

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية
- أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

- د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.
- د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

- أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مديقة اللغة العربية:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الستون - الجزء الثاني - جمادى الأولى ١٤٤٣ هـ - يناير ٢٠٢٢ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.

٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة
المكرمة.

٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم،
الجزائر.

٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة
الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات
ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات
وفقاً للقواعد الآتية:

○ يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين
المتخصصين في تحديد صلاحية المادة
للنشر.

○ ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة
علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.

○ لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا
يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة
الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.

○ يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي
والفرعي) عن ٢٠ كلمة.

○ يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية
وأخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠
كلمة.

○ يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث
مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD،
على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه
على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع
والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في
نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.

○ لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها....
وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم
الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر
مادة نشرت فيها.

○ تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.

○ ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

محتويات العدد

- ٥٨٣ ■ سلطة المكانة السوسيوومترية الرمزية للمؤثرين وعلاقتها بتحقيق أهداف تسويق الأفكار على مواقع التواصل الاجتماعي في مصر- دراسة ميدانية
أ.م.د/ نهله زيدان الحوراني
- ٦٢٥ ■ تقبل الجمهور لاستخدامات التطبيقات الصحية عبر تقنيات الهواتف الذكية في المملكة العربية السعودية وتأثيراتها الاتصالية عليهم (دراسة في إطار نموذجي الاستخدام والتأثيرات، وتقبل التكنولوجيا)
أ.م.د/ محمد محمد عبده بكير
- ٦٨١ ■ اتجاهات الشباب المصري نحو معالجة قنوات اليوتيوب لجرائم العنف الأسري «دراسة ميدانية»
أ.م.د/ سعاد محمد محمد المصري
- ٧٤٣ ■ واقع استخدام المواقع الإخبارية لمستويات العبء الإدراكي في تحقيق التوازن البصري بين عناصر التصميم
د/ منال محمد أبوالمجد
- ٧٩٣ ■ المعالجة الإعلامية لأزمة سد النهضة بموقع تويتر - دراسة تحليلية للرسائل الاتصالية (التغريدات) للمتحدث الرسمي لوزارة الخارجية المصرية
د/ ولاء يحيى مصطفى
- ٨٤٣ ■ أطر معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لقضايا حقوق الطفل - دراسة تحليلية
د/ مها مدحت محمد كمال
- ٩٠٣ ■ ضوابط حماية الحق في الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية
د/ شيرين محمد كدواني

٩٤٩

■ أطر معالجة العلاقات الأمريكية الصينية في مواقع القنوات الإخبارية الأمريكية والصينية- دراسة تحليلية مقارنة لموقعي CNN & CGTN الناطقين بالعربية
د/ ولاء إبراهيم عبد الحميد حسان

١٠٢٣

■ استخدام أخصائي الإعلام التربوي لصفحات التواصل الاجتماعي (فيسبوك) كبديل لصحف الحائط أثناء جائحة كورونا
د/ عبد الرحمن شوقي محمد يونس

١٠٥٩

■ رؤية القائم بالاتصال في الصحافة الاستقصائية لواقع الممارسة المهنية لعمله وانعكاسها على مستوى أدائه المهني «دراسة لإشكاليات ممارسة العمل الصحفي الاستقصائي في مصر بين الواقع والمأمول»
د/ سامح حسنين عبد الرحمن

ISSN-O	ISSN-P	نقاط المجلة (بوليني) (2021)	اسم المجلة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682-292X	1110-9297	7	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2735-4008	2536-9393	7	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	2
2682-4683	2356-914X	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإلآاعة والتلآلرون	الدراسات الإعلامية	3
2735-4326	2536-9237	6.5	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2682-4620	2356-9168	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	5
2682-4671	2356-9131	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	6
2682-4647	1110-5836	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	7
2735-377X	2735-3796	7	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهبرى	الدراسات الإعلامية	8
2682-4655	1110-5844	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأى العام	المجلة المصرية لبحوث الرأى العام	الدراسات الإعلامية	9
2682-4639	2356-9891	7	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	10
2735-4016	2357-0407	6.5	المعهد النولى العالى للإعلام بالشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	11
2314-873X	2314-8721	7	Egyptian Public Relations Association	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	12
2786-0167	2682-213X	6	معهد الجزيرة العالى للإعلام وعلوم الاتصال	مجلة بحوث الإعلام وعلوم الإتصال	الدراسات الإعلامية	13

• يتم إعداده تقييم المجلات المحلية المصرية دوريا فى شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجدىد ساريا للسنة التالية للنشر فى هذه المجلات.

ضوابط حماية الحق في الخصوصية عبر مواقع التواصل
الاجتماعي - دراسة تحليلية

- The protection rules of the right to privacy
on social networking sites
An analytical study

د / شيرين محمد كدواني

مُدرّس الإعلام الرقّمي، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة أسيوط

sh_sk_84@yahoo.com

ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة التعرف على مدى الحماية التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي للحق في الخصوصية، بالتطبيق على موقعي فيسبوك وانستجرام، وذلك عبر التحليل الكيفي لمضمون سياسة الخصوصية على الموقعين عينة الدراسة. وقد كشفت نتائج الدراسة عن تشابه سياسة الخصوصية للموقعين إلى حد كبير؛ فقد التزمت إدارة موقعي فيسبوك وانستجرام بإعلام المستخدمين بأنواع المعلومات التي تجمعها عنهم، وأوجه استخدام تلك المعلومات، وكيفية مشاركتها مع الآخرين، فضلاً عن حق المستخدمين في التحكم بالمعلومات التي تُجمع عنهم.

وقد خلصت الدراسة إلى حقيقة مؤداها أن مواقع التواصل الاجتماعي تملكها شركات تجارية خاصة، تقدم كثيراً من الخدمات المجانية، وتجنّي أرباحها من جمع بيانات الأفراد، ثم تداولها وبيعها إلى طرف ثالث لأغراض مختلفة. وتبرر الشركات المالكة للمواقع تلك العملية بكونها تسهم في بقاء استخدام المواقع مجاناً، وكان المستخدم يدفع بياناته الشخصية مقابل الخدمة التي يحصل عليها، وهو ما ينتهك حقاً أصيلاً للأفراد، فقد كشفت النتائج عن كون إعدادات الخصوصية التي توفرها تلك المواقع لا تحمي المستخدم إلا من بقية الأعضاء في الموقع، ولا تمنع بياناته عن مالكي الخدمة.

الأمر الذي يدعونا هنا لتأكيد انعدام الخصوصية المعلوماتية على مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى أن العبء يقع على المستخدم في حماية خصوصية معلوماته؛ إذ يتوقف الضرر الذي يمكن وقوعه على الأفراد على مقدار مشاركتهم في تلك المواقع، والمعلومات التي يتقاسمونها مع الآخرين.

*الكلمات المفتاحية: الحق في الخصوصية، مواقع التواصل الاجتماعي، سياسة الخصوصية، فيسبوك، انستجرام.

Abstract

Online social networking sites are extremely popular. It entails serious privacy concerns, so we undertook the task of evaluating aspects of privacy policies on Facebook & Instagram using qualitative content analysis. Our conception of privacy here speaks to the ability of individuals to control when, to what extent, and how information about the self is communicated to others.

Our results demonstrate that SNSs aren't a place for privacy. The privacy policy allows the company to share personal information regarding its users with third-party companies and security consultants; to improve user experience with their service. The data is a significant source of income for these sites by selling them to advertisers. Moreover, they are prone to get hacked. Privacy settings allow users to keep their information from being accessed by other users. They provide no extra controls regarding third parties and what the social media companies themselves may do with users' personal information.

Keywords: The right to privacy, Social networking sites, Privacy policy, Facebook, Instagram.

يعد الحق في الخصوصية من أبرز الحقوق التي صانته الحضارات القديمة والأديان السماوية، وكفلتها أيضاً الدساتير والقوانين الوضعية في غالبية دول العالم، كما أنه من أكثر الحقوق المثيرة للجدل بين فقهاء القانون منذ زمن بعيد؛ نظراً لتغير هذا المفهوم وتبدله بين مجتمعات وأخرى، وبين الثقافات والموروث الحضاري للدول، وكذلك بين زمان وآخر. ولعل ظهور الإنترنت أعطى هذا الحق زخماً خاصاً، ولاسيما بعد انتشار ما يسمى هستيريا التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت، واتجاه الأفراد المتزايد -كباراً وصغاراً- إلى وضع معلوماتهم الشخصية وصورهم ومقاطع فيديو خاصة بهم أو بأسرهم على شبكة الإنترنت، مما يؤلّف خطراً -لا يستهان به- على حرمة حياة الناس الخاصة من الانتهاك في مجال المعلوماتية.

فانتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، أوجد حالة من التساهل في الخصوصية الفردية، ومع الوقت، تجاوز ذلك المعنى التقليدي للخصوصية؛ الذي كان يعنى بالحياة الخاصة للمستخدم، وضمان تحكمه في المعلومات التي يرغب باطلاع الغير عليها، بل والتحكم في من له الحق في ذلك؛ ليجعل من حياة المستخدم الخاصة مادة للنشر والمشاركة العامة مع الآخرين، حتى أنها أوجدت رغبة لدى بعض المستخدمين للبوخ بمشاعرهم في الواقع الافتراضي أكثر مما يفعلون ذلك في الواقع الحقيقي.

فقد باتت مواقع التواصل الاجتماعي من أشهر وأكثر المواقع شعبية في العالم، مع سعيها الدائم والمستمر لتطوير خدماتها، واعتماد مزيد من التطبيقات والبرامج الخاصة والمميزة، ورغم ذلك، فإن تلك المواقع التي حققت هذا النجاح الكبير لا تزال تتعرض لكثير من الانتقادات؛ بسبب بعض الإجراءات التي تتعلق بانتهاك الحق في الخصوصية، ومن ثمّ، تسعى الدراسة لاستكشاف مدى الحماية التي توفرها هذه المواقع لحق مستخدميها في الخصوصية.

﴿مشكلة الدراسة﴾:

تتبع مشكلة الدراسة من واقع الانتشار الواسع الذي حققته مواقع التواصل الاجتماعي، وغزوها جميع المجتمعات العربية، دون الانتباه والاهتمام لموضوع الخصوصية؛ فالمشكلة تكمن في أن الأفراد أصبحوا يفرطون في خصوصيتهم بشكل مثير للقلق، سواء بوضع معلومات عن أنفسهم، أو صورهم الشخصية، أو مقاطع فيديو عن مناسبات خاصة بهم وبأسرهم وأصدقائهم على تلك المواقع، التي تكون متاحة للجميع، والأكثر خطورة استخدام المراهقين والأطفال هذه المواقع، ووضعهم لكثير من المعلومات الخاصة بهم دون رقيب أو حسيب. ومن ثمَّ تسعى الدراسة لاستكشاف مدى الحماية التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي للحق في الخصوصية، وذلك بالتطبيق على موقعي فيسبوك وانستجرام، عبر تحليل سياسة الخصوصية Privacy policy الخاصة بالموقعين.

﴿أهمية الدراسة﴾:

ترجع أهمية الدراسة إلى:

-ستسهم هذه الدراسة في إثراء المكتبات العربية بموضوعها، وتفتح الباب واسعاً أمام الباحثين وصانعي القرار للخوض أكثر في غمار مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالخصوصية، واستخلاص نتائج جديدة قادرة على الإسهام في حماية تلك الخصوصية. كذلك تساعد القانونيين والمُشرعين لدراسة الجوانب القانونية والتشريعية بهذا الخصوص.

-ستشارك هذه الدراسة في تعريف الأفراد بالحق في الخصوصية في ميدان المعلوماتية وصورها، وأساليب انتهاكها، وأساليب حمايتها، إذ تزداد مخاطر الخصوصية عندما يكون المستخدمون غير عالمين بمن يجمع معلوماتهم الشخصية، والأغراض التي تُستخدم فيها تلك المعلومات.

﴿أهداف الدراسة﴾:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس هو: الكشف عن مدى التزام إدارات مواقع التواصل الاجتماعي بحماية الحق في الخصوصية لمستخدميها.
ومن هذا الهدف الرئيس، تتفرع الأهداف الفرعية التالية:
-رصد وتحليل مدى التزام إدارة موقعي فيسبوك وانستجرام بحماية حق مستخدميها في معرفة المعلومات التي تجمعها عنهم.

-رصد وتحليل مدى التزام إدارة موقعي فيسبوك وانستجرام بحماية حق مستخدميها في معرفة أوجه استخدام إدارة الموقعين للمعلومات التي تجمعها عنهم.
-رصد وتحليل مدى تحكم المستخدمين في خصوصية المعلومات التي تجمعها إدارة الموقعين عنهم.
-رصد وتحليل المخاطر وانتهاكات الحق في الخصوصية التي قد يتعرض لها مستخدمو الموقعين.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة عن تساؤل رئيس هو: ما مدى التزام إدارة موقعي فيسبوك وانستجرام بحماية الحق في الخصوصية؟
ومن هذا التساؤل الرئيس، تتفرع التساؤلات الفرعية التالية:
1. ما مدى التزام إدارة موقعي فيسبوك وانستجرام بحماية حق مستخدميها في معرفة المعلومات التي تجمعها عنهم؟
2. ما مدى التزام إدارة موقعي فيسبوك وانستجرام بحماية حق مستخدميها في معرفة أوجه استخدام إدارة الموقعين للمعلومات التي تجمعها عنهم؟
3. إلى أي مدى يستطيع المستخدمون التحكم في خصوصية المعلومات التي تجمعها إدارة الموقعين عنهم؟
4. ما الضوابط والآليات التي تستخدمها إدارة الموقعين لمواجهة المخاطر والانتهاكات التي تهدد حق مستخدميها في الخصوصية؟

الإطار المعرفي للدراسة:

مفهوم الحق في الخصوصية وعناصره:

من الصعوبة وضع تعريف دقيق وشامل لمفهوم الحق في الخصوصية، فهذا المفهوم يتبدل بين دولة وأخرى، وبين منطقة وأخرى، وبين مجتمع وآخر، ويتعدى إيجاد تصور عالمي له، ويمكن القول إن نهاية الستينيات والسبعينيات تحديداً هي التي أُثير فيها لأول مرة وبشكل متزايد مفهوم حماية الخصوصية كمفهوم مستقل، ويعزى الفضل في توجيه الانتباه لمفهوم حماية الخصوصية في تلك الفترة لمؤلفين أمريكيين مهمين في هذا الحقل: الأول كتاب "الخصوصية والحرية Privacy and Freedom" لمؤلفه Alan Westin عام 1976، والثاني كتاب "الاعتداء على الخصوصية The Assault on Privacy" لمؤلفه Miller عام 1971.

ووفقاً لـ Westin ، فإن الحق في الخصوصية يعني: "كفالة حق الأفراد في تحديد متى وكيف وإلى أي مدى تصل المعلومات المتعلقة بهم للأخريين"⁽¹⁾. في حين يُعرف Miller الحق في الخصوصية بأنه: "قدرة النظم والقوانين على كفالة حق الأفراد في التحكم بدورة المعلومات التي تتعلق بهم"⁽²⁾، كما يُعرفه Flaherty بأنه: "سيطرة الفرد على المعلومات"⁽³⁾. بينما عرف Warren & Brandeis الخصوصية بأنها: "أن يترك المرء وشأنه"، وذلك في الورقة التي تحمل عنوان "الحق في الخصوصية" عام 1890م، التي أُعدت في وقت نشرت فيه الصحف صور الأشخاص لأول مرة⁽⁴⁾.

ويمكن اعتبار الخصوصية ذات شكل ثنائي؛ فهي معنية بالمعلومات أو الجانب الذي نحفظ بخصوصيته في حياتنا، ومعنية كذلك بالطريقة التي يتصرف فيها الآخرون بالمعلومات التي لديهم، سواء كانت معلومات محمية أو مشتركة، ومن له الحق في الاطلاع عليها، وبأي شروط يجوز معرفتها⁽⁵⁾.

وتُصنف الخصوصية إلى عدة أنواع، تشمل:

-أولاً: الخصوصية الجسدية: التي تتعلق بالحماية الجسدية للأفراد ضد أية إجراءات ماسة بالنواحي المادية لأجسامهم، كفحص الجينات.
-ثانياً: حماية الاتصالات: وتتعلق بحق الأفراد في سرية وخصوصية المراسلات الهاتفية والبريدية.

-ثالثاً: الخصوصية المكانية: وتتعلق بحرمة المسكن، أو وضع القواعد المنظمة للتفتيش والرقابة الإلكترونية، سواء كان الفرد في محل العمل أو في الأماكن العامة.

-رابعاً: خصوصية المعلومات: وتتعلق بحق الأفراد بعدم اطلاع الغير على المعلومات الخاصة بهم والمثبتة في أجهزة الكمبيوتر والإنترنت⁽⁶⁾، وهو ما يعني به هذا البحث.

ويمكن التمييز -وفقاً لهذا المعيار- بين أربعة أشكال لانتهاك الخصوصية، هي:

1-استخدام بيانات شخصية غير صحيحة، سواء بتغيير هذه البيانات أو محوها عن طريق أشخاص غير مصرح لهم بذلك، أو من خلال جمع بيانات شخصية غير صحيحة، أو معالجتها، أو نشرها.

2- جمع بيانات صحيحة وتخزينها على نحو غير مشروع (دون ترخيص).

3- الإفشاء غير المشروع للبيانات الشخصية، وإساءة استخدامها⁽⁷⁾.

﴿الحق في الخصوصية في الأديان السماوية والتشريعات القانونية:﴾

اهتمت الشرائع السماوية بالحياة الخاصة، ونصت على حرمتها؛ ففي الدين الإسلامي حظيت الحياة الخاصة بحرمة وحماية من خلال: تحريم التجسس للوقوف على أسرار الغير، والدخول على الغير في منزله بغير إذنه (حرمة المسكن)، واستراق النظر والسمع، وإفشاء الأسرار، وحماية خصوصية الميت⁽⁸⁾.

وفي القرن العشرين، عرفت المعايير القانونية الدولية الخصوصية على أنها: "حق من حقوق الإنسان"، فقد ورد في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان 1948م المحاولة الأولى لحماية الخصوصية كحق مميز، ونصت المادة (12) منه على ما يلي: "لا يعرض أحد لتدخل تعسفي في حياته الخاصة أو أسرته أو مسكنه أو مراسلاته، أو لحملات على شرفه وسمعته، ولكل شخص الحق في حماية القانون من مثل هذا التدخل أو تلك الحملات". ووفقاً للمادة (17) من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية - الملزم قانوناً، الذي صدقت عليه 167 دولة: "لا يجوز تعريض أي شخص على نحو تعسفي أو غير قانوني لتدخل في خصوصياته أو شؤون أسرته أو بيته أو مراسلاته، ولا لأي حملات غير قانونية تمس شرفه أو سمعته، ومن حق كل شخص أن يحميه القانون من مثل هذا التدخل أو المساس"⁽⁹⁾.

كما أدخلت كثير من الدول الحق في الخصوصية ضمن دساتيرها، وجعلته أخرى حكماً من أحكام بعض القوانين، وبالنسبة للدول العربية، فمن الملاحظ أنه لا يوجد قانون خاص في حقل الخصوصية وحماية البيانات الشخصية، إلا أنها حظيت بحماية من خطر الوسائل الإلكترونية في عديد من التشريعات العربية⁽¹⁰⁾.

ويتفق أكثر القانونيين حول العناصر الضرورية لضمان حق التمتع بالخصوصية، ولكن الخلاف حول تنفيذها، ويتمحور الاتفاق حول ضرورة تأكيد حق وصول الأفراد للمعلومات التي تُجمع عنهم والتعرف عليها، وتوفير أقصى درجات الأمن والحماية للمعلومات، وأن يعتمد في تجميع المعلومات على المصادر الموثوق بها، واستبعاد المصادر المجهلة، وتوفير وسائل فحص شكاوى الأفراد، وإيجاد علاج لها، وعدم منع استخدام الأفراد للوسائل الضرورية لحماية خصوصيتهم، وهو ما دعا إلى تأكيد ضرورة احترام حق الخصوصية في الاحتفال بالذكرى الخمسين لإعلان حقوق الإنسان، وتحديد يوم 15 يناير من كل عام يوماً عالمياً للدفاع عن الخصوصية Internet Privacy Day بدءاً من عام 2000م⁽¹¹⁾.

*الحق في الخصوصية في عصر التحول الرقمي:

تشكل مواقع الإنترنت تحديات كبيرة فيما يتعلق بحماية الحق في الخصوصية، فهي بشكل عام يمكنها الوصول إلى كم هائل من البيانات الشخصية الخاصة بمستخدميها، وهو ما نشأ عنه تحديات جديدة بشأن الخصوصية والتنظيم؛ نظراً لطبيعتها العابرة للحدود، فكثير من الخدمات التي تقدمها هذه الشركات مجانية، وتعتمد على جمع معلومات المستخدم⁽¹²⁾.

ويشير اصطلاح "الخصوصية Privacy" في بيئة مواقع الإنترنت إلى حماية الخصوصية المعلوماتية أو حماية البيانات، ومن ثمَّ، عُرِّفَ "الحق في الخصوصية على الإنترنت" بأنه: "حق الفرد في أن يضبط عملية جمع المعلومات الشخصية عنه، وعملية معاملتها آلياً، وحفظها، وتوزيعها، واستخدامها في صنع القرار الخاص به أو المؤثر فيه، ومن ثم الحق في الدخول لهذه المعلومات، والحق في الاطلاع عليها، وتصحيحها إذا كانت غير صحيحة، ومحوها إذا كانت محظورة"⁽¹³⁾.

ويأتي انتهاك الخصوصية من النفاذ دون إذن إلى معلومات لها طابع الخصوصية، فقد يستطيع أي شخص يخترق أمن أي موقع الحصول بسهولة على معلومات ذات طابع شخصي عن عدد كبير من مستخدمي هذا الموقع، ولتلافي تسرب البيانات الشخصية عبر شبكة الإنترنت على غير رغبة المستخدم، أو دون معرفته تأثيراتها، تضع المواقع الإلكترونية عادة سياسة للخصوصية (Privacy Policy) على موقعها، تشرح ماهية المعلومات الشخصية التي تُجمع، وكيفية استخدام الموقع للبيانات المُجمعة، وتوضيح الطرق التي يتم بها جمع وتخزين بيانات المستخدم، أو استخدامها، أو الإفصاح عنها، والتحكم بها، أو تداولها مع طرف ثالث⁽¹⁴⁾.

وقد أثار Mark Zuckerberg مؤسس موقع Facebook جدلاً عندما عقد Michael Arrington لقاءً معه في برنامج The Crunchies Awards في يناير 2010م بتصريحه "The age of privacy is over"، وهو ما يتناقض مع تصريحاته السابقة في لقاء مع Marshall Kirkpatrick في ReadWriteWeb عام 2008م أكد فيه أهمية خصوصية المستخدم "Privacy control is the vector around which Facebook operates". وفي الواقع، يضع الموقع يده في الوقت الحاضر على بيانات ما يقرب من ربع سكان العالم، وذلك يعطي الموقع تأثيراً هائلاً⁽¹⁵⁾.

وخلال لقاء الرئيس الأمريكي الأسبق "باراك أوباما" مع طلاب مدرسة ويكفيلد في ولاية فيرجينيا، عبر "أوباما" عن قلقه الشديد من انتهاك موقع فيسبوك للخصوصية الفردية، عندما طلب منه أحد الطلاب تقديم نصيحة له، فرد قائلاً: "أريد منكم أن تكونوا حذرين فيما تتشرونه على فيسبوك؛ ففي عصر اليوتيوب ما تفعله اليوم سيُعرف في مرحلة لاحقة من حياتك، هذه نصيحة سياسية أقدمها لك". هذا ما قدمه رئيس أكبر دولة في العالم، التي من المعروف أنها تتحكّم في جزء ضخم من تلك التقنية الحديثة؛ لنصح شباب بلاده لتوخي الحذر عند نشر معلوماتهم، أو التعامل مع تلك المواقع⁽¹⁶⁾.

ونظراً لهذه المخاوف، اعتمدت الجمعية العامة للأمم المتحدة في ديسمبر 2013 -دون تصويت- القرار (167/68) بشأن الحق في الخصوصية في العصر الرقمي، وفي هذا القرار، دعت جميع الدول للالتزام بواجباتهم في احترام وحماية الحق في الخصوصية الرقمية عبر الإنترنت، متضمناً ذلك مراجعة الإجراءات والممارسات الحالية، والتشريعات الوطنية، إذ أن المشكلة الأساسية تكمن في التشريعات المحلية الوطنية التي عفا عليها الزمن، وغير الكافية لتوفير الحماية الفعالة للحق في الخصوصية في العصر الرقمي الحالي⁽¹⁷⁾. و"الخصوصية الرقمية" هي: "وصف لحماية البيانات الشخصية للفرد التي تُنشر ويجري تداولها من خلال وسائط رقمية"⁽¹⁸⁾.

وعلى جانب آخر، وضعت مؤسسة The Electronic Frontier Foundation قائمة حقوق التشبيك الاجتماعي، تضمنت حقوقاً رئيسة تهدف إلى إبراز مرتكزات ومعالَم مسؤولية الحماية التقنية لخصوصية المعلومات في البيئة الرقمية؛ تحكم تلك المبادئ ما يمكن تسميته بالممارسات العادلة والمقبولة أو النزيهة في نطاق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وحماية المعلومات والبيانات الخاصة بمستخدميها، وهي:

- أولاً: الإبلاغ/ الإخطار Notice: ويراد بهذا المبدأ أن مستخدمي المواقع يتعين إبلاغهم من قبل مزود الخدمة أو الموقع عما إذا كان الموقع أو مقتضيات الخدمة ينطويان على جمع بيانات شخصية، وإلى أي مدى تُجمع هذه البيانات، وتُستخدم.

- ثانياً: الاختيار Choice: يوجب هذا المبدأ التزام الشركات صاحبة الموقع أو مزودي الخدمة بتوفير خيار للمستخدم بشأن استخدام بياناته، فيما لا يتجاوز غرض جمعها الابتدائي.

-ثالثاً: الوصول للبيانات Access: يُوجب هذا المبدأ إتاحة الفرصة للمستخدمين للوصول إلى بياناتهم، والتثبت من صحتها وتحديثها بالإضافة إليها، أو اختصارها، أو تغييرها، أو حذفها.

-رابعاً: الأمن Security: ويتعلق هذا المبدأ بمسؤوليات جهات جمع البيانات (المواقع ومزودي الخدمة) بشأن معايير الأمن المُتَّبعين تطبيقها لضمان سرية البيانات، وسلامة الاستخدام، وحظر الوصول غير المصرح به لهذه البيانات، وتتضمن وسائل الحماية الأخرى (مثل: كلمات السر، والتشفير، وغيرها من وسائل أمن المعلومات).

-خامساً: تطبيق القانون Enforcement: ويتعلق هذا المبدأ بالآليات المناسبة المُتَّبعين اعتمادها لفرض الجزاءات على الجهات غير المتوافقة مع المبادئ المتقدمة، وما يتصل بها من الممارسات النزيهة بشأن جمع البيانات الشخصية في البيئة الرقمية⁽¹⁹⁾.

الدراسات السابقة:

رصدت الباحثة اهتمام عدد من الباحثين بدراسة الحق في الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من عدة جوانب، وقد قُسمت تلك الدراسات إلى المحاور التالية:

المحور الأول: الدراسات المتعلقة بمدى وعي مستخدمي الشبكات الاجتماعية بالحق في

الخصوصية:

اهتمت غالبية الدراسات الميدانية باستكشاف مدى إدراك ووعي مستخدمي الشبكات الاجتماعية بالمخاطر التي تهدد خصوصيتهم على تلك المواقع، ومدى استخدامهم لإعدادات الخصوصية المتاحة عليها، التي كشفت نتائجها عن مفارقة كبرى؛ فقد توصلت دراسة (Sophie Boerman & others, 2021)⁽²⁰⁾ إلى أنه رغم إدراك المبحوثين مخاطر انتهاك خصوصية معلوماتهم على الشبكات الاجتماعية، إلا أنهم لا يستخدمون إعدادات الخصوصية المتاحة على تلك المواقع. وهو ما أكدته نتائج دراسة (Ayesha Shahid & Umair Abdulla, 2021)⁽²¹⁾، فقد ذكر المبحوثون أنهم لم يغيروا إعدادات الخصوصية الأولية على حساباتهم على تلك المواقع، وأنهم يتيحون وصول العامة إلى بياناتهم الشخصية. كما أشارت دراسة (Hyang-Sook Kim, 2016)⁽²²⁾ إلى أن المبحوثين من طلاب الجامعات لا يهتمون بالخصوصية، ويشاركون معلوماتهم الشخصية وموقعهم الجغرافي على فيسبوك، خاصة مع استخدامهم له عبر الموبايل.

وفي السياق ذاته، عنيت دراسة (الأميرة سماح فرج، 2015)⁽²³⁾، باستكشاف توجهات الجمهور المصري نحو ثقافة الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومزايا

الإفصاح عن الذات ومخاطره، وأظهرت نتائج الدراسة أنه على الرغم من وعي مستخدمي فيسبوك باحتمالات اختراق حساباتهم، واستغلال معلوماتهم الشخصية، سواء من قبل مقدمي خدمة فيسبوك أو عبر المستخدمين الآخرين؛ إلا أنهم لا يبالون كثيراً بفكرة التهديد الذي قد يتعرضون له عبر إساءة استخدام معلوماتهم عبر الموقع، حتى إن إجابات كثيرين منهم عبرت عن قناعاتهم ووعيهم التام بأن كل مستخدم الإنترنت أو حتى الهواتف الذكية مُخترقون بالفعل، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (Sylvia Kowalewski & others, 2015)⁽²⁴⁾؛ فقد أكد المبحوثون الألمان أنهم لا يملكون حماية بياناتهم الشخصية على تلك المواقع، وأن مسئولية حماية بياناتهم الشخصية تقع على عاتق إدارات هذه المواقع، وقد أطلق (Vaibhav Garg & others, 2014)⁽²⁵⁾ على تلك الظاهرة "Privacy Paradox"؛ فقد كشفت نتائج دراستهم أيضاً أنه رغم وعي مستخدمي الشبكات الاجتماعية بالحقوق الخصوصية، إلا أنهم لا يعبأون بحماية تلك الخصوصية عملياً.

وفي دراسة (James Lawler & John Molluzzo, 2010)⁽²⁶⁾، أشار المبحوثون إلى أنهم لم يطلعوا على سياسات الخصوصية؛ لأنها طويلة جداً ومعقدة ومملة، كما أنهم لا يعرفون كيف تُجمع وتُستخدم وتُشارك معلوماتهم الشخصية؛ الأمر الذي أكدته نتائج دراسة (Balachander Krishnamurthy & Craig Wills, 2008)⁽²⁷⁾.

واعتماداً على تحليل حسابات عينة من مستخدمي الشبكات الاجتماعية البريطانيين، كشفت دراسة (Tatjana Taraszow & others, 2010)⁽²⁸⁾ أن أغلبهم يكتبون عناوينهم، والبريد الإلكتروني الخاص بهم، كما يضعون صورهم الشخصية أيضاً على تلك الحسابات. كما أشارت نتائج دراسات (Zainab Ibrahim & others, 2012)⁽²⁹⁾ و (Frank Nagle & Lisa Singh, 2009)⁽³⁰⁾، و (Virpi Tuunainen & others, 2009)⁽³¹⁾ أيضاً إلى أن أغلبية المبحوثين يضيفون غرباء لحساباتهم على تلك المواقع في حالة وجود صديق مشترك بينهم.

وعلى النقيض، كشفت نتائج دراستي (Arafatur Rahaman & Shafayet, 2013)⁽³²⁾ و (Esmir Demaj, 2012)⁽³³⁾ عن وعي وإدراك طلاب الجامعات لأهمية حماية بياناتهم وخصوصيتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، واهتمامهم بتقييد إعدادات الخصوصية على حساباتهم؛ لمنع رؤية الغرباء بياناتهم، كما أظهر التحليل الدلالي لمنشورات عينة من مستخدمي تلك المواقع، في دراسة (David

وفي دراسة (Houghton & Adam Joinson 2010)⁽³⁴⁾ وعي المبحوثين بالخصوصية أيضاً. وفي دراسة (MacDonald, Joanna & others, 2010)⁽³⁵⁾ أكد الأطباء الشباب استخدامهم إعدادات الخصوصية على فيسبوك، واقتصار عرض بياناتهم على أصدقائهم فقط.

ومن ناحية أخرى، اهتم عدد من الباحثين بقياس مدى وعي مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بكفالة القوانين للحق في الخصوصية؛ فقد أكدت دراسة (عبد الأمير فيصل وإسراء هاشم، 2017)⁽³⁶⁾، أنه تبين من إجابات المبحوثين -مستخدمي فيسبوك في العراق- أن لديهم فهماً عاماً لمفهوم الخصوصية لا يتناسب مع أهميتها، فضلاً عن قلّة الوعي القانوني لديهم بكفالة القانون للحق في الخصوصية، وذلك رغم أن أغلبهم من حملة المؤهلات العليا. وهو ما أكدته دراسة (حسن السوداني، 2014)⁽³⁷⁾، التي أظهرت نتائجها الجهل شبه التام لدى أغلبية المبحوثين من الصفوة بمفهوم الخصوصية، والقوانين المتعلقة بها، وبحقهم في الحصول على تعويضات جراء انتهاك خصوصيتهم.

وباستخدام المنهج التجريبي، رصدت دراسة (توفيق برهوم وآخرون، 2014)⁽³⁸⁾، أثر التوعية الأمنية والتقنية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية من طلاب المدارس الإعدادية والثانوية في قطاع غزة على تحسين حمايتهم لخصوصية بياناتهم على تلك المواقع، وقد أكدت النتائج أنه طرأ تحسن واضح للاهتمام بالخصوصية على الشبكات الاجتماعية لدى الفئات المبحوثة إثر عملية التوعية.

وفيما يتعلق بالإستراتيجيات التي يتبعها مستخدمو الشبكات الاجتماعية لحماية خصوصيتهم؛ خلصت دراسة (Eduardo Gauthier, 2013)⁽³⁹⁾ إلى اعتماد المبحوثين على إستراتيجيات مختلفة لحماية خصوصيتهم على تلك المواقع، شملت: الخصوصية الأداةية Instrumental Privacy، والخصوصية التعبيرية Expressive Privacy. وتشير الأولى إلى ضبط إعدادات الخصوصية الخاصة بهم، وإخفاء الحساب عن الغرباء، وحذف الرسائل العامة، والتأكد من أمان المواقع قبل الإدلاء ببياناتهم، وعدم استخدام التطبيقات، وإنشاء قوائم للأصدقاء. أما الثانية فتشير إلى عدم التزويد ببياناتهم الشخصية، وممارسة الرقابة الذاتية أثناء استخدامهم للمواقع، والحذر فيما يقولونه ويفعلونه، ورفض صداقات مع أشخاص لا يعرفونهم شخصياً.

كما أكدت دراسة (Mariza Georgalou, 2015)⁽⁴⁰⁾ أن مستخدمي فيسبوك اليونانيين ينتقون ما ينشرونه على حساباتهم؛ بما يخدم الصورة الذهنية والهوية التي

يرغبون أن تظهر بها تلك الحسابات أمام الآخرين، وهو ما كشفت عنه دراسة (Katherine Strater & Heather Lipford, 2008)⁽⁴¹⁾؛ فقد أكد المبحوثون أنهم يتحكمون في حجم وطبيعة المعلومات التي ينشرونها على حساباتهم على تلك المواقع. وأشار المبحوثون في دراسة (Alessandro Acquisti & Ralph Gross, 2006)⁽⁴²⁾ إلى أنهم يتركون حساباتهم مفتوحة للعامة، وفي المقابل يراعون ما ينشرونه على تلك الحسابات، ولا يتحكمون في إعدادات الخصوصية، إلا في حال حدوث مشكلات بسبب ما ينشرونه.

أما دراسة (Brady Robards, 2010)⁽⁴³⁾، فقد كشفت عن تصنيف مستخدمي الشبكات الاجتماعية من الشباب الأسترالي قائمة الأصدقاء إلى قوائم فرعية تضم الأقارب، والأصدقاء، والمعارف؛ لحماية خصوصية ما ينشرونه من بيانات ومعلومات، والتحكم فيمن يمكنه رؤية منشوراتهم.

وفيما يتعلق بالعوامل المؤثرة على اهتمام مستخدمي الشبكات الاجتماعية بحماية خصوصياتهم؛ فقد ظهر تأثير متغير النوع على مستوى اهتمام المبحوثين بحماية بياناتهم الشخصية، وأظهرت نتائج دراسة (Jeffrey Child & Shawn Starcher, 2016)⁽⁴⁴⁾ فروقاً إحصائية ذات دلالة بين الإناث والذكور -مستخدمي فيسبوك- فيما يتعلق باهتمامهم بحماية خصوصية بياناتهم على الموقع، وذلك لصالح الإناث، وهو ما أكدته أيضاً دراستا (Low Soo Yong 2011)⁽⁴⁵⁾، و (Joshua Fogel & Elham 2009)⁽⁴⁶⁾.

فيما كان لمتغير السن تأثير ذو دلالة على اهتمام مستخدمي الشبكات الاجتماعية بحماية خصوصياتهم في دراسة (Grant Blank & others, 2014)⁽⁴⁷⁾، التي أظهرت نتائجها أن الشباب البريطاني كانوا أكثر اهتماماً بحماية خصوصيتهم على تلك المواقع مقارنة بالفئات الأكبر سناً، كما أنهم أكدوا أن الخصوصية الرقمية تمثل قيمة اجتماعية مهمة بالنسبة لهم، بينما أشارت دراسة (Emily Christofides & others, 2011)⁽⁴⁸⁾ إلى أن المراهقين يفصحون بشكل كبير عن معلوماتهم الشخصية على فيسبوك، ولا يستخدمون إعدادات الخصوصية، مقارنة بالبالغين.

كما كان لمتغير الحالة الاجتماعية أيضاً تأثير ذو دلالة على اهتمام المبحوثين بالخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ فقد أظهرت نتائج دراسة (Bryan Bubulka, 2012)⁽⁴⁹⁾ مشاركة غير المتزوجين بياناتهم بشكل أكبر مقارنة بالمتزوجين.

فيما أظهرت نتائج دراسات (Katherina Glac & others, 2014)⁽⁵⁰⁾، و (Mustafa Oz, 2012)⁽⁵¹⁾، و (Danah Boyd & Eszter Hargittai, 2010)⁽⁵²⁾ وجود علاقة ارتباط طردية بين (معدل استخدام الموقع، والخبرة في استخدامه)، ومستوى اهتمام الشباب بحماية خصوصيتهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

أما فيما يخص العوامل الاجتماعية والثقافية، فقد أظهرت دراسة (Sathasivam Mathiyalakan & others, 2014)⁽⁵³⁾ فروقاً إحصائية ذات دلالة بين الجماعات الإثنية فيما يخص اهتمامهم بالخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ فقد كان طلاب الجامعة من الأمريكيين ذوي الأصول الإسبانية أكثر اهتماماً بتقييد إعدادات الخصوصية على حساباتهم، مقارنة بذوي الأصول الإفريقية. وفي دراسة (Radim Cermak & others, 2014)⁽⁵⁴⁾، كان مستخدمو الشبكات الاجتماعية الفرنسيون أكثر اهتماماً بحماية خصوصياتهم مقارنة بالمستخدمين من دولة التشيك.

وفي السياق ذاته، أكدت دراسة (Maritza Johnson 2012)⁽⁵⁵⁾ أن رغبة الباحثين في التواصل مع الأهل والأصدقاء كان الدافع الرئيسي وراء مشاركة صورهم وبياناتهم الشخصية على تلك المواقع، وذلك رغم إدراكهم مخاطر انتهاك خصوصياتهم. وهو ما أكدته دراسة (Deirdre O'Brien & Ann Torres, 2012)⁽⁵⁶⁾، التي كشفت عن اهتمام الباحثين بالحصول على القبول الاجتماعي والشهرة على مواقع التواصل الاجتماعي، بغض النظر عن الخصوصية؛ فقد اتفق أغلب الباحثين على أن منافع المشاركة في تلك المواقع أعظم من مخاطرها. كما أشار الباحثون في دراسة (Nicole Cohen & Leslie Shade, 2008)⁽⁵⁷⁾ إلى اقتناعهم بأن الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي يجب أن تكون مفتوحة للعامة؛ طالما أنها لا تشر صورة مغايرة لحقيقة ما يفعله أصحابها على أرض الواقع، كما أنها وسيلة للترويج للصورة الذهنية التي يرغبون في أن يظهروا بها أمام الآخرين، ولاسيما في مجال التوظيف. وفي دراسة (Kevin Lewis & others, 2008)⁽⁵⁸⁾ لوحظ تأثير مستوى اهتمام طلاب الجامعة الأمريكيين باستخدام إعدادات الخصوصية بما يفعله أصدقاؤهم في هذا الشأن.

كما كان للسمات الشخصية والعوامل النفسية تأثير واضح أيضاً على اهتمام الباحثين بالخصوصية؛ فقد أظهرت دراسة (Katherine Bies, 2013)⁽⁵⁹⁾ أن مستوى اهتمام الأشخاص بحماية خصوصيتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، يرتبط بمستوى

اهتمامهم بحماية خصوصياتهم على أرض الواقع بالأساس. وفي دراسة (Chris Sumner & others, 2011)⁽⁶⁰⁾، أظهرت النتائج أن الأشخاص الاجتماعيين والأكثر نشاطاً على مواقع التواصل الاجتماعي هم الأقل اهتماماً بالخصوصية على تلك المواقع. كما أظهرت نتائج دراسة (Alyson Young & Anabel Quan-Haase, 2009)⁽⁶¹⁾ وجود علاقة ارتباط عكسية بين مستوى اهتمام طلاب الجامعة بحماية خصوصياتهم على المستوى الشخصي، وحجم المعلومات التي يفصحون عنها على مواقع التواصل الاجتماعي. وخلصت دراسة (Bernhard Debatin & others, 2009)⁽⁶²⁾ إلى وجود علاقة ارتباط بين إدراك المبحوثين لمخاطر الخصوصية، وسلوكياتهم لحماية تلك الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع استخدامهم لها، والإشباع المتحققة منها.

وذلك فضلاً عن تأثير متغير نوع الموقع على اهتمام المبحوثين بالخصوصية أيضاً؛ فقد أشارت دراسة (Catherine Dwyer & others, 2007)⁽⁶³⁾ إلى أن مستخدمي فيسبوك كانوا أكثر ثقة في الموقع وأعضائه، وأكثر ميلاً للإفصاح عن بياناتهم وحياتهم الشخصية من مستخدمي موقع My Space.

***المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بالإطار القانوني المنظم للحق في الخصوصية:**

اهتم عدد كبير من الباحثين بدراسة مدى الحماية القانونية للحق في الخصوصية في البيئة الرقمية، فقد اهتمت دراسة (Sagee Sethu & Devika Ramachandran, 2021)⁽⁶⁴⁾ بتحليل قوانين عدد من الدول العربية، شملت: (البحرين، وقطر، والإمارات)؛ للكشف عن مدى حمايتها للحق في الخصوصية، وتوصلت الدراسة إلى أن تلك الدول العربية حدثت بعض النصوص، وأقرت قوانين جديدة؛ لحماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وبياناتهم، وحق الدخول إلى تلك البيانات، واستخدامها، وحذفها، وحمايتها من الانتهاك.

كما كشفت دراسة (Eugenia Georgiades, 2021)⁽⁶⁵⁾ عن كفاءة القانون الأسترالي للحق في حماية الصور الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتجنب إساءة استخدامها، وكذلك حق حذفها؛ فيما يعرف بحق النسيان الرقمي. وأكدت دراسة (محمد المعداوي, 2018)⁽⁶⁶⁾ إلزام قانون المعلوماتية والحريات الفرنسي جميع الأشخاص الذين يعالجون البيانات الإلكترونية بضرورة المحافظة على خصوصية هذه البيانات وسريتها، وضرورة الحصول على الموافقة المسبقة من جانب المستخدم قبل

استخدامها، وهذه الموافقة المسبقة تسمى الاشتراك، وقد انتهت الدراسة إلى أن القانون الواجب التطبيق من حيث المبدأ هو القانون التعاقدى، وأن المسئول عن معالجة البيانات الشخصية يقع على عاتقه الالتزام باحترام سرية الخصوصية المعلوماتية للمستخدم؛ بحيث يمنع أي مستخدم من الوصول إلى البيانات الشخصية لمستخدمي الشبكة دون الحصول على تصريح أو إذن منهم، ويستطيع المتضرر من معالجة البيانات الشخصية أن يرفع دعوى على المسئول عن معالجة البيانات الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. واهتمت دراسة (محمد القحطاني، 2015)⁽⁶⁷⁾ بالكشف عن مدى حماية القانون السعودي للخصوصية الشخصية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وخلصت إلى أن المشرع السعودي أصدر عدة أنظمة، تضمنت أحكاماً وعقوبات لردع مرتكبي جريمة انتهاك الحياة الخاصة عبر شبكة الإنترنت، أو أية منظومة معلوماتية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي، وتتلخص صور الاعتداء على المعلومات والبيانات ذات الطابع الشخصي على الإنترنت في: أفعال الالتقاط الذهني للمعلومة الإلكترونية، واعتراض الرسائل المرسلة بطريق الكمبيوتر، والإفشاء غير المشروع للبيانات، والتهديد بالاستغلال غير المشروع للأسرار الشخصية.

وفي السياق ذاته، أكد تقرير (مفوضية الأمم المتحدة لحقوق الإنسان، 2015)⁽⁶⁸⁾ أن القانون الدولي لحقوق الإنسان يوفر إطاراً واضحاً وعالمياً لتعزيز الحق في الخصوصية وحمايته، غير أن الممارسات في عديد من الدول كشفت عدم وجود تشريعات أو وسائل إنفاذ وطنية كافية، ووجود ضمانات إجرائية ضعيفة، ورقابة غير فعّالة، وكل ذلك أسهم في انعدام المساءلة عن التدخل التعسفي أو غير القانوني في الحق في الخصوصية.

واهتمت دراسة (سارة الشريف، 2014)⁽⁶⁹⁾ بتحليل مدى حماية القانون المصري لخصوصية البيانات الرقمية، وخلصت إلى أن القانون المصري لا يتضمن ما ينص على حماية الخصوصية الرقمية للمستخدمين على الإنترنت؛ الأمر الذي يمثل فراغاً يسمح بحدوث عديد من الانتهاكات لبيانات المستخدمين الرقمية، في غياب رقابة تشريعية، أو قوانين تحمي خصوصيتها، خاصة أن عدداً قليلاً جداً من المواقع الإلكترونية تلتزم بنشر بيان لسياسة الخصوصية بخصوص البيانات الرقمية المٌجمعة للزائر عبر زيارته للموقع. فيما عنيت دراسة (صفية بشاتن، 2012)⁽⁷⁰⁾، بإجراء دراسة مقارنة حول الحماية القانونية للحق في الخصوصية في القوانين الوضعية بمصر والجزائر وأمريكا وفرنسا، وانتهت لعدم وجود تعريف عام متفق عليه للحق في الخصوصية في تشريعات معظم

الدول، مما حدا بالفقه والقضاء للاجتهاد في ذلك؛ نظراً لأن فكرة الحق في الخصوصية فكرة مرنة تختلف باختلاف الأشخاص والأقطار، وموقف المشرع في معالجة هذه المسألة في القوانين الوضعية موقف واحد، وهو الاعتراف بالحق في حرمة الحياة الخاصة بوصفه حقاً مستقلاً قائماً بذاته، سواء أكان ذلك في نصوص الدستور أو تشريعات عادية، والنص على حمايته مدنياً وجنائياً ضد كل صور الاعتداء المحتملة.

كما رصدت دراسة (عاقلي فضيلة، 2012)⁽⁷¹⁾ الحماية القانونية للحق في الخصوصية في فرنسا ومصر والجزائر أيضاً، وخلصت إلى أن الحق في الخصوصية ليس حقاً مطلقاً، وإنما محدد بمقتضيات الصالح العام، وقد أخذ المشرع الجنائي باعتبار رضا المجني عليه بما يقع على حرمة حياته الخاصة من اعتداء سبباً لإباحة الكشف عن خصوصياته، ينبغي أن يقوم الدليل على صدوره، ويقصد بهذه الحالات التي يمكن فيها التجسس على حرمة الحياة الخاصة، أو الكشف عنها، دون أن يعتبر ذلك اعتداءً عليها، ويتمثل ذلك في المصلحة العامة، ورضا المجني عليه.

وقد خلّصت دراسة (Lee Bygrave, 2012)⁽⁷²⁾ إلى أنه من الصعب تطبيق القوانين المحلية، وخاصة القانون الأوروبي لحماية البيانات الشخصية، خارج نطاق الإقليم، خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي؛ نظراً لأن المستخدم قدم طوعاً معلوماته للموقع. وفي السياق ذاته، أكدت دراسة (منصور السلمي، 2010)⁽⁷³⁾ أسبقية السعودية في إصدار أنظمة جنائية مستقلة خاصة بمكافحة الجرائم المعلوماتية، وجرائم التقنية؛ بما يكفل حماية خصوصية مواطنيها، والمقيمين على أراضيها أيضاً.

فيما اهتمت دراسة (السيد بخيت، 2010)⁽⁷⁴⁾ برصد التغيرات التي لحقت بالحق في الخصوصية في ظل ثورة الاتصالات والمعلومات في قارة إفريقيا، وخلصت إلى قلّة عدد موثيق الشرف الصحفية والإعلامية التي تناولت تأثير ثورة المعلومات على الحياة الخاصة للمواطنين، وواجبات الإعلاميين في هذا الصدد. وأكدت الدراسة أنه على الرغم من تطرق موثيق محدودة للقيم الأخلاقية المتعلقة بحماية الخصوصية في البيئة الإعلامية الإلكترونية؛ بيد أنها لم توضح بدقة أخلاقيات التعامل الإعلامي مع قواعد البيانات، وكيفية توظيفها واستخدامها، وحدود هذا الاستخدام، كما لم تحاول معالجة مشكلات مهمة تتعلق بحماية حق الإنسان في الخصوصية، مثل: سرقة الملفات عبر أجهزة الكمبيوتر، والحصول على بيانات الشخص ووثائقه المسجلة لدى السلطات العامة عن

طريق أجهزة الكمبيوتر، واكتفى معظمها بالنص على ضرورة التزام المحررين باحترام حرمة الحياة الخاصة.

وقد كشفت دراسة (علي الوهبي، 2001)⁽⁷⁵⁾ -حول الحماية الجنائية للحياة الخاصة للإنسان في الشريعة الإسلامية والقوانين الوضعية- عن اعتراف كل الأديان السماوية بحق الفرد في الخصوصية، وأكدت الدراسة أن الشريعة الإسلامية تُعد هي الأسبق في حمايته؛ فقد حرمت التجسس على أسرار الغير، والدخول على الغير في منزله بغير إذنه (حرمة المسكن)، واستراق النظر والسمع، وإفشاء الأسرار، كما أشارت الدراسة إلى أن المُشرع السعودي أقرَّ عدداً من العقوبات على انتهاك حرمة الحياة الخاصة، كالسجن والغرامة.

※المحور الثالث: الدراسات المتعلقة بالجوانب التقنية لحماية الخصوصية عبر الشبكات الاجتماعية:

اهتمت عدة دراسات بتحليل الجوانب التقنية الخاصة بإعدادات الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي، وكشفت عن تأثيرها على استخدام وفهم المستخدمين لها، ولاسيما فيما يتعلق بيسر وسهولة استخدامها Usability، ومن ثم سعى الباحثون لابتكار تقنيات جديدة تعطي للمستخدم السلطة لحماية خصوصيته، وأبرزها تشفير المحتوى الذي يتشاركه المستخدم؛ بما يحول دون رؤية مزودي الخدمة له، ويحميه من التطبيقات غير الموثوق بها. فقد خلُصت دراسة (Ankit Jain & others, 2021) إلى تعدد مخاطر انتهاك خصوصية وأمن حسابات المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي، التي شملت: سرقة الهوية، والحسابات المزيفة، واختراق الحسابات، وسرقة بيانات المستخدم عبر الضغط على روابط مشبوهة، فيما يعرف بالتصيد⁽⁷⁶⁾.

وفي دراسة (Ali Altalbe & Faris Kateb, 2021) ابتكر الباحثان برنامجاً تقنياً يتيح حماية خصوصية بيانات مستخدمي فيسبوك، أثبت فاعليته عبر تجربته عملياً⁽⁷⁷⁾، كما قدم الباحثان (Salah Bindahman & Nasriah Zakaria, 2013)⁽⁷⁸⁾ برنامجاً تقنياً آخر يسهل عملية السيطرة على الدخول لمعلومات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، ويكفل حماية خصوصية تلك المعلومات.

وفي السياق ذاته، خلُصت دراسة (Ira Rubinstein & Nathaniel Good, 2012)⁽⁷⁹⁾ إلى أن تصميم إعدادات الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي يهتم بالجانب التجاري والريحي على حساب حماية المستخدم.

وفي دراسة (Kapil Singh & others, 2009)⁽⁸⁰⁾، قدم الباحثون تطبيقاً يحمل اسم (xBook)؛ يتيح حماية بيانات المستخدمين من المواقع غير الموثوقة. كما ابتكر (Matthew Lucas & Nikita Borisov 2008)⁽⁸¹⁾ تطبيقاً يمكنه تشفير بيانات مستخدمي فيسبوك.

التعليق على الدراسات السابقة:

-تكشف مراجعة الدراسات السابقة عن الملاحظات الآتية:
-اهتم غالبية الباحثين في الدراسات العربية والأجنبية على حد سواء باستكشاف مدى وعي وإدراك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للمخاطر التي تهدد خصوصيتهم على تلك المواقع، واعتمدت على منهج المسح والاستبيان لجمع البيانات، بجانب تحليل حسابات عينة من مستخدمي تلك المواقع. وذلك بجانب اهتمام الباحثين في مجال القانون برصد مدى الحماية القانونية للحق في الخصوصية في البيئة الرقمية، وذلك عبر تحليل النصوص القانونية بعدد من الدول العربية والأجنبية، فيما اهتم الباحثون في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بابتكار تقنيات جديدة تتيح للمستخدم حماية خصوصية بياناته عبر تلك المواقع، ومن ثمّ، فقد كانت غالبية الدراسات السابقة ميدانية أو نظرية بحتة، وذلك في ظل غياب الدراسات التحليلية الكيفية لسياسات الخصوصية الخاصة بتلك المواقع، التي تخرج بمؤشرات حقيقية عن واقع حماية تلك المواقع حق استخدامها في الخصوصية، وهو ما تسعى الدراسة الحالية لاستكشافه.

-وإجمالاً، أجمعت الدراسات السابقة بشكل عام على انخفاض اهتمام مستخدمي الشبكات الاجتماعية بالخصوصية، وهو ما ينطوي على عديد من المخاطر، ولاسيما في ظل ما كشفت عنه الدراسات القانونية من ندرة المواثيق التي تكفل حماية الخصوصية في البيئة الإعلامية الرقمية؛ الأمر الذي يقتضي تحليل سياسات الخصوصية على هذه المواقع؛ باعتبارها الضامن الوحيد لحماية خصوصية مستخدميها، وهو ما تركز عليه الدراسة الحالية.

**وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في التعرف على الجوانب التي أغفل الباحثون دراستها، وفي بلورة مشكلة الدراسة وأهدافها، وصياغة التساؤلات، وتحديد مفاهيم الدراسة، وأدوات جمع البيانات، ومعرفة أهم النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات.

المفاهيم الاصطلاحية والإجرائية للدراسة:

المفهوم الاصطلاحي للحق في الخصوصية: "كفالة حق الأفراد في تحديد متى وكيف وإلى أي مدى تصل المعلومات المتعلقة بهم للآخرين"⁽⁸²⁾.

المفهوم الإجرائي للحق في الخصوصية: يعني في هذه الدراسة قدرة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على التحكم في متى وكيف وإلى أي مدى تُنقل معلوماتهم الشخصية على تلك المواقع للآخرين.

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة لجملة الدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف وتحليل مدى الالتزام الأخلاقي بحماية الحق في الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح؛ وذلك لمسح القواعد والضوابط الأخلاقية لحماية الحق في الخصوصية على موقعي فيسبوك وانستجرام.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في سياسات الخصوصية الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي.

عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة في (سياسة الخصوصية Privacy Policy) المعلنه على موقعي فيسبوك Facebook⁽⁸³⁾ وانستجرام Instagram⁽⁸⁴⁾، في الأول من نوفمبر 2021م. وقد اختارت الباحثة هذين الموقعين تحديداً؛ نظراً لأنهما يتمتعان بمعدلات استخدام كثيفة في مصر مقارنة ببقية مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك وفقاً لتقرير (Digital 2021)⁽⁸⁵⁾؛ فقد بلغ عدد مستخدمي موقع فيسبوك في مصر (45 مليون مستخدم)، فيما وصل عدد مستخدمي موقع انستجرام إلى (14 مليون مستخدم)، فضلاً عن الجدال الثائر بشأن انتهاك الموقعين لخصوصية مستخدميهما.

أداة جمع بيانات الدراسة:

استُخدمت أداة تحليل المضمون الكيفي؛ باعتبارها الأداة الملائمة لدراسة سياسات الخصوصية Privacy Policy .

-وفي هذا الإطار، وضعت الباحثة مجموعة من المؤشرات التي استرشدت بها خلال التحليل.

❖ فئات التحليل:

- أولاً: ضوابط حماية حق المستخدم في معرفة المعلومات التي تجمعها مواقع التواصل الاجتماعي عنه.
- ثانياً: ضوابط حماية حق المستخدم في معرفة أوجه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات التي تجمعها عنه.
- ثالثاً: ضوابط حماية حق المستخدم في معرفة كيف تشارك مواقع التواصل الاجتماعي المعلومات التي تجمعها عنه مع الآخرين.
- رابعاً: ضوابط حماية حق المستخدم في التحكم في المعلومات التي تجمعها عنه مواقع التواصل الاجتماعي.

❖ اختبارات الصدق والثبات:

- 1- اختبار الصدق: للتأكد من صلاحية أداة جمع البيانات وفئات التحليل لتحقيق أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، استشارت الباحثة مجموعة من المحكمين^(*)، الذين أبدوا عدداً من الملاحظات، راعتها الباحثة عند إجراء الدراسة.
- 2- اختبار الثبات: بعد مضي شهر من التحليل أعادت الباحثة تحليل المضامين عينه الدراسة، وجاءت نسبة الثبات بين التحليلين (95%)؛ بما يؤكد ثبات مؤشرات التحليل ودقتها.

نتائج الدراسة

- يمكن القول بدايةً إنه بتحليل سياسة الخصوصية الخاصة بموقعي فيسبوك وانستجرام -عينة الدراسة-، اتضح أن تلك السياسات اتسمت بشكل عام بكونها معقدة ومربكة إلى حد كبير؛ فقد تضمنت تفاصيل ومعلومات مختلفة تحتاج وقتاً طويلاً جداً لقراءتها، فضلاً عن صعوبة اللغة التي تبدو كأنها ترجمة حرفية لنصوص أجنبية، ناهيك عما تضمنته من عدد ضخم جداً لا متناهي من الروابط الفائقة التي تُربك المستخدم؛ الأمر الذي يفسر ما أكدته الدراسات الميدانية في هذا الصدد من عزوف المستخدمين عن قراءة سياسة الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي، والضغط على الموافقة دون قراءتها، مثل دراسة (James Lawler & John Molluzzo, 2010)⁽⁸⁶⁾، ودراسة (Balachander Krishnamurthy & Craig Wills, 2008)⁽⁸⁷⁾.

كما كشفت المقارنات بين سياستي الخصوصية على الموقعين -عينة الدراسة- عن تشابه سياسة الخصوصية التي تتبعها إدارة الموقعين إلى حد كبير، فقد التزمت إدارة

موقعي فيسبوك وانستجرام بإعلام المستخدمين بأنواع المعلومات التي تجمعها عنهم، وأوجه استخدامها تلك المعلومات، وكيفية مشاركتها مع الآخرين، فضلاً عن حق المستخدمين في التحكم في المعلومات التي تجمعها عنهم، وهو ما يمكن تناوله بالتفصيل على النحو التالي:

• أولاً: حق المستخدم في معرفة أنواع المعلومات التي تجمعها مواقع التواصل الاجتماعي

عنه:

-التزمت إدارة موقعي فيسبوك وانستجرام في سياسة الخصوصية على موقعهما بإعلام المستخدمين بأنواع المعلومات التي تجمعها عنهم، التي كشفت -إجمالاً- عن جمع مواقع التواصل الاجتماعي بيانات ضخمة وتفصيلية عن مستخدميها ممن لديهم حسابات على الموقع؛ بل حتى عن ليس لديهم حسابات أيضاً، شملت:

-المعلومات الشخصية: تجمع إدارة الموقعين -عينة الدراسة- المعلومات الشخصية التعريفية التي يقدمها المستخدم عند تسجيله للحصول على حساب على الموقع (مثل: الاسم، وتاريخ الميلاد، والنوع، والصورة الشخصية، ومحل الإقامة، والمؤهلات الدراسية، والوظيفة، والحالة الاجتماعية، والاهتمامات المختلفة كالكتب المفضلة، والأفلام، والمعتقدات الفلسفية، وعضوية الاتحادات، ورقم التليفون، والبريد الإلكتروني).

-معلومات الاتصال: التي تشمل المعلومات الخاصة بالأشخاص، والصفحات، والحسابات، وعلامات الهاشتاج، والمجموعات التي يتواصل معها المستخدم، وكيفية تفاعله معها. كما تجمع أيضاً معلومات الاتصال إذا قام المستخدم بتحميلها أو استيرادها من جهاز ما (مثل: دفتر عناوين، أو سجل مكالمات، أو سجل رسائل SMS).

-المعلومات المتعلقة بأوجه استخدام الفرد للموقع: مثل: أنواع المحتوى التي يعرضها أو يتفاعل معها، والميزات التي يستخدمها (مثل: الكاميرا)، والإجراءات التي يتخذها، والأشخاص أو الحسابات التي يتفاعل معها، وكذلك أوقات الأنشطة التي يقوم بها، ومعدل تكرارها، والمدة الزمنية لها.

-المعلومات المرتبطة بالمعاملات المالية: ففي حال أجرى المستخدم عمليات شراء أو معاملات مالية أخرى عبر الموقع، فإنها تجمع المعلومات الخاصة بالشراء أو المعاملة، وتتضمن معلومات الدفع الخاصة بالمستخدم (مثل: رقم بطاقة الائتمان، أو الخصم، ومعلومات البطاقة الأخرى، وتفاصيل الاتصال والشحن والفوترة).

-معلومات عن الأمور التي يقدمها الآخرون عن المستخدم: وتشمل: عناصر المحتوى والاتصالات والمعلومات التي يقدمها الآخرون عن المستخدم، كما هو الحال عندما يشارك الآخرون صورة لأحد المستخدمين، أو إرسال رسالة إليه، أو تحميل معلومات الاتصال الخاصة به.

-معلومات الجهاز: وتشمل: معلومات من وعن أجهزة الكمبيوتر، والهواتف المحمولة، وأجهزة التلفزيون المتصلة بالإنترنت التي يستخدمها المستخدم عند دخول الموقع، وسمات الجهاز (مثل: نظام التشغيل، والأجهزة، وإصدارات البرامج، ومستوى شحن البطارية، وقوة الإشارة، ومساحة التخزين المتوفرة، ونوع المتصفح، وأسماء وأنواع التطبيقات، والملفات، والمكونات الإضافية). فضلاً عن عمليات تشغيل الجهاز، وتشمل: المعلومات التي تتعلق بعمليات التشغيل، والسلوكيات التي تُجرى على الجهاز (مثل: حركات الماوس؛ التي تساعد في تمييز المستخدمين البشريين من البرامج التلقائية)، والمعرفات (مثل: معرفات الأجهزة والألعاب، أو التطبيقات، أو الحسابات التي يستخدمها المستخدم)، وإشارات الجهاز (إشارات Bluetooth، والمعلومات التي تتعلق بأقرب نقاط وصول إلى Wi-Fi، أو الإشارات الخاصة به، أو أبراج الهواتف الخلوية)، إلى جانب بيانات من إعدادات الجهاز (مثل: الوصول إلى موقع المستخدم عبر نظام تحديد المواقع العالمي "GPS"، أو الكاميرا، أو الصور)، والشبكة وعمليات الاتصال (مثل: اسم شركة تشغيل الهاتف المحمول، أو موفر خدمة الإنترنت، واللغة، والمنطقة الزمنية، ورقم الهاتف المحمول، وعنوان IP، وسرعة الاتصال بالإنترنت، ومعلومات حول الأجهزة الأخرى الموجودة بالجوار، أو المتصلة بنفس الشبكة)، وبيانات ملفات تعريف الارتباط (البيانات التي تُخزن من ملفات تعريف الارتباط على جهاز المستخدم، بما في ذلك معرفات ملفات تعريف الارتباط، والإعدادات).

-معلومات من الشركاء: حيث يرسل المعلنون ومطورو التطبيقات والناشرون للموقعين معلومات عن أنشطة المستخدمين خارج الموقع، سواء على الإنترنت أو خارج الإنترنت، (تتضمن معلومات عن مواقع الويب التي يزورها، وعمليات الشراء التي يجريها، والإعلانات التي يشاهدها، والألعاب التي يلعبها، وطبيعة استخدامه لخدماتهم)، سواء كان لدى المستخدم حساب على فيسبوك أو انستجرام أم لا، أو كان قد سجل الدخول إلى فيسبوك أو انستجرام أم لا.

-وقد أعلنت إدارة الموقعين أنها تُعلم المستخدم بأية تغييرات تطرأ على سياسة الخصوصية، وتمنحه فرصة الاطلاع على السياسة المعدلة قبل اختيار الاستمرار في استخدام منتجاتها.

ومما سبق، يمكن القول إن الأفراد سواء كانوا من أعضاء تلك المواقع أو لم يكونوا كذلك تُجمع معلومات وبيانات تفصيلية عنهم، تلك المعلومات التي يمكن وصفها بأنها رأس مال هذه المواقع، وهو ما يحمل في طياته انتهاكاً لخصوصية مستخدمي تلك المواقع بشكل صارخ يدعو للذهول، وما يزيد من خطورة الأمر، ما أكدته الدراسات الميدانية من نقص الوعي لدى المستخدمين، وعدم قراءتهم سياسة الخصوصية على تلك المواقع، التي تعد بمثابة توقيعه على اتفاقية فيما بينهم وبين الموقع على جمع معلوماتهم واستخدامها، وهو ما تتخذه إدارات تلك المواقع مبرراً لما تقوم به؛ باعتبار أن المستخدم وافق على ذلك بمجرد استخدامه الموقع. فضلاً عن مخاطر احتمالية تعرض المعلومات المخزنة لدى قواعد بيانات تلك المواقع للاختراق، وهو ما يستدعي الإقرار بعدم وجود خصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي، ولا حتى على شبكة الإنترنت بشكل عام.

الأمر الذي يلقي بالمسئولية هنا على المستخدم لحماية خصوصية بياناته، طالما أنه وافق بالفعل على شروط استخدام الموقع عند تسجيل الاشتراك به، ووفقاً لما أكدته دراسة (محمد المعداوي، 2018)⁽⁸⁸⁾، يشترط القانون ضرورة الحصول على الموافقة المسبقة من جانب المستخدم قبل استخدام بياناته، وهذه الموافقة المسبقة تسمى الاشتراك، والقانون الواجب التطبيق هنا -من حيث المبدأ- هو القانون التعاقدية.

ثانياً: حق المستخدم في معرفة كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات

التي تجمعها عنه:

-التزمت إدارة موقعي فيسبوك وانستجرام في سياسة الخصوصية على موقعهما بإعلام المستخدمين بأوجه استخدام المعلومات التي تجمعها عنهم، وشملت:

-إضفاء طابع شخصي على الخدمات التي يقدمونها للمستخدم وتحسينها (مثل: آخر الأخبار، وموجز Instagram ، وInstagram Stories، والإعلانات)، وتقديم الاقتراحات إليه (مثل: المجموعات، أو المناسبات التي يهتم بها، أو الموضوعات التي قد يريد متابعتها) داخل الموقع وخارجه.

-تطوير الخدمات التي يقدمها الموقع واختبارها وتحسينها: من خلال تنفيذ استطلاعات الرأي والأبحاث، واختبار المنتجات والميزات الجديدة، واستكشاف المشكلات المرتبطة بها وحلها.

-التعرف على الوجه: إذ تستخدم إدارة الموقعين تقنية التعرف على وجه المستخدم في تجارب الكاميرا والصور ومقاطع الفيديو.

-الإعلانات وغيرها من المحتوى الممول: إذ تستخدم إدارة الموقعين المعلومات المتوفرة لديهم عن المستخدم؛ لتحديد الإعلانات والعروض وغيرها من المحتوى الممول الذي تعرضه عليه، وإضفاء طابع شخصي عليها.

-توفير خدمات القياس والتحليلات وغيرها من خدمات الأنشطة التجارية: إذ تستخدم إدارة الموقعين المعلومات المتوفرة لديها عن المستخدم بما في ذلك نشاطه خارج الموقع (مثل: مواقع الويب التي يزورها، والإعلانات التي يشاهدها)؛ لمساعدة المعلنين وغيرهم من الشركاء في قياس مدى فاعلية إعلاناتهم وخدماتهم، وكيفية توزيعها، إضافة إلى فهم طبيعة وفئات الأشخاص الذين يستخدمون خدماتهم، وكيفية تفاعل الأشخاص مع مواقعهم على الويب، وتطبيقاتهم، وخدماتهم.

-تعزيز السلامة والنزاهة والأمان: تستخدم إدارة الموقعين المعلومات المتوفرة لديهم عن المستخدم؛ للتحقق من الحسابات والأنشطة المريبة، أو انتهاكات شروط الموقع أو سياساته، ومواجهة السلوكيات الضارة، والمحافظة على نزاهة منتجاتها، ومن أجل اكتشاف حالات احتياج الأشخاص لمساعدتها.

-التواصل مع المستخدم: تستعين إدارة الموقعين بمعلومات المستخدمين المتوفرة لديها في إرسال مراسلات تسويقية إليه، والتواصل معه بخصوص منتجاتها، وإطلاعه على سياساتها وشروطها، وللرد عليه عندما يتواصل معها.

-الأبحاث والابتكار والأعمال الخيرية: تستخدم إدارة الموقعين المعلومات المتوفرة لديها عن المستخدم؛ لإجراء ودعم الأبحاث والابتكارات ذات الصلة بموضوعات تحسين مستوى خدمات التواصل الاجتماعي بوجه عام، والتطوير التكنولوجي، والمصلحة العامة، والصحة والسلامة. على سبيل المثال، تتولى تحليل البيانات المتوفرة لديها، المتعلقة بأنماط الهجرة خلال فترات الكوارث والأزمات؛ للمساعدة في جهود الإغاثة.

مما سبق، يتضح أن إدارات مواقع التواصل الاجتماعي تبرز عملية جمع البيانات التفصيلية عن المستخدم بحجة إضفاء طابع شخصي على الخدمات التي تقدمها له؛

بمعنى أنه من خلال معرفتها الدقيقة بشخصية المستخدم ونشاطاته المختلفة تقدم له المحتوى الذي يهيمه من إعلانات ومناسبات ومجموعات وأخبار تقع ضمن نطاق اهتماماته، هذا من جانب. أما على الجانب الآخر، فقد بررت إدارات تلك المواقع جمعها لمعلومات المستخدمين بحجة تحسين خدماتها، والحفاظ على أمن الموقع من أية انتهاكات، وربما الأمر الأكثر خطورة هو استخدام تلك المعلومات لخدمة طرف ثالث (المعلنين)، وهو ما يمثل انتهاكاً صارخاً لخصوصية معلومات مستخدمي تلك المواقع. وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (Ira Rubinstein & Nathaniel Good, 2012)⁽⁸⁹⁾، التي أكدت أن تصميم إعدادات الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي يهتم بالجانب التجاري والربحي على حساب حماية المستخدم.

***ثالثاً: حق المستخدم في معرفة كيف تشارك مواقع التواصل الاجتماعي المعلومات التي**

تجمعها عنه مع الآخرين:

-التزمت إدارة الموقعين بإعلام المستخدمين بكيفية مشاركتها المعلومات التي تجمعها عنهم مع الآخرين على مستوى العالم، سواء على المستوى الداخلي داخل شركاتها، أو على المستوى الخارجي مع شركائها، ومع أولئك الذين يتواصل معهم المستخدم، ويشارك المحتوى معهم حول العالم. فقد ذكرت إدارة الموقعين أنه "يجوز لإدارة الموقعين نقل معلومات المستخدم أو إرسالها أو تخزينها أو معالجتها داخل الولايات المتحدة أو بلدان أخرى غير البلد الذي يقيم به المستخدم". ووفقاً لما ذكرته إدارة الموقعين "تُعد عمليات نقل البيانات هذه من الأمور الضرورية لتقديم الخدمات الوارد ذكرها، حتى تتمكن إدارة الموقعين من تشغيل خدماتها، وتوفير منتجاتها للمستخدم في جميع أنحاء العالم". وتشارك إدارة الموقعين المعلومات المتوفرة لديها عن المستخدم مع الآخرين من خلال الطرق التالية:

***أولاً: المشاركة على الموقع:** وتشمل ما يلي:

-الأشخاص والحسابات الذين يتواصل معهم المستخدم ويتشارك معهم المحتوى: فعند استخدام المستخدم خدمات الموقع للتواصل مع الأشخاص أو الأنشطة التجارية، يتمكن هؤلاء الأشخاص وأصدقاء المستخدم وتلك الأنشطة التجارية من رؤية المحتوى الذي يرسله المستخدم، ورؤية الإجراءات التي يتخذها على الموقع، بما في ذلك التفاعل مع الإعلانات والمحتوى الممول. كما يسمح الموقعان للحسابات الأخرى برؤية من شاهد قصصهم على فيسبوك أو Instagram Stories.

-المعلومات العامة: يتيح الموقعان لأي شخص رؤية المعلومات العامة الخاصة بالمستخدم سواء كان داخل الموقع أو خارجه، حتى وإن لم يكن يمتلك حساباً لديه، التي تتضمن اسم المستخدم، وأي معلومات يشاركها مع الجمهور العام، والمعلومات المتوفرة في ملفه الشخصي العام، والمحتوى الذي يتشاركه على حسابه، ويمكن كذلك ظهور المعلومات العامة، أو الوصول إليها، أو إعادة مشاركتها، أو تنزيلها عبر خدمات تابعة لجهات خارجية، مثل: محركات البحث، وواجهات API، والوسائط غير المتصلة بالإنترنت مثل التلفزيون، وعبر التطبيقات ومواقع الويب والخدمات الأخرى التي تندمج مع منتجات الموقعين.

-المحتوى الذي يشاركه الآخرون أو يعيدون مشاركته بخصوص المستخدم: يتيح الموقعان للأشخاص الذين يتمكنون من رؤية نشاط المستخدم على الموقعين مشاركته مع آخرين داخل الموقعين وخارجهما، بما في ذلك الأنشطة التجارية والأشخاص الذين لا يندرجون ضمن الجمهور الذي شارك المحتوى معه. على سبيل المثال، عندما ينشر المستخدم منشوراً، أو يرسل رسالة إلى مجموعة محددة من الأصدقاء أو الحسابات، يمكنهم تنزيل ذلك المحتوى، أو تسجيل لقطة شاشة له، أو إعادة مشاركته مع الآخرين عبر الموقعين أو خارجهما. وكذلك عندما يعلق المستخدم على منشور شخص آخر، أو يتفاعل مع المحتوى الذي يقدمه، يظهر تعليقه أو تفاعله لكل شخص يسمح له برؤية المحتوى الذي يقدمه ذلك الشخص. كما يتمكن الأشخاص أيضاً من استخدام منتجات الموقعين لإنشاء محتوى بخصوص المستخدم، ومشاركته مع الجمهور الذي يختارونه. على سبيل المثال، يمكن للأشخاص مشاركة صورة للمستخدم في قصة، أو ذكر اسمه، أو الإشارة إليه في موقع ما في منشور، أو مشاركة معلومات تتعلق به في منشوراتهم أو رسائلهم.

-المعلومات المتعلقة بحالة نشاط المستخدم أو وجوده على منتجات الموقعين: يستطيع الأشخاص ضمن شبكة معارف المستخدم والجهات التي يتواصل معها رؤية إشارات تخبرهم بما إذا كان نشطاً حالياً على إنستجرام أو فيسبوك أم لا، أو آخر مرة استخدم فيها منتجاتهم.

-التطبيقات أو المواقع أو الخدمات الأخرى التابعة لجهات خارجية، التي تستخدم منتجات الموقعين أو تتكامل معها: فعندما يختار المستخدم استخدام تطبيقات أو مواقع أو خدمات أخرى تابعة لجهات خارجية تستخدم منتجات الموقعين أو تتكامل معها، تحصل هذه المواقع أو التطبيقات على معلومات حول المحتوى الذي نشره المستخدم أو شاركه.

على سبيل المثال، عندما يلعب المستخدم لعبة مع أصدقائه على فيسبوك، أو يستخدم أزرار المشاركة أو التعليق من فيسبوك، التي تظهر بأحد مواقع الويب، فيمكن لمطور اللعبة أو موقع الويب الحصول على معلومات نشاطاته في اللعبة، أو يحصل على تعليق أو رابط يفيد بأنه شارك على فيسبوك من موقعه على الويب. وكذلك عندما ينزل المستخدم أو يستخدم تلك الخدمات التابعة لجهة خارجية، يمكنها الوصول إلى ملف المستخدم الشخصي العام على الموقع، وأي معلومات يشاركها معهم.

-وقد أكدت إدارة الموقعين أن "المعلومات التي تُجمع بواسطة الخدمات التابعة لجهات خارجية تخضع لشروطها وسياساتها الخاصة، وليس لسياسة الموقعين"، ونوهوا إلى أنهم بصدد تقييد صلاحية وصول المطورين للبيانات بشكل أكبر؛ لمنع إساءة استخدامها. على سبيل المثال: سيزيلان صلاحية وصول المطورين إلى بيانات المستخدم على فيسبوك وانستجرام في حالة عدم استخدامه تطبيقاتهم خلال 3 أشهر، وسيعملون في الإصدار التالي على تقليل البيانات التي يمكن أن يطلبها أي تطبيق دون الخضوع لعملية مراجعة التطبيق، بحيث تتضمن فقط الاسم، واسم المستخدم على انستجرام، والسيرة الذاتية، وصورة الملف الشخصي، وعنوان البريد الإلكتروني.

-مالك جديد: أعلنت إدارة الموقعين أنه "إذا تغيرت ملكية منتجات الموقعين أو الأصول التابعة لهما كلياً أو جزئياً، أو أُسند التحكم فيها لجهة أخرى، يجوز لهم نقل معلومات المستخدم إلى المالك الجديد".

❖ثانياً: المشاركة مع شركاء تابعين لجهات خارجية:

-وفقاً لما جاء في سياسة الخصوصية على الموقعين "تتعاون إدارة الموقعين مع شركاء تابعين لجهات خارجية يساعدهم في تقديم منتجاتهم وتحسينها، أو يستخدمون أدوات الموقعين للأعمال لتعزيز نمو أنشطتهم التجارية؛ حتى يتمكنوا من إدارة شركاتهم وتوفير خدمات مجانية للجميع في جميع أنحاء العالم"، وقد أكدت إدارة الموقعين أنها تفرض قيوداً صارمة على كيفية استخدام شركائهم البيانات التي يوفرها لهم، وكيفية الإفصاح عنها، وتشمل أنواع الجهات الخارجية التي تُشارك المعلومات معها ما يلي:

-الشركاء الذين يستخدمون خدمات التحليل التي توفرها إدارة الموقعين: توفر إدارة الموقعين إحصاءات ورؤى مجمعة تساعد الأشخاص والأنشطة التجارية على فهم طبيعة تفاعل الأشخاص مع المنشورات وقوائم المعروضات وصفحات ومواقع الفيديو، وغيرها من أنواع المحتوى الأخرى التي يقدمونها عبر منتجات الموقعين أو خارجهما، على سبيل

المثال، يتلقى مسؤولو الصفحات والأنشطة التجارية على الموقعين معلومات بشأن عدد الأشخاص أو الحسابات الذين عرضوا منشوراتهم، أو تفاعلوا معها، أو علقوا عليها، إضافة إلى معلوماتهم الديموغرافية، وغيرها من المعلومات التي تساعدهم على فهم طبيعة التفاعلات مع صفحاتهم أو حساباتهم.

-المعلنون: تُزود إدارة الموقعين المعلنين بتقارير عن أنواع الأشخاص الذين يشاهدون إعلاناتهم، ومستوى أداء إعلاناتهم، وقد أكدوا أنهم "لا يشاركون معهم معلومات تحديد الهوية الشخصية للمستخدم (مثل: اسمه، أو عنوان البريد الإلكتروني الذي يمكن استخدامه بذاته للتواصل معه، أو تحديد شخصيته)، ما لم يمنحهم المستخدم إذنًا بذلك"؛ إذ توفر إدارة الموقعين للمعلنين معلومات عامة حول الخصائص الديموغرافية والاهتمامات (على سبيل المثال: أن الإعلان تمت مشاهدته بواسطة امرأة يتراوح عمرها بين 25 إلى 34 عامًا، وتقيم في القاهرة، وتحب هندسة البرمجيات)؛ لمساعدتهم على فهم طبيعة جمهورهم على نحو أفضل. كما تحدد إدارة الموقعين أيضًا الإعلانات التي نتج عنها قيام المستخدم بعملية شراء، أو اتخاذ إجراء يتعلق بأحد المعلنين.

-شركاء القياس: تشارك إدارة الموقعين المعلومات المتعلقة بالمستخدم مع الشركات التي تجمعها؛ بهدف تقديم تحليلات وتقارير قياس لشركائهم.

-الشركاء الذين يقدمون السلع والخدمات داخل منتجات الموقعين: عندما يشترك المستخدم للحصول على محتوى مميز، أو شراء شيء من أحد البائعين داخل منتجاتهم، يمكن لمنشئ المحتوى أو البائع تلقي معلومات المستخدم العامة، وغيرها من المعلومات التي يشاركها معهم، إضافة إلى المعلومات الضرورية لإكمال المعاملة المالية، بما في ذلك تفاصيل الشحن، وبيانات الاتصال.

-البائعون وموفرو الخدمات: توفر إدارة الموقعين المعلومات والمحتوى إلى البائعين وموفري الخدمات الذين يدعمون عملهم التجاري، مثلما يتم من خلال توفير خدمات البنية الأساسية التقنية، أو تحليل كيفية استخدام منتجاتهم، أو توفير خدمة العملاء، أو تنسيق عمليات الدفع، أو إجراء استطلاعات الرأي.

-الباحثون والأكاديميون: توفر إدارة الموقعين المعلومات والمحتوى أيضًا لشركاء الأبحاث والأكاديميين؛ لإجراء الأبحاث التي من شأنها تحسين البحث العلمي والابتكار الذي يدعم نشاطهم التجاري أو مهمتهم، وكذلك تحسين الاكتشاف والابتكار حول الموضوعات ذات الطبيعة الاجتماعية الخيرية، والتقدم التكنولوجي، والمصلحة العامة، والصحة والسلامة.

-إنفاذ القانون أو المتطلبات القانونية: ذكرت إدارة الموقعين أنها "تصل إلى معلومات المستخدم، وتحفظ بها، وتشاركها مع الجهات التنظيمية أو جهات تنفيذ القانون أو غيرها من الجهات، كالاستجابة لطلب قضائي، مثل: أمر تفتيش، أو أمر محكمة، أو مذكرة استدعاء)، إذا توفر لديهم اعتقاد بحسن نية بأن القانون يحتم عليهم ذلك، وقد يشمل ذلك استجابتهم للطلبات القانونية الواردة من الدوائر القضائية خارج الولايات المتحدة، حينما يتوفر لديهم اعتقاد بحسن نية بأن الاستجابة مطلوبة قانوناً بموجب القوانين المحلية في تلك الدائرة القضائية، التي تسري على المستخدمين ضمن تلك الدائرة القضائية، وتتوافق مع المعايير المعترف بها دولياً. وكذلك عندما يتوفر لديهم اعتقاد بحسن نية بأنه من الضروري اكتشاف الاحتيال ومنعه والتعامل معه، أو الاستخدام غير المصرح به للمنتجات، أو انتهاكات شروطهم، أو سياساتهم، أو أي أنشطة أخرى ضارة أو غير قانونية، أو لحماية أنفسهم (بما في ذلك حقوقهم، أو ممتلكاتهم، أو منتجاتهم)، أو لحماية المستخدم أو الآخرين الذين يتم تضمينهم كجزء من التحقيقات، أو الاستفسارات القانونية، أو لمنع حدوث حالات وفاة أو أضرار جسدية وشيكة".

على سبيل المثال، توفر إدارة الموقعين معلومات لشركاء تابعين لجهات خارجية، وتلقى معلومات منهم بخصوص مدى مصداقية حساب المستخدم؛ لمنع عمليات الاحتيال وإساءة الاستخدام، وغيرها من الأنشطة الضارة داخل منتجاتهم أو خارجها. كما يجوز لإدارة الموقعين الوصول إلى المعلومات التي يتلقونها عن المستخدم (بما في ذلك بيانات المعاملات المالية المتعلقة بعمليات الشراء على فيسبوك)، والاحتفاظ بها لفترة زمنية ممتدة، في حالة النظر في هذه المعلومات من خلال طلب قانوني، أو تحقيق حكومي، أو تحقيقات بشأن الانتهاكات المحتملة للشروط والسياسات الخاصة بهم، أو لمنع الضرر بأي شكل آخر. وتحفظ أيضاً بمعلومات من الحسابات التي عطلت بسبب انتهاكها شروطهم لمدة لا تقل عن عام؛ لمنع تكرار إساءة الاستخدام أو انتهاكات أخرى لشروطهم.

مما سبق، يمكن القول إنه برغم تأكيد إدارة الموقعين نصاً على أنهم "لا يبيعون أي من معلومات المستخدم إلى أي شخص، ولