ينفي فرضية الدراسة التي تقول بأن وسائل الإعلام لا تقوم بنشر القيم ولا تعزيزها لدى الشباب.

- أغلبية المبحوثين لا يعتقدون بأن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها يساعدهم على تجاوز القيام بالسلوكيات موضوع الدراسة، وهذا باستثناء سلوك واحد وهو سلوك التوتر الداخلي الذي وافق عليه المبحوثين.

- وكاستنتاج من هذه الدراسة أن المحدد الأول لقيم الشباب ليس وسائل الإعلام وإنما هي مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي غرست فيهم هذه القيم في المقام الأول وتواصل تعزيزها يوميا، بمعنى آخر أن الشباب يتفاعلون في علاقاتهم الاجتماعية وفقا لما تملي عليهم البيئة الاجتماعية التي يعيشون فيها.¹

2. دراسة الدر محمد 2011 :

حاول الباحث أن يتعرف على أثر الإنترنت على قيم طلاب الجامعة، أي الأثر المترتب عن استخدام خدمات الإنترنت سواء كانت سلبية أم إيجابيات، ومعرفة القيم العلمية والخلقية التي تتأثر سلبا و إيجابا من جراء استخدام خدمات الإنترنت من طرف طلاب الجامعة ومن هذا المنطلق حاول أن يتعرف على تأثير الإنترنت في قيم طلاب الجامعة، وركزت الدراسة على الإشكالية التالية: هل تردد الطلبة الجامعيين على شبكة الإنترنت من أجل التحصيل العلمي يؤثر في قيمهم التعليمية وقيمهم الخلقية لدى طلاب أي نتبين الآثار السلبية و الإيجابية التي تؤثر فيها خدمات هذه التقنية على قيم طلاب الجامعة، كما يهدف البحث إلى توضيح طبيعة القيم التي يحتويها البناء المعماري لهذه الفئة من المجتمع و مدى تأثيرها بالقيم الوافدة الناتجة عن استخدام خدمات الانترنت و التي انسجمت اخل هذه الشريحة من المجتمع.

يهدف هذا البحث أيضا إلى معرفة شدة المقاومة أو الانجذاب أو الصراع لهذه الشريحة من المجتمع للقيم الوافدة عن طريق استخدامهم لخدمات الانترنت.

● إبراز أهم المصادر التي ينبعث منها التأثير وما يحمله من قيم وافدة والتي ليس لها علاقة بقيمتنا الأصلية والموروثة، والتدرب على إجراء البحث العلمي والميداني لتطبيق القواعد المنهجية من خلال دراسته و هذا لفسح المجال لدراسات مستقبلية لهذا الموضوع من زوايا أخرى.

● استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لأنه يناسب موضوع الدراسة والذي يتناول الوصف التحليلي في المجال الكيفي و يعطيها وصفا دقيقا ورقميا في المجال الكمي، خاصة أن المنهج الوصفي يعتمد على دراسة الوقائع كما هي فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة كما هي ويوضح مق دارها وقد استخدمت تقنية المقابلة والاستمارة والتي كان عدد

¹ السعيد بومعيرة ، اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية لمنطقة البلدة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر، 2005_2006

اسئلتها 33 والمقابلة التي جرت مع بعض الطلبة الجامعيين، اما العينة المتواجدة بجامعة عمار ثليجي بولاية الاغواط

حيث تتوفر على الانترنت هي 84 طالبا جامعيًا ، و من بين النتائج المتوصل إليها :

1- أكدت الدراسة أن أكثر الطلبة لا يستخدمون الانترنت بصورة منتظمة، وهذا راجع لعدم توفر الوقت اللازم لهم خاصة الجنس الأنثوي.

2- بينت الدراسة أن المكان الأكثر استخداما للطلبة الذكور هو المقاهي وهذا يميز أن الجنس الذكري يتميز بشيء من الحرية.

3- أكدت الدراسة أن غالبية الطلبة لا يتقنون في ما يتم نشره عبر وسائل التواصل الاجتماعي.¹

3. دراسة مريم ناريمان نومار 2011_2012:

قامت من خلال هذه الدراسة بالبحث في أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على المستخدمين الجزائريين من خلال دراسة عينة منهم لمعرفة مدى تأثير الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي التي تسمح بنسج علاقات اجتماعية افتراضية، مبنية على التشارك وتقاسم مجموعة من التطبيقات والفيديوهات والصور بطريقة لافتة تستدعي الاهتمام، مما يؤدي إلى نوع من العزلة الاجتماعية عن الآخرين، والذي قد يقود إلى تأثيرات سلبية فتم طرح الإشكالية التالية:

ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية ؟

طرحت التساؤلات الفرعية التالية :

1- ما هي عادات و أنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك لدى الجزائريين ؟

2- ما هي الدوافع و الحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفيسبوك ؟

3- كيف يؤثر استخدام الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين ؟

و تندرج تحت هذه التساؤلات الفرضيات التالية :

1- تختلف طرق استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك لدى الجزائريين من مستخدم الى اخر تبعًا لمتغيري الجنس والسن.

¹ محمد الدر، آليات الانترنت ومسألة أزمة القيم الاجتماعية لطلاب الجامعة، د دراسة ميدانية بجامعة عمار ثليجي، الأغواط، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع تخصص سوسولوجيا التنظيمات، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة 2009-2010، ص، ص 7_8.

2- يلجا مستخدمو موقع الفيسبوك إليه بسبب الفراغ الاجتماعي والعاطفي .

اختارت الباحثة عينة تتكون من 280 مفردة و قد تمت عملية توزيع الاستمارة في جانفي إلى بداية فيفري 2012 على عينة من مستخدمي الفيسبوك بالولايات التالية "باتنة، مستغانم، الجزائر، ورقلة"، واعتماد منهج المسح الوصفي في الدراسة يعود بالدرجة الأولى إلى اعتباره احد أشكال جمع المعلومات وسلوكياتهم و إدراكهم و اتجاهاتهم.¹

توصلت الدراسة أن اغلب المبحوثين يدخلون لموقع الفيسبوك بهويتهم الحقيقية أما مستخدمو الهوية المستعارة فاعلبيهم يستخدمونه بدافع التصرف بكل حرية في الموقع.

4. دراسة موقع "بيت.كوم" 2011 : "غالبية العرب يستخدمون الإنترنت للدردشة"، أظهرت دراسة حديثة إن غالبية مستخدمي الإنترنت في الدول العربية يلجأون إلى الشبكة الإلكترونية للدردشة مع أصدقائهم، أو العثور على أصدقاء جدد، مقارنة بمستخدمي الإنترنت لأغراض أخرى، مثل التعلم عبر الإنترنت أو التسوق الإلكتروني أو البحث عن وظيفة.

وذكرت الدراسة المتخصصة التي أجراها موقع "بيت.كوم" أحد أكبر مواقع التوظيف في الشرق الأوسط، إن السبب الرئيسي لاستخدام الإنترنت في المنطقة العربية، يعود إلى المشاركة في النشاطات الاجتماعية على الشبكة الإلكترونية، بمعدل يصل إلى ثلاث ساعات أو أكثر بصورة يومية، وكشفت النتائج إن 67 ممن شملتهم الدراسة يستخدمون الإنترنت في التواصل الاجتماعي، بينما ذكور 36 % منهم يتواصلون يوميا مع أصدقائهم عبر البريد الإلكتروني، فيما يتواصل 31 % مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مثل فيس بوك و تويتر وغيرها.

وأضافت إن مشاهدة الفيديو والاستماع إلى الموسيقى من الأمور التي تحظى بشعبية ضمن النشاطات اليومية للاتصال بشبكة الإنترنت، فيما تأتي نسبة ملحوظة من هذه النشاطات اليومية على الإنترنت من غرض البحث عن عمل، في ظل وجود نسبة 36 % من المشاركين يستخدمون الإنترنت لإيجاد وظيفة، ومن النشاطات الأقل شعبية لمستخدمي الإنترنت تحميل البودكاست وتحظى بنسبة 47 ، والمشاركة في دورات تعليمية إلكترونية بنسبة 42 %، والألعاب الإلكترونية 40 % ورفع مقاطع فيديو إلى مواقع مشاركة الفيديو 37 %، وتحميل الصور بنسبة 32 %، كما بينت الدراسة إن 43 %، قالوا أنهم يستخدمون مواقع

¹ مريم نيمان نومان ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيره فب العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2011_212

التواصل الاجتماعي في مكان العمل، فيما كان السبب الرئيسي في عدم استخدام تلك المواقع في مكان العمل "عدم توفر الوقت الكافي" لدى 63%، مقابل 16% قالوا إن تلك المواقع محجوبة في أماكن عملهم.¹

¹ موقع (CNN)، العربية غالبية العرب يستخدمون الانترنت للدراسة، في 02 أكتوبر 2014.



الفصل الثاني

لمحة عامة حول

مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

ظهر مصطلح "الشبكة الاجتماعية" من قبل جون. أ. بارنز في عام 1954 فإنه يشير إلى شبكة من الناس يتصلون مع بعضهم البعض على أساس قواعد مشتركة وهدف واحد أو أكثر من الأهداف المحددة ويمكن لشبكة اجتماعية إقامة حوار أو محادثة في الإطار الذي يعتمد على حسن النية.

أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية، منذ عام 2004، من أكبر المؤسسات العاملة على مستوى النت فهذا النوع من الشركات التي لا تزال تنمو على مر السنين، وبالتالي فإن تعريف هذه الظاهرة الجديدة وفهم التحديات التي تخلق للشركات أفق جديدة للتوسع وفق ما تحدده حتمية الوسيلة على توجه المستخدم و بالتالي من الضروري تحديد ما هو معروف من وسائل الإعلام الاجتماعية أو مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ، فقد لوحظ الاختلاف من حيث التسميات المتعددة لهذا النوع من الاتصال والتواصل أو بالأحرى إعلام جديد بطبعة حديثة وتشمل مواقع التواصل الاجتماعي العديد من تجمعات محلية على الانترنت (مثلا الأنواع كتخصصات في هذا الإطار فنأخذ مثلا المنتديات المتخصصة) مواقع مشاركة محتوى الفيديو (ديلي موشن، يوتيوب) أو الصور (فليكر-أنست غرام)، وبوجود المفارقات في اختيار نوع أو الوسائط الأكثر ملائمة لمقاصد المستخدمين وكالفييسوك وتويتر... الخ، نخدم حل توجهاتهما.

إن مواقع الشبكات الاجتماعية هي خدمات الويب التي تمكن المستخدمين من إنشاء صفحة تواصلية في إطار نظام محدد تابع للخدمة والتعبير عن قائمة المستخدمين مع أشخاص تشترك معهم في علاقة "الأصدقاء"، ويعتبر اليوم نجاح الشبكات الاجتماعية على الإنترنت تحدي جديد على المستوى الاتصالي وهو ما أثار جدل علماء الاجتماع كظاهرة اجتماعية محل الدراسة وانضبت فحواها باهتمامهم بقضايا التعامل مع الهوية والخصوصية عموما من خلال التطرق إلى الرابطة يمكننا أن نتساءل عن النتائج المترتبة على تطوير التكنولوجيات الجديدة على الأفراد، والاجتماعية إذ أن تقييم التغييرات الفعلية المتسببة في ظهور الشبكات الاجتماعية الوهمية - إن صح التعبير- والتي بدورها حلت محل العلاقات الوثيقة والقوية والتي تشكلها الأسرة والأصدقاء... الخ.

المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.

أ. التواصل: عملية تبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشاعر و المواقف و الاتجاهات بين الأفراد ومجموعات سواء دخل المجتمع الواحد أو خارجه.¹

ب. الاجتماعي: " عبارة عن نسيج مكون من صلات اجتماعية؛ تلك الصلات التي يحددها الإدراك المتبادل بين الجانبين

1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

- لغة: حسب قاموس أكسفورد وهو موقع مخصص أو التطبيقات الأخرى التي تمكن المستخدمين من التواصل مع بعضهم البعض عن طريق نشر المعلومات والتعليقات والرسائل والصور... الخ.²
- اصطلاحاً: هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات و الهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.

أيضا هي صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه تهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء ويمكن أن تشمل هذه المميزات " المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعة النقاش، البريد الالكتروني، المدونات".³

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

تقوم الفكرة الرئيسية للمواقع الاجتماعية على جمع البيانات من المشتركين في الموقع، و يتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يجتمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور و غيرها، أي أن المواقع الفعالة تعم على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم، كما تعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها مواقع أو تطبيقات مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات، تعليقات، رسائل و صور... الخ.

¹ Arab british academy for higher education : <http://www.abache.co.ula>

² قاموس أكسفورد : oxford dictionnaires

³ وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية، دط، 2012، ص 07.

ومن خلال التعريفات السابقة يمكن تعريفها بأنها مساحات افتراضية في شبكة الانترنت، يستطيع بواسطتها المستخدمون إنشاء صفحات شخصية واستعمال الأدوات المتنوعة للتفاعل والتواصل مع من يعرفونهم من ذوي الاهتمامات المشتركة، وطرح الموضوعات و الأفكار و مناقشتها.¹

¹ خالد عنسان يوسف المقدادي، ثورة المواقع الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وابعادها، ط1، دار النفايس للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

المبحث الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

• التصنيف الأول:

1. نوع أساسي: وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية و مشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع الفيسبوك وماي سبيس وهاي فايف..

2. مرتبط بالعمل: وهو نوع من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية و هي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال و الشركات وتتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم و عملهم ومن قاموا بالعمل معهم.

3. مميزات إضافية: هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر مثل موقع تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كاي¹.

• التصنيف الثاني:

1. النوع الأول: يختص بالاتصالات وإيجاد وتبادل المعلومات، من الأمثلة على هذا النوع من التواصل الاجتماعي نجد:

• مواقع الفعاليات (Events): هذه نوعية من المواقع لتنظيم الفعاليات والتحكم بعدد الأشخاص المدعوين، كما يمكن هذه المواقع استخدام خدمات تحديد المواقع الجغرافية لتحديد موقع التجمع.

كما يميز هذه المواقع الإلكترونية إمكانية التحديث التلقائي، فيمكن بذلك التغيير مباشرة دون الحاجة لإبلاغهم لفعالية تغيير الموقع والزمان وبالتالي سيعرف كل المدعوين كل على حدة.²

2. المدونات: صفحة إنترنت ديناميكية تتغير زمنياً حسب المواضيع المطروحة فيها، حيث تعرض تعرف المدونة على في بداية المدونة حسب تاريخ نشرها (حديث النشر أولاً ثم التي تليها وهكذا) و الموضوعات التي يتناولها الناشر.

¹ صهيب عيسى و صورية وهلة، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على ممارسات المهنية للصحفي الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام و الاتصال، جامعة المسيلة، 2012، ص 93.

² علي محمد بن فتح محمد، مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية، الجامعة الإسلامية، دون ذكر البلد، ص 05.

يمكن تصنيف المدونات حسب محتواها إلى خمسة أنواع: مدونات كتابية، مدونات صورية مدونات باستخدام الهاتف الجوال

مدونات صوت، (Audioblogging)، مدونات فيديو (vlog).¹

3. النوع الثاني:

من مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعرف بمواقع التعاون والبناء هي مواقع تمكن العديد من الناس الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة العمل الويكي wiki بشكل منطقي عن طريق روابط الكترونية، من افضل الامثلة موقع ويكيبيديا الموسوعة العلمية والتي بنيت من قبل مستخدمين عن طريق مشاركة المعلومات.

4. النوع الثالث: هي مواقع الوسائط المتعددة:

- مواقع التصوير والفن (Photo Schaming): تقدم هذه المواقع العديد من الفوائد حيث تمنحك مكانا يمكنك فيه حفظ، تخزين، وعرض اعمالك الفنية سواء كانت صور او رسومات فنية حيث يتمكن الناس من رؤيتها وايجاد دخل مالي منها، وبناءا على نوعية الفن هناك العديد من المواقع مثل: smug Mug، deviantart، Zoomr، Flickr، Photobucket، Picasa

5. النوع الرابع: هي مواقع الراي والاستعراض

● استعراضات السلع: تخيل انك تود شراء سيارة جديدة، أو جهاز كومبيوتر حديث يمكنك زيارة مواقع الآراء لمعرفة رأي من اشتروا هذه السلع قبلك وتقييمهم لها، كما يمكنك معرفة جودة المنتج ومدى تحمله لعوامل الزمن والاستخدام اليومي، إما أن أردت فيمكنك زيارة مواقع استعراض مميزات ومواصفات السلعة حيث ستحصل على راي خبراء في المجال، كما انك ستجد رأي والمستهلكين في نهاية التقييم لإعطائك صورة واضحة عن المنتج وعن مميزاته، كما يمكنك زيارة العديد من مواقع الراي والاستعراض كموقع opinions, mouth Shut.²

6. النوع الخامس: هي المواقع الترفيهية الاجتماعية كمواقع العوالم الافتراضية Virtualworlds مرة في عام 1989م، وقد أطلقت مصطلحات أخرى عديدة تشير إلى هذا المفهوم منها: الحقيقة الاصطناعية Artificial Reality في السبعينيات، و Virtual worlds والبيئات الافتراضية virtual Environments في التسعينات.

¹ هند بنت سليمان الخليفة وسلطانة بنت مساعد الفهد، المدونات العربية الحاسوبية، دراسة تحليلية، الرياض، المملكة العربية السعودية، ص 106.

² علي محمد بن فتح محمد، مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية، الجامعة الإسلامية، د بلد، ص 65.

ولتجربة العوالم الافتراضية يمكنك زيارة المواقع التالية: world of warcraft و second life و active worlds و rune scape¹.

● ميزات مواقع التواصل الاجتماعي: لمواقع التواصل الاجتماعي خصائص وميزات كثيرة جعلت منها مقصداً لمتصفح الانترنت في جميع أنحاء العالم، وأهم تلك الخصائص والميزات:

المشاركة: فهي تشجع على المساهمات وردود الفعل "التعليقات" من أي مهتم وتلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والمتلقين. تتيح هذه المواقع إمكانية استخدامها لإرفاق الملفات والكتابة حول مواضيع متعددة ومعينة، تمّ المشتركين الآخرين في نفس الصفحة وتخدم مصالحهم المشاركة، ففي كل المواقع الاجتماعية تتوفر إمكانية التعليق على المواضيع المطروحة فيها، وهذا ما يدفع زائري الشبكات للمشاركة بعد التعريف بأنفسهم وكتابة شيء عنهم كالمهنة والاختصاص والاهتمام.

● **المحادثة:** تتيح المحادثة باتجاهين بعكس وسائل الإعلام التقليدية التي تعتمد على مبدئين المعلومات ونشرها باتجاه واحد لجميع المتلقين.

● **التجمع:** تتيح مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع بسرعة والتواصل بشكل فعال ويربط تلك التجمعات اهتمامات مثل حب التصوير الفوتوغرافي، القضايا السياسية ... وغيرها.²

حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، في بساطة وسهولة التفاعلية، فالفرد فيها كما انه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقينة في الإعلام القديم- التلفاز والصحف الورقية، وتعطي حيز للمشاركة الفعالة من المشاهد والقاري.

● **التنوع وتعدد الاستعمالات:** فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبحث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء... وهكذا.

● **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.

¹ عصام فريجات، مقال الحقيقة الافتراضية، مراكز مصادر التعلم والمكتبات المدرسية، متاح على

<http://www.informatieg.gov.salireadarticle.php>

² What is social media, e-book, icosing.com united kingdom available 2010, P 61.

<http://www.pdfio.com/k-75620.html>

- **التوفير والاقتصادية:** اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال، او على جماعة دون أخرى.¹
- **تشكيل المجتمع بطرق جديدة:** على الرغم من ان المفاهيم المجتمعية الوهمية منذ بداية التطبيقات الالكترونية، إلا أن مواقع الشبكات الاجتماعية وفرت سبلا جديدة للاتصال، فقد ينظم المستخدمون لمجتمعات قراءة الكتب ولاتصال من خلال تبادل وقراءة الكتب التي يحبون.
- **تخزين البيانات:** تسمح غالبية شبكات التواصل الاجتماعي لأعضائها باستعراض شبكات أصدقائهم.
- **العاطفة من خلال المحتوى:** المشاركة العاطفية إحدى الدوافع الرئيسية استخدام التدوين المصغر، وترتبط قوة وخصائص الشبكات الاجتماعية مع ما يعرف بالمشاركة أو التبدل العاطفي، ويظهر ذلك بشكل واضح في تيارات الوعي الاجتماعي، التي تسمح خصائصها للمستخدم بالتفكير في كيفية المشاركة العاطفية، والناس معيرون على مشاركة العواطف في فترة زمنية قصيرة، وبشكل خفيف في شبكات التواصل الاجتماعي.²

¹ keen andrew, the cult of the amateun how blogs, my space, yooyube, and the next of today's user generated media are destroying ou economy, oun culture, and our values : croun busness, reprint edition USA 2008, P 153.

² Keen Andrew, p 154.

المبحث الثالث: مميزات مواقع التواصل الاجتماعي.

1. التعريف بالذات:

المستوى الأساسي من دخول إلى معظم الشبكات الاجتماعية هو إنشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها، ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه هو / هي ويعرض نفسه / نفسه الأرقام، من خلال النص والصور والموسيقى ومقاطع الفيديو بين وظائف أخرى تسمح لمستخدمي الشبكات الاجتماعية بتعبئة وتنظيم العلاقات الاجتماعية وملفات الشخصية بالطريقة التي يريد ومع الأعضاء الآخرين لرؤيتهم.¹

2. الاستعانة بالبيانات خارجية:

معظم مواقع الشبكات الاجتماعية تسمح لأعضائها بعرض جل اتصالات وأيضا في كثير من الحالات لاجتياز الشكل الخارجي لشبكات ربما هي واحدة من المرات الأولى على الانترنت للمستخدمين تمكنت من عرض الشبكات الاجتماعية على الانترنت الخاصة، ومشاركتها مع الأصدقاء وعمامة الجمهور بعض مواقع الشبكات الاجتماعية أيضا تدعم التطبيقات التي تسمح للمستخدمين لوصف العلاقة بين أنفسهم وأعضاء آخرين.

3. طرق جديدة لتشكيل المجتمع:

على الرغم من مفاهيم المجتمعات الافتراضية كانت موجودة منذ بداية تطبيقات الانترنت، مواقع الشبكات الاجتماعية تدعم طرق جديدة للناس للتواصل فيما بينهمو يمكن للمستخدمين اختيار هذه المواقع للاتصال عبر مختلف الأشكال الرقمية، مثلا لعلامات "tags" و التطبيقات المبنية "in-byilt" فيداخل مواقع الشبكات الاجتماعية، التطبيق "الرفوف البصرية" "visualshelf" يمكن مستخدمين الفيسبوك الانضمام إلى مجتمع قراء الكتاب، وربطه من خلالها بالكتب التيود قراءا.

4. الأنشطة من أسفل إلى أعلى:

توفر مواقع الشبكات الاجتماعية منصات مثالية يمكن من خلالها للمستخدمين ابتداء من وجود قيم ومصالح مماثلة يمكن أن تأتي معا للتعاون بشكل فعالو بتكلفة منخفضة على سبيل المثال، يمكن للأطباء تبادل و مضاعفة فحص الحالات الطبية النادرة على

¹ عصام فريجات، مقال الحقيقية الافتراضية، مراكز مصادر التعليم والمكتبات المدرسية.

مواقع الشبكات الاجتماعية الصحية كما هو معمول به في الحالات العادية ، أو يمكن لنشطاء تنظيم احتجاج من خلال مواقع مثل يهمني "Care".

5. سهولة الاستخدام: سمة رئيسية من شعبية مواقع الشبكات الاجتماعية وبساطتها أي شخص لديه مهارات استخدام الإنترنت الأساسية يمكن أن ينشأ ويدير مواقع الشبكات الاجتماعية الموجودة على الإنترنت، اكتسبت مواقع الشبكات الاجتماعية المستخدمين الموجودين على الإنترنت من خلال وجود موقع شخصي وكانت من السهوليات أن واستضافة للموقع غالباً هذه الصفحات الرئيسية ليست سهلة لإنشاء و تطوير ما تتكبد تكاليف في المقابل، مواقع الشبكات الاجتماعية هي مجانا و مفتوحة أمام الجميع للانضمام ومعظمهم يتطلب منهم التسجيل، في حين أن آخرين تحصر عضويتهم من خلال دعوة من الأعضاء الذين هم الأعضاء بالفعل للموقع.

- **الأصدقاء / العلاقات "Connections/ Friends"**: وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين ، الشبكات الاجتماعية تطلق مسمى "صديق" على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال أو علاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمتك.
- **إرسال الرسائل**: وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.
- **ألبومات الصور**: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها
- **المجموعات**: تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين.
- **الصفحات**: ابتدعت هذه الفكرة الفيس بوك، واستخدمتها تجارياً بطريقة فعالة حيث تعمل حالياً على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحات وإظهارها لفئة يحددوا من المستخدمين

وتقوم الفيس بوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتمامات بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.¹

المبحث الرابع: نماذج مواقع التواصل الاجتماعي.

• الفيس بوك facebook:

الفيسبوك هو لوحة إعلانات تفاعلية إنشاء حساب الفيسبوك (مجاناً) يتيح الوصول إلى مساحة عمل مع تطبيقات البرامج المختلفة - كل ما هو متاح على الإنترنت - لتخصيص صورهم الشخصية.²

الفيسبوك هو عبارة عن شبكة اجتماعية تمه كلية والمجتمعات المدرسة الثانوية و هو من بين الشبكات الاجتماعية على الانترنت، برز الفيس بوك لثلاثة أسباب: نجاحه بين الحشد الكلية، وكمية ونوعية المعلومات الشخصية للمستخدمين جعله متاح على ذلك، وحقيقة أعلى خلاف مع الشبكات للمستخدمين الشباب، و يتم تحديد تلك المعلومات شخصياً، وفقاً لذلك، الفيسبوك هو من مصلحة الباحثين في ناحيتي: كظاهرة اجتماعية شامل في حد ذاته باعتبارها نافذة فريدة من المراقبة على مواقف الخصوصية وأنماط الهام المعلومات بين الأفراد الشباب.³

- بدأ الفيس بوك كفكرة بسيطة لأحد طلبة هارفارد " زوكربيرج" الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم، فكرة زوكربيرج كانت تقضي بإنشاء موقع انترنت بسيط يجمع من خلاله طلبة هارفارد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة و الإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج.

وبالفعل جسد فكرته هذه التي رأت النور في 04 فيفري 2004 و مع الانطلاق الموقع حقق نجاحاً كبيراً ففي غضون أسبوعين بدأ نصف تلامذة بوسطن بالمطالبة بالانضمام لشبكة الفيس بوك لان الشبكة كانت مقتصرة على طلبة هارفارد فقط ،

¹ امينة عادل سليمان السيد وهبة محمد خليفة عبد العال، الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الاخصائي والمكتبة، مصر، 2009، ص 13.

² Facebook et la securite du reseatage social, JTAC -Ssc-report-to-JTAC-29-01-2010.

³ Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook, PET 2006.

فاستعان زوكربيرج بصديقيه "دوستنموسكويتز" و "كريس هيوز" لبناء الفيس بوك الذي استطاع في غضون 04 أشهر أن يضيف 30 شبكة لكليات أخرى.¹

وعلى مدى العامين الماضيين، أصبح الفيسبوك مشهورا في حرم البلاد، وتطور الفيسبوك من مجرد هواية إلى وظيفة بدوام كامل Zuckerberg و أصدقائه.

- في مايو 2005، حصل الفيسبوك على 13 مليون دولار في تمويل المشروع فباع الفيس بوك كإعلانات مستهدفة لمستخدمي الموقع و شركاؤه مع RMS مثل أبل و جيت بلو للمساعدة في تسويق منتجات إلى طلاب الكلية.²

ويعتبر الفيس بوك الآن من أكبر وأشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصداقات على الإطلاق الموقع ليس حكرا على احد فالتسجيل فيه مجانا وسهلا ويستطيع أي شخص أن يستخدمه يعد هذا الموقع آلة إعلامية ضخمة لطالما استخدمها الكثيرون في تنفيذ الحملات إعلانية و ترويج لمنتجات معينة كتسويق واكبر الأحداث التي تم الاستفادة فيها عبر الموقع نذكر منها قيام رجال السياسة الأمريكيين لاجتذاب أصوات الناخبين في الانتخابات فيكفي أن أنصار مرشح الرئاسة الأمريكية (أوباما) وقتها استخدموا الفيس بوك ليجتذبوا أصوات الشعب الأمريكي، وعلى مستوى الشرق الأوسط.

- الفيسبوك موقع التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية بأكثر من ثلاثين مليون مستخدم. يمكن للمستخدمين رؤية لمحات من أصدقائهم و(على سبيل المثال، كلية) أعضاء الشبكة. وتشمل الملامح الصور، أفضل الأوقات، أعياد الميلاد، الخ. منذ إطلاق منصة الفيسبوك، ويمكن أيضا عرض ملامح الأدوات طرف ثالث

• إحصائيات 2013:

أكثر من 63٪ من مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية قد عدلت إعدادات الخصوصية الافتراضية الخاصة بهم، مشيرا إلى مشاكل الخصوصية في مهدها في منصات الشبكات الاجتماعية في الواقع، على بعد حوالي 6 من أصل 10 قالوا إنهم إما لم تكن شعرا بالقلق إزاء المعلومات خصوصا مأم وشعرت أنه كانفي مأم من بيانات تنتهك، بينما ما يقرب من 4 من أصل 10 أعرب عن قلقه إزاء الطريقة التي تم التعامل بيانات على الشبكات الاجتماعية لوحظ أن أكثر من 60٪ من مستخدمي

¹ Adrienne Felt and David Evans Privacy Protection for Social Networking APIs, University of Virginia, article ,

² مرزوقي حسام الدين، الشبكات الاجتماعية والاعلام، مذكرة مقدمة ضمن نيل شهادة الليسانس في علوم الاعلام والاتصال، جامعة عنابة، 2009، ص 38.

وسائل الإعلام الاجتماعية-حذف شعب آخر من قوائم أصدقائهم، ارتفاعا من 56٪ في عام 2009. في حين، و 26٪ من المستخدمين الذين يحافظون على ملفات الشخصية خاصة يقولون أم تطبيق إعدادات الخصوصية الإضافية للحد من التعرض للبيانات الشخصية لبعض الأصدقاء و 25٪ من مستخدمي في الفيسبوك لا يتعاملون مع أنواع من الرقابة والخصوصية، بينما 23٪ من مستخدمي الفيسبوكي قومون بمراجعة حسابهم 5 مرات أو أكثر يوميا.

وقد أدمجت أكثر من 1 مليون موقع مع الفيسبوك بطرق مختلفة؛ أثبت هذا أن النظام الأساسي أصبح إلزاميا بالنسبة لمعظم من الموقع لتعتمد في الفيسبوك.

اعتبارا من عام 2012، وقد لعبت 210,000 عاما من الموسيقى في الفيسبوك جنبا إلى جنب مع 62600000 الأغاني وحوالي 22 مليار مرة. الحقيقة الأكثر إثارة للاهتمامها هو، التطبيق الموسيقى التي تستمع فقط في شهر سبتمبر 2011، وهذه البيانات هيمن 11 سبتمبر 2012 أيضا، يفضل 80٪ من المستخدمين للاتصال العلامات التجارية من خلال الفيسبوك بالمقارنة مع أي موقع الشبكات الاجتماعية الأخرى، هذا أعطى رسالة واضحة أن الشعب لا يريد إضاعة وقتهم في تصفح فقط حول الإنترنت زيارة المواقع من العلامات التجارية، ولكن أرغب في ذلك للعثور عليهم.¹

هو أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يقوموا لمستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع، وطبق التصنيف أليكسا العالمي فإن موقع يوتوب يأتي في المركز الثالث من حيث أكثر المواقع العالمية مشاهدة، بعد كلمن: ياهو، وجوجل.

• **مؤسس والموقع:** بدأ موقع يوتوب في الظهور على شبكة الإنترنت، وهو أشهر المواقع الإلكترونية التي تقدم المواد المصورة

المنتجة بواسطة المستخدمين، في 15 فبراير (فيفري) عام 2005 بواسطة ثلاث موظفين من شركة بايپال Paypal هم:

- 1977 وهو شاب جامعي من مواليد Chad Hurley تشاد هيرلي، كان يعمل في شركة Paypal، وهو الذي

قام بتصميم شعارها، وستيفتشين Chen Steve الشاب الجامعي أيضا المولود في تاوان عام 1978 مو جاود كريم

¹ متاح على <http://www.dazeinfo.com>

Karim Jawed المولود في ألمانيا عام 1979م، وصاحب جمعية شبابية أقامها لدعم الطلاب الجامعيين للانطلاق

في مشاريعهم المميزة، وصاحب أو لفيديو ترفعه على اليوتوب، وقد صوره لنفسه وهو في حديقة الحيوانات.¹

• **التويتير twitter:** ظهر موقع التويتير في مارس 2006 على يد جاك دورزي Dorsey Jakck، بيز ستون

و bizstone و ايفان وويليامز williams Evan و أتيح للجمهور في جويلية 2006 وعبارة عن شبكة اجتماعي

وخدمة للتدوين المصغر blogging-Micro تسمح لمستخدميها بإرسال تحديثات و تدوينات مصغرة لا تتجاوز

1470 حرف ، و يمكن إرسال التحديثات وفق 03 طرق هي:

أ. عبر نموذج الويب: من خلال الموقع أو بعض التطبيقات التي تسمح بذلك

ب. عبر رسالة قصيرة: و ذلك بإرسال SMS من الهاتف النقال للحساب الشخصي على الموقع.

ت. عبر رسالة فورية: من خلال برنامج الرسائل الفورية.

- التويتير هو خدمة على شبكة الإنترنت حيث يمكن للمستخدمين إرسال رسائل قصيرة تسمى تغريدات باستعراضات

140 حرفا، ويعتبر البعض تويتير منصة التدوين المصغر، و تعتبر خدمة التدوين المصغر هي خدمة على شبكة الإنترنت

والذي يسمح للمستخدمين لنشر الرسائل القصيرة للمستخدمين أخرى من الخدمة، في الواقع، التدوين المصغر له جذوره

في تتابع الدردشة الفورية (IRC) والرسائل الفورية (IM) والهواتف النقالة، (SMS) وأكثر تركيزا على الجوانب

التقنية من تويتير.²

كما يعتبر التويتير التدوين المصغر الأكثر شعبية (OSN) (WWW.TWITTER.COM) ويضم تويتير 100

مليون مستخدم نشط في جميع أنحاء العالم، بما في ذلك: للصحفيين والفنانين والشخصيات العامة، والوكالات الحكومية

والمنظمات غير الحكومية والكيانات التجارية، مستخدميه التواصل عبر الرسائل 140 حرفا، يسمى "تويت"، وذلك باستخدام

واجهة ويب بسيطة والإرسال رسائل يسمى "تويتينغ" يمكن للمستخدمين الاشتراك على تغريدات المستخدمين الآخرين.³

¹ MasoudBanberstaCrossmedialab :The success factors of the Social Network Sites "Twitter", Utrecht University of Applied Sciences, June 2010.p12.

² EmilianoDe Cristofaro , Claudio Soriente, Gene Tsudik, Andrew Williams Hummingbird: Privacy at the time of Twitter,p 03

³ OVERVIEW WHAT ARE SOCIAL NETWORKING SERVICES,p06.

• تحديثات **Micro - blogging / Présence**:

خدمات التدوين المصغر مثل تويتر وجايكو تسمح لك بنشر (140 حرفاً، بما في ذلك المسافات) الرسائل القصيرة علناً أو ضمن مجموعات الاتصال. وهي مصممة للعمل في خدمات الهاتف النقال، ولكنها تستخدم شعبياً للقراءة على الإنترنت كذلك، تقدم العديد من الخدمات "تحديثات" - الرسائل القصيرة التي يمكن تحديثها لتترك الناس يعرفون ما كنت في مزاج أو ما تقومون به. ويمكن التحقق من هذه ضمن الموقع، وقراءة الرسائل نصية على الهواتف، أو توقيفها إلى حين قراء أو عرضها في أي مكان آخر يشتر ك المستخدمين في المحادثة وتحديثها باستمرار والاتصال مع الشبكات على الإنترنت.

• إحصائيات 2013:

منذ فجر تويتر، كانت هناك مجموعة 163000000000 تويتو 175 مليون تويت أرسلت من التويتو كل يوم في عام 2012. ومن المثير للاهتمام أن التويتو لديه الآن أكثر من نصف مليار عضو مسجل، مع أكثر من 140 مليون شخص في الولايات المتحدة وحدها أيضاً يرسل مستخدمي التويتو 175 مليون تويت في اليوم الواحد، في بعض المناسبات الخاصة والأحداث تويتو يولد عشرات الآلاف من تويت كل ثانية، للمستخدم تويتو المتوسط و يرقزق 307 مرات. ويجري تجاهل 56٪ من تويت للشركات و العملاء 86٪ من المستهلكين يميلون إلى دفع المزيد للحصول على تجربة أفضل للعملاء في حين كان 82٪ منهم من أوقف التعامل مع الشركة بسبب سوء تجربة العملاء، يتم استفزاز 26٪ من retweets بطلب لإعادة تغريد.¹

• ماي سبيس **my space**: من الواضح أن ماي سبيس شبكة من الشبكة الاجتماعية، فإنه يندرج في هذه الفئة من

شبكات الضمنية التي لم تخلق لتكون الشبكات الاجتماعية، ولكن التي في مضمون تطورها أصبحت واحدة منهم وهو عبارة عن منصة التي تقدم مجاناً للأعضاء التسجيل و أخذ مساحة شخصية غي الموقع، والسماح لهم لجعل بلوك blog، وإرسال الصور الخاصة / الفيديو / الأصوات والوفاء للمعلومات الشخصية المختلفة و في الموقع أيضاً نظام الرسائل التي يتيح التواصل بين الأعضاء وبناء "شبكة من الأصدقاء".

¹ philippeToorloting :mémoire de enjeux et perspectives les réseaux sociaux, institut supérieur de commerce du paris ,marketing ,promotion 2006 ,p19

بالرغم من انضمام الفردي للمراهقين في ماي سبيسفي وقت مبكر، وأصبح المراهق ونواضح يندبوغرافيا على الموقع في عام 2004 و جاء عدد قليل من المراهقين على ماي سبيس من فريندستر، وقد جذبت المراهقين في وقت مبكر لثبني أكثر My Space من خلال واحد من طريقتين :

• قوقل + Google:

جوجل بلس هو عبارة عن شبكة إجتماعية دف إلى جعل التواصل والمشاركة عبر الإنترنت أسهل من ذي قبل، أعتقد أن جوجل قامت بأخذ أفضل ما في فيسبوك و تويتر لتصميم بلس. يتشابه جوجل بلس مع تويتر في إمكانية إضافة أي شخص لشبكتك، على العكس من فيسبوك حيث يقتصر الأمر على الأصدقاء فقط، ولكن المميز في جوجل بلس هو إمكانية تحديد الأشخاص الذين تود مشاركة أخبارك وتحديثات معهم وذلك من خلال الدوائر أو الحلقات التي تقوم بإنشائها وتصنيف الأشخاص ضمنها، الأمر الذي سيمكنك من الإطلاع على آخر التحديثات من كل مجموعة، بالإضافة لتحديد من سيطلع على تحديثاتك وأخبارك. لكن الكثيرين قد أشتروا إلى وجود أنت تشارك تلك خرق للخصوصية في بلس، فعند مشاركة أي شخص مع أصدقاتك المقربين مثلا الأخبار مع أشخاص تأتمنهم على أخبارك، ولكن ماذا لو قام أحد بإعادة نشر أخبارك مع أصدقاته؟ ستتشر أخبارك لتصل لأشخاص لا تعرفهم أو لا تأتمنهم على أسرارك. بإمكان مستخدم بلس منع إعادة نشر تحديثات معينة من خلال قائمة التحرير الموحدة بجانب التحديث¹.

• انستقرام instagrame:

هو برنامج مجاني طرح في ولاية سان فرانسيسكو الأمريكية في شهر أكتوبر من عام 2010 من قبل المطور التقني "كيفن سيستورم" وكان موجها فقط لأجهزة الآيفون و الآي باد والآي بود وغيرها من منتجات شركة أبل وفي شهر ابريل من عامنا الحالي 2012 طورت الشركة المنتجة (تتكون من 13 موظف فقط) البرنامج ليعمل على أجهزة الهواتف التي تعمل بنظام اندرويد 2.2 "فرويد" كأجهزة السامسونج جلاكسي وغيرها. تستطيعون إنزالها عن طريق الابل ستور لأجهزة الآي فون وعن طريق لأجهزة الاندرويد Google Play الجوجل بلاي.

¹ ماهو قوقل بليس؟ What is Google Plus?

المبحث الخامس: مخاطر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

أن الكثير من المؤسسات الكبرى والشركات الحكومية الخاصة ، تجمع عن الأفراد بيانات عديدة ومفصلة تتعلق بالوضع المادي أو الصحي أو التعليمي أو العائلي أو العادات الاجتماعية أو العمل.. الخ ، وتستخدم الحاسبات وشبكات الاتصال في خزانه ومعالجتها وتحليلها والربط بينها واسترجاعها ومقارنتها ونقلها ، وهو ما يجعل فرص الوصول إلى هذه البيانات على نحو غير مأذون به أو بطريق التحايل أكثر من ذي قبل، ويفتح مجالاً أوسع لإساءة استخدامها أو توجيهها توجيهاً منحرفاً أو خاطئاً أو مراقبة الأفراد وتعريه خصوصياتهم أو الحكم عليهم حكماً خفياً من واقع سجلات البيانات الشخصية المخزنة.¹

موقع فيس بوك ومعضلة احترام الخصوصية:

- تحت راية التشبيك الاجتماعي ينتهك موقع فيس بوك الخصوصية... ونحن شركاؤه بذلك؟

ما إن ندخل عالم موقع فيس بوك نقول وداعاً للخصوصية، فانتهاك الخصوصية ليس بجديد على هذا الموقع حتى ولو ادعى عكس ذلك موقع يغير شروط الاستخدام بشكل مستمر ويضيف خدمات وتطبيقات لتسهيل التشبيك الاجتماعي. إن تأملنا جيداً في تلك الخدمات ندرك أنها وضعت لغاية واحدة هي جمع البيانات ودراسة السلوك الإستهلاكي للمستخدم والاستفادة منها بهدف الربح الإعلاني من خلال عمليات الدعاية والإعلان المركز.²

يحتفظ موقع فيس بوك في خوادمه في ولاية كاليفورنيا بكل البيانات والمعلومات تلك التي يضعها المستخدم بنفسه أو تلك التي لا علم للمستخدم فعند التحول على موقع فيس بوك على سجل وصفحات الأصدقاء أو الشركات أو المؤسسات المختلفة، فكل نقرة يقوم بها المستخدم مراقب على الشبكة، فكل التطبيقات التي تُفهرس وتحلل، ولا ينتهي الأمر عند هذا الحد فالمستخدم تصل المواقع والمدونات والصفحات المختلفة بموقع فيس بوك لتسهيل مشاركة الإعجاب بمقال أو بصورة يمكن اعتبارها تطبيقات جاسوسة تسجل بدقة تحول مستخدم فيس بوك على الانترنت وتسجل عناوين كل المواقع التي زارها وأحبها المستخدم والشبكة بمجملها مفخخة بالوصلات لموقع فيس بوك، ألم يقترح عليكم موقعاً ما نافذة فيس بوك الزرقاء مع أسماء معارفكم وأصدقاءكم الذين أحبوا "Like" مقالاً ما على الموقع أو أم اشتروا سلعة ما من موقع تجاري تزورونه؟

¹ د. هشام محمد فريد رستم ، قانون العقوبات ومخاطر تقنية المعلومات ، مكتبة الآلات الحديثة .1992ص180.

² دنيا عبد العزيز فهمي، الحماية الجنائية من إساءة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي دار النهضة العربية 2018، ص36.

وعندما يقترح موقع فيس بوك أن نتعرف على أصدقائنا المقربين عندما نخطئ بوضع كلمة المرور للدخول على صفحتنا مما يتيح لفيس بوك إمكانية تصنيف أصدقائنا لجذم لسلع معينة بأسمائهم مقرونة بأسمائنا. وماذا عن طلب موقع فيس بوك رقم الهاتف المحمول لإرسال كلمة المرور؟ تخيلوا عدد الأرقام التي يجمعها من حول العالم ليشكل أضخم قاعدة بيانات لأرقام الهاتف المحمول في العالم...

بالإضافة إلى ما سبق لم أشرح بديهيات كل موقع الكتروني ألا وهي تسجيل وحفظ كل بيانات المستخدم المتصل.الذي عندما يلج إلى صفحته، يسجل الموقع يوم الاتصال و وقت الاتصال ومن هو مزود خدمة الانترنت وهوية برنامج تصفح الإنترنت أو التطبيق المحمول ونظام التشغيل وعنوان الجهاز IP ونوع الجهاز، كما يمكن للموقع أن يميز عند تحليله كل هذه الاتصالات والبيانات أن مجموعة مثلا من المستخدمين يتشاركون جهاز كمبيوتر واحد أو كمبيوتر لوجي واحد. كذلك يمكنه أن يفهرس موظفي شركة معينة يتقاسمون استخدام نفس جهاز الكمبيوتر أو بكل بساطة يضعون بأنفسهم تلك المعلومات.

هذا ويمكن لموقع فيس بوك أن يجمع البيانات عن الموقع الجغرافي حيث يتواجد المستخدم الذي يفعل خدمة تحديد الموقع، في حال لم يقم الأصدقاء بالوشى عن موقع صديقهم الجغرافي عند وسمه في صورة ما أو موقع ما.¹ الأصدقاء هم من أبرز مشاكل انتهاك الخصوصية الذين بالإضافة إلى عملية الوشم حين يقومون بمزامنة لائحة الأصدقاء مع لوائح خدمات البريد الإلكتروني ك حي ميل و اهو و غيرها، فإن موقع فيس بوك يضع يده على منجم من الأسماء والعناوين، فيفهرس عناوين الأشخاص اللذين لا يملكون حسابا على الموقع، واللائحة تعرف بالـ profile Sandows ليقوم بعد ذلك بإرسال الدعوات لتسجيلهم على الموقع.

تذكروا طلب النمساوي ماكس شريمز باسترجاع بياناته المحفوظة في خوادم موقع فيس بوك واستلم حينها 1222 صفحة، ولم تكن تحوي مجمل البيانات.

لذا لا يجب أن يغفل على المستخدم أن مفتاح المحافظة على خصوصيته هو بيده قبل كل شي.²

¹ متاح على: <http://www.france24.com>

² متاح على: <http://www.france24.com>

المبحث السادس: أثار شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الأخبار الزائفة

انتشرت بشكل كبير وسائل التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة، وأصبحت هي الوسيلة الوحيدة التي فرضت سيطرتها على جميع المجتمعات وأصبح مستخدميها يتجاوزون المليارات وأصبحت وسيلة شديدة التأثير في المجتمع بشكل كبير وخطير، وذلك لأنها أصبحت تستخدم أساليب جذب لاحصر لها فهي تستهوي متابعيها من جميع الفئات ومن جميع الأعمار وأصبح لها تأثير كبير في النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ولا يمكن النظر إلى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي بوصفه إيجابيا أو سلبيا في الجمل، وإنما كتأثير معابد فطريقة استخدامنا فهي التي تحدد هذا التأثير سواء كان إيجابيا أو سلبيا تأثيره في علاقتنا بالمحيطين بنا، فهذه الوسائل مثلها كالكثير من المسائل المشتركة التي يمكن الاستفادة منها في الأمور والمسائل المشروعة والمقيدة إلى ابعاد الدرجات، كما يمكن الانغماس بها في هذا الاتجاه إلى ابعاد درجاته فالمسألة في الفاعل لا في الفعل والعبرة بالمستخدم، فكم من شخص نقلته شبكات التواصل من ظلمات الجهل إلى فضاءات النور وكم من آخرين أردتهم في مجور الجهل.

وعن إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي أنها تعمل على تقوية العلاقات بين أفراد المجتمع وسهلت التواصل وإمكانية معرفة الناس أخبار بعضهم البعض بسهولة ولم يعد التواصل عبر الصوت فقط، وإنما توفرت إمكانية مشاهدة الصور والفيديو ومتابعة تفاصيل الحياة بشكلها الطبيعي وتم إنشاء صفحات التواصل الاجتماعي مصل الفيسبوك والتويتر والانستجرام.

التي ربطت العالم ببعضه البعض، وتعتبر وسيلة لنقل آخر الأخبار والأحداث المهمة التي تحدث في جميع أرجاء العالم سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو رياضية أو فنية، حيث أننا أصبحنا نعلم الكثير من الأحداث عن طريق مستخدمي هذه الشبكات واستطاعت التأثير على الرأي العام من مختلف الجوانب.

وهي كذلك ساعدت في تقريب المسافات، فتعد شبكات التواصل الاجتماعي طفرة تكنولوجية نتج عنها إمكانية مشاهدة الأقارب والأهل، كما يمكن عن طريقها إجراء اجتماعات خاصة بالعمل وإنجاز العديد من المهام التي كان يصعب إنجازها فيها قبل ويحسب لشبكات التواصل الاجتماعي أنها تتعامل مع الخبر والحدث لحظة وقوعه، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور ومقاطع الفيديو والرد على بعضها، وهذا ما لم تتمكن منه وسائل الإعلام الحديثة ومن أثارها الجانبية أيضا اكتساب الخبرات من جميع أنحاء العالم كما مكنت الأفراد من تكوين صداقات على مستوى العالم، ويمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي على الرغم من كونها أداة للتواصل بين الأفراد وأنها وسيلة للتعبير عن الآراء المختلفة وتبادلها، فإنها في الوقت نفسه من

الممكن أن تكون أداة خطيرة تهدد سلامة وامن المجتمع , فشبكات التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين فهي من شأنها زيادة ثقافة المرء وحثه على العديد من القيم الايجابية ولكنها على النقيض ساهمت بشكل كبير في فرض الكثير من السلوكيات السيئة والتي أصبح المجتمع يعاني منها معاناة شديدة.¹

وباتت شبكات التواصل الاجتماعي إحدى الأدوات التي يتم استخدامها بشكل سلبي في نشر الشائعات, بدليل أن معدلات انتشار الشائعات تتناسب طرديا مع التقدم في تكنولوجيا الاتصال وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمع, حيث يلجأ مستخدمو هذه الوسائل في التخفي أو من خلال هويات غير حقيقية في نشر بعض الأخبار الكاذبة التي تجد رواجاً لدى الكثيرين, وانتحال الشخصية وتشويه السمعة والسب والقذف, والتحايل والابتزاز والتزوير وفي شن الحروب النفسية ونشر الشائعات التي تضر بالمجتمع , بعد أن أصبحت أداة قوية من أدوات حروب الجيل الرابع, وأصبحت البيانات الشخصية متاحة و مكشوفة بل إن الحياة أصبحت موثقة عبر حساباتهم على الشبكات الاجتماعية وأصبحت شركات الشبكة الاجتماعية تمتلك قواعد بيانات كاملة على أدق تفاصيل حياة مستخدميها, من خلال بعض التطبيقات الموجودة على الهواتف الذكية المستخدمة للتواصل الاجتماعي مثل: whats app, viber وغيرها من مئات التطبيقات التي تتطلب إذنًا من المستخدم للولوج إلى كافة البيانات الشخصية الخاصة بالأرقام الموجودة على هاتفه المحمول، بل تم تطوير التطبيقات في ظهرها العاب للترفيه, وفي حقيقتها برامج لتجسس وجمع المعلومات.

ولخطورة شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات اصدر النائب العام قرارا بمتابعة وضبط شبكات التواصل الاجتماعي التي تبث الأكاذيب والأخبار غير الحقيقية, وجاء قرار النائب العام بمتابعة وضبط وسائل الإعلام التي تبث أخبار وشائعات كاذبة, تحذيرا لمن تسول له نفسه تقديم معلومات مغلوطة, يضع حدا للفضوى والشائعات والأكاذيب المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام ويحمي الحرية المسؤولة وامن البلاد واستقرارها.²

¹ دنيا عبد العزيز فهمي، نفس المرجع السابق، ص 38.

² فتحي شمس الدين، شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر، دار النهضة العربية، ص 2013، ص 48.



الفصل الثالث

إشكالية خصوصية الأفراد

بجاه مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

يعتبر مفهوما من المعلومات التي تكمن في حق المستخدم في الحفظ على معلوماته الشخصية إبقائها تحت سيطرته المباشرة والكاملة، أي بمعنى عدم إمكانية الوصول لها من قبل أي شخص آخر دون إذن منه، وتتبقى الإشكالية المطروحة والتي تخص نقص مواقع التواصل الاجتماعي من حماية خصوصية وامن الأفراد المعلوماتي، فهذا النقاش الشديد مصدر لدراسة النقائص التي تخص ملف حماية خصوصية الأفراد أثناء استخدامهم لمختلف الشبكات الاجتماعية ولذا نحاول في هذه الأسطر أن نضع حلبة حول ما إذا كانت سياسة إعداد الخصوصية هو أمر معتد من قبل شبكات التواصل الاجتماعي وهو ما أثارته عدة جرائد ومجلات وملتقيات تعالج الفجوى العميق لمواقع وشبكات التواصل، وهذا ما أسفرت عنه مجلة "الأمن الرقمي في العالم العربي" في عددها الثالث بحيث اعتبرت شبكات التواصل كوجبة دسمة للاستخبارات أو كتروجات سياسي يتقل كل مستور الى العلني تحت راية الرقمي في مكان أي شخص أن يتعرف على الكثير من خصوصيات شخص اخر بمجرد تمضية دقائق في ملفه الشخصي، واصل مواقع التواصل الاجتماعي ليست لها القوة الكاملة لحماية المعلومات الشخصية للأفراد، وأيضا لماذا تقوم بإعطاء أسئلة هي فعلا محيرة حول حياة الأفراد الخاصة وكأنها هي الاستخبارات الأفراد الآن أصبحت على المحك ما لم تتخذ الإجراءات اللازمة في حل هذه الإشكالية.

المبحث الأول: مفهوم الخصوصية

1. تعريف الخصوصية:

- لغة: كلمة الخصوصية يأتي أصلها من اللاتينية "Intimas" وهو يعني أن هناك ما هو مخصص في الداخل، فالمعنى الأدبي يعرف وفق قاموس "لاروس" أن الخصوصية هي "طبيعة ما هو حميمي وعميق في الداخل ويجزينا "R. Deleplanque" بان الخصوصية هي مفهوم معقد الحق في الاحترام، وهو اختيار يومي في الرعاية.¹
- اصطلاحا: الخصوصية هو مفهوم من الصعب تحديده جزئيا بسبب الفروق الثقافية، فالتفرق أنواع على سبيل المثال فتح الباب دون أن يطرق قد يعتبر انتهاكا للخصوصية في ثقافة واحدة و سيمح في بلد آخر، يمكن أن تصاغ تعاريف الخصوصية في شروط تحكمية أو معيارية، ويمكن عرض الخصوصية كشرط او كالمطالبة الأخلاقية على الامتناع عن بعض الأنشطة، وعلاوة على ذلك فالبعض يلاحظ بان الخصوصية تحمل على عاتقها المزيد من الحقوق الأساسية مثل الحرية أو الممتلكات وتعني الحفاظ على البيانات الشخصية من المستخدم غير المخول مثل الإضافة والحذف والتعديل.²
- وتعرف الخصوصية أيضا بأنها المعلومات الشخصية التي يراها الفرد مهمة وغير قابلة للتحقيق من قبل السكان عامة، وتشمل المعلومات الشخصية اسم الشخص، العنوان الفعلي، عنوان البريد الإلكتروني، اسم المستخدم على الانترنت، رقم الهاتف، رقم الضمان الاجتماعي، وأية معلومات أخرى لذلك الشخص يمكن تحديدها، والخصوصية أيضا ننطوي على حق الفرد في السيطرة على نشر المعلومات الشخصية ووجود الحكم الذاتي للسيطرة على تبادل المعلومات وكيف سيتم استخدامها والتلاعب بها، الأمر بالغ الأهمية لحق الفرد في الخصوصية، وذكر "برمانو بروتينغ" عندما تتحدث عن الخصوص فنحن غالبا ما نتحدث عن الاستقلالية الشخصية من حيث صلة المعلومات بالفرد.³

¹ Crocherie julie: intimité et adolescentes chosqitalises, travail de fin d'études, dilpome d'état infirmier, promotion ; 2008-2011, P 16.

² محمد عبد الله الشهري، الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، مقال، ص 02.

³ Aianne M.timm, Carolyn J.Duuen : Privacyand Social Natwar kink sites, new direction for student servicesine ni 124 winter 2008.

المبحث الثاني: المستخدم وخصوصيته

يقبل الشباب على الشبكات الاجتماعية بشكل خاص للدردشة مع أصدقائهم مع تزايد استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية، مع تزايد تحذيرات الخبراء من سوء استخدام ما يتم نشره من معلومات خاصة، فهل تعد تلك الشبكات خطر على الخصوصية وهربا من الواقع، أم هي قناة للتواصل وفضاء للتعبير؟

أظهرت الدراسة قام بها معهد Psycho nom-You Gov المتخصص في دراسة الأسواق أن عدد مستخدمي الفيسبوك حتى نهاية عام 2009 فاق عدد سكان الولايات المتحدة، وتشير هذه الدراسة التي ظهرت في مطلع العام الجاري إلى إن عدد الشباب الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية في تزايد مستمر، وإن الكثير منهم أصبحوا أعضاء في أكثر من شبكة اجتماعية ويقبل الشباب على الشبكات الاجتماعية بشكل خاص للدردشة مع أصدقائهم، ومع تزايد انتشار تلك الشبكات الاجتماعية، حيث ينشر الشباب الكثير من تفاصيل حياتهم، كما تزايدت أيضا الأصوات المخدرة من إمكانية سوء استخدام تلك المعلومات المشهورة، وأوضحت الدراسة التي قامت بها "تسق" المجلة الألمانية التي تنشرها هيئة "شتيق تونغار ينتست" المتخصصة في تقييم المنتجات المختلفة ان معظم الشبكات لديها ثغرات فيما يتعلق بحماية الخصوصية، وهو ما يؤكد المخبر بالمجلة.¹

تابع الكل الجدل الذي دار حول خصوصية المستخدمين في الفيس بوك في نهاية 2009 وسرية بياناتهم من صور والمعلومات التي أكد الموقع على الحفاظ على سريتها وعدم تملكها لطرف ثالث في اتفاقية الاستخدام والصلاحيات التي تكون في التسجيل الأولى لعقد بين المستخدم وإدارة الموقع.²

تواجد اغلب المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تسبب الكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الأحيان إلى أضرار مادية، فملف المستخدم على الفيس بوك يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه الهموم والمشاكل التي قد تصل بسهولة إلى أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير، فهناك من الشباب من وجد في الفيس بوك وغيره من المواقع الاجتماعية مكانا للتسلية والعبث وانعدام الرقابة جعلت البعض يسيء الاستخدام ولا يهتم بالعواقب.

¹ الشبكات الاجتماعية خطر على الخصوصية أم أداة للتواصل؟ جريدة العرب، 2011، ص 09.

² الشبكات الاجتماعية، مرجع سابق، ص 10.

قدمت لجنة التجارة الأمريكية علنا الشكاوى وذكرت أن مشغلي المنصات الإعلامية والاجتماعية الرائدة تعاملت مع بيانات مستخدميها بالطرق التي أضرت المستخدمين عن طريق التهديد على صحتهم وسلامتهم ويحتل أن تكشف عن آرائهم السياسية، والتوجه الجنسي، والعلاقات التجارية، وغيرها من المعلومات والانتماء إلى أطراف ثالثة دون إذن، وذكرت الصحافة على نطاق واسع واعتذار مقدم واستقالتهم دون طرح الكثير من الدفاع ومواصلة الضغط من اجل مزيد من تبادل المعلومات في مصلحة توسيع مدى الشبكات الاجتماعية في الوقت نفسه استمروا بالابتكار وتوسيع تسويق واستخدام المعطيات، وسائل الإعلام الاجتماعية النشطة.¹

هناك شريحة صغيرة من مستخدمي الفيس بوك على سبيل المثال تختار أن تجعل من سيرتها الذاتية امراً مكشوفاً ومعلناً، ويمقدور أي مهاجم هنا أن يستخدم ذلك كنقطة انطلاق ووجد الباحثون في اختباراتهم أنهم بحاجة إلى التعرف على مالا يقل عن 30 فرد حتى يكون بإمكانهم تشغيل حساباتهم الكمبيوترية في شبكات تتألف من 100 ألف مستخدم أو أكثر، وكشف هؤلاء أن حساباتهم الكمبيوترية تستخدم كمية ضئيلة من المعلومات الممكنة، وهذا ما يتيح لأي شخص متطفل العثور على الكثير.²

وهجوم مثل هذا قد يكون اشد واقوي لو استخدمنا فعلا المعلومات التي تترك عادة بعد إزالة الأسماء والعناوين منها، وهذا ما يظهر كيف أن القليل جدا من البيانات نلقي بجداتها، ويقول "اليساندرو كويستي" الأستاذ المشارك في تقنيات المعلومات والسياسة العامة في جامعة "كارنيغي ميلون" والخبير في قضايا الخصوصية على الانترنت مجلة "تكنولوجي ريفيو" أن هذا البحث مهم اذ يبرز البحث كيف ان البيانات والمعطيات التي قد لا تبدو مهمة بمقدورها أن تزود المهاجم بوسائل للكشف عن معلومات حساسة استنادا إلى اكويستي ومثال على ذلك يقول أن الحسابات الكمبيوترية بإمكانها نظريا استغلال أسماء الفرق الموسيقية المفصلة لدى المستخدم وأصدقائه الذين يرافقونه إلى حفلاتها للكشف عن معلومات حساسة كالاتجاهات وميوله الجنسية، رغم حجب المعلومات الخاصة به، ويتقد "اكويستس" أن النتائج هذه تشير إلى صورة قائمة تتعلق بمستقبل الخصوصية على الشبكة، إذ لا يوجد هناك ما يسمى الحجب الكامل للمعلومات على الشبكة لأنه من المستحيلات، ولا يعتقد "شما تيكوف" أن هناك

¹ خضر فضل الله وائل مبارك، اثر الفيس بوك على المجتمع، المكتبة الوطنية، السودان، 2012، ص 31.

² سرية المعلومات والخصوصيات على الشبكات الاجتماعية ... مستحيلة، جريدة الشرق الأوسط - الطبعة الأولى الالكترونية، العدد 11172، 2009.

حلا فتيا لهذه المشكلة، من هنا فهو يقترح تعديل قوانين الخصوصية والمحافظة على لسرية، والإجراءات في الشركات والمؤسسات، وفقا لذلك وعلى المستخدمين من تقرير ما إذا كانوا يسمحون بالمشاركة في معلوماتهم بالدرجة الأولى.

- أرقام الشبكات النشطة: اعتبارا من 31 ديسمبر 2011، كان الفيس بوك له 845000000 من المستخدمين النشطين شهريا، أي بزيادة قدرها 39% مقارنة مع نفس الرقم العام السابق، شهد زيادة 88% تويتر 182 في عدد المستخدمين لخدمات الهاتف النقال بين بداية عام 2010 وبداية عام 2011، في حين ان جميع متوسط عدد تغريدات لكل يوم ثلاث مرات تقريبا اعتبارا من أول يناير 2012، جوجل جمع أكثر من 20 مليون مستخدم مسجل منذ إطلاق مجرد نصف سنة في وقت سابق المستهلكون تكلموا أنهم لا يشعرون بالقلق فالناس لا يهتمهم الحصول على أكثر وسائل الإعلام الحرة عكس ما يفعلونه حول خصوصياتهم.

ويعرف الفيس بوك معلومات هائلة حول مستخدميها يحتوي على حوالي 40 قطعة من المعلومات الشخصية المعترف بها، بما في ذلك الاسم، عيد الميلاد، الآراء السياسية والدينية، المعلومات على الانترنت، الجنس، الميول الجنسي والحالة الاجتماعية، الكتب المفضلة لديك والأفلام، تاريخ التعليم والعمل، وبالطبع صور الفيس بوك ثم يقدم أدوات متعددة للمستخدمين للبحث عن إضافة جهات اتصال المحتملة بحلول الوقت الذي انتهت، الفيس بوك لديه فهم منطقي لكل المعنيين من أنت وما الذي تعرفه.¹

وأبرزت معطيات العصر الجديد أنواع عديدة من الجرائم، نتيجة الاستخدام والأدوات التي وفرتها تكنولوجيا العصر ومن الجرائم التي ظهرت مع ظهور واستخدام الانترنت صناعة ونشر الفيروسات التي أصبحت الأكثر انتشارا وتأثيرا، فضلا عن الدخول الغير المصرح به إلى أجهزة الحاسوب أو الشبكات التي يطلق عليها الاختراقات، ويضاف الى ذلك جريمة تعطيل الأجهزة، وانتحال الشخصية والمضايقات، وقد تبدو جريمة التشهير وتشويه السمعة ونشر صناعة الأفلام الإباحية الأكثر تأثيرا على الحياة الاجتماعية، وبالتالي فانه من خلال نشر الجريمة وتنوعها تتكون لدينا إفرازات ونتائج اجتماعية خطيرة.

وكل جرائم الانترنت هذه تعني سلوكا اجتماعيا سلبيا كان بفضل التطورات التقنية المعاصرة في العالم الجديد عالم التقنيات وعالم الاتصالات والمعرفة، ولذلك فان خدمة الانترنت سلاح ذو حدين يستخدم للخير أو للنشر، خدمة الانترنت خدمة منافعتها

¹ إبراهيم سعيد البيضاوي، القيم الاجتماعية في ظل عصر العولمة وإدارة المعرفة، المؤتمر العلمي الدولي غولمة الإدارة في عصر المعرفة، جامعة الخبان، لبنان، ص 45.

جمة وعطاؤها غير وهي مصدر خير وعلم ومعرفة وهداية وصلة وتطور الأمم وأفراح وهي في الوقت نفسه قد تكون مصدر لنشر عظيم لمن إصر على سوء استخدامها.¹

● **تهديد الهوية (الخصوصية):** الهوية هي خصوصية الذات وما يتميز به الفرد أو المجتمع عن الآخرين من خصائص ومميزات وقيم ومقومات، أما الهوية الثقافية فهي القدر الثابت والجوهرى والمشارك من السمات التي تميز حضارة فهي القدر الثابت والجوهرى والمشارك من السمات التي تميز حضارة هذه الأمة عن غيرها من الحضارات التي تجعل الشخصية طابعا تتميز به عن الشخصيات الأخرى، أو بلغة أبسط هي مجموعة الخصائص والميزات العقدية والأخلاقية والثقافية، التي ينفرد بها شعب من الشعوب وأمة من الأمم، وان الهوية العربية الإسلامية التي تشكل الحضارة العربية الإسلامية تعرضت لمحاولات غزو وطمس وتفتين، وخاضت الأمة معارك عسكرية طاحنة من اجل المحافظة عليها، وفي ظل العولمة الثقافية لن نستطيع القول ان الثقافة تعبر عن النظام الاجتماعي، وسيحملون قيما وأفكارا أخرجت من البث المتلاحق للصورة، ولم تخرج من نظام اجتماعي، فلا بد أن يفكر العالم في معنى الثقافة يكون خارج حدود الصلة بينها وبين النظام الاجتماعي، أن الثقافة أمر لا يصح التفريط به وهذا يعني أن الاختراق الثقافي سيكون من داخل الثقافة نفسها، أي بالارتكاز على قواعد ومن أهمها تزيين الفردية للناس وجعلهم يشعرون أن وجودهم مرتبط بالفردية، وهذا مخالف للرؤية الإسلامية، خاصة أنها ترى في الحياة الاجتماعية موردا من أهم موارد سعادة الإنسان والسعي المتواصل لتهميش سلطة الدولة في الحياة الاجتماعية والاقتصادية، وبهذا الاختراق فان العولمة الثقافية سيتفتتن نظام القيم، وتكرس معايير جديدة من النفعية والفردية والأنانية والمادية وستركز على الجسد وتقتل الروح، وستعم قيم الاستهلاك والمتعة والحياة وينتشر الفساد ويزداد الغلاء، وتضيع القيم العامة، ويزداد التفكك الأسري والتشرد الاجتماعي،² أن العولمة الثقافية سوف تخلق مجتمعا غليظ القلب تحكمه المادة، والريح، وقوى السوق وهذا يؤدي إلى تعميق الفجوة بين قمة الهرم وقاعدته ويتواكب نحو الهوية الثقافية مع الترويج لفكرة الثقافة العالمية على اعتبارات ثمة مشتركا إنسانيا عاما بين البشر على المستوى العالمي، وان رقعة ذلك المشترك الثقافي اخذ في الاتساع بعامل تزايد الاحتكاك والتفاعل والاتصال

¹ إبراهيم سعيد البيضاني، مرجع سابق، ص 48.

² وليد احمد وعماد عبد الله، العولمة الثقافية - رؤية تربوية إسلامية، مجلة للجامعة الإسلامية "سلسلة الدراسات الإسلامية" المجلد الثامن عشر، العدد الأول، للأردن، 2010، ص 257.

الإنساني على المستوى العالمي، وهو ما ينبا بقرب إلى ثقافة عالمية واحدة، ومن هذا المنطلق يحرص دعاة العولمة على تنمية ما يسمونه بالوعي العالمي، والحق انه لا مجال لإنكار وجود مشترك ثقافي أنساني بين بني البشر كافة، غير أن ذلك لا ينفي أن ثمة خصوصية ثقافية لكل مجتمع يتعين على أبنائه الحفاظ عليها والتمسك باعتبارها جزء من كيان الإنسان ومقوم من مقومات ذاتيتهم.¹

● **حماية المعلومات:** ويفترض بذلك مواجهة الظاهرة الإجرامية والمخاطر التي تهدد المعلومات والشبكات سواء تعلق الأمر بنظام المعالجة الإلية للمعلومات أو انتهاك سرية هذه المعلومات، أو ارتكاب جرائم متعلقة بسرقتها، مثل القرصنة والإتلاف والتزوير وما إلى ذلك سواء وقعت محليا أو اتخذت صبغة عالمية، وللعمل على تحقيق الأمن للكلم الهائل من المعلومات الموجودة على شبكة الانترنت لا بد من اتخاذ العديد من الخطوات، اذ يمكن تقسيم تلك الخطوات الى ثلاثة اتجاهات هي:

- **سرية المعلومات:** أي ضمان حفظ تلك المعلومات المخزنة على أجهزة الحواسيب الإلية أو تلك المنقولة عبر شبكة الانترنت، بحيث لا يطلع عليها إلا من هو مخول لذلك.
- **سلامة المعلومات:** أي ضمان عدم تغيير تلك المعلومات إلا من طرف من هم مخول لذلك.
- **وجود المعلومات:** أي ضمان عدم حذف تلك المعلومات إلا من قبل من هو مخول له.²
- **الاستخدام الغير الأمن:** هو الهاجس الأساسي للجهات المسؤولة عن الانترنت في غالبية الدول، ووفقا أتقرير نشرية كلية دبي للإدارة الحكومية وصل عدد مستخدمي الفيس بوك من العالم العربي في منتصف 2012 إلى 45 مليون بزيادة مقدارها 50% عن العدد الذي رصد أول العام، بينما تشير تقارير أخرى إلى وصول عدد مستخدمي العرب إلى 49 مليون في مارس من عام 2013، وتبقى نسبة المستخدمين الشباب من العرب في ثبات حيث تصل إلى 70% من مجمل المستفيدين بينما يزيد عدد مستخدمي الفيسبوك في العالم لاكثر من مليار مستخدم.

ونشرت شركة "قلوبل وبب انكس" في تقرير حديث أن المملكة تحتل المرتبة الثانية عالميا في عدد الحسابات في موقع تويتر حيث وثلت نسبة الزيادة في الحسابات الى 42%، وسبقته اندونيسيا بنسبة 44%، وفي تقرير آخر من "شوشل كلينك" تعتبر

¹ وليد احمد وعماد عبد الله، مرجع سابق، ص 295.

² ممدوح محمد منصور، العولمة، دراسة في المفهوم والظاهرة والأبعاد، دار المعرفة الجامعية للنشر، مصر، 2003، ص 86.

المملكة من أكثر الدول العربية المغردة بالعربي على تويتر 30%، أما عدد التغريدات فيشير التقرير إلى أن الرياض وحدها تصدر 50 مليون تغريدة شهريا، وتشكل الفئة العمرية من 25 سنة إلى 34 سنة النسبة الأكثر من مستخدمي تويتر في المملكة العربية السعودية، كل هذه الأرقام تضعنا أمام محك خطير وأمام العديد من التحديات الأمنية، وتحديات أخرى مثل تسرب العديد من المعلومات التي لا يريد مستخدم الشبكات الاجتماعية أن تفلت منه، إلا أن طبيعة هذه المواقع تشجع الشخص على البوح بقليل من الحقيقة ربما في غالب الاحيان بدون قصد، فهناك المواقع التي تساعد على تعريف الآخر بمكانك مثل "فوركوير" ومواقع تساعد على مشاركة الآخرين بصورك مثل "انستغرام" ومواقع تساعد على الدردشة ومشاركة تفاصيل الحياة مثل "بات"، ناهيك من الاستخدام المتنوع والمتعدد لاولى الشبكات الاجتماعية انتشارا كالفيسبوك والتويتر، وامام هذه الشبكات تقدم لمستخدم الانترنت فرصة للبوخ يصبح الصمت سحرا والكلام يتحول الى ثثرة عن طريق الكتابة التي تفضح صاحبها وتكشف الكثير من الأسرار.¹

مؤسسات الانترنت الكبرى الأمريكية مثل فيسبوك، غوغل، وياهو، تسمح لي CIA برؤية معلومات المستخدم عبر مواقع مصممة خصيصا لها، فيسبوك هو أكثر ما كنيات التجسس سوءا عبر تخزين المعلومات من قبل المستخدم على الفيسبوك، تستطيع الاستخبارات الأمريكية والحكومة ان تتجسس على المعلومات الشخصية للملايين.

إن شركة غوغل صرحت في تقارير رسمية أكثر من مرة، أنها تسرب معلومات عن بعض المستخدمين بطلب من الحكومات، لأسباب جنائية ويقول المحقق الخاص ومؤسس شركة "بوليوم" للتحقيقات الدولية في وثائقي "الخصوصية ماتت" أم مواقع مثل "فيسبوك" وماي سبايس" والمدونات تساعد الشركات الكبرى لتحديد نوعية زبائنها.²

وظائف الخصوصية: لقد حددت "Alan-Westin" استاذ الحقوق العامة، ثلاثة وظائف للخصوصية هي كالآتي:

1. الحرية الشخصية "L'autonomie Personnelle": الخصوصية هي الكون الذي يسمح للرجال في

الوجود هذا هو المجال "غرفة المستشفى على سبيل المثال" والتي يدمج صورة جسده، وحيث يمكن ان يشعر بحالة من

الرفاهية امر ضروري لتحقيق التوازن.

¹ محمد المخلفي، في زمن الشبكات الاجتماعية ... الخصوصية رهينة الموقع، جريدة الرياض، العدد 16418، 06 جوان 2013.

² محمد المخلفي، مرجع سابق.

2. الإفراج العاطفي "La liberation emotionnelle": أن العلاقة الحميمة تخلق مساحة محمية تسمح

للأفراد بإطلاق سراح دون خوف توتراته الداخلية بأمان ويعبر عن مشاعره وإحساسه في إطار آداب الحياة الاجتماعية،

في المستشفى يجب على مقدمي الرعاية مساعدة المريض للتعبير عن مشاعرهم بحرية لأنها غير متاحة دائما مثل الحق في

البكاء

أن تكون حريصا في خصوصا في سن المراهقة، في لواقع الصبي الذي يبكي لكي يجيب في كلماتهم "العزة" أن يكون الصبي اي لا

تبكي... الخ، خاصة ليس امام شخص ما، او يمكن التعبير بالصرخة لاجراج توتراته وأحاسيسه، فالعواطف أحيانا تكون جد قوية

فلا يستطيع الفرد تحملها.

3. التقييم الذاتي "L'autoévaluation": ويتم ذلك حين يستطيع الفرد مع نفسه ان يضع نقطة على حدث مؤلم أو

الفجعية أو المرض أو جعل لنفسه ان خيارات، مثلا ضاب ضحية 14 سنة من حادث دراجة نارية قد علم انه سيجري

عملية جراحية وبعد اعادة تاهيل طويلة ومؤلمة قام باستعداد هذه المعلومات ليرى كيف سينظم حياته في المستقبل،

ليطرح على نفسه عدة أسئلة.¹

¹ محمد قليط، الخصوصية على مواقع التواصل، جريدة السفير العربي، العدد 12532، الطبعة الالكترونية، 2013/07/18.

المبحث الثالث: سياسة إعداد الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي

المجتمع الديناميكي لمواقع الشبكات الاجتماعية يفعل أكثر من مجرد إعطاء سبب للناس لاستخدامها على الرغم من مخاطر الخصوصية، كما أنها تجعل الناس يسيئون فهم تلك المخاطر، فالناس يعتمدون بشكل كبير على إشارات غير رسمية لمساعدتهم على تصور جمهورهم وعلاقتهم به، الفيس بوك بشكل منهجي يعطي حو حميمي، السرية والأمان ربما لا يثير الدهشة هذه الإشارات هي نفسها تلك التي تجعل من مثل هذا المكان الطبيعي للتنشئة الاجتماعية.

لا يفكر الناس في مخاطر الخصوصية الطريق الذي بعقلانية تماما كالعالم الآلي بدلا من ذلك أناس حقيقيين يستخدمون جميع أنواع تبسيط الاستدلال عندما نفكر في خطر، بعض النفسانيين الناس يخشون من غير مالوفة، بعض الاجتماعيين: "الناس يخشون ما يخش أصدقائهم، وبعض الثقافات: "الناس يخشون الأشياء التي تهدد جهات النظر العالمية المشتركة لتقييم الناس "معرفة" حول الكيفية التي يعمل بها العالم يدفع تصورهم للمخاطر.¹

وتنقسم سياسة ومنهجية الخصوصية الى مناطق مختلفة، في أعقاب منهجية وتصنيف معين لهذه السياسة، هي جملة الأمور التي تتيح للقارئ عرض طبيعة المعلومات التي يحصل الفيسبوك عليها، أو خلاف تلك العمليات. وأوضح أيضا كيفية استخدام المعلومات او توزيعها في سياقات مختلفة، قراءة سياسة الخصوصية وينبغي في النهاية أن تتمكنك من إدارة إعدادات الخصوصية الخاصة بك، وبالتالي يمكن للمستخدمين السيطرة على دائرة الأشخاص الذين يمكنهم الوصول إلى البيانات الشخصية الخاصة بهم، وكيف تتم حماية هذه المعلومات.

وتكون قائمة المحتويات لسياسة الخصوصية كما يلي:

1. مقدمة.
2. المعلومات التي نتلقاها.
3. المعلومات التي تشاركها مع اطراف ثالثة.
4. تبادل المعلومات في الفيسبوك.
5. كيف يمكننا تبادل المعلومات.

¹ صادق الحمامي، كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية، عرض هذا النص في ندوة، الشبكات الاجتماعية الافتراضية والشباب الإماراتي: الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 2012، ص 03.

6. كيف نستخدم المعلومات.

7. كيف يمكنك تغير او ازالة معلومات.

8. كيف نحمي المعلومات.

9. شروط اخرة.¹

من المسائل المركزية التي تناولها الباحثون بدراسة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي بالهوية الذاتية Self-identity فمواقع الشبكات الاجتماعية تمثل مجالاً يستعرض فيه الناس أنفسهم وذواتهم في فضائهم الصغير.

ويتناول الباحثون بدرس استراتيجيات استعراض الذات Self-presentation عبر جملة من المؤشرات التي يختار المستخدم إبرازها او إخفائها والتي تكون ملحمة كالجنس والعمر والدين والمدينة التي يعيش فيها ويعتمد المستخدم استراتيجيات متعددة للظهور الى الآخرين كاختيار صورة دون اخرى Profile، وما يقبل ان يظهره في حياته الخاصة يوماً بخفية عن الآخرين "الأسرة والنشاطات التي يقوم بها..." وفي هذا الإطار فان مواقع التواصل الاجتماعي تتيح معرفة استراتيجيات بناء الهوية الذاتية من خلال دراسة التفاعل بين ما يسمى الهوية الواقعية identity – offline والهوية الافتراضية Identity – Onnline وفي هذا الإطار اهتم عدد من الباحثين بدراسة الملمح باعتباره مجالاً لتجارب هوياته المتعددة وكذلك مجالاً لدراسة التحولات التي طرأت على أشكال التغيير الاجتماعي عن الذوق، فعملية بناء الملمح تحيل على ممارسات الاستهلاك الثقافي (التعبير عن تفصيلات المستخدم).

وبشكل علم فان الباحثين يؤكدون على ما يسمى الهوية الرقمية هي إنتاج مشترك حيث تتقاطع استراتيجيات المنصات وتكتيكات المستخدمين.

وأخيراً يمكن أن نضيف أن لمبحث الهوية الذاتية له علاقة بمسألة الخصوصية وأبعادها القانونية وحتى التقنية.²

¹ صادق الحمادي، مرجع سابق، ص 05.

² ممدوح محمد منصور، العولمة، دراسة في المفهوم والظاهرة والابعاد، دار المعرفة الجامعية للنشر، مصر، 2003، ص 17.

المبحث الرابع: كيفية حماية الخصوصية

• أولاً: المبادئ الأساسية

1. تكون سبابة بدلا من تدابير رد الفعل، واتخاذ تدابير وقائية وتصحيحية غير الحماية المتكاملة للخصوصية يتميز استباقي بدلا من التدابير على رد الفعل ذلك هو التنبؤ ومنع وقوع حوادث من فرق للخصوصية قبل الواقع، فهو لا ينتظر مخاطر الخصوصية تتحقق، وانه لا يقدم أي حل لحالة غزو للخصوصية التي حدثت بالفعل، بدلا من ذلك فإنها تسعى إلى منعه، وباختصار فان الحماية المتكاملة للخصوصية يأتي وليس بعد مثل هذه الحوادث.
2. خدمات حماية ضمنية من الخصوصية يمكن أن يكون متأكدا من شيء واحد هو ضمان الحماية المتكاملة للخصوصية، ويهدف إلى توفير أقصى قدر من الخصوصية من خلال ضمان أن تتم حماية المعلومات الشخصية دائما ضمن أنظمة الكمبيوتر أو ضمن الممارسات الداخلية، ولذلك فان الخصوصية الفردية محمية حتى لو كان ذلك لا يشكل أي بادرة، لان يتكامل حماية الخصوصية في النظام ضمنا.
3. دمج حماية الخصوصية في تصميم النظم والممارسات المتكاملة لحماية الخصوصية: وكما يوحي اسمها يتم دمجها في تصميم والهندسة المعمارية من أنظمة تكنولوجيا المعلومات وممارسات المنظمات، حماية الخصوصية يصبح جزءا اساسيا من الوظائف الأساسية بل هو جزء لا يتجزأ من النظام دون التأثير على وظائفها.
4. ضمان وظيفة كاملة في نموذج ايجابي مجموع وليس محصلتها صفر الحماية المتكاملة من الخصوصية هو النظر في جميع المصالح المشروعة وأهداف المشاركة في نموذج ايجابي مجموع وليس كمنهج محصلتها صفر عفا عليها الزمن الأمر الذي يتطلب تسوية للزوم لها الحماية المتكاملة للخصوصية يتجنب هذه الانقسامات الكاذبة، مثل أن بين الحماية الأمن والخصوصية، مما يدل على أن من الممكن حقا لتحقيق كلا الهدفين في ان واحد.
5. ضمن السلامة طوال فترة الاحتفاظ للحصول على معلومات الحماية المتكاملة للخصوصية، عند دمجها في النظام قبل ان يبدأ في جمع المعلومات التي ستحتوي، استمرت في التامين طوال فترة بقاء هذه المعلومات بحيث يتم تنفيذ التدابير الامنية الاساسية لحماية الخصوصية من البداية الى النهاية، وهذا ما يضمن امن وتخزين البيانات حتى نهاية فترة الاحتفاظ بهم،

وهكذا فان الحماية المتكاملة من الخصوصية يوفر إدارة كاملة، والمعلومات آمنة إلى النهاية في جميع أنحاء فترة الاحتفاظ بهم.

6. ضمان وضوح الرؤية والشفافية وذلك بفضل حماية متكاملة من الخصوصية، وسيتم ضمان جميع أصحاب المصلحة، انه بعض النظر عن الممارسات او التقييمات المستهدفة، ويعمل النظام وفقا للوعود والأهداف، وتخضع للتحقيق المستقبل العناصر وتشغيل نظام تبقى مرئية وشفافة لكلا المستخدمين والموردين.

7. تحترم خصوصية المستخدمين من كل شيء، والحماية المتكاملة للخصوصية يتطلب المصممين والمستخدمين للتركيز على مصالح الأفراد ولا سيما من خلال توفير تدابير صارمة وضمنية من حماية الخصوصية، والمتطلبات المناسبة لأخطار وتمكين ميزات سهلة الاستخدام.

• ويمكن أيضا الأخذ بعين الاعتبار:

- يجب أن تضمن خدمات الشبكة الاجتماعية أن المستخدمين لهم القدرة على الاحتفاظ والسيطرة على استخدام والإفصاح عن البيانات الخاصة بهم.

- ينبغي على خدمات الشبكة الاجتماعية أن تأخذ فقط ترخيصا محدود الاستخدام البيانات للغرض الذي منحت أصلا إلى الموفر عند ما يريد خدمة لجعل الاستخدام الثانوي البيانات فانه يجب الحصول على التقييد بتقديم إذن من المستخدم، الحق في التحكم يتضمن حق المستخدمين أن تقرر ما إذا أصدقائهم قد تأذن للخدمة في الكشف عن المعلومات الشخصية لطرف آخر، واحدة من أكثر الطرق الأساسية التي يمكن للمستخدمين حماية خصوصياتهم هو ترك إحدى خدمات الاجتماعية التي لا تحمي بشكل كاف ولذلك ينبغي ان يكون للمستخدم الحق في حذف البيانات أو حساب كليا من خدمة الشبكة الاجتماعية، ونعني الحذف حقا فانه لا يكفي لخدمة تعطيل الوصول إلى البيانات في الوقت الذي تواصل فيه التخزين وينبغي ان يتم القضاء نهائيا من الخوادم.

وعلاوة على ذلك، اذا تقرر ترك المستخدمين لأي خدمة من خدمات الشبكات الاجتماعية، ينبغي أن يكون قادرة على سهولة تحويل معلوماتهم بجرية بعيدا عن تلك الخدمة ونقله إلى مواقع أخرى قابلة للاستخدام، هذا المفهوم والمعروف باسم "قابلية

البيانات" أو تحرير البيانات "هو أمر أساسي لتعزيز المنافسة وضمان ان المستخدم يحافظ حق السيطرة على المعلومات الخاصة به، حتى لو قطع علاقته مع خدمة معينة.

ثانياً: استخدام إعدادات الأمان المتقدمة.

يتخذ فيسبوك خطوات عديدة من وراء الكواليس للمحافظة على المواقع أماناً، كما يقدم الفيس بوك الأدوات التي يمكن للأشخاص استخدامها لحماية حساباتهم وسمعتهم على الانترنت تتضمن هذه الأدوات خيارات التصفح الآمن وكلمات السر المستخدمة مرة واحدة وتسجيل الدخول الموحد وإمكانية مراقبة أنشطة الحاسوب وموفقات تسجيل الدخول وإمكانية إنهاء نشاط الحساب عن بعد والمصادقة الاجتماعية.

استخدام التصفح الآمن يتيح لك الأمان استخدام الفيسبوك بطريقة آمنة عبر نقاط الاتصال العامة عندما تقوم بالتسوق عبر الانترنت، يستخدم متصفح الويب لديك بعض أنواع التشفير القوية جداً لنقل البيانات والتشفير عبارة عن تقنية استخدام في حجب البيانات ويطلق عليه استخدام http أو التصفح الآمن، التصفح الآمن هو إعداد متقدم في الفيسبوك، يمكنك تكوينه ويؤدي استخدام http للاتصال بفيسبوك إلى تحقيق عدة أمور هامة.

تعد فكرة الخصوصية بالنسبة للأشخاص وحسب تصوراتهم تضبطها عدة مقاييس من حيث طبيعة المنشأ وقابلية الفرد من عدمها في التعامل من أسرارها والبوح بما مع من يجدهم يقاسمونهم نفس الاتجاه أو الذوق... الخ، وخطورة استخدام المعلومات الخاصة به من طرف أطراف ثالثة، وهذا راجع بطبيعة الحال إلى المستوى الثقافي ومسؤولية الفرد اتجاه نفسه بالدرجة الأولى أن فمن غير المنطقي أن منهم التقنية بشكل كلي في المساس بخصوصية الأفراد، ما لم يقوموا بأنفسهم بذلك وفق ميكانيزمات محكمة بشكل جيد إلى اصطياح مواقع التواصل الاجتماعي خصوصية الأفراد وجعلها على المكشوف.

المبحث الخامس: حماية خصوصية الفرد في مواجهة مقدم التواصل الاجتماعي

أولاً: تعريف البيانات ذات الطابع الشخصي:¹

تعرف البيانات ذات الطابع الشخصي بأنها " كل معلومة تتعلق بشخص طبيعي معين أو يمكن تعيينه، بصورة مباشرة أو غير مباشرة، عن طريق الرجوع إلى رقم الهوية والى واحد أو أكثر من العناصر المميزة له..." (المادة 2/2 من قانون المعلوماتية والحريات).

فتعد بيانات ذات طابع شخصي ما يستلزم موقع التواصل الاجتماعي من طالب التسجيل وضعه من بيانات خاصة , فطالب التسجيل في موقع (فيس بوك) مثلا، يتعين عليه أن يضع بياناته الشخصية كالاسم الأول واسم العائلة وعنوان البريد الإلكتروني وكلمة المرور ونوع الجنس وتاريخ الميلاد، كما يمكنه أيضا أن يضع البيانات التي تتعلق بمهنته وخيرته العملية سواء عند إجراء التسجيل أو في أي وقت لاحق كرقم الضمان الاجتماعي ورقم بطاقة الائتمان، فمثل هذه البيانات الأكثر خصوصية DES INFORMATIONS SENSIBLES كالعقيدة الدينية للمستخدم أو أفكاره السياسية أو ميوله الاجتماعية.

وعلى الرغم من أهمية حماية ما سبق من بيانات، إلا أن هذه تزداد فيما لو كان المستخدم قاصرا، فهذا الأخير قد يضع، بالإضافة إلى بياناته الخاصة، بيانات أخرى تتعلق بالغير (كأفراد أسرته) كمحل إقامة الأسرة أو عنوان البريد الإلكتروني لأحد أفرادها أو رقم الهاتف لها.

ومما تجدر الإشارة إليه أن مناهج حماية البيانات والمعلومات ذات الطابع الشخصي هو ان تكون متعلقة بشخص محدد او يمكن تحديده من خلال هذه البيانات والمعلومات، أما إذا كانت متعلقة بشخص مجهول فلا محل للقول بحمايتها لان المجهول لا خصوصية له.

ثانيا- معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي: نبين فيما يلي المقصود بمعالجة البيانات ذات الطابع الشخصي, وشروط هذه المعالجة، وأخيرا تحديد المسئول عنها.

المقصود بمعالجة البيانات ذات الطابع الشخصي: يقصد بمعالجة البيانات ذات الطابع الشخصي " كل عملية او مجموع العمليات التي تجرى على هذه البيانات, بصرف النظر عن الوسيلة المستخدمة، ويوجه خاص الجمع والتسجيل والتنظيم والحفظ

¹ Cécile NLEND, LA PROTECTION DU MINEUR DANS LE CYBERESPACE, Thèse du doctorat, UNIVERSITE DE PICARDIE JULES VERNE AMIENS, 2007.

(التخزين) والتحرير والتعديل والاسترجاع والفحص والاستخدام والنقل والنشر أو أي شكل آخر للإتاحة، والتقريب والتوصيل وكذلك الغلق والمحو والإتلاف " (م 3/2 من قانون المعلوماتية او الحريات)

ويعد جمع البيانات ذات الطابع الشخصي من أهم صور معالجتها وقد نصت المادة 8 من قانون المعلوماتية الفرنسي على انه "يحظر جمع او معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي، والتي من شأنها أن تكشف، بشكل مباشر أو غير مباشر، عن الأصول العرقية أو الآراء السياسية أو الفلسفية أو العقيدة الدينية أو الانتماء النقابي للشخص، أو تلك التي تتعلق بصحته أو بحياته الجنسية"

ويؤخذ من هذا النص ان جمع البيانات الشخصية للمستخدم ليس محظورا بذاته, بل المحظور هو الجمع الذي يتم بطريق غير مشروع كالتدليس او ذلك الذي يتم بالرغم من اعتراض صاحب هذه البيانات، ويعد جمع هذه البيانات بطريق التدليس جريمة يعاقب عليها بالسجن لمدة خمس سنوات وغرامة ثلاثمائة ألف يورو (18/226 عقوبات فرنسا)

وتقوم مواقع التواصل الاجتماعي بجمع وحفظ ثلاث أنواع من البيانات التي يضعها المستخدم. وهي البيانات ذات الطابع الشخصي. وبيانات الاتصال بالانترنت (كعناوين الهوية (IP) الخاصة بالأعضاء، وأخيرا بيانات التصفح وهي المتعلقة بالمواقع التي يتصفحها المستخدم، وعليه فان ما يقوم به موقع (فيس بوك). مثلا. من جمع وتسجيل وحفظ (تخزين) وغيرها من العمليات التي تتم على البيانات ذات الطابع الشخصي التي يضعها المستخدم على الموقع هي جميعا عمليات تندرج تحت مفهوم معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي. وعليه فانه يخرج من مفهوم الاطلاع غير المشروع على البيانات ما يقع من الشخص المرخص له قانونا بالدخول إلى تلك المعلومات والبيانات الشخصية فلا يتصور مثلا ارتكاب هذا الفعل من الشخص المخول له تخزين وحفظ هذه البيانات أو تصنيفها، أو إجراء أية معالجة إلية بها.

• شروط معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي:

وفقا لمشروع القانون المقدم من اللجنة الأوروبية لحماية الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في 25 يناير 2012. فانه لا يجوز إجراء معالجة البيانات بالمعنى المتقدم بغير رضا صاحب هذه البيانات. وهذا الرضاء يجب أن تتوافر فيه ثلاثة شروط: فيجب ان يكون حرا LIBRE أي إراديا صادرا بإرادة سليمة غير مشوهة بأي عيب من عيوب الإرادة وان يكون محددًا SPECIFIQUE أي واردا على بيانات محددة بذاتها وأخيرا أن يكون بناء على تبصير أو إعلام INFORMR أو صاحب تلك البيانات بالغرض من طلب جمعها أو معالجتها.

وبالنظر في سياسة احد أهم مواقع التواصل الاجتماعي. وهو موقع (فيس بوك). يتبين توافر هذه الشروط الثلاث في الرضاء: فهو رضاء حر لان المستخدم إنما يضع بياناته على الموقع بمحض إرادته وله- إنشاء - إلا يضعها كما انه رضاء محدد لأنه يرد على مسائل معينة. حيث يكون المستخدم الخيار في أن يرد على سؤال او أسئلة محددة، أو إلا يرد عليها. وأخيرا فالمستخدم لا يقدم أي بيان أو معلومة إلا بناء على إرادة متبصرة، حيث تبين شروط استخدام الموقع السياسة التي يتبعها إزاء هذه البيانات. ومع هذا فيجب مراعاة إن المستخدم قد لا يكون على علم بحقيقة الغرض من جمع البيانات ذات الطابع الشخصي والتي يطلبها مسؤول المعلومات بالموقع إذ قد تستخدم لأغراض دعائية دون علمه.¹

وعلى الرغم من ان هذه الشروط قد جاءت تأكيدا لما نصت عليه المادة 3 من التوجيه الأوروبي الصادر بتاريخ 24 أكتوبر 1990 بشأن معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي وحرية تداولها إلا أن مشروع هذا القانون قد تميز عن التوجيه بأنه وضع عدة ضوابط تتعلق بحقوق المستخدم والتزامات مقدم الخدمة هي:

1. **حق المستخدم في النسيان الرقمي:** ويقصد به حق المستخدم في طلب حذف بياناته ذات الطابع الشخصي وليس مجرد وقف الحساب (م1/17 من مشروع القانون)، وكذلك حقه في طلب حذفه كافة الروابط التي تؤدي إلى هذه البيانات وحذف كافة النسخ التي أخذت عنها في حالة قيام المسؤول من معالجتها فأتاحتها للجمهور (م2/17).

2. **LE DROIT A PORTABILITZ DES DONNEES** حق المستخدم في نقل البيانات

: ويقصد به حق صاحب البيانات في الحق في نقل هذه البيانات من مقدم خدمة إلى مقدم خدمة آخر دون أية عقبات (م18).

التزام مقدم الخدمة بالأخطار بانتهاك البيانات:

ففي حالة انتهاك البيانات ذات الطابع الشخصي. يجب على مقدم الخدمة فورا وعلى الأكثر خلال أربع وعشرين ساعى أخطار السلطة المختصة بذلك (م31) كما يجب عليه أيضا أخطار صاحب هذه البيانات بذلك اذا كان من شان هذا الانتهاك الاعتداء على حقه في الخصوصية.

¹ Cécile NLEND, op. cit. p. 48.

السلطة المختصة بتلقي الأخطار بانتهاك البيانات والجزءات التي توقعها: تختص بتلقي هذا الإخطار السلطة التي يقع مقرها في دولة المقر الرئيسي لمقدم خدمة معالجة البيانات، أما الجزاءات التي توقعها هذه السلطة فتتمثل في فرض غرامة على مقدمي الخدمات الذين يخالفون قواعد الاتحاد الأوروبي بشأن حماية البيانات ذات الطابع الشخصي، وقد تصل هذه الغرامة إلى 2% من قيمة إجمالي الأعمال السنوية لمقدم الخدمة.

وإجمالاً يمكن القول انه يجب على مواقع التواصل الاجتماعي مراعاة عدة ضوابط في معالجتها البيانات ذات الطابع الشخصي وهي: الالتزام بالأمانة والمشروعية في جمع هذه البيانات، والتقيد بالغرض من جمع هذه البيانات وعدم التوسع فيه بما يجاوز هذا الغرض، وان يكون للمستخدم حق الدخول الى هذه البيانات وتصحيحها في أي وقت، والالتزام بضمان سرية البيانات التي يتم جمعها، وأخيراً تمكين أي شخص من الاعتراض دون مقابل على ما قد يتم تداوله على الانترنت من بيانات تتعلق بمجابهة الخاصة. تحديد المسؤول عن معالجة البيانات في مواقع التواصل الاجتماعي:¹ يدور التساؤل عما إذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي

تسال وحدها عن معالجة البيانات أم أن المستخدم يسأل أيضاً معها عن ذلك، وقد ظهر في فرنسا اتجاهات في هذا الصدد: الاول يقوم بالمسؤولية الفردية لادارة مواقع التواصل الاجتماعي: ويستند هذا الرأي إلى المادة 03 من قانون المعلوماتية والحريات التي تقضي بان المسؤول عن معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي هو "الشخص أو السلطة العامة أو الموفق أو الهيئة التي تحدد أهمية ووسائله، وفي حالة موقع "فيس بوك" فان إدارة الموقع هي التي تحدد الغرض من معالجة هذه البيانات ووسائله في كافة الدول التي يكون الدخول إلى المواقع فيها متاحاً.

● أما الاتجاه الثاني: فيأخذ بفكرة المسؤولية المشتركة co-responsabilité بين إدارة الموقع والمستخدم ووفقاً لهذا الاتجاه فان ادارة الموقع ليست وحدها المسؤولة عن معالجة البيانات لان دورها يقتصر على إتاحة وسائل المعالجة دون تحديد الغرض منها، والمستخدم نفسه هو وحده من يقرر وضع هذه البيانات وتعديلها وتحديد الغرض منها. وبالتالي يجب اعتباره مسؤولاً أيضاً عن معالجة هذه البيانات، وتأخذ بهذا الرأي الجمعية الوطنية للمعلومات والحريات "CNIL" حيث أكدت في نشرتها الصادرة عام 2005 على اعتبار المدون مسؤولاً عن معالجة البيانات، وعلى الرغم من ان فكرة المسؤولية المشتركة لا تستند الى نصوص قانون المعلوماتية والحريات، إلا أنها تجد سندها في المادة 2 من التوجيه الاوربي

¹ Katherine Blizard, Facebook, Beacon and Your Privacy, 2011, http://truereality.net/csc300/resources/Resources/Reference/TermPapers/termpaper_blizard.pdf.

الصادر 24 أكتوبر 1995، والتي عرفت المسؤول عن معالجة البيانات بأنه ذلك "الشخص الطبيعي أو المعنوي، أو السلطة العامة، أو المرفق العام، أو أي هيئة أخرى يتولى وحده أو بالاشتراك مع الغير، تحديد أغراض ووسائل معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي".

ونعتقد أن إدارة مواقع التواصل الاجتماعي هي وحدها المسؤول عن معالجة البيانات، لأن القانون أنا يهدف إلى حماية حقوق وحرية الأفراد، فضلا عن ان القول بالمسؤولية المشتركة بين إدارة المواقع والمستخدم متعذر عملا، حيث لا يتصور القيام بتطبيق أحكام قانون المعلوماتية على جميع أعضاء موقع "فيس بوك".

النزاع مقدمي خدمات الاتصالات باحترام خصوصية وسائل واتصالات مستخدميها يمتد الى مواقع التواصل الاجتماعي:¹

في مصر كفلت المادة 73 من قانون تنظيم الاتصالات المصري رقم 10 لسنة 2003 حماية الحق في خصوصية البيانات والمعلومات الخاصة بمستخدمي الت=اتصالات في مواجهة القائمين على تقديم خدمات الاتصالات، اذ نصت على ان "يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة شهور وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تتجاوز خمسين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من قام أثناء تأدية وظيفته في مجال الاتصالات أو بسببها بإحدى الأفعال التالية:

- إذاعة أو نشر تسجيل لمضمون رسالة اتصالات أو لجزء منها دون أن يكون له سند قانوني في ذلك.
- إخفاء أو تغيير أو إعاقه أو تحرير أية رسالة اتصالات أو لجزء منها تكون قد وصلت إليه.
- إفشاء أية معلومات خاصة بمستخدمي شبكات الاتصال أو عما يتلقونه من اتصالات وذلك دون وجه حق .

وفي المملكة العربية السعودية راعي المشرع السعودي الموازنة بين مصالح المستخدمين للاتصالات والمحافظة على سرية الاتصالات وامن المعلومات وبين اعتبارات المصلحة العامة تنص المادة 8/3 من نظام الاتصالات على ان تنظيم قطاع الاتصالات يجب ان يكون يتوافق مع مصلحة المستخدمين والمحافظة على سرية الاتصالات وامن المعلومات، كما تنص المادة التاسعة من ذات النظام على ان سرية - المعلومات التي يتم إرسالها أو استقبالها عن طريق شبكات الاتصالات العامة مصنونة. ولا يجوز الاطلاع عليها او الاستماع إليها تسجيلها إلا في الحالات الأنظمة. ولهذا فقد حظر النظام على أي مشغل أو شخص طبيعي أو معنوي ان يقوم بالنقاط اي...معلومات منقولة خلال شبكات الاتصالات العامة او شرع في ارتكابها. أو ساعد فيها، بغرامة مالية لا

¹ Marie FAGET, Les reseaux sociaux en ligne et la vie privée, mémoire, Université Paris II Panthéon-Assas - Master 2 Droit du Multimédia et de l'Informatique 2008, p.33.

تتجاوز خمسة وعشرون مليون ريال و يعاقب المخالف بالعقوبة نفسها اذ لم ينته عن المخالفة، أو لم يصححها خلال المهلة التي تحددها اللجنة المنصوص عليها في الفقرة (5) من هذه المادة (المادة 37 معدلة من نظام الاتصالات) (17) هذا فضلا عن العقوبات التبعية المقررة عن ارتكاب هذه المخالفات والتي تتمثل في:

1. أي عقوبة اشد ينص عليها نظام آخر (4/38 معدلة).
 2. العقوبات الواردة في الفقرة (2) من المادة (20) والتي تتضمن انه يجوز للمجلس الحق في عدم تجديد الترخيص، أو تعديله، أو تعليقه . او الغائه وفقا للقواعد والإجراءات والأسباب التي تحددها اللائحة.
 3. التشهير ينشر العقوبة في الموقع الالكتروني للهيئة، أو في أي صحيفة محلية تصدر في محل اقامة المخالف على نفقته. على ان يتضمن النشر اسم المخالف والمخالفة المرتكبة (2/38 معدلة)...
 4. تحريك الدعوى الجزائية وفقا لنظام الإجراءات الجزائية اذا انطوت اي من المخالفات المنصوص عليها في المادة (37) من نظام الاتصالات على فعل جنائي (8/38 معدلة
- ولا يخل ما سبق من عقوبات في حق المضرور في طلب التعويض (38/7 معدلة) .

وترى ان التزام مقدمي خدمات الاتصالات باحترام خصوصية رسائل واتصالات مستخدميها يمتد إلى مواقع التواصل الاجتماعي، فمفهوم الاتصالات ينصرف إلى أية وسيلة لإرسال أو استقبال الرموز او الإشارات أو الرسائل أو الكتابات أو الصور أو الأصوات، وذلك ايا كانت طبيعتها.... (م3/1 من قانون تنظيم الاتصالات المصري. م9/1 من نظام الاتصالات السعودية، كما أن مفهوم خدمة الاتصالات يتحقق بتوفير او تشغيل الاتصالات ايا كانت الوسيلة المستعملة "المادة 01-03 من قانون تنظيم الاتصالات المصري، المادة 10/01 من نظام الاتصالات السعودي.¹

بعض مشكلات معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي: كما رأينا، فانه يدخل في مفهوم معالجة بيانات المستخدم هذه البيانات وحفظها، ويقصد باستخدام البيانات استغلالها في أغراض إعلامية، وهو ما من شأنه انتهاك خصوصية المستخدم، أما حفظ البيانات فيثير مشكلة حق المستخدم في "النسيان الرقمي" أي إزالة أي بيانات قد يقدر المستخدم أن فيها ما يشينه أو

¹ Gilbert, gazette du Palais, 24 avril 2008 n°115, p. 17

ما قد يندم على نشره، وهو ما قد يتعذر في ظل احتفاظ الموقع بهذه البيانات حتى في حالة إزالتها، وعليه فستتقسم هذا المطلب كالتالي:

أهمية جمع بيانات المستخدمين الأغراض الإعلانية: تعد بيانات المستخدم مورداً مالياً هاماً لمواقع التواصل الاجتماعي تستغلها في الحصول على مبالغ طائلة من المعلنين مقابل تقديمها لهم باعتبارها قاعدة بيانات تكشف عن ميول واهتمامات المستخدمين، ومن أهم هذه البيانات: سن المستخدم وجنسه وحالته العائلية ومحل إقامته وميوله الاجتماعية واهتماماته الشخصية وهواياته الخاصة، وهي جميعاً بلا شك بيانات ذات طابع شخصي مما يخضع جميعها لشروط معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي، والتي تتمثل في الرضاء المحدد والصريح والمتبصر للمستخدم.

استخدام "فيس بوك" بيانات المستخدمين في الأغراض الإعلانية:

يقوم موقع "فيس بوك" في مقابل إتاحة الدخولي المجاني لمستخدميه، بتحليل بيانات هؤلاء المستخدمين لاستغلالها في أغراض تسويقية، وذلك من خلال نوعين هامين من الإعلانات هما الإعلانات الاجتماعية، ونظام الإعلان الدلالي أو الإرشادي (نظام بيكون).

أ. الإعلانات الاجتماعية: الإعلانات الاجتماعية Social Ads هي إعلانات شخصية تقوم فكرتها على استغلال

إدارة الموقع ببيانات الملف الشخصي للعضو في عروض ترويجية على الموقع، ووفقاً لسياسة الخصوصية للموقع فإن هذا

الاستغلال يتقيد بعدم الكشف عن هوية العضو أو إتاحة هذه البيانات للغير، ويتم ذلك عن طريق قيام الموقع بجمع

المعلومات وتحليلها والتنبؤ وربط الاهتمامات والأذواق وتوجيه كل هذا للمعلنين.

ولهذا فإن الموقع يسجل أي نقاط يقوم به المستخدم في الموقع أو بواسطته، ومن ثم يجمع كافة المعلومات المتعلقة بهذا النشاط،

ويزود بها المعلنين، فيقوم هؤلاء أما بتوجيه الإعلانات إلى المستخدم كعميل مستهدف Targeted customer أو بعدم

توجيهه إليه لأنه ليس العميل الذي يجب استهدافه.¹

وتتم هذه الإعلانات الموجهة ابتداءً بناءً على مراسلة المعلن للموقع لإعلامه بالمستهلكين المستهدفين le

consommateur cible من حيث العمر ومحل الإقامة ونوع الجنس والاهتمامات الشخصية وطبيعة الدراسة إلى غير ذلك

¹ Jurisclasseur communication fascicule 4735 Protection des données à caractère personnel-Vie privée et communication électronique de M-P. Fenoll-Trousseau et G. Haas de 2005 p37.

من البيانات الشخصية التي تتناسب مع طبيعة كل إعلان، ومن ثم يقوم الموقع بعرض نص المراسلة والرابط الإلكتروني للمعلن على صفحات الأعضاء الذين تتوافق ملفاتهم الشخصية مع المستهلكين المستهدفين من المعلن، عندئذ يستطيع المستخدم أن يرى الإعلان بواسطة النقر على اللافتة الإعلانية.

وعلى الرغم مما قد تحققه الإعلانات الموجهة من مزايا للمستخدم أهمها ما تقدمه من عروض تسويقية تتوافق مع ميول واهتمامات "المستهلك المستهدف" إلا أنها تنطوي على مخاطر تتعلق بالحرية الشخصية واحترام حرمة الحياة الخاصة، لعل أهمها هو أن هذه الإعلانات تساعد على "إنشاء ملفات شخصية منتظمة لمستخدمي الانترنت *systematique des internautes* profilage" عن غير إرادة منهم، كما أنها قد تؤدي إلى جعل الملفات الشخصية للمستخدمين بمثابة سلعة تجارية *un risque de marchandisation individuel* بين مواقع التواصل الاجتماعي والمعلنين.

• الإعلان الدلالي أو الإرشادي (face book beacon):¹

في نوفمبر 2007 م اتاح موقع (فيس بوك) نظاما جديدا يعرف باسم ' بيكون beacon " ووفقا لهذا النظام تظهر منتجات مواقع الانترنت الأخرى بصورة تلقائية على الصفحات الشخصية لمستخدمي (فيس بوك) الذين تعاملو مع هذه المواقع بشأن منتجاتها وصفحات أصدقائهم، فمثلا إذا ابرم مستخدم موقع (فيس بوك) عقدا من خلال احد هذه المواقع أو أبدى رأيا في منتج معين على احد المنتديات *un fourm* فان 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" وا يفيد من هذا النوع من الإعلانات إلا مواقع الانترنت التي تكون مرتبطة مع موقع (فيس بوك) باتفاق مشاركة *un accord partenarait* وهكذا فان هذا النظام يقوم على أساس تبادل المعلومات بين مستخدمي مواقع الانترنت المختلفة، وهذا هو ما يعلنه موقع (فيس بوك) من إن "مستخدمي (فيس بوك) سيتمكنون من مشاهدة الإعلانات الاجتماعية حتى تبادل البيانات بينهم وبين أصدقائهم"

وفنيا يقوم نظام (بيكون) على أساس الرضاء الضمني للمستخدم بالاشتراك فيه، حيث توضع على صفحة (فيس بوك) عبارة "إلغاء الاشتراك في النظام *l'opt-out*"، وهو ما يعنى ان المستخدم مشترك بالفعل في هذا النظام، ما لم يقم بالنقر على هذه العبارة، ومؤدى هذا ان بيانات المستخدم سيتم ظهورها، تلقائيا، على صفحات الفيس بوك الخاصة بأصدقائه.

¹ CNIL, rapport du 9 février 2009 « La publicité ciblée en ligne » de la CNIL p. 26.

مدى التزام موقع (فيس بوك) بحماية خصوصية المستخدم في استخدام البيانات في الإعلانات الموجهة:¹

أوضحنا حالاً أهمية الإعلانات وأهم أنواعها على موقع (فيس بوك)، ويمكن القول أن سياسة الموقع إزاء هذه الإعلانات تنطوي على انتهاك الخصوصية للمستخدم من نواح عدة: فمن ناحية أولى لا تتحقق بصورة كافية على هذا الموقع شروط رضاء المستخدم على معالجة بياناته فهذا الرضاء- كما قدمنا- له ثلاث شروط هي ان يكون حراً ومحدداً ومتبصراً، وبالنظر في سياسة الموقع يتبين إن رضاء المستخدم بهذه الإعلانات ليس حراً، لأنها تعرض على صفحته بصورة تلقائية دون تدخل منه، ومن ثم فهو لا يستطيع رفضها كما ان هذا الرضاء ليس محدداً، لان المستخدم حين يقوم بتسجيل بياناته في الموقع، فانه لا يقصد بهذا أن يعطى رضاء على استخدام هذه البيانات في أغراض تسويقية *des fins de prospection commerciale* وأخيراً فهذا الرضاء ليس متبصراً، أي أن المستخدم لا يكون عالماً بالغرض من طلب جمع بياناته ذات الطابع الشخصي أو معالجتها، وذلك على الرغم من أن احد بنود سياسة خصوصية موقع (فيس بوك) يتضمن إعلام المستخدم بان بياناته ذات الطابع الشخصي قد تستخدم في أغراض الإعلانات الموجهة، لان الواقع يؤكد عدم اهتمام مستخدمي الموقع-بوجه عام- بالعلم بشروط استخدام الموقع، هذا فضلاً عن أن هذا البند يرد ضمن قائمة بنود تفصيلية مطولة تتضمنها سياسة الخصوصية للموقع، ومن النادر أن يلتفت المستخدم إليها وان يهتم بما يمكن أن يحدث مع بياناته ذات الطابع الشخصي.

ومن ناحية ثانية، فان كشف بيانات المستخدم على هذا النحو يتناقض مع ما يعلنه الموقع من انه " لن يتم تبادل بيانات شخصية مع أي معلن عند إنشاء إعلان اجتماعي".

وأخيراً يعد نشر بيانات المستخدم بصورة تلقائية دون رضاء صريح منه وفقاً لنظام " إلغاء الاشتراك *l'opt-out*" انتهاكاً لخصوصيته وانتهاكاً لحقه في الاعتراض *le droit d'opposition* على التسويق الإعلاني على صفحته حيث انه لا يستطيع منع أو رفض هذا التسويق، لان الإعلانات التي توجه إلى صفحته تكون جزءاً من هذه الصفحة دون حاجة إلى رضاءه، وكل ما يستطيع فعله هو أن ينقر في صفحته على السهم الذي يشير إلى تغيير الإعلان المعروض إلى إعلان له، ولهذا فقد وجهت انتقادات حادة الى هذا النظام بمجرد ظهوره في عام 2007، وإزاء حدة هذه الانتقادات، فقد بادرت إدارة الموقع إلى إجراء تعديل لعبارة، إلغاء الاشتراك " السابقة ليحل محلها عبارة " قبول الاشتراك *l'opt-in*"، مما يعني ان نشاط المستخدم على مواقع الانترنت التجارية

¹ http://www.enisa.europa.eu/doc/pdf/deliverables/enisa_pp_social_networks.pdf.

المرتبطة بشراكة مع موقع (فيس بوك) لن يظهر، وفقا لنظام beacon، على صفحات فيس بوك الخاصة بأصدقاء المستخدم إلا برضاء هذا الأخير، والذي يتم بالنقر على عبارة قبول الاشتراك.

يمكن القول إذن أن التسويق الإعلاني على موقع (فيس بوك) يمثل مشكلة حقيقية تستلزم مواجهة تشريعية ليس على المستوى الوطني فحسب بل على المستوى الدولي كذلك وجدير بالذكر أن المادة 34-5-1 من قانون البريد والاتصالات الالكترونية الفرنسي، تأخذ بمبدأ قبول الاشتراك "l'opt-in" أي الموافقة المسبقة من صاحب الشأن، حيث تفرض على مقدمي خدمات التسويق الإعلاني الذي يتم بطريق الفاكس أو البريد الالكتروني التزاما بالحصول مسبقا على رضاء العميل المستهدف من الإعلان، ويعد الإخلال بهذا الالتزام جريمة معاقب عليها بمقتضى المادة 5/34 (تشريع) من قانون البريد والاتصالات الفرنسي بغرامة مقدارها 750 يورو عن كل رسالة إعلانية يتم إرسالها، كما يعاقب، وفقا للمادة 18/226 عقوبات فرنسي، على انتهاك حق المستخدم في الاعتراض على معالجة بياناته ذات الطابع الشخصي بالحبس خمس سنوات وغرامة ثلاثمائة ألف يورو. وعلى الرغم من أن هذا الحكم يقرر حماية جنائية لأي شخص يوجه إليه إعلان دون الحصول على رضائه إلا أن نطاقه يقتصر على التسويق الإعلاني الذي يتم بطريق الفاكس أو البريد الالكتروني، ومن ثم فهو لا يسرى- وفقا لمبدأ الشرعية في المجال الجنائي -على التسويق الإعلاني الذي يتم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.

ولهذا نرى انه لكي تتحقق شروط رضاء مستخدمي موقع (فيس بوك) فلا بد أن تشير البنود المتعلقة بسياسة الخصوصية بوضوح الى أن البيانات الشخصية الموجودة على الموقع قد تستخدم لأغراض التسويق الإعلاني، وان تتضمن هذه السياسة الخصوصية التدابير اللازمة لتفادي هذا الانتهاك لحقوق المستخدم، بحيث يتمكن من إبداء الاعتراض على التسويق الإعلاني، أو على حفظ بياناته لمدة من الزمن كما يجب على هذه المواقع مراعاة مبدأ الشفافية في جمع البيانات وفي تبصير المستخدم بالعرض من هذا الجمع.

• أهمية الحق في النسيان "الرقمي":¹

يتعلق الحق في النسيان بمشكلة شائكة هي التخلص من الأمور الشخصية غير المرغوبة عبر الانترنت، وتظهر أهمية ذلك بوجه خاصة بالنسبة لجمهور مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من القصر الذين قد يندمون لاحقا على ما قاموا بنشره على هذه المواقع، فقد لا يعلم المستخدم أن أية معلومات شخصية او متعلقة بعلاقة خاصة قد يقيمها عبر هذه المواقع قد تصل في لحظات إلى عدد غير محدود من الأشخاص سواء على مواقع الانترنت او على الهواتف الذكية، وان آثار مثل هذه المعلومات قد تظهر بعد

¹ Marine de Montecler, op. cit, p. 40.

سنوات طويلة، لتكون حسب تعبير البعض بمثابة "قنبلة حقيقية موقوتة" *une véritable bombe a retardement*، إذ قد تنكشف عن الشخص معلومات شديدة الخصوصية على شبكة الانترنت تتعلق بإبراه السياسية أو ميوله العقائدية أو حالته الصحية، وان تظهر له صورة في مناسبة ما، كجعل بين الأصدقاء، في وضع مشين قد يكون من شأنها أن تحرمه من تولي وظيفة معينة أو الإفادة من تامين صحي معين.

فالمشكلة إذا تكمن في أن "النسيان الرقمي *L'oubli numérique* قد يبدو متعذرا في مواجهة "الذاكرة الرقمية غير المحدودة *la mémoire numérique illimitée* لما لها من قدرة على حفظ البيانات والمعلومات الشخصية، بشكل دائم، مما يصعب معه على الإنسان أن يتخلص من ماضيه على الانترنت، فكل صورة يضع يضعها، أو تحديث بيانات يقوم به أو تغريده يصدرها تظل باقية إلى الأبد في الفضاء الرقمي، هذه الصعوبة هي ما دفعت البعض الى التساؤل عن حقيقة وجود الحق في النسيان الرقمي وفي رأينا ليس هناك ادبي شك في أهمية التسليم بوجود هذا الحق، بل وضرورته في نطاق مواقع التواصل الاجتماعي بوجه خاص لما تقدم بيانه من اعتبارات.¹

• مضمون الحق في النسيان الرقمي:

الحق في النسيان الرقمي هو حق المستخدم في أن يكون الحفظ الالكتروني لبياناته الشخصية حفظا مؤقتا او هو "المهلة الزمنية، أو القيد الزمني على حفظ البيانات ذات الطابع الشخصي والتي يتم تخزينها على ذاكرة الحاسب الآلي". وعلى الرغم من أن قانون المعلوماتية والحريات لم يستعمل مصطلح "الحق في النسيان"، إلا انه أكد على هذا الحق في المادة 6/5، حيث نصت على أن "يتم حفظ البيانات في شكل يسمح بتحديد الأشخاص المعنيين، وذلك خلال مدة لا تتجاوز المدة اللازمة لتحقيق الغرض من جمع هذه البيانات ومعالجتها"، ومؤدى ذلك انه لا يجوز جمع او تخزين البيانات الشخصية الا لمدة مؤقتة تتناسب مع الغرض المشروع من جمع هذه البيانات.

وقد يعترض على هذا الحق برغم انه يهدد مبدا حرية التعبير، وهو اعتراض في غير محله لان مجال تطبيق هذا الحق إنما يقتصر على ما يضعه المستخدم من بياناته الشخصية على الانترنت، دون أن يمتد إلى أي وسيلة أخرى من وسائل الإعلام هذا فضلا عن أن هذا الحق - حتى في مجال تطبيقه - لا يرقى إلى حد محو التاريخ وهكذا فان مضمون "الحق في النسيان الرقمي" يتحدد من ناحيتين: الأولى هي التسليم للمستخدم بحق تعديل بياناته الشخصية أو إزالتها حال ما شابها نقص أو غموض أو قدم،

¹ Marie FAGET, op.cit, p. 44.

والثانية هي التحقق من شمول هذه العملية للبيانات المخزنة في محركات البحث على الانترنت مثل جوجل، أو غيره وذلك من الوقت الذي يقوم فيه المستخدم بوقف حسابه من على هذه المواقع، وهذا ما نصت عليه المادة 1/4 من قانون المعلوماتية والحريات حيث قضت بأنه "عند الاقتضاء، يجوز لكل شخص طبيعي، ذو هوية محددة، أن يطالب المسؤول عن معالجة البيانات، بان يقوم بتصحيح أو استكمال أو تحديث أو حجب أو إزالة البيانات ذات الطابع الشخصي المتعلقة به، لما قد يشوبها من عدم دقة أو نقص أو قدم أو تلك يحظر جمعها أو استعمالها أو تداولها أو حفظها".

والثانية هي حق المستخدم، متى كان لذلك مبرر في الأغراض على معالجة بياناته الشخصية، كما يكون له دائما، ولو يغير مبرر حق الاعتراض على استعمال هذه البيانات في أية أغراض تجارية.

وعليه يمكن القول أن هناك التزام بحفظ البيانات ذات الطابع الشخصي لمدة محدودة غير أن هذه المدة لا تخضع لنظام قانوني موحد، ففي فرنسا تبنى قانون المعلوماتية والحريات معيار "المدة المعقولة"، حيث وضع ضابطا موضوعيا هو أن يتم "حفظ البيانات خلال مدة محددة تتناسب مع الغرض من معالجتها" المادة 5/6 سالف الذكر" اما في الولايات المتحدة الأمريكية، فان مبادئ السلامة التي يلتزم بها موقع "فيس بوك" لم تتضمن تحديدا لهذه المدة، ولذلك يبدو أن الأمر متروك لتقدير كل شركة على حدة، فقد تحدد مدة معينة لحفظ هذه البيانات، وقد ترى - في ظل عدم وجود تحديد تشريعي لهذه المدة - أن تحتفظ بهذه البيانات لأجل غير مسمى.

• مدى التزام موقع "فيس بوك" بأعمال مضمون 'الحق في النسيان الرقمي':

تقضي سياسة الخصوصية لموقع "فيس بوك" بان المستخدم له الحق في إنهاء أو وقف *résiliation* حسابه من على الموقع دون الحق في إزالته *la suppression* بصورة نهائية، على أن يلتزم حال رغبته في وقف حسابه، بإبداء أسباب ذلك إذن فما يحدث عملا هو أن حساب مستخدم "فيس بوك" لا تتم إزالته بصورة نهائية *n'est pas réellement supprimé* بل فقط يتم وقفه مؤقتا *mis en veule* ويكون للعضو، في أي وقت أن يعيد تفعيل *réactive* هذا الحساب مرة أخرى.

ولا تقتصر صعوبة الأمر على عدم إمكان الإزالة الكلية لبيانات الملف الشخصي للعضو، بل أيضا عدم إمكان إزالة المعلومات المرتبطة بهذا الملف الشخصي كالتعليقات المنشورة على الموقع، والتي تكون قد أبرزت العديد من الروابط أو العلاقات عليه.

وعلى خلاف ما تجرى عليه سياسة الخصوصية لموقع (فيس بوك)، فإن العديد من التقارير والتوصيات الصادرة عن الهيئات المعنية بأمن الشبكات والمعلومات-وهي توصيات ليس لها طابع الإلزام-تؤكد على حق المستخدم في الإزالة الكلية لبياناته من ذلك ما جاء في تقرير الوكالة الأوروبية لأمن الشبكات والمعلومات (ENISA)، والمعنون بـ "فضايا الأمن والتوصيات المتعلقة بالشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت" في أكتوبر 2007 من انه يتعين على الشبكات الاجتماعية أن تتيح للمستخدم إمكانية إزالة ملفه الشخصي وكذلك إزالة أي مضمون أو معلومة منشورة على موقع التواصل الاجتماعي، وهي ذات التوصيات التي انتهى إليها المؤتمر الدولي الثلاثين لمفوضي حماية البيانات والحياة الخاصة الذي انعقد لمناقشة موضوع "حماية الحياة الخاصة في عالم بلا حدود" في الفترة الخاصة الذي انعقد لمناقشة موضوع "حماية الحياة الخاصة في عالم بلا حدود" في الفترة من 15 إلى 17 أكتوبر 2007 حيث أعلن أن لكل أعضاء الشبكات الاجتماعية الحق في إزالة ملفاتهم الشخصية بصورة نهائية، وكذلك إزالة أي معلومة كانوا قد قاموا بوضعها على الشبكة الاجتماعية .

وعليه يمكن القول أن سياسة موقع (فيس بوك) لا تلتزم بأحكام قانون المعلوماتية والحريات، ويوجه خاص فيما يتعلق بالإعلانات الموجهة، وكذلك فيما يتعلق بمدّة حفظ البيانات ذات الطابع الشخصي.

• جهود تنظيم الحق في النسيان الرقمي :

تتسم مشكلة استعمال الحق في النسيان الرقمي بأنها ذات بعدين وطني ودولي، فإذا كان حق المستخدم في حفظ بياناته الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي يقتضى قصر حفظها على مدة معينة، فإن تنظيم هذا الحق لا ينبغي أن يتم بمنأى عن اعتبار آخر هو حق مشغلي هذه المواقع في إدارة الإعلانات التي تتم من خلالها، خاصة الإعلانات الموجهة، نظرا لارتباطها بهذه البيانات، ومن ثم حفاظ هذه المواقع على الذاكرة الجماعية لجمهور المستخدمين.

ولكي يتحقق هذا التوازن بين المصالح المتعارضة فإن أي تنظيم للحق في النسيان الرقمي لا بد أن يكون ذا طابع دولي، أو على الأقل مستندا إلى معايير مشتركة بين الهيئات والجمعيات الوطنية المعنية بحماية البيانات الرقمية.

ولذلك ففي فرنسا مثلا، فقد أوصت "خطة فرنسا الرقمية 2012" بضرورة وضع حل موحد على الصعيدين الأوروبي والدولي مؤداه تحديد حد أقصى لمدة حفظ البيانات الشخصية التي تحتفظ بها محركات البحث أما في الولايات المتحدة الأمريكية فيرى البعض انه يتعين على مواقع الويب أن تطور برمجياتها بحيث تقوم بإزالة البيانات الشخصية بصورة تلقائية بمجرد انقضاء المدة

القانونية لحفظ هذه البيانات وينبغي ان تطبق هذه البرمجيات تطبيقا موحدًا في كافة الدول وفي جميع الأحوال لا ينبغي أن تأتي المعالجة التشريعية متأخرة عن المعالجة التقنية، بل لابد وان تلازمها.

وعلى صعيد الاتفاقات بين مواقع التواصل الاجتماعي، نجد مثلاً اتفاق "حماية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي القصر" الذي ابرم في 1 فبراير 2009 بين ممثلي سبع عشرة موقع تواصل اجتماعي، بغرض وضع آلية تتيح لمستخدم هذه المواقع من القصر، خلال مدة قصيرة من بلوغه سن الرشد، أن يطلب إزالة كافة بياناته الشخصية التي سبق أن وضعها على أي من هذه المواقع قبل بلوغه سن الرشد.

ومن ذلك أيضاً الاتفاق المبرم 13 أكتوبر 2010 بين بعض أهم مواقع التواصل الاجتماعي ومحركات البحث بغرض تحسين شفافية استغلال البيانات المنشورة على هذه المواقع من قبل مستخدميها وإتاحة إدارة هذه البيانات بواسطة هؤلاء المستخدمين، وعلى الرغم من أهمية هذا الاتفاق إلا انه يبقى ذو اثر محدود حيث لا يلزم سوى أطرافه، ويكفي للتدليل على ذلك القول بان أهم مواقع التواصل الاجتماعي ، وهو موقع (فيس بوك) واهم محركات البحث، وهو موقع (جوجل) قد رفض كلاهما الانضمام إلى هذا الاتفاق.

المبحث السادس: حماية خصوصية المستخدم في مواجهة الغير

1. المبدأ العام: عدم جواز الاعتداء-أيا كانت وسيلته- على الحقوق اللصيقة بالشخصية:

وضعت المادة 5 مدي المبدأ العام لحماية حقوق الشخصية (أو اللصيقة بالشخصية) بقولها أن " لكل من وقع عليه اعتداء غير مشروع في حق من الحقوق الملازمة لشخصيته أن يطلب وقف هذا الاعتداء مع التعويض عما يكون قد لحقه من ضرر".

وتبدو أهمية هذا المبدأ في انه يتسع ليشمل أي حق لصيق بشخصية الإنسان سواء في جانبه المالي أو الأدبي، وأيا كانت وسيلة الاعتداء على هذا الحق وهذا ما يظهر بوضوح في مجال مواقع التواصل الاجتماعي، حيث لا يتردد المستخدم - عادة- في أن يضع على صفحته بيانات أو معلومات تتعلق بحياته الخاصة، تكون متاحة لكل من يستطيع الدخول إلى هذه الصفحة، وهو ما قد يؤدي إلى انتهاك خصوصيته أو حقه في الصورة إذا استخدم الغير هذه البيانات أو المعلومات استخداما غير مشروع بما قد يلحق بالمستخدم ضررا سواء في حياته العائلية او حياته المهنية، وعليه فسنتناول هذه المشكلة في مطلبين:

أولاً: مفهوم حمايته على مواقع التواصل الاجتماعي : تعددت تعريفات الحياة الخاصة (أو الخصوصية)، فقيل بأنها "حق الإنسان في أن يترك وشأنه، أو حقه في أن يترك في عزلته" أو أنها "حق الشخص في أن يحتفظ بإسرار من المعتذر على العامة معرفتها إلا بإرادته، والتي تتعلق بصفة أساسية بحقوقه الشخصية"، أو "أنها كل ما يدخل في الحياة العامة للشخص" أو أنها "كل ما يتعلق بالحياة العائلية وأوقات الفراغ والحالة الصحية" ومؤذى هذا أن لكل شخص أن يقرر ما يحتفظ به من المعلومات بعيداً عن علم الآخرين، ومالا يحتفظ به ويقرر نشره منها.

ويتسع هذا المفهوم ليشمل كل ما يتعلق بحياة الإنسان العائلية والمهنية وحالته الاجتماعية والصحية والاقتصادية وأماكن قضاء أوقات فراغه وحقه في اسمه وشرفه واعتباره وحقه في النسيان وحقه في ممارسة حياته بعيداً عن أي تلصص أو تطفل.

وعليه يعد انتهاكاً للخصوصية: انتهاك عزلة الشخص، كالاكتفاء على حرمة مسكنه أو التصنت على محادثاته التلفونية أو تصويره أو الإفشاء العلني للوقائع الخاصة كمرض خطير أو معد يعادي منه أو عجزه عن الوفاء بديونه، أو استعمال صورته على نحو يشوه سمعته أو يسيء إليه في نظر الجمهور، كعرض صورته ضمن صور المشتبه فيهم بعد تبرئته من جريمة اتهم فيه، أو الاستيلاء على بعض العناصر الشخصية كالاسم أو الصورة لتحقيق غرض شخصي كما في الدعاية لسلعة معينة باستخدام هذا الاسم أو تلك الصورة، أو نشر صورة لابنه المعاق.

ويقوم الحق في الخصوصية على عنصرين متلازمين هما حرية حرمة الحياة الخاصة وسريتها، وعليه يكون اطلاقاً غير مشروع وانتهاكاً لحرمة الحياة الخاصة ما يقع على بيانات ومعلومات شخصية يريد صاحبها إبقاؤها سرية، وبالتالي لا تتحقق هذه الجريمة عندما يكون الاطلاع فيها متاحاً للكافة.

كذلك فإن الحق في الخصوصية يتميز بأنه حق نسبي يختلف من مجتمع لأخر بل ومن زمن لأخر في ذات المجتمع كما يختلف من ناحية الأشخاص بحسب ما اذا كان الشخص شخصية عامة أم لا.

والحق في الخصوصية، بهذا التحديد، ينطبق آياً كان الوسيط الإلكتروني المستخدم في انتهاك حرمة الحياة الخاصة، ولهذا فإن الحلول القضائية المستقرة بشأن الاعتداء على هذا الحق في مجال النشر التقليدي تنسحب إلى الاعتداء الذي يقع على هذا الحق سواء عبر الإنترنت، أو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وتطبيقاً لهذا قضى بان نشر مقال عبر الإنترنت يتناول الحياة العائلية والعاطفية لطربة اعتداء على حرمة الحياة الخاصة لها وعلى حقها في الصورة كما قضى بأنه يعد متعلقاً بالحياة الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي النشاط اليومي للعضو ومحل الإقامة والحالة الصحية له وصوره الشخصية وعقيدته الدينية وحياته العائلية.

وقد نصت على حماية هذا الحق العديد من النصوص -الوطنية والدولية- حيث أكدت على أن "لكل إنسان الحق في احترام حياته الخاصة" (م9 مدني فرنسي) وانه لا يجوز " إخضاع احد للتدخل التعسفي في حياته الخاصة أو أسرته أو مسكنه أو مراسلاته، ولا لأي اعتداء يمس شرفه أو سمعته"

كما نصت المادة 38 من الدستور المصري لسنة 2012 على أن "الحياة المواطنين الخاصة مكفولة ولا يجوز مصادرة المراسلات البريدية والبرقية والالكترونية والمحادثات الهاتفية وغيرها من وسائل الاتصال، ولا مراقبتها ولا الاطلاع عليها إلا في الأحوال الذكر - على حق من تعرض للاعتداء على أي من هذه الحقوق أن يطلب وقف هذا الاعتداء فضلا عن طلب التعويض عنه.

وقد أكد المنظم السعودي على هذا المبدأ أيضا في العديد من النصوص: من ذلك ما نصت عليه المادة 40 من النظام الأساسي للحكم من أن المراسلات البرقية والبريدية... وغيرها من وسائل الاتصال، مصنونة، ولا يجوز... الاطلاع عليها أو الاستماع إليها إلا في الحالات التي يبينها النظام، وما نصت عليه المواد 38 إلى 40 هذا النظام على حرمة المسكن وحرمة المراسلات بأنواعها وغيرها مما يدخل في نطاق تقرير حماية الحق في الحياة الخاصة، وكذلك المادة 09 من نظام الاتصالات التي نصت على ان "سرية المكالمات الهاتفية والمعلومات التي يتم إرسالها أو استقبالها عن طريق شبكات الاتصالات العامة مصنونة، ولا يجوز الاطلاع عليها أو الاستماع إليها أو تسجيلها إلا في الحالات التي تبينها الأنظمة" ويتميز هذا النص الأخير بمرونة صياغته واستيعابه لكل ما يستحدث من وسائل اتصال، كشبكة الانترنت، خاصة وان المادة الأولى من هذا النظام في فقراتها قد حددت على التوالي المقصود بالاتصالات، وخدمة الاتصالات وشبكة الاتصالات على نحو يستوعب الاتصال عن طريق شبكة الانترنت.

ثانيا: نطاق الخصوصية على الصفحة الشخصية لموقع "فيس بوك":

وفقا لسياسة الخصوصية لموقع "فيس بوك" فان على المستخدم أن يكشف عن قدر كبير من المعلومات الشخصية التي تتعلق به عند التسجيل في الموقع، إذ يتعين عليه وضع أدق التفاصيل والمعلومات المتعلقة بحياته الشخصية والعائلية في صفحة الملف الشخصي له على الموقع، وعندئذ تصبح هذه المعلومات متاحة لعدد متزايد من مستخدمي الموقع.

خاصة اذا لم يكن هذا المستخدم قد لجأ إلى الخاصية إخفاء صفحته عن الكافة وقصير ظهورها على أشخاص بعينهم.

ولا شك في ان هذه السياسة قد تترتب عليها اثار عديدة ضارة للمستخدم، كتلك المتعلقة بحياته المهنية كما لو كان مرشحا لوظيفة حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا هاما لجمع المعلومات الشخصية للمرشح للوظيفة، والتي لم يفصح عنها في سيرته الذاتية المقدمة إلى جهة العمل المتقدم إليها.

ويستطيع المستخدم تجنب إتاحة معلوماته الشخصية للكافة بان يقصر كشف هذه المعلومات على أشخاص محددين يقبل كشف معلوماته لهم كأصدقاء له على صفحته يستطيعون وحدهم - دون غيرهم - تصفح هذه المعلومات الخاصة به.

ومع هذا البحث عن عضو معين في الموقع يتيح الاطلاع على صفحة الملف الشخصي له وصورته الشخصية وقائمة أصدقائه، ولا سبيل امام عضو الموقع الاحتفاظ بسرية معلوماته الشخصية، حتى في حالة بحث الغير عن أعضاء في المواقع إلا بتعديل إعدادات الخصوصية بحيث لا يتاح لغير قائمة أصدقائه رؤية معلوماته الشخصية.

ثالثاً: الموازنة بين الحق في الخصوصية والحق في الإعلام

إذا كان لمستخدم موقع التواصل الاجتماعي الحق في احترام خصوصيته إلا أن هذا الحق قد يتعارض مع حق آخر لا يقل عنه أهمية هو الحق في الإعلام، حيث يثور التساؤل عن مدى وقوع انتهاك هذه الخصوصية في حالة إعادة نشر البيانات والمعلومات المتعلقة بالمستخدم أعمالاً لحق الجمهور في الإعلام.

وللموازنة بين الحقين فقد لجأ القضاء إلى ثلاث معايير تتمثل في مدى تعلق المعلومات بالمصلحة العامة، ومدى أهمية هذه المعلومات بالنسبة إلى صاحبها، وأخيراً انتقاء الخصوصية بسبق نشر هذه المعلومات.

وأول هذه المعايير هو مدى تعلق المعلومات بالمصلحة العامة، فإذا كانت حياة الشخص تتعلق بأحداث جارية أو كان الكشف عنها يساهم في تحقيق المصلحة العامة، فحينئذ تكون الغلبة لمبدأ حرية التعبير والكشف عن المعلومات على مبدأ الحق في احترام الخصوصية، فتخرج المعلومات في نطاق الخصوصية إلى نطاق حرية التعبير متى كان للمجتمع مصلحة نشرها، وتطبيقاً لهذا المعيار قضى في فرنسا، بمشروعية الكشف عن انتماء بعض أعضاء مجلس البلدية للفكر الماسوني، وذلك تأسيساً على أن الكشف عن هذه المعلومات يتعلق بجدل في المجتمع يمس المصلحة العامة، غير أن الأخذ بهذا المعيار غير متصور في حالة كشف البيانات الشخصية المسجلة على مواقع "فيس بوك" لان الضرور "العضو صاحب البيانات" غالباً ما يكون شخصاً غير معلوم، ومن ثم فإنه من المتعذر على المسؤول (من قام بكشف هذه البيانات) أن يثبت أن هذه البيانات تتعلق بالمصلحة العامة أو بإحداث جارية.

أما المعيار الثاني فهو مدى أهمية المعلومات بالنسبة للشخص، فالمعلومات الهامة للشخص تعتبر من الخصوصية التي يتعين عدم التعرض لها، أما المعلومات التافهة، فلا تنور مشكلة في الكشف، حيث لا تدخل في نطاق الخصوصية ووفقاً لهذا المعيار فإنه يقع على عاتق من يقوم بنشر بيانات ذات طابع شخصي على "فيس بوك" مثلاً عبئ إثبات أهمية هذه البيانات ويعيب هذا المعيار انه

يقوم على ضابط شخصي أو ذاتي، هو تقدير صاحب البيانات نفسه، وهذه مسألة نسبية تتفاوت من شخص إلى آخر، فما يعد معلومة هامة لشخص قد لا تكون كذلك لشخص آخر.

وأخيرا فإن المعيار الثالث يقوم على فكرة انتقاء الخصوصية بسبق نشر المعلومات للجمهور، حيث هذه المعلومات بهذا النشر من نطاق الخصوصية، ومن ثم يجوز نشرها، إذ لا يجوز لمن سبق ونشر معلوماته أو إذن بنشرها أن يتمسك -بعد ذلك- بأعمال مبدأ الحق في النسيان.

ونحن نعتقد في سلامة هذا المعيار الأخير، وعليه فإن تحديد ما إذا كانت إعادة النشر تمثل انتهاكا للخصوصية هي مسألة ومسألة واقع يستقل بما قاضي الموضوع في ضوء ظروف كل حالة على حدة، وهو يستعين في ذلك بمبدأ الحق في النسيان كأحد عناصر الترجيح بين الحق في الخصوصية والحق في النشر.

رابعا: حماية الحق في الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي¹

يقصد بالحق في الصورة حق كل شخص في أن يعترض على إنتاج صورته أو نشرها بغير إذن منه أيا كانت وسيلة ذلك، ويبرر هذا الحق فكرة حماية الكيان البشري ذاته ولذلك فهو يثبت لأي شخص متى كانت الهوية محددة أو كان من الممكن تحديدها، ويتند الحق في الصورة إلى المبدأ العام المقرر لحماية الحياة الخاصة لكل إنسان الذي أكدت عليه النصوص الوطنية والدولية سالفة الإشارة، وقد تواترت على تأكيد هذا الحق أحكام القضاء الفرنسي التي قررت صراحة أن "لكل إنسان حق الاعتراض على نشر صورته دون إذن صريح منه".

وعلى الرغم مما أثير من خلاف فقهي حول طبيعة هذا الحق، إلا أن القضاء يميل إلى اعتباره حقا مستقلا متميزا عن الحق في الخصوصية، حيث قضى قراحة بأنه "يعد حقا مستقلا كل من احترام الحياة الخاصة واحترام الحق في الصورة.

ولا يختلف أعمال الحماية المقررة لهذا الحق باختلاف وسيلة الاعتداء عليه، فيستوي أن يحصل الاعتداء عن طريق وسيط ورقي أو الكتروني، ولذلك تظهر أهمية حماية هذا الحق بوجه عبر مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لسهولة نشر الصور الشخصية لمستخدمي هذه المواقع وتداولها وسهولة نسخها واستخدامها دون إذن صاحبها، بل أن المشكلة تدق بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي كموقع "فيس بوك" مثلا حيث يكون بإمكان أي مستخدم للموقع ان ينشر معلومات أو صوراً لأي شخص دون

¹ Fiche informative: Les 10 conseils clé de la CNIL pour réfléchir avant de publier, sur : http://www.jeunes.cnil.fr/fileadmin/documents/Jeunes/Reseaux_Sociaux.pdf.

إذنه، ولذلك فقد استقر القضاء على تطبيق القواعد العامة للحماية هذا الحق حال وقوع الاعتداء على الصورة عبر الانترنت، وذلك أعمالا لمبدأ الحياد المعلوماتي أو التقني *neutralité technologique*، حيث قرر مبدأ عام هو انه "في غير ما تقتضيه ضرورة إعلام الجمهور، فانه يجب دائما الحصول على إذن الشخص قبل نشر أي معلومات تتعلق ب هاو صورة له".

ويتبنى القضاء مفهوما ضيقا للإذن بنشر الصورة، حيث يستلزم فيه يجب أن يكون صريحا وخصوصا، وعليه فان الإذن بالنشر في وسيلة معينة لا ينصرف إلى غيرها من وسائل النشر، حيث لا يجوز نشرها خارج نطاق الإذن الصادر بالنشر، ولا كان ذلك اعتداء على حق الشخص في الصورة، ويعني هذا انه يجب أن يكون هناك إذن خاص بالنشر في كل مرة يتم فيها النشر بوسيلة مغايرة، ذلك أن نشر الصورة بوسيلة ما، ومن ثم كل مرة يتم فيها النشر بوسيلة مغايرة، ذلك أن نشر الصورة بوسيلة ما ومن ثم كونها أصبحت متاحة للكافة، لا يعني جواز إعادة استخدامها او نشرها بوسيلة نشر مختلفة، هذا المفهوم الضيق يجعل الحماية المقررة للحق في الصورة اشد من تلك المقررة للحق في الحياة الخاصة، ذلك أن إعادة نشر ما سبق نشره الحياة الخاصة، بوسيلة مختلفة لا بعد اعتداء على الحق فيها.

وعلى هذا لا يجوز نشر صورة شخص على موقع "فيس بوك" بدون إذن خاص منه، حتى ولو كان صاحب الصورة فقد إذن في أن تلتقط صورة له، أو كان قد إذن ينشرها في موقع آخر من مواقع الانترنت وعليه ففي حالة رغبة احد مستخدمي هذا الموقع - او غيره من مواقع التواصل الاجتماعي - في أن ينشر بيانات تتعلق بالحياة الخاصة لشخص آخر أو صور له، فيجب عليه أن يحصل مسبقا على موافقة هذا الأخير على ذلك، وعادة ما تتضمن سياسة الخصوصية لهذه المواقع المشورة اللازمة لأعضائها فيما يتعلق بحالة معالجة هؤلاء الأعضاء للبيانات الشخصية للغير التي يقومون بنشرها.

خامسا: الحماية المزدوجة للخصوصية والحق في الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي: تخضع حماية الخصوصية والحق في الصورة لحماية مزدوجة، سواء على أساس القواعد العامة التي تتمثل في مبدأ حماية الحياة الخاصة لكل إنسان أو التعويض عن العمل غير المشروع، أو على أساس القواعد الخاصة المقررة بمقتضى نصوص قانونية خاصة.

أ. فوفقا للقواعد العامة يستطيع المضرور أن يؤسس دعواه أما على أساس مبدأ "عدم جواز الاعتداء على حرمة الحياة الخاصة" وفقا للمادة 50 مدني مصري (وتقابلها المادة 9 مدني فرنسي)، أو على أساس المسؤولية عن الخطأ الشخصي في المسؤولية التقصيرية وفقا للمادة 164 مدني مصري (وتقابلها المادة 1382 مدني فرنسي).

والطريق الأول يبدو أكثر فائدة للمضروب من عدة نواح: فهو لا يوجب على المضروب إثبات أركان المسؤولية التقصيرية من خطأ وضرر وعلاقته سببية، حيث يفترض توافر هذه العناصر الثلاث بمجرد وقوع الاعتداء، وذلك على خلاف ما لو أسس دعواه على المسؤولية التقصيرية التي قد يصعب فيها مثل هذا الإثبات، كما أن تأسيس الدعوى على مبدأ حماية حرمة الحياة الخاصة يخول المضروب حماية وقائية تتمثل في طلب وقف الاعتداء وإزالة أثاره، وهو ما نصت عليه المادة 50 مدني، وأخيرا فإن تأسيس دعوى التعويض على مبدأ حرمة الحياة الخاصة من شأنه عدم انقضاء الحق في هذه الدعوى بالتقادم، وذلك لما يتمتع به الحق في حرمة الحياة الخاصة من الخصائص العامة للحقوق اللصيقة بالشخصية، ومنها عد انقضائها بالتقادم، وذلك بخلاف الحال فيها لو أسست الدعوى على أساس المسؤولية التقصيرية، حيث تخضع عندئذ لميعاد التقادم المقرر لهذه الدعوى.

ويعد وقف الاعتداء وفقا للمادة 50 مدني، بمثابة التنفيذ العيني لالتزام الكافة باحترام الحقوق اللصيقة بالشخصية وللقاضى ان يتخذ ما يراه من إجراءات كالأمر بإزالة المحتوى الإلكتروني غير المشروع، سواء تمثل في تعليقات أو صور أو مقاطع فيديو. والضرر الثاني عن انتهاك الخصوصية والحق في الصورة هو في الغالب ضرر ادبي، ولهذا فإن دعوى التعويض في المادة 222 مدني، أي إذا تحدد التعويض اتفقا أو تمت المطالبة به قضاء قبل الوفاة.

ب. أما القواعد الخاصة للحماية فتتمثل في فرنسا في قانون المعلوماتية والحريات الذي يحظر معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي معين (أو من الممكن تعيينه) من خلال موقع الكتروني متاح للجمهور، حيث يجوز للمضروب - في هذه الحالة - أن يطالب إدارة الموقع بإزالة هذا الاعتداء، وذلك بوقف نشر هذه الصورة وقد طبق القضاء تلك بمناسبة نشر إحدى الجمعيات على موقعها صورة لامرأة، مذيلة بالاسم، باعتبارها في عداد المفقودين، مما دفع اثنين من عائلتها إلى استعمال حق الاعتراض المقرر في قانون المعلوماتية، ومن ثم الرجوع على الجمعية بطلب وقف نشر هذه الصورة والتعويض عن هذا النشر لانتهاكه الحياة الخاصة لهما، وهو ما قضت به بالفعل محكمة استئناف Besançon حيث اعتبرت هذا النشر عملا غير مشروع.

وتظهر أهمية اللجوء إلى القواعد الخاصة لحماية الخصوصية، وفقا لقانون المعلوماتية في الأحوال التي تقتصر فيها القواعد العامة، وفقا للمادة 9 مدني فرنسي، عن تحقيق هذه الحماية، وذلك سواء فيما يفرضه قانون المعلوماتية من قيود على الغرض من معالجة البيانات والمعلومات، أو فيما يقرره بشأن مبدأ الحق في النسيان.

فمن ناحية أولى يلزم وفقا لقانون المعلوماتية التقيد بالغرض من معالجة المعلومات le finalité de le traitement d'informations، حتى في حال الحصول عليها بطريق مشروع، كما لو أراد شخص إعادة نشر معلومات خاصة تتعلق بمجموعة ما على "فيس بوك" حيث لا يعد إعادة نشر هذه المعلومات، وفقا للقواعد العامة، انتهاك للخصوصية باعتبارها أصبحت متاحة بسبق نشرها، بينما يعد ذلك انتهاكا للخصوصية، وفقا لقانون المعلوماتية لخروجه عن حدود الغرض من نشر هذه المعلومات، وهو قصره على مجموعة الأعضاء المكونة على "فيس بوك".

ومن ناحية أخرى، ووفقا لمبدأ الحق في النسيان المقرر بقانون المعلوماتية، لا يجوز إعادة نشر معلومات سبق نشرها، وذلك على الرغم من ان القواعد العامة في حماية الخصوصية لا تمنع ذلك باعتبار أن سبق النشر - كما سبق القول - قد خرج بهذه المعلومات عن نطاق الخصوصية، ومؤدى هذا ان معالجة البيانات ذات الطابع الخاص يجب أن تتقيد، وفقا لقانون المعلوماتية من حيث الزمان، وعليه فان وفقا لمبدأ الحق في النسيان، ويعد مدة معينة، يجوز للشخص الذي حذف حسابه من مواقع التواصل الاجتماعي مثل "فيس بوك" أن يعترض على إعادة نشر معلومات تتعلق بحياته الخاصة، ولو كلن قد سبق نشرها من قبل على الموقع.

وعلى الرغم مما توفره القواعد الخاصة للمضروب من مزايا في حماية خصوصيته، الا انه تبقى للقواعد العامة لهذه الحماية اهميتها لا سيما فيما يتعلق بمعالجة البيانات والمعلومات التي تنشر لاغراض صحفية.

والى جانب حماية البيانات ذات الطابع الشخصي استنادا الى الحق في الخصوصية، فانه يمكن الاستناد في ذلك ايضا الى فكرة

الحق في السيطرة على المعلومات الخاصة "le droit de contrôle sur des informations personnelles".

أما في مصر فقد أورد قانون العقوبات نصا خاصا بجريمة الحياة الخاصة هو نص المادة 309 (مكررا) التي قضت بان "يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنة كل من اعتدى على حرمة الحياة الخاصة للمواطن وذلك بان ارتكب احد الأفعال الآتية في غير الأحوال المصرح بها قانونا أو بغير رضاء المجني عليه:

أ. استراق السمع أو سجل أو نقل جهاز من نقل بجهاز من الأجهزة أيا كان نوعه محادثات جرت في مكان خاص او عن طريق التليفون.

ب. التقط او نقل بجهاز من الأجهزة أيا كان نوعه صورة شخص في مكان خاص، فإذا صدرت الأفعال المشار إليها في

الفقرتين السابقتين أثناء اجتماع على مسمع او مرأى من الحاضرين في ذلك الاجتماع، فان هؤلاء يكون مفترضا..."

وكذلك ما نص عليه قانون التوقيع الإلكتروني رقم 15 لسنة 2004 من انه "مع عدم الإخلال بأية عقوبة اشد منصوص عليها في قانون العقوبات أو في أي قانون آخر، يعاقب بالحبس وبغرامة لا تقل عن عشرة آلاف جنيه ولا تجاوز مائة ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من:

- توصل بأية وسيلة إلى الحصول بغير حق على توقيع أو وسيط أو محرر الكتروني أو اختراق هذا الوسيط أو اعتراضه أو عطله عن أداء وظيفته.

وفي جميع الأحوال يحكم بنشر حكم الإدانة في جريدتين يوميتين واسعتي الانتشار، وعلى شبكات المعلومات الإلكترونية المفتوحة على نفقة المحكوم عليه.

وتطبيقاً للنصين الواردين بقانوني تنظيم الاتصالات والتوقيع الإلكتروني سالفين الذكر، فقد قضت محكمة "جناح اقتصادي القاهرة" في 28 افريل 2012 بإدانة متهم لتواصله بغير حق إلى الحصول على توقيع وسيطين هذين الوستين، وتعتمده مضايقة الشركة المجني عليها بإساءة استعمال أجهزة الاتصالات.

أما عن الحماية المقررة للحق في الخصوصية والحق في الصورة في المملكة العربية السعودية فقد كرسها المنظم السعودي في نظام مكافحة الجرائم المعلوماتية، وذلك في إطار تجريمه لانتهاك حرمة الحياة الخاصة والاطلاع على البيانات والمعلومات الخاصة بالأفراد، حيث نص في المادة 3 من هذا النظام على عقوبة السجن مدة لا تزيد على سنة وبغرامة لا تزيد عن 500 ألف ريال، أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل شخص يرتكب آياً من الجرائم المعلوماتية الآتية:

1. التصنت على ما هو مرسل عن طريق الشبكة المعلوماتية أو بأحد أجهزة الحاسب الآلي - دون مسوغ نظامي صحيح - أو التقاطه أو اعتراضه.
2. الدخول غير المشروع لتهديد شخص أو ابتزازه لحملة على القيام بفعل أو الامتناع عنه ولو كان القيام بهذا الفعل أو الامتناع عنه مشروعاً.
3. الدخول غير المشروع إلى موقع الكتروني أو الدخول إلى موقع الكتروني لتغيير تصاميم هذا الموقع أو إتلافه أو تعديله أو شغل عنوانه.
4. المساس بالحياة الخاصة عن طريق اساءة استخدام الهواتف النقالة المزودة بالكاميرا او ما في حكمها.

5. التشهير بالآخرين وإلحاق الضرر بهم عبر وسائل تقنيات المعلومات المختلفة.

كما نصت المادة 5 من ذات النظام على إيقاع عقوبة السجن مدة لا تزيد على أربعة سنوات وبغرامة مالية لا تزيد على

300 ريال، أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل شخص يؤتكن أيا من الجرائم المعلوماتية الآتية:

- الدخول غير المشروع لإلغاء بيانات خاصة أو حذفها أو تدميرها أو تسريبها أو إتلافها أو تغييرها، أو إعادة نشرها،

وهذا النص يحظر الدخول غير المشروع للاطلاع على البيانات الخاصة ومن ثم إلغائها أو العبث بها من خلال حذفها،

أو إفشاءها، أو إتلافها أو تعديلها.

ووفقا للمادة 6 من ذات النظام فانه على أن يعاقب بالسجن مدة لا تزيد على خمس سنوات وبغرامة لا تزيد على ثلاث ملايين

ريال، أو بإحدى هاتين العقوبتين كعقوبة أصلية كل شخص يقوم بإنتاج ما من شأنه المساس بجمرة الحياة الخاصة أو إعداده أو

إرساله أو تخزينه عن طريق الشبكة المعلوماتية أو احد أجهزة الحاسب الآلي.

هذا فضلا عما هو مقرر من عقوبات تكميلية تتمثل في جواز الحكم بمصادرة الأجهزة أو البرامج أو الوسائل المستخدمة في

ارتكاب أي من الجرائم المنصوص عليها في هذا النظام أو الأموال المتحصل منها، وكذلك جواز الحكم بإغلاق المواقع الالكترونية

أو مكان تقديم الخدمة نهائيا أو مؤقتا متى كان مصدرا لارتكاب أي من هذه الجرائم وكانت الجريمة قد ارتكبت بعلم مالكة.

كشف الشخص حياته الخاصة بإرادته على موقع "فيس بوك": لا شك في أن لكل إنسان الحق في أن يقرر كشف خصوصية

حياته بإرادته، وان يحدد نطاق هذا الكشف، وذلك استنادا إلى ما يتمتع به من "الحق في الذاتية الشخصية le droit a

l'autonomie personnelle".

غير انه قد يترتب على ممارسة هذا الحق ان يكون المستخدم نفسه هو مصدر انتهاك حياته الخاصة، اذا كشف عن معلومات

هامية تتعلق بحياته الخاصة بدعوى انه "ليس لديه ما يحجل منه n'ont rien a se reprocher"، وذلك بان يستعمل خيار

"الملف العام profil public" مما يجعل الوصول الى معلوماته الشخصية متاحا لأي عضو في الموقع.

ولحماية المستخدم من النتائج الضارة التي قد تترتب على كشفه خصوصية حياته، فان البعض يرى ضرورة ان يتضمن مواقع

التواصل الاجتماعي رسالة تحذيرية في شكل "ميثاق استخدام une charte d'utilisation" تظهر لعضو الموقع عند

تسجيله أية بيانات أو معلومات تتعلق بحياته الخاصة، يتضمن شرحا وافيا لعضو الموقع تبين الاثار السلبية التي قد تترتب على

كشفت معلومات تتعلق بحياته الشخصية، وهذا ما تأخذ به بالفعل سياسة موقع (فيس بوك) فيما يتعلق بالحقوق والمسؤوليات حيث تذكر صراحة إن المستخدم حين يقوم بنشر محتوى او معلومات باستخدام إعدادات "العام"، فانه بذلك يتيح للجميع بمن فيهم غير المستخدمين للموقع الوصول إلى تلك المعلومات واستخدامها.

وعلى جانب آخر، فانه يبدو من الضروري ان تتضمن سياسة الخصوصية لموقع التواصل الاجتماعي بعض الإرشادات لمستخدمي الموقع بشأن كيفية التأمل مع المعلومات الشخصية التي تتعلق بالغير الذي نشرها عن نفسه.

الضوابط الواجب مراعاتها من قبل المستخدم لحماية خصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي:¹

نظرا لخطورة النتائج التي قد تترتب على كشف المستخدم، خاصة اذا كان قاصرا عن جوانب تتعلق بحياته الخاصة، فقد وضعت الجمعية الوطنية للمعلوماتية والحريات (CNIL) عدة ضوابط يتعين على المستخدم مراعاتها لضمان الحفاظ على خصوصيته، وهي إجمالا تعد أعمالا لمعيار الشخص المعتاد وتمثل في ما يلي:

1. على المستخدم أن يسأل نفسه، قبل أن يضع أية صورة له على صفحته عن مدى تقبله لاطلاع أي أفراد عائلته أو

أصدقائه على هذه الصورة أم لا.

2. على المستخدم ان يكون مدركا لاهمية وخطورة ما يقوم بنشره، لان سيطرته على ما ينشره من المعلومات شخصية

تتوقف على طبيعة هذه المعلومات.

3. الحرص عند إنشاء حساب على مواقع التواصل الاجتماعي: فيجب على المستخدم أن يقتصر فيما ينشره على اقل

المعلومات الشخصية أهمية وفي أضيق الحدود.

4. تأمين المستخدم حسابه على مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق ضبط إعدادات الخصوصية على المواقع لتحديد نطاق

الخصوصية على حسابه: فهذه الاحداث تتيح له ان يختار بين وضع بياناته في متناول الكافة أو كل الأصدقاء أو بعض

الاصدقاء، كما نأ تمكنه من تفادي إظهار بياناته على محرركات البحث، والتحكم في هذه البيانات وتصحيحها أو

حذفها إذا اقتضى الأمر ذلك.

¹ L'utilisation de l'image des personnes, 28 mars 2005 (disponible sur le site de la CNIL).

5. على المستخدم بذل عناية الشخص المعتاد في اختيار تعليقاته عند المشاركة في نقاش سواء على مدونة او منتدى او على اي من مواقع التواصل الاجتماعي.
6. على المستخدم أن يعلم أن "صديق اليوم ليس حتما صديق الغد un ami d'aujourd'hui n'est pas forcément un ami de demain"، ولذلك فعليه ان يتجنب نشر الصور التي قد يكون من شأنها انتهاك خصوصية حياته مستقبلا، وهو ما قد يحدث حال تبادل مثل هذه الصور مع صديق تسوء العلاقة بينهما لاحقا، فتصبح هذه الصورة عرضه استعمال غير مشروع من هذا الأخير.
7. عدم نشر أي محتوى قد يلحق ضررا بالغير، فلا يجوز إنشاء حساب على احد مواقع التواصل الاجتماعي باسم شخص آخر أو نشر صور للغير بغير إذن منه.
8. على المستخدم ان يحقق بصورة منتظمة مما قد ينشر عنه على الانترنت، وذلك عن طريق وضع اسمه على احد محركات البحث ليظهر له كل ما يتعلق به من معلومات، وحينئذ يستطيع أن يطلب من إدارة الموقع حذف ما يراه ضارا به من معلومات، كما يستطيع أن يطلب من محرك البحث عدم فهرسة المعلومات التي تتعلق به.
9. من الأفضل للمستخدم متى أمكن ذلك استخدام اسم مستعار يعرف به بين أصدقائه.
10. على المستخدم عدم الكشف عن كلمات السر الخاصة به، وعدم اختيار كلمات المرور يسهل التعرف عليها كتاريخ الميلاد أو اسم احد أفراد العائلة أو لقب العائلة.



الفصل الرابع

مناقشة النتائج

تمهيد:

تعد منهجية البحث ي أساس الدراسة العلمية،و من خلالها يتبين لنا تحديد الأسلوب الذي يسمح ببناء الإطار المنهجي الذي سيتبع للوصول إلى النتائج وعليه فان هذا الفصل يهدف إلى إبراز الخطوات المنهجية التي يعتمد عليها كل باحث، والهدف من الاطلاع على الجانب النظري والدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة منشانه أن يبين لنا طبيعة المعلومات التي تم جمعها من الميدان ، كما هو الحال في دراستنا المتمحورة حول الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي والخصوصية الفردية، والتي استهدفت بالتحديد موقع الفيسبوك.

لذا يعد هذا الفصل همزة وصل بين الجانب النظري و فصل تحليل و تفسير البيانات الميدانية التي تم جمعها، والمتمثلة في تحليل محتوى مجموعة من الصفحات الفيسبوكية حيث تم الاعتماد في هذه الدراسة في تحليل المعطيات الميدانية على الأسلوبين الكمي والكمي، فالأول يتجلى في تحليل البيانات وحساب النسب المئوية أما الثاني فيرتبط بتحليل هذه البيانات وربطها بالإطار النظري ومحاولة الإجابة على مختلف التساؤلات التي تثيرها هذه الدراسة.

المبحث الأول: دراسة الحالات وتحليلها

أ. مشكلات البحث

تحولت مواقع التواصل الاجتماعي خلال السنوات الأخيرة إلى منصات للشبكات والسبب والتشهير وانتهاك خصوصيات المستخدمين، فمواقع التواصل الاجتماعي فعالة جدا تساهم في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من التواصل مع بعضهم البعض رغم المسافات ومن بين هذه المواقع "الفايس بوك" وهو الموقع الأكثر شهرة في العالم أو الذي لقي تجاوب كبير من قبل جميع فئات المجتمع اذ أصبح منحصرًا بإنشاء حساب والتحدث مع من تريد إلا أن المشكلة والجانب السلبي في هذا الموقع انه لا يمكن انتهاك خصوصية المستخدمين بسهولة كما انه قد يتم ابتزاز او سب المستخدم عبر صفحات أخرى بغرض تشويه السمعة أو أغراض أخرى، كما نجد أن الأخبار تنتشر بسرعة هائلة عبر هذه المواقع سواء كانت صحيحة أم زائفة وذلك لقلة وهي المستخدمين لمعرفة صحة الأخبار المنشورة، فالأخبار الزائفة عي أخبار مضللة وكاذبة الهدف منها التضليل وأحداث فرقة وفوضى داخل المجتمع، وتتلور المشكلة البحثية في أنها ترصد لامح وسمات وأبعاد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التي تربط الشباب بعالم افتراضي يتحكم في جوانب حياته المختلفة وذلك لحساسية هذه المرحلة وأهميتها ودراسة أبعاد مواقع التواصل الاجتماعي مما يساهم في وضع رؤية مستقبلية في نقطتين العلاقة بين المستخدمين والمواقع التفاعلية، كما تتبلور هذه الدراسة في تساؤل بحثي ويتمثل في كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الأخبار الزائفة وانتهاك الخصوصية الفردية، إذ تتمثل أبعاد هذه الدراسة في مدى انتشار الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي، وكذا انتهاك الخصوصية الفردية في هذه المواقع والآثار الناجمة جراء هذه الظاهرة من ابتزاز وتشهير وسب وكذا العقوبات المترتبة لمن تسول له نفسه لارتكاب مثل هذه الأفعال وقد اختير هذه الموضوع للتعرف على مواقع التواصل الاجتماعي وكيف تساهم في انتشار الأخبار الزائفة وكذا انتهاك الخصوصية، كما أن هذا الموضوع يعتبر موضوع حيوي وحديث إلى جانب قلة الدراسات العربية عموما والجزائرية خصوصا والتي تدرس الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك الخصوصية الفردية، انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين مختلف الفئات في الجزائر سيما "الفايس بوك" ومساعدته على انتشار الأخبار الزائفة والتعدي على حريات المستخدمين.

ب. الفئات المستعملة

أثبت التطور الهائل في مجال التكنولوجيا الحديثة خاصة مع انتشار الانترنت واقع جديد على العالم، وبدا البحث عن طريق التواصل بين أفراد المجتمع فظهرت مواقع التواصل الاجتماعي وأصبح الناس يتلاحمون في عالم افتراضي يحكم المواقع الإنساني والاجتماعي والثقافي من خلال هذه المواقع التي يشترك عبرها ملايين الناس مثل "الفييس بوك، تويتر، ماي سبيس، لايف بوون، يوتوب... الخ" التي أتاحت البعض منها مثل الفيس بوك تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وتناقل الأخبار سواء كانت زائفة أو حقيقية وإجراء المحادثات الفورية والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين، حيث يمثل الشباب فئة عمرية لها أهمية ودور فعال في المجتمع، ونظرا لأنه أثبت الأمل من خلال بناء مستقبل زاهر لامتنا.

ولما تمتلكه من طاقات حيوية ومقدرة على التغيير نحو الأفضل ولما يمكن أن يكتسبه الشباب من خلال الاستخدام الموجه والمدرّس لمواقع التواصل الاجتماعي من المهارات والخبرات والقدرات الاجتماعية والمقيدة والتي تنمي المسؤولية الاجتماعية فيهم وتجعل منهم منتجين نافعين وبهذا التواصل الاجتماعي ظهرت العديد من الأبعاد الإيجابية والسلبية على المجتمع خصوصا الشباب الذين كانت فكرة إيجاد هذه المواقع على أيديهم، ومن الملاحظ أن مستخدمي المواقع الاجتماعية هي في الغالب من الفئات الألسنية الصغيرة والمراهقين وفئات الشباب، والذين يجدون في الانترنت متعة وفائدة ترفيهية ولقضاء وقت الفراغ أكثر من أي شيء آخر.

كما نجد أن هناك فئة من المستخدمين يستخدمون هذه المواقع من اجل نشر الشائعات وخلق فوضى وبلبله للمساس بسمعة الآخرين أو امن الدولة، كما نجد أن هناك فئة تسعى إلى انتهاك خصوصيات الخير وقد يكون ذلك من اجل الابتزاز أو التشهير وكل هذا راجع إلى التأثير السلبي لهذه المواقع وقلة الوعي لدى المستخدمين.

ج. الوحدات الدالة

أثير الكثير من الجدل حول موقع "الفيس بوك" على مدار الأعوام القليلة الماضية وقد تم حظر استخدام المواقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة، كما حدث في سوريا وإيران، كما تم حظر المواقع في العديد من جهات العمل لإنشاء الموظفين عن إهدار وقتهم في استخدام تلك الخدمة وتقل الأخبار من مكان إلى آخر، كذلك مثلت انتقالات موجهة إلى "الفيس بوك" مخاوف بشأن الحفاظ على الخصوصية، واحدة من المشكلات التي يواجهها رواد المواقع، وكثيرا ما تمت تسوية هذا الأمر بين طرفي الفراغ،

كما يوجد موقع الفيس بوك العديد من الدعاوى القضائية من عدد من رفاق "زوكر بيرج" السابقين الذين يزعمون أن الفيس بوك اعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم وبعض الملكيات الفكرية الأخرى بغرض التشهير وتشويه السمعة إذ ترى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تساعد دون وعي بقواعد استخدامها، ودون ضوابط تحكم هذه الاستخدامات، الأمر الذي ينتج عنه العديد من التأثيرات السلبية في مناح متعددة معلقة وراءها جملة من الظواهر الجديدة، إذ نجد أن لظاهرة الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي وانتهاك الخصوصية تأثيرا كبيرا على الفرد والمجتمع حيث ترى أنها عملية نفسية تتلخص في إدخال فكرة في وجدان الشخص أو أشخاص.

لترجم ذهنيا إلى أعمال أو تحرك أو إثارة النفوس أو الشكوك أو القضاء على القران النفسي الناتج عن اطمئنان الشخص إلى عقائد وقيم مجتمعية ورضائه بها وهذه الفكرة قد تكون شفوية أو بالرسم أو الكاريكاتير أو أي أسلوب من أساليب التواصل وهي قد تجعل أشياء من الحقيقة، كما ترى أن هذه الأخبار الكاذبة والزائفة تنتشر في المجتمع بشكل سريع ويتم تداولها بين الناس ظنا منهم أنها صحيحة ودائما ما تكون هذه الأخبار شيقة ومثيرة، كما تهدف إلى التأثير على الروح المعنوية وزرع بذور الشك وقد تكون هذه الأخبار ذات طابع عسكري أو سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي، حيث تزداد أهمية هذه الأخبار بازدياد درجة أهميتها وتأثيرها في عقول الناس، فالأخبار التي تمس حياة الناس مباشرة يكون وقعها أكبر وتأثيرها أعمق حيث تهدف إلى المساس بسمعة الغير وتشويهها، كما نجد أن الأخبار المزيفة تحتاج إلى تربة خصبة وعقول فارغة تجد فيها مجالا للنمو، والانتعاش، والتفريغ، ولهذا يحرص مروجو هذه الأخبار على أن يتحسسوا مراكز الضعف لدى الجماهير من اجل أحداث فوضى وزرع النميمة والشك في نفوس المستخدمين وكذا إحداث أعمال عنف وشغب للمساس بأمن واستقرار الدولة.

فالأخبار الزائفة التي تم ترويجها وتداولها بين الناس عن قصد أو بدون قصد من أهم الوسائل الدعائية ويكثر ترويج هذه الأخبار في زمن الحروب لان الناس يستولي عليهم الخوف والرعب فهي تثير العواطف وتترك أثار عميقة في نفوس المستخدمين حيث تم اللجوء إلى نشر أخبار زائفة لصرف أنظار الناس عن القضية الأساسية أو لتوجيههم فجهة أخرى موافقة لاجتهات مروج الإشاعات أو لتشويش الخصم وتضليله.

كما تسعى هاته الأخبار إلى نشر الخصوصية والبغضاء بين أفراد المجتمع تمهيدا لتدمير استقرار النفس من خلال نشر الفتن وتفكك وحدة المجتمع، وابتزاز الأطراف والتشهير بهم، بحيث يصبح ممزقا وتضعف معنوياته كذلك تهدف الأخبار الزائفة وانتهاك الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي إلى إحداث البلبلة والفوضى والتضليل وعدم تميز الحقيقة من الكذب، عن طريق السماح

بتسرب المعلومات الصحيحة وسط مجموعة من الأخبار الكاذبة وهكذا تختلط الحقيقة بالكذب فلا يستطيع الإنسان اكتشاف الأخبار الصادقة من الأخبار الكاذبة ويصبح في حالة شك وعدم ثقة فيما يتلقى من أخبار، كما تستخدم هذه الأخبار الدعاية المغرضة كوسيلة من وسائل تشويه الأنظمة الاقتصادية للدول التي لا تتفق مع أهدافها وتوجهاتها كما تعمل على إضعاف اقتصاد العدو بمحاربة السلع التي ينتجها وتشويه جودتها وقيمتها بهدف النيل من سمعتها وعدم قدرتها على المنافسة وتحقيق الربح، التمهد لأحداث إرهابية فالأخبار الزائفة والشائعات تعد المدخل الآمن لتنفيذ العمليات الإرهابية، فيقوم التنظيم الإرهابي بإطلاق شائعة قبل العملية الإرهابية فتلقى صدى بين البسطاء مما يجعل رد الفعل الشعبي في استنكار الحادث الإرهابي اقل من المتوقع، فهذه الأخبار الزائفة والشائعات مدروسة تستهدف نتائج معينة استمدت إلى نتائج نفسية لاتجاهات الرأي العام وما يمكن أن يؤثر فيه، وخلق الإطار النفسي الملائم لقبول عمليات إرهابية في مرحلة لاحقة.

د. التحليل الكيفي للدراسة:

حاولت الدراسة فهم طبيعة الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي والخصوصية الفردية من الناحية السوسولوجية ومعالجة أبعادها التي انطلقت منها، فمن خلال تحليل المضمون واستخدام الملاحظة التي جمعت البيانات والمعلومات المستخدمة في الدراسة واستعمال تقنية المنهج و ربطها بالأطروحات النظرية والتعامل مع مقتضيات الدراسة ساعد ذلك في جمع المعلومات اللازمة حول الظاهرة، فقد أصبح انتشار الأخبار الزائفة على الإنترنت التي يوضع بعضها لتحقيق أرباح والبعض الآخر لأغراض سياسة موضوعا رئيسيا للنقاش في كثير من البلدان المتقدمة، حيث تعج الشبكة العنكبوتية ومواقع التواصل الاجتماعي بأخبار ملفقة يقف خلفها أفراد ومؤسسات وأجهزة أمنية تهدف بذلك في بعض الأحيان إلى التشويش وأحداث بلبله لأغراض مختلفة، وقد شهدت السنوات الأخيرة استخدامات متعددة للتكنولوجيا الحديثة لاسيما في إطار تزايد عمليات التنصت والقرصنة.

ففي الآونة الأخيرة تصاعدت الانتقادات التي طالت مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك حول انتشار أخبار وصفة بالكاذبة، إذ تعتمد حروب الجيل الرابع بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال نشر أخبار غير دقيقة وشائعات من شأنها إشعال الفتنة وزيادة العنف والانقسام في المجتمعات، فالاختبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي استخدامات وانتشرت بهدف التضليل وأحداث الفرقة وكذا السب والشتم بين طرفي النزاع أو من أجل التشهير بسمعة الغير، كما نجد ان الخصوصية الفردية في مواقع التواصل الاجتماعي تتأثر بالأخبار الزائفة المنتشرة والمتداولة، إذ أن اغلب مستخدمي الفيس بوك يطبقون خيارات خصوصية متقدمة في صفحاتهم بسبب سماعتهم من انتهاكات الخصوصية وبعد أن أزعجهم تطفل البعض،

كما أن معظم مستخدمي الفيس بوك يشعرون بأن هذا الموقع وسيلة خاصة بهم لإبداء رأيهم و نشر ما يرغبون به ويرون انه أتاح لهم كما كبيراً جداً من الحرية في حين يشك البعض بأنه وسيلة استخباري التجسس والقرصنة والابتزاز وغيرها من الجرائم الإلكترونية المستحدثة والتي تحدث في موقع الفيس بوك خصوصاً وذلك في ظل غياب الرقابة والقوانين المنصوصة لمثل هذه الجرائم، فمعالجة معلومات المستخدم إلكترونياً وإنشاء علاقات ارتباطيه بينها من الفيسبوك هو سبب لانتهاك الخصوصية وعدم وجود قوانين رادعة وعدم إزالة المحتوى المسيء بعد الإبلاغ عنه فضلاً عن عدم التزامه بقوانين البلد المحلية واحترام دياناته ومقدساته.

ومن بين النصائح العامة للمستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك خصوصاً تجنب نشر بعض المنشورات فقد بات هذا الموقع يكشف الكثير عن مشاعرنا وجميع أمور حياتنا بأدق التفاصيل وهذا يشكل تهديداً على حياة المستخدم دون أن يعلم فمثلاً نشر مكان تواجدك الحالي يسهل على اللصوص الذين يخططون لسرقة منزلك من معرفة أوقات تغيبك من خلال منشوراتك التي تقوم بنشرها والعمل على تفادي نشر الصور والفيديوهات الخادشة للحياء المجتمعي، كذلك تجنب نشر المعلومات الشخصية للمستخدمين أو الحالة الاجتماعية لهم فهذا قد يعرضك لبعض المضايقات الغير مرغوب فيها، تجنب نشر الآراء السياسية أو أي نوع من الانتقادات حول أي موضوع فقد تعد من الأخبار الزائفة المروجة للتضليل والفتنة فتتابع قضائياً، فشبكات التواصل الاجتماعي تحولت خلال السنوات الماضية إلى منصات للشتم والسب والقذف والجرائم الإلكترونية الحديثة كالهكر والابتزاز وغيرها وخاصة بعد ثورة التكنولوجيا و المعلومات.

المبحث الثاني: دراسة الحالات وتحليلها:

1. دراسة الحالات:

- الحالة الأولى: تعد الصفحة الفيسبوكية "عقلية تبسية" من بين الصفحات الأكثر تداولاً على الفيسبوك من قبل سكان ولاية تبسة وغيرها من الأفراد المهتمين بها وذلك لمعرفة ما يحدث داخل هذه الولاية، إذ يتم نشر أحداث التفاصيل عن مختلف المواضيع التي تخصها من قريب أو بعيد، فيقوم الأشخاص بمشاركة الأخبار المنشورة في هذه الصفحة وكذا التعليق عليها أما بالسلب أو الإيجاب وقد نجد في الكثير من الأحيان مواضيع وأخبار زائفة نشرت بهدف التضليل وكذا إحداث بلبلة كما لاحظنا أن اغلب الأفراد لا يحاولون معرفة إذا ما كانت هذه الأخبار صحيحة أم كاذبة أو حتى التحري كن

مصدرها الرسمي فمشاركة بعض الأخبار الزائفة و المغلوطة قد تخلف انتقادات و آراء معارضة فتسبب في نزاع بين طرفي النقاش.

● **الحالة الثانية:** تعتبر صفحة " SpottedTebessa سبوت جامعة و مدينة تبسة" من أشهر الصفحات في موقع الفيسبوك التي تتضمن عددا كبيرا من المتابعين الذين يريدون استطلاع و معرفة أخبار و معلومات حول احد الطلاب أو الطالبات أو احد الأفراد الآخرين ، حيث تعد هذه الصفحة من بين الصفحات التي يتم فيها انتهاك خصوصيات و حريات الأفراد حيث يتم نشر مجموعة من الصور أو الأسماء يطلب التعريف بهم ، فكثيرا ما نجد أن معظم الأخبار المعلق بها خاطئة و الغرض منها التشهير وتشويه السمعة و كذا انتهاك خصوصيات و حرمان الغير دون إذن مما يؤدي بالطرف المعني بإدلاء شكوى لدى مراكز الشرطة من اجل معاقبة من يقوم بشر مثل هذه الأخبار أو من كان سببا في انتهاك الخصوصية.

● **الحالة الثالثة:** صفحة " عقلية جزائرية غير الجديد " تتضمن هذه الصفحة الفيسبوكية أكثر من ألفي نتابع من كامل الولايات الجزائرية، حيث يتم نشر مختلف المواضيع والأخبار في هذه الصفحة سواء كانت مواضيع سياسية، اقتصادية، رياضية، ثقافية... الخ، وذلك بهدف تزويد المتابعين بكل ما هو جديد غير أن بعض المنشورات لا أساس لا من الصحة و إنما تم نشرها للتضليل أو التهويل أو القذف في أعراض الناس والمؤسسات ومالكها، فمن خلال العدد الهائل من المتابعين تنتشر مثل هذه الأخبار الزائفة والشائعات بسرعة رهيبية إلى مختلف الأفراد والمجتمعات وبالتالي يتم تصديقها حتى و إن كانت ذات مصدر مجهول.

● **الحالة الرابعة:** صفحة " بنات تبسة" من بين الصفحات المروجة للأخبار الزائفة والشائعات وكذا انتهاك الخصوصية والسب والشتم والتشهير، فهذه الصفحة منشأة من طرف بنات ولاية تبسة إذ لا تخلو هذه الصفحة من التعليقات السلبية والتنازير بالألقاب حتى في ابسط منشوراتها فمعظم متابعي هذه الصفحة من الإناث كما لا ننسى وجود ذكور يتابعون هذه الصفحة منتحلين شخصيات وهويات فتيات وذلك من اجل التحسس على ما يدور في عالم الفتيات أو اخذ صور الفتيات ثم ابتزازهم ونشرها في صفحات أخرى، كما نجد أن اغلب التعليقات الموجودة في هذه الصفحة هي

عبارة عن جمل للسب والشتم وكذلك التحريض والابتزاز وانتهاك أعراض الناس على الرغم من أنها من الصفحات الخاصة بالنساء فقط وهذا راجع إلى مستوى متابعتها.

- **الحالة الخامسة:** تعد صفحة "Top Commentaires" من الصفحات الفيسبوكية التي تقوم بنشر مواضيع وأخبار وتطلب من المتابعين التعليق عليها، فنجد أن البعض لا يقوم التعليق وحسب وإنما مختلف عبارات السب والشتم سواء تعلقت هذه المواضيع بالأشخاص أو المنشآت أو للناشر في حد ذاته و هذا راجع لغياب عنصر الرقابة وكذا معرفة كيفية لتعبير عن الرأي في إطار مسموح فالبعض يري أنها حرية تعبير ولكنها تعتبر انتهاكا إذا ما مست أعراض وحرمان الحياة الخاصة، وهذا كله من اجل التشهير وانتهاك الخصوصية كما إن المتابعين لا يعرفون إذا ما كانت هذه الأخبار والمعلومات المنشورة صحيحة أم خاطئة وذلك لعدم معرفة المصدر المأخوذ منه ولكن الأفراد يقوم بنشر هذه الأخبار دون وعي فيتم الإبلاغ عن كل من تسول له نفسه بإلحاق الضرر بالغير أو انتهاك خصوصية من خلال نشر الأخبار الزائفة و الشائعات والافتراء على الغير .

- **الحالة السادسة:** تقوم صفحة "Fake News DZ" المنشأة من طرف مجموعة من الشباب الجزائريين بنشر مجموعة من الأخبار والمقالات والمعلومات المنشورة في صفحات أخرى وذلك من اجل إثبات صحتها أو تكذيبها من خلال تقديم أدلة وبراهين لتفادي تضليل وتشويش المتابعين وكذا للحد من انتشار الأخبار الزائفة ، فبعض المتابعين يقون بتصديق تلك الشائعات المنشورة وعند مشاهدة ما تم نشره من أدلة حول الموضوع الذي قام بتصديقه يقوم بسب وشتم من قام بنشر هذه المعلومات وكذا التعليق بالكلام الفاحش والتعدي عليه وهذا راجع إلى عدم وعي المتابعين بضرورة التقصي حول مصدر وأصل المعلومة قبل تصديقها لكي لا يقع في فخ الأخبار المضللة والكاذبة التي تسعى إلى تشويه السمعة و إخفاء الحقائق وانتهاك الخصوصية وكذا إحداث فرقة وبلبله بين الأفراد.

- **الحالة السابعة:** صفحة " مختلف ولكن ليس اقل "من الصفحات الفيسبوكية التي تضم أزيد من 4601 متابع من كافة أنحاء الوطن، إذ تسعى هذه الصفحة لمشاركة المواد التثقيفية اغبر هادفة وكذا تشجيع الحوار حول الاختلاف ودعم التنمية الجسدية والعقلية والعاطفية للأطفال والمراهقين وعائلاتهم في المجتمع العربي خصوصا، غير أن قلة وعي المستخدمين والمتابعين لهذه الصفحة قد يؤدي بهم لفهم محتويات ومنشورات الصفحة بشكل خاطئ حيث أن بعض

هذه المنشورات تدفع البعض للتضليل و إتباع أهواء و طرق معاكسة لما تعود عليه المجتمع ، كما نجد أن الكثير يعارض ما تم نشره فيقوم بالسب والقذف من اجل أن يأخذ رأيه بعين الاعتبار.

● **الحالة الثامنة:** تدعُ الصفحة الفيسبوكية "المتمردون" إلى خلق فوضى والتحرير على التظاهر واحتراق القانون باعتباره لا يخدم متطلباتهم وحاجياتهم وإنما يسعى لدحضهم وسلب حرياتهم وممتلكاتهم وأن الدولة لا تعاقب مخالفيها من رؤساء الأعمال والمستثمرين وإنما تساعدهم على ذلك وهذا كله راجع إلى ما تقوم بنشره من مقالات ومواضيع مغلوبة المساس بأمن الدولة و استقرارها من خلال انتفاضة و احتجاج شعبيها.

● **الحالة التاسعة:** صفحة Fashion Stars " من بين الصفحات الفيسبوكية التي تتناول أخبار المشاهير والفنانين وآخر صيحات الموضة والجمال، إذ نجد معظم منشوراتها عبارة عن تعليقات حول ملابس و مكياج المشاهير والسخرية منهم وكذا التدخل في شؤونهم وخصوصيات حياتهم، كما نجد أن هذه الصفحة تضع كاريكاتير غير أخلاقية و استفزازية للفنانين والنجوم بغرض الحصول على اعجابات ومشاركات.

● **الحالة العاشرة:** تعد صفحة " التسوق الالكتروني " من الصفحات الفيسبوكية التي تساهم في تطوير وتحسين عملية الشراء والبيع عبر الانترنت، إذ تقوم هذه الصفحة بعرض السلع والمنتجات المختلفة مع تقديم الأسعار وإمكانية التوصيل المجاني شرط أن يقوم المشتري بتقديم دفعة في الحساب البريدي، فنجد الكثير من المستخدمين يقومون بتشويه سمعة وصورة هذه الصفحة والافتراء بأنها من الصفحات التي تسعى إلى استغلال الأفراد وسرقة أموالهم كما يفعل أصحاب الصفحات الفيسبوكية الوهمية.

2.1 تحليلها:

● **تحليل الحالة الأولى:** من خلال تحليل محتوى صفحة " عقلية تبسية" لاحظنا أن أغلبية المنظمين لهذه الصفحة هم من ولاية سكان تبسة، إذ يسعون إلى معرفة ما يجري داخل ولايتهم دون الاكتراث إذا ما كانت هذه المعلومات و الأخبار المتداولة صحيحة أم زائفة، وهذا ما ينتج عنه تضليل للأفكار والآراء وكذا تشويه السمعة حين يتعلق الأمر بالأفراد أو المنشآت وهذا كله راجع إلى قلة وعي المتابعين لهذه الصفحة كما يتبين لنا انه ليس بالضرورة أن يكون كل ما يتم نشره صحيح وخالي من الإشاعات والأخطاء .

- تحليل الحالة الثانية: من خلال تحليل محتوى صفحة "Tebessa Spotted" سبوت جامعة ومدينة تبسة" لاحظنا أن هذه الصفحة تسعى بالدرجة الأولى إلى انتهاك خصوصية الأفراد ونشر الشائعات حولهم وكذا محاولة التشهير بهم وذلك من خلال ما يتم نشره، كما نجد أن اغلب التعليقات تتضمن انتقادات سلبية حول الأفراد المعنيين وكذا محاولة قذفهم في أعراضهم وممتلكاتهم وقد نرد الكثير ممن تعرضوا للانتهاكات وقاموا بتقديم شكاوي للسلطات المتابعة من سولت له نفسه بسب أو شتم المعنيين وكذا التعدي على الخصوصيات .
- تحليل الحالة الثالثة: من خلال تحليل محتوى صفحة " عقلية جزائرية غير الجديد" لاحظنا أن للأخبار الزائفة في الصفحات الفيسبوكية تأثير على خصوصيات الأفراد والمنشآت وكذا انتهاك حرمة الحياة الخاصة للأفراد من خلا تبادل أخبار و معلومات حول الغير دون إذن، فهذه الصفحة تضم عددا كبيرا من المتابعين من مختلف الفئات وبالتالي نشر الأخبار ذات المصادر المجهولة التي تعتبر سبيلا للمساعدة على نشر الأخبار الزائفة و التعدي على حيات المستخدمين وبالتالي يجرمها القانون ويعاقب عليها مرتكبيها .
- تحليل الحالة الرابعة: من خلال تحليل محتوى صفحة " بنات تبسة" والمعروفة لدى اغلب الفتيات أن السب والشتم وكذا التشهير ونشر الأخبار الزائفة تعد نوعا من أنواع انتهاك الخصوصية، فمن خلال بعض المنشورات يتعرض الآخرون لمضايقات وانتقادات تزعجهم وتنتهك حرمة حياتهم الخاصة، فالبعض قد يسعى إلى إيذاء الآخرين من خلال انتهاك خصوصياتهم وبياناتهم الشخصية ونشر ما يريد تحت أسماء مستعارة ودون وضع اعتبارات لما سيلحقه من ضرر بالطرف الآخر.
- تحليل الحالة الخامسة: من خلال تحليل محتوى صفحة " Top Commentaires " نلاحظ أن بعض الأفراد ينشرون أخبار زائفة بهدف التضليل وإحداث فوضى وكذا إبعاد المستخدمين الآخرين عن معرفة الحقيقة، كما تسعى بعض التعليقات إلى سب و شتم الأفراد وكذا قول ما لا يجوز في حقهم والافتراء عليهم وابتزازهم، ونجد كذلك مجموعة من الأخبار المنشورة يشوبها نوع الغموض والحيرة مما يولد لدى الناس نوع من الشك وسوء الظن فلا يعرفون ما الذي يستوجب عليهم تصديقه وما لا يجب فيحدث لهم بذلك خلط و عجز في فهم المواضيع المنشورة.

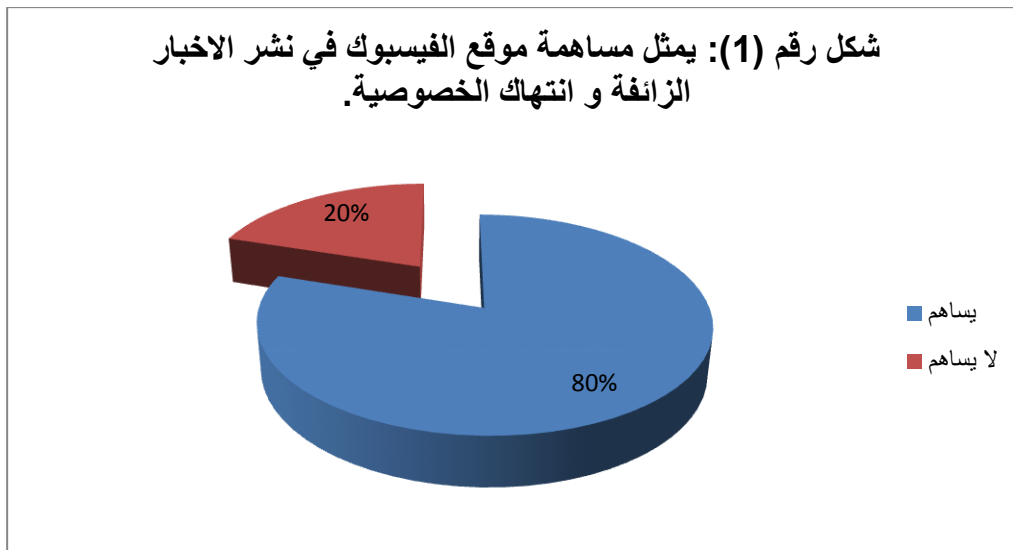
- تحليل الحالة السادسة: من خلال تحليل محتوى صفحة "Fake News DZ" نلاحظ أن هذه الصفحة الفيسبوكية تسعى إلى الكشف عن الأخبار الزائفة ومحاولة الحد من انتشارها عبر مختلف الصفحات الفيسبوكية الأخرى من خلال تقديم أدلة وبراهين لتكذيبها، فالبعض يسعى إلى إحداث خلل داخل المجتمع من خلال نشره لأخبار مغلوطة وانتهاك خصوصيات الأفراد مما جعل العديد ينظم إلى هذه الصفحة لمعرفة الحقيقة، فلاتنشر الأخبار الكاذبة تأثير سلبي على مدى مصداقية المنشورات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- تحليل الحالة السابعة: من خلال تحليل محتوى صفحة "مختلف ولكن ليس اقل" لاحظنا أن هذه الصفحة تهدف إلى التمرد على قيم و عادات المجتمع المتعارف عليها، كما تسعى إلى تضليل المستخدمين واللعب بعقولهم وخاصة فئة المراهقين والأطفال وهذا ما يولد جيل منحرف وخارج عن القانون.
- تحليل الحالة الثامنة: من خلال تحليل محتوى صفحة "التمردون" لاحظنا أن هذه الصفحة الفيسبوكية تسعى بالدرجة الأولى إلى تحريض المستخدمين ودعوتهم لإحداث فوضى باسم محاربة الفساد الدولي وخلق فجوة بين الشعب و الدولة قد تنتج عنها حروب و انقسامات تسهل للمتآمرين أن يفتكوا بها، غير أن آراء البعض من المستخدمين جاءت مناقضة لآراء الصفحة و المطالبة بنزع هذه الصفحة من موقع الفيسبوك أو مراقبة وضبط منشوراتها حتى لا ينقاد الآخرون لإتباع ما جاء في مثل هذه الصفحات فتكون سببا في هلاك الدولة وشعبها.
- تحليل الحالة التاسعة: من خلال تحليل محتوى صفحة "Faction Stars" لاحظنا أن هذه الصفحة تدعو إلى الاستهزاء والسخرية من الغير وكذا التدخل في شؤونهم وتداول أخبار خاصة بالمشاهير و النجوم دون إذن منهم و هذا من اجل الحصول على أكبر عدد من المشاركات والتعليقات.
- تحليل الحالة العاشرة: من خلال تحليل محتوى صفحة "التسوق الإلكتروني" لاحظنا أن أغلبية التعليقات سلبية وغير مشجعة ومؤيدة لفكرة التسوق من البيت خوفا من نهب أموالهم وسرقتها، كما نجد المستخدمين يجذرون بعضهم البعض من هذه الصفحة بينما أن البعض الآخر يستحسن خدمات هذه الصفحة و يدعو للمشاركة فيها.

- تحديد الفئة وتحليلها:

الجدول رقم 01 : يبين مساهمة موقع الفيسبوك في نشر الأخبار الزائفة وانتهاك الخصوصية الفردية.

الاحتمالات	التكرارات	النسب المئوية
يساهم	08	%80
لا يساهم	02	%20
المجموع	10	%100

- المصدر: الباحثون

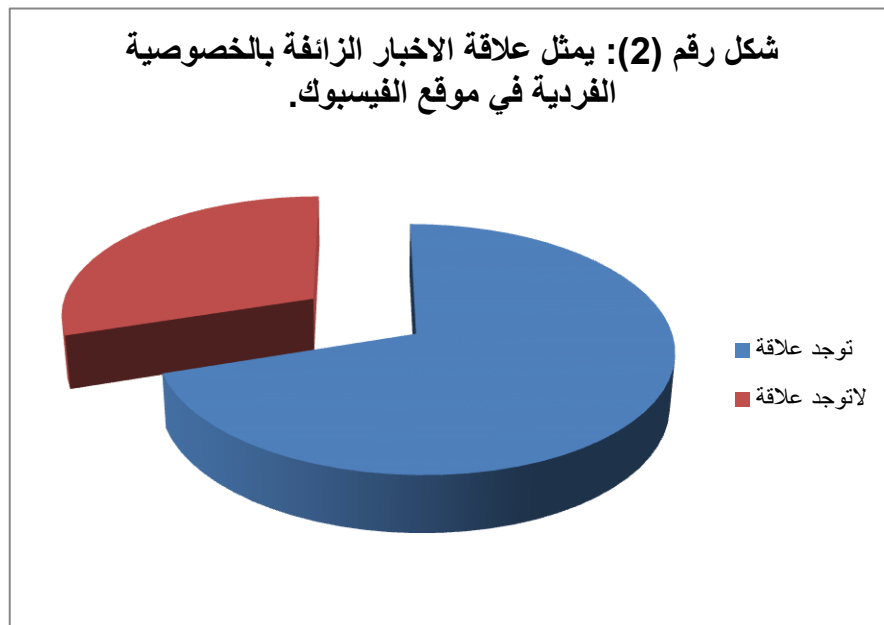


- التحليل الكمي: يبين الجدول و الشكل رقم 01 مساهمة موقع الفيسبوك في نشر الأخبار الزائفة و انتهاك خصوصية المستخدمين، حيث أن نسبة مساهمة هذا الموقع تمثل 80% من النسبة الإجمالية بينما نسبة 20% تمثل عدم مساهمة موقع الفيسبوك في نشر الشائعات و انتهاك الخصوصيات.
- التحليل الكيفي: من خلال التحليل الكمي نلاحظ أن موقع الفيسبوك يساهم في نشر الأخبار الزائفة وكذا انتهاك خصوصية الأفراد بنسبة 80% من إجمالي النسب المئوية ما يدل على أن موقع الفيسبوك يعد مصدرا فعالا في نشر الأخبار الزائفة و تداولها في مختلف صفحاته وكذا المساهمة في انتهاك الخصوصية.

الجدول رقم 02: يبين علاقة الأخبار الزائفة بانتهاك الخصوصية الفردية في موقع الفيسبوك.

النسب المئوية	التكرارات	الاحتمالات
60%	06	توجد علاقة
40%	04	لا توجد علاقة
100%	10	المجموع

المصدر: الباحثون

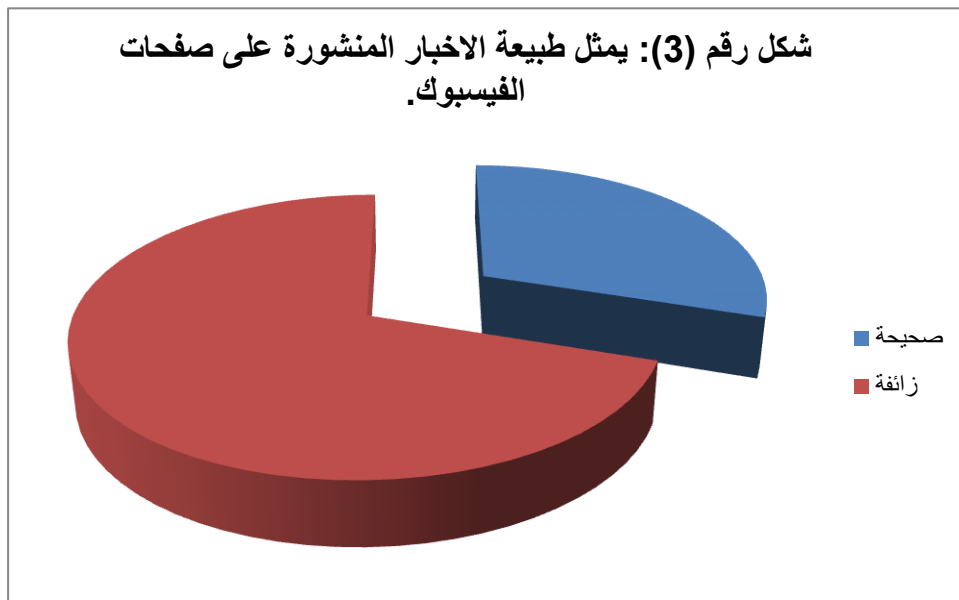


- التحليل الكمي: يبين الجدول و الشكل رقم (2) علاقة الأخبار الزائفة بالخصوصية الفردية في موقع الفيسبوك، حيث نجد أن نسبة 60% من إجمالي النسب المئوية تبين انه توجد علاقة بين المتغيرين، بينما نسبة 40% تبين عكس ذلك.
- التحليل الكيفي: من خلال التحليل الكمي نلاحظ أن هناك علاقة بين الأخبار الزائفة و الخصوصية الفردية في موقع الفيسبوك و ذلك بنسبة 60% من النسب المئوية الإجمالية ، و هذا ما يدل على انه كلما انتشرت الأخبار الزائفة في هذا الموقع كلما سهلت عملية انتهاك خصوصية المستخدمين.

الجدول رقم 03: يبين طبيعة الأخبار المنشورة على صفحات الفيسبوك.

الاحتمالات	لتكرارات	النسب المئوية
صحيحة	03	30%
زائفة	07	70%
المجموع	10	100%

• المصدر: الباحثون

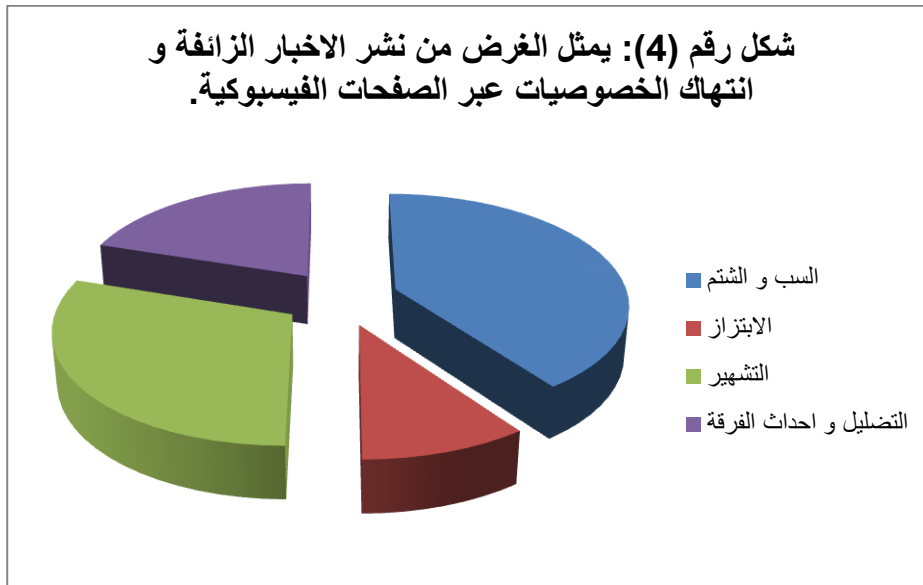


- التحليل الكمي: يبين الجدول و الشكل رقم (3) طبيعة الأخبار المنشورة على صفحات الفيسبوك، حيث مثلت نسبة 70% أن الأخبار المتداولة هي أخبار زائفة بينما نسبة 30% هي أخبار صحيحة.
- التحليل الكيفي: من خلال التحليل الكمي نلاحظ أن أغلبية المواضيع و المنشورات المتداولة عبر مختلف الصفحات الفيسبوكية ذات محتوى مغلوط و زائف حيث مثلت 70 % من إجمالي النسب المئوية و هذا راجع إلى غياب الرقابة والضوابط التي تحكم هذا الموقع و تتابع ما يتم النشر فيه.

جدول رقم (4): يبين الغرض من نشر الأخبار الزائفة و انتهاك الخصوصيات عبر الصفحات الفيسبوكية.

النسب المتبوية	التكرارات	الاحتمالات
40%	04	السب و الشتم
10%	01	الابتزاز
30%	03	التشهير
20%	02	التضليل وإحداث الفرقة
100 %	10	المجموع

• المصدر: الباحثون



• التحليل الكمي: يبين الجدول و الشكل رقم (4) الغرض من نشر الأخبار الزائفة وانتهاك خصوصيات المستخدمين

حيث أن نسبة 40 % تمثل أن الغرض منه هو السب و الشتم تليه نسبة 30 % و التي تمثل التشهير بينما نجد 20 %

التضليل و إحداث فرقة و في الأخير الابتزاز و الذي يمثل نسبة 10% من إجمالي النسب.

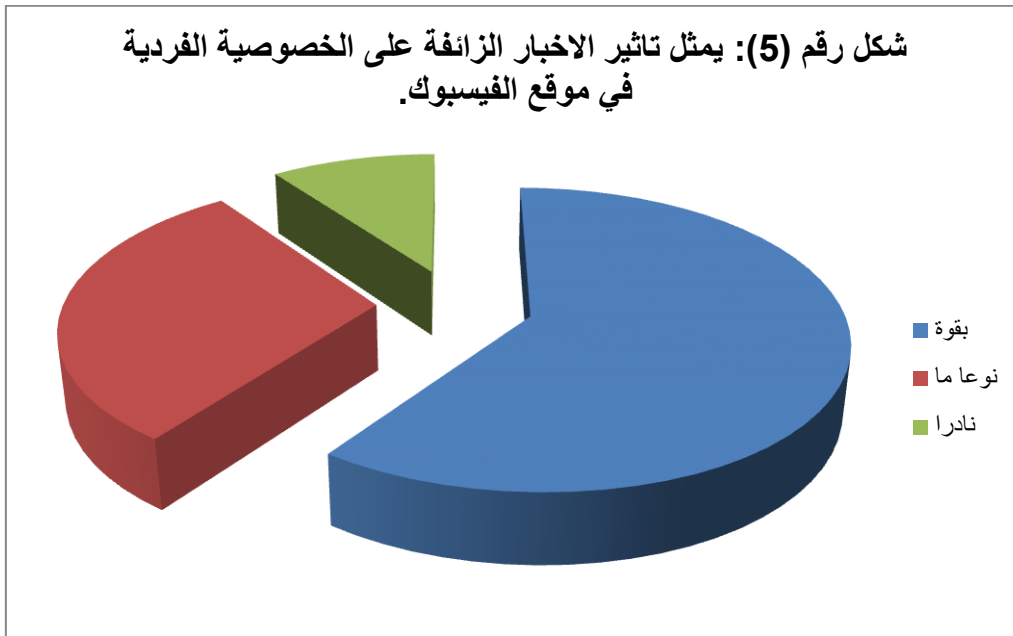
• التحليل الكيفي: من خلال التحليل الكمي لاحظنا أن لنشر الأخبار الزائفة و الخصوصية الفردية أغراض عديد من

بينها الابتزاز و التشهير و السب و هذا راجع إلى مستوى متابعي هذه الصفحات و المحتويات المنشورة فيها.

جدول رقم 05: يبين تأثير الأخبار الزائفة على الخصوصية الفردية في موقع الفيسبوك.

النسب المتوقعة	التكرارات	الاحتمالات
60%	06	بقوة
30%	03	قليلا
10%	01	نادرا
100%	10	المجموع

المصدر: الباحثون



- التحليل الكمي: يبين الجدول والشكل رقم (5) مدى تأثير الأخبار الزائفة على الخصوصية الفردية في موقع الفيسبوك إذ نجد أن هذه الأخبار تؤثر بقوة على خصوصية المستخدمين حيث مثلت نسبة 60% من إجمالي النسب تليها نسبة 30% تمثل التأثير النوعي على الخصوصيات و في الأخير نسبة 10% و التي تمثل أن لهذه الأخبار تأثير نادر على الخصوصية الفردية.

- التحليل الكيفي: من خلال التحليل الكمي لاحظنا أن الأخبار الزائفة تأثر و بقوة على الخصوصية الفردية في موقع الفيسبوك إذ مثلت نسبة 60 % من إجمالي النسب و هذا ما يدل على انه كلما انتشرت الأخبار الزائفة كلما كانت خصوصية الأفراد أكثر عرضة لانتهاك.

المبحث الثالث: مناقشة النتائج على ضوء تساؤلات الدراسة

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج العامة والجزئية، فالأولى تلتقي في جزء منها وتختلف في آخر مع نتائج الدراسات السابقة، أما الثانية فتربط بنطاق الدراسة الراهنة و تفسر خصوصيتها.

ضمن هذا السياق أوضحت دراستنا أن للأخبار الزائفة تأثير على مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك الخصوصية الفردية في الفيسبوك كنموذج، وكذلك مواجهة هذا الموقع الأكثر شهرة في العالم لازمة حقيقية بشأن طبيعة الأخبار التي يعرضها والمتداولة عبر صفحاته.

وفضلا على ما سبق أوضحت هذه الدراسة أن هناك ارتباط بين الأخبار الزائفة و الخصوصية الفردية في مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصا الفيسبوك، إذ تعد الأخبار الزائفة شكلا من أشكال انتهاك الخصوصية الفردية إذ ما كانت تمس أخلاق أو خصوصيات الغير وممتلكاتهم فتعتبر مثل هذه الأخبار وسيلة للسب و للتشهير بسمعة و صورة المستخدمين.

ويمكن تفسير هذه النتيجة السالفة الذكر أن لمواقع التواصل الاجتماعي آثار و دور كبير في نشر الأخبار المضللة والزائفة مما ينتج عنها تداول وانتشار بشكل رهيب لكثرة متبوعي هذه المواقع مما يؤدي في بعض الأحيان إلى انتهاك للحياة الخاصة المنتسبة لهذه المواقع.

ومن محصلات الدراسة الدالة الواضحة على وجود فئة كبيرة من متصفح مواقع التواصل الاجتماعي لا يستطيعون التمييز بين ما إذا كانت الأخبار المنورة حقيقية أو مزيفة، كما نجد أن هناك من تسول له نفسه لنشر أخبار مضللة ومغلوبة من اجل التشهير أو السب أو خلق فوضى و بلبلة لإحداث الفرقة أو أعمال الشغب.

ومن ناحية أخرى توصلت الدراسة الراهنة انه من الضروري توعية المستخدمين وتثقيفهم بحقهم في الخصوصية عبر هذه المواقع وضمانه وحمائته قانونيا و كذا تشريع قوانين جديدة وتطبيق ضوابط الحماية والرقابة تكون جد صارمة لتحمي الملكية الفردية وتحمي المستخدم من انتهاك خصوصيته وكذا ضرورة التوعية بتطبيق إعدادات سياسة الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك

كيفية حمايتها في مواجهة مقدم خدمة التواصل الاجتماعي وفي مواجهة الغير، كما زادت في الآونة الأخيرة المبادرات الإعلامية الهادفة إلى مكافحة الأخبار المفبركة والتضليل عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي كما نجد انه قد تم إنشاء صفحات فيسبوك متخصصة للتحقق من مصداقية الأخبار المتداولة ومحاربة الزائفة منها والحد من انتشارها ومن بين هذه الصفحات صفحة FAKE NEWS DZ المنشأة من طرف مجموعة من الشباب الجزائريين حيث كانت هذه المبادرة في لبداية تنحصر فقط في كشف الإشاعات والأخبار الكاذبة بالتعليق على المنشورات التي تروج لها صفحات الفيسبوك ونشر الأخبار الزائفة في هذه الصفحة و تكذيبها بتقديم أدلة، كما تم تكثيف الرقابة على مختلف المواقع لحظر ما ينشر فيها من أخبار زائفة وإغلاق الحسابات والمواقع المروجة لمثل هذه الأخبار وتوقيع عقوبات مقرررة وفق القانون المشرع على كل من ينتهك خصوصية غيره من الأفراد، كما يجب التحري عن مصدر المعلومة المنشورة والتأكد من هوية صاحب الحساب أو الصنف وتحديداتها والابتعاد عن المضامين المنشورة في حسابات أو صفحات مجهولة لعدم صدقها في معظم الأحيان فالأخبار الزائفة مختلفة عمدا بقصد خداع الطرف الآخر وحثه على تصديق الأكاذيب أو التشكيك في الحقائق التي يمكن إثباتها أو لانتهاك خصوصية الأفراد.

المبحث الرابع: مناقشة النتائج على ضوء الدراسات السابقة

من خلال استعراض الدراسات السابقة يمكننا الخروج بالملاحظات التالية:

1. اهتمت الدراسات السابقة بمعرفة اثر تكنولوجيا الاتصال كل من الانترنت و مواقع التواصل الاجتماعي على الأفراد أي

الأثر المترتب و الناجم عن استخدام خدمات الانترنت.

2. كلتا الدراستين الثانية والثالثة ذات أهمية بالغة حيث أعدتنا في صياغة التساؤلات الخاصة بالدراسة، نظرا لأنها من

البحوث الوصفية و اعتمدت على العينة العشوائية بحيث الدراسة الثانية تقترب من دراستنا من حيث دراسة اثر مواقع

التواصل الاجتماعي لطلاب الجامعة، وتقترب الثالثة في الشق المتعلق بعادات و أنماط استخدام الفيسبوك لدى الطلبة

الجامعيين، في حين الدراسة الأولى ساعدتنا في دراسة اثر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم لدى الشباب الجزائري

بحيث يستطيع حماية خصوصيته ومعرفة أضرار انتهاكه لخصوصية غيره من المستخدمين.

الدراسة الأجنبية لا تقل أهمية عن نظيرتها العربية في مجال دراسة استخدام الانترنت بحيث أكدت أن غالبية مستخدمي

الانترنت في الدول العربية يلجئون إلى الشبكة الالكترونية للدردشة ونقل الأخبار وهذا ما يتوافق مع نتائج دراستنا الحالية.

ويمكن القول ان الدراسات السابقة ساعدت في التعرف على العديد من نتائج الواضحة عند استخدام تكنولوجيا الاتصال بالإضافة إلى المساهمة في إعداد وتأطير الجانب النظري والتعرف على مختلف الأساليب الإحصائية المناسبة لمثل هذه الدراسة.

● النتائج العامة:

- يواجه موقع التواصل الاجتماعي الأشهر في العالم الفيسبوك في الآونة الأخيرة أزمة حقيقية بشأن طبيعة الأخبار التي يعرضها على صفحات مستخدميه، خصوصا بعد اتهامه بعرض الأخبار من دون حسيب أو رقيب وعدم معرفة الناس الأخبار الموثوقة من تلك الزائفة.
- تراجع الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك مع تنامي الإدراك لدورها في نشر الأخبار الزائفة وتأثيرها السلبي على الصحة العقلية.
- لعب الفيسبوك دورا أساسيا في حرية التعبير عند الناس في مختلف أصقاع الأرض، فبات بإمكان أي شخص كتابة ما يريد والتعبير عما يدور في ذهنه، و بات كل شخص مراسلا ينقل مجريات الأحداث من المكان الذي يتواجد فيه.
- شبكات التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين فهي من شائها زيادة ثقافة المرء وحثه على العديد من القيم الإيجابية ولكنها على النقيض ساهمت بشكل كبير في فرض الكثير من السلوكيات السيئة فقد أضحت هذه الشبكات مكان لنشر الشائعات و الأخبار الزائفة وكذا السب والتشهير وانتهاك الخصوصية.
- انتشرت الأخبار الزائفة بشكل هائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك مما يشكل خطرا كبيرا على المجتمع، نظرا لسهولة نشرها بمجرد ضغط زر اضافة زر اثارها السلبية الجسيمة.
- محاربة الشائعات والأخبار الزائفة و اتخاذ موقف حاسم ضد من يروجها، و التوجه إلى أساليب التحصن و الوقاية منها، لان الشائعات تستهدف سمعة الأفراد من خلال تشويه سمعتهم وصورهم أمام الآخرين، كما تم وضع حدود و عقوبات لحفظ الأعراض وعدم جعلها عرضة للانتهاك وكذا حماية خصوصياتهم الفردية.
- تشكل الأخبار الزائفة خطرا كبيرا يهدد استقرار وامن الدولة وكذا امن أجهزتها فهي قادرة على خلق حالة من الفوضى والبلبلة في المجتمع.

- تكثيف الرقابة على شبكات التواصل الاجتماعي لحظر ما ينشر عبرها من أخبار زائفة وإغلاق الحسابات والمواقع المروجة لهذه الأخبار وكذا توقيع عقوبات مقررّة وفق القانون على كل من ينتهك خصوصية غيره.
- إنشاء مركز الكتروني متخصص وظيفته حصر الأخبار الزائفة و ترصد مصدرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومن ثم الرد عليها و ملاحظتهم قضائيا.
- ضرورة إقرار و تفعيل قانون العقوبات ضد مروجي الأخبار الزائفة و منتهكي خصوصيات الأفراد و تغليظ العقوبة بحيث يتحقق الردع.
- آثار شبكات التواصل الاجتماعي و دورها في نشر الأخبار الزائفة و كذا انتهاك الخصوصية الفردية.
- قلة الوعي القانوني لدى مستخدمي الفيسبوك بسبب عدم إسهام بلدانهم في نشر الوعي القانوني و تثقيف المجتمع وتعريفهم بحق الخصوصية و اختلافه من بلد إلى الآخر.
- التركيز على عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و خاصة الفيسبوك في بث المواد التي تؤدي إلى نشر الشائعات وإحداث الفرقة و أعمال العنف في المجتمع.
- ضرورة توعية المستخدمين و تثقيفهم بحقوقهم في الخصوصية و ضمانه و حمايته قانونيا و تشريع قوانين جديدة تناسب مع ما وصلت إليه مواقع التواصل الاجتماعي من تطور.
- على الدول إدراك أهمية خصوصية مجتمعاتها و أفرادها ووضع قوانين تحميها و المطالبة بضمانات حمايتها، فالموضوع لا يقف عند الخصوصية الفردية بل يتعد إلى خصوصية البلدان و أمنها.
- على الفيسبوك تطبيق ضوابط حماية و رقابة صارمة تحمي حقوق الملكية الفردية و تحمي المستخدم من انتهاك خصوصيته لا سيما المراهقين، ووضع قوانين تناسب مع قوانين أغلب الدول لعدم وجود تضارب قد يضر بالمستخدم و خصوصيته.
- من أفضل الطرق لوقف انتشار الشائعات و الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي تثقيف المستخدمين وزيادة وعيهم تجاه القضايا المختلفة، و تزويدهم بالمعلومات الصحيحة بشكل سريع و شفاف ليتمكن من تقييم كل منا يتم نشر و يستطيع التمييز بين ما هو حقيقي وما هو مزيف.

• الخاتمة:

على الرغم من إن ظاهرة الأخبار الزائفة و المفبركة ليست بالظاهرة الجديدة، حيث ترتبط تاريخيا بظهور وسائل الإعلام إلا أن انتشار وسائل الإعلام الحديثة و التطور التقني الكبير الذي شهدته العقود الأخيرة في مجال الاتصالات و سرعة نقل المعلومات كل هذه العوامل شكلت بيئة آمنة تنتشر و تروج من خلالها الشائعات و الأخبار الزائفة و المضللة بهدف تحقيق المكاسب، إذ يعج العالم اليوم بالكثير من الأحداث و المعلومات الخاطئة التي تهدف إلى استقطاب العدد الأكبر من القراء والمتابعين، وقد لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا بارزا في نشر المعلومات بسرعة أكثر من أي وقت مضى سواء كانت هذه المعلومات صحيحة أم مزيفة، كما عزز الانتشار الواسع لهذه المواقع والوسائل مشكلة انتشار الأخبار الزائفة، وانتشار الصور ومقاطع الفيديو المفبركة والمتجزئة من سياقها وشكلت مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها " الفيسبوك " تحديا كبيرا أمام المجتمع والسلطات كونها غير خاضعة للرقابة والتدقيق على غرار وسائل الإعلام التقليدية ما جعلها تربة خصبة لنشر الأخبار الزائفة والمضللة، فلقد أصبحت الأخبار الزائفة والخصوصية الفردية مثار جدل ونقاش كبيرين نظرا لتأثيرها السريع والواسع على الصعيد الاجتماعي والسياسي والأمني والاقتصادي، ونظرا للزخم الكبير الذي تشهده مواقع التواصل الاجتماعي وما تحتويه من كم هائل من البيانات والمعلومات والأخبار والصور ومقاطع الفيديو التي يتم تداولها ملايين المرات بشكل يومي و كذا ظاهرة انتهاك الخصوصية الفردية في مثل هذه المواقع.

وأخيرا فان الطريقة الأفضل لوقف انتشار الشائعات والأخبار الزائفة وكذا احترام خصوصيات الغير عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك كنموذج عي تثقيف الجمهور وزيادة وعيه تجاه القضايا المختلفة وتزويده بالمعلومات الصحيحة بشكل سريع وشفاف ليتمكن من تقييم المنشورات والمقالات والأخبار التي يشاهدها على مواقع التواصل الاجتماعي ويميز بشكل صحيح بين ما هو حقيقي وما هو مزيف.

• ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير الاخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالخصوصية الفردية في موقع الفيس بوك خصوصا، إذ أصبح هذا الموقع من أكثر المواقع عرضة لانتهاك خصوصية افراده وكذا مكاناً لنشر الشائعات و تداول الأخبار الزائفة والسب والتشهير، وذلك من خلال دراسة حالة تمثلت في عشرة صفحات فيسبوكية وكذا الاعتماد على أدوات جمع البيانات كتحليل المضمون والملاحظة من أجل تحصيل أكبر عدد لازم من بيانات الدراسة ، كما تم الاعتماد على منهج تحليل المضمون في دراستنا هذه لتناسبه مع طبيعة البحث ومتطلباته.

تم إجراء هذه الدراسة عبر أربعة فصول، تطرقنا في الفصل الاول الى الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة تناولنا فيه إشكالية الدراسة و التي تم صياغتها على النحو التالي " كيف تساهم مواقع التواصل الإجتماعي و خاصة الفيسبوك في انتشار الأخبار الزائفة و كذا انتهاك الخصوصية الفردية؟" ثم تساؤلات الدراسة المنقسمة الى اسئلة رئيسية و أخرى فرعية، ثم أهمية و اهداف الدراسة، اسباب اختيار الموضوع، صعوبات الدراسة، المنهج المستخدم و المتمثل في تحليل المضمون ثم عينة الدراسة تليها المفاهيم الأساسية و الدراسات السابقة. ثم الفصل الثاني تحت عنوان لمحة عامة حول مواقع التواصل الاجتماعي تناولنا فيه المفهوم الشامل لمواقع التواصل الإجتماعي ثم انواع و مميزات هذه المواقع و نماذج عنها ، تليها المخاطر الناجمة عنها و في نهاية هذا الفصل اثار شبكات التواصل الاجتماعي و دورها في نشر الشائعات. ثم تطرقنا الى الفصل الثالث و الذي يعد اخر فصل في الجانب النظري تناولنا فيه إشكالية خصوصية الأفراد تجاه مواقع التواصل الاجتماعي تحدثنا في هذا الفصل عن مفهوم الخصوصية ،المستخدم و خصوصيته، سياسة اعداد الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي ثم كيفية حماية الخصوصية ثم حماية خصوصية الفرد في مواجهة مقدم خدمة التواصل الإجتماعي و في الاخير حماية المستخدم في مواجهة الغير.

كما تطرقنا ايضا الى الجانب التطبيقي حيث تناولنا فيه تحليل محتوى مجموعة من الصفحات الفيسبوكية حيث تم الاعتماد في هذه الدراسة في تحليل المعطيات الميدانية على الأسلوبين الكمي و الكيفي ، فالأول يتجلى في تحليل البيانات و حساب النسب المئوية أما الثاني فيرتبط بتحليل هذه البيانات و ربطها بالجانب النظري من الدراسة ثم قمنا بمناقشة النتائج على ضوء تساؤلات الدراسة و مناقشة النتائج على ضوء الدراسات السابقة المشابهة للدراسة الحالية ثم خاتمة و ملخص الدراسة و في الاخير قائمة المصادر و المراجع.

كانت أهم الاستنتاجات المستخلصة في هذه الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين فهي من شأها زيادة ثقافة المرء وحثه على العديد من القيم الايجابية و لكنها على النقيض ساهمت بشكل كبير في فرض الكثير من السلوكيات السيئة فقد أضحت هذه الشبكات مكانا لنشر الشائعات و الأخبار الزائفة وكذا السب والتشهير وانتهاك خصوصية الأفراد، كما انه يجب تكثيف الرقابة على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي و خاصة الفيسبوك لحظر ما ينشر عبرها من أخبار زائفة وكذا توقيع عقوبات لكل من تسول له نفسه نشر مثل هذه الأخبار الكاذبة أو انتهاك خصوصية الغير.



قائمة

المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

• المصادر:

1. إبراهيم سعيد البيضاوي، القيم الاجتماعية في ظل عصر العولمة وإدارة المعرفة، المؤتمر العلمي الدولي غولمة الإدارة في عصر المعرفة، جامعة الخبان، لبنان.
2. أمينة عادل سليمان السيد وهبة محمد خليفة عبد العال، الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الإحصائي والمكتبة، مصر، 2009.
3. خضر فضل الله وائل مبارك، اثر الفيس بوك على المجتمع، المكتبة الوطنية، السودان، 2012.
4. د. هشام محمد فريد رستم، قانون العقوبات ومخاطر تقنية المعلومات، مكتبة الآلات الحديثة. 1992.
5. دنيا عبد العزيز فهمي، الحماية الجنائية من إساءة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي دار النهضة العربية 2018.
6. الشبكات الاجتماعية خطر على الخصوصية أم أداة للتواصل؟ جريدة العرب، 2011.
7. صادق الحمادي، كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية، عرض هذا النص في ندوة، الشبكات الاجتماعية الافتراضية والشباب الإماراتي: الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 2012.
8. عامر فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
9. عصام فريجات، مقال الحقيقية الافتراضية، مراكز مصادر التعليم والمكتبات المدرسية.
10. علي محمد بن فتح محمد، مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية، الجامعة الإسلامية، دون ذكر البلد.
11. فتحي شمس الدين، شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر، دار النهضة العربية، ص 2013.
12. محمد المخلقي، في زمن الشبكات الاجتماعية ... الخصوصية رهينة الموقع، جريدة الرياض، العدد 16418، 06 جوان 2013.
13. محمد عبد الله الشهري، الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، مقال.
14. محمد قليط، الخصوصية على مواقع التواصل، جريدة السفير العربي، العدد 12532، الطبعة الالكترونية، 2013/07/18.
15. مزري نش بن، قصة قيس بوك، ثورة وثروة، ترجمة الهلالي، وائل محمود محمد إصدارات الجديد، ط1، القاهرة، 2011.

قائمة المصادر والمراجع

16. ممدوح محمد منصور، العولمة، دراسة في المفهوم والظاهرة والأبعاد، دار المعرفة الجامعية للنشر، مصر، 2003.
17. هند بنت سليمان الخليفة وسلطانة بنت مساعد الفهد، المدونات العربية الحاسوبية، دراسة تحليلية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
18. وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية، دط، 2012.
19. وليد احمد وعماد عبد الله، العولمة الثقافية - رؤية تربوية إسلامية، مجلة للجامعة الإسلامية "سلسلة الدراسات الإسلامية" المجلد الثامن عشر، العدد الأول، للأردن، 2010.

• الجرائد والمجلات:

سرية المعلومات والخصوصيات على الشبكات الاجتماعية ... مستحيلة، جريدة الشرق الأوسط - الطبعة الأولى الالكترونية، العدد 11172، 2009.

• المصادر باللغة الفرنسية:

1. Adrienne Felt and David Evans Privacy Protection for Social Networking APIs, University of Virginia.
2. Aianne M.timm, Carolyn J.Duuen : Privacyand Social Natwar kink sites, new direction for student servicesine ni 124 winter 2008.
3. Cécile NLEND, LA PROTECTION DU MINEUR DANS LE CYBERESPACE, Thèse du doctorat, UNIVERSITE DE PICARDIE JULES VERNE AMIENS, 2007.
4. CNIL, rapport du 9 février 2009 « La publicité ciblée en ligne » de la CNIL.
5. Crocherie julie: intimité et adolescentes chosqitalises, travail de fin d'études, dilpome d'état infirmier, promotion ; 2008-2011.

6. EmilianoDe Cristofaro , Claudio Soriente, Gene Tsudik, Andrew Williams
Hummingbird: Privacy at the time of Twitter.
7. Facebook et la securite du reseatage social, JTAC –Ssc-report-to-JTAC-
29-01-2010.
8. Gilbert, gazette du Palais, 24 avril 2008 n° 115.
9. Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on
the Facebook, PET 2006.
10. Jurisclasseur communication fascicule 4735 Protection des données à
caractère personnel–Vie privée et communication électronique de M-P.
Fenoll–Trousseau et G. Haas de 2005.
11. Katherine Blizard, Facebook, Beacon and Your Privacy, 2011,
12. keen andrew, the cult of the amateun how blogs, my space, yooyube, and
the next of today’s user generated media are destraying ou economy, oun
culture, and our values : croun busness, reprint edition USA 2008.
13. L'utilisation de l'image des personnes, 28 mars 2005 (disponible sur le site de
la CNIL).
14. Marie FAGET, Les reseaux sociaux en ligne et la vie privée, mémoire,
Université Paris II Panthéon–Assas – Master 2 Droit du Multimédia et de
l'Informatique 2008.
15. Marine de Montecler, op. cit.

- 16.Masoud Banbersta Crossmedialab :The success factors of the Social Network Sites “Twitter”, Utrecht University of Applied Sciences, June 2010.
- 17.OVERVIEW WHAT ARE SOCIAL NETWORKING SERVICES,p06.
- 18.Philippe Toorloting: mémoire de enjeux et perspectives les réseaux sociaux, institut supérieur de commerce du paris ,marketing ,promotion 2006 ,p19
- 19.Wemple.erik 08/12/2016, fb. Shery/sandberg say, really people dont hoax news.

• المذكرات:

1. السعيد بومعيزة ، اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب ، دراسة استطلاعية لمنطقة البلدية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر، 2005_2006
2. صهيب عيسى و صورية ولهة، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على ممارسات المهنة للصحفي الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام و الاتصال، جامعة المسيلة، 2012.
3. محمد الدر، آليات الانترنت ومسألة أزمة القيم الاجتماعية لطلاب الجامعة ،د دراسة ميدانية بجامعة عمّار ثليجي، الأغواط، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع تخص سوسيولوجيا التنظيمات، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة 2009-2010.
4. مرزوقي حسام الدين، الشبكات الاجتماعية والإعلام، مذكرة مقدمة ضمن نيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال، جامعة عنابة، 2009.
5. مريم نريمان نومار، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفاييسوك في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2011.

قائمة المصادر والمراجع

- المواقع الالكترونية.

1. موقع (CNN)، العربية غالبية العرب يستخدمون الانترنت للدرسة، في 02 أكتوبر 2014.
2. http://truereality.net/csc300/resources/Resources/Reference/TermPapers/termpaper_blizard.pdf
3. <http://www.abache.co.ula>
4. <http://www.dazeinfo.com>
5. <http://www.pdfio.com/k-75620.html>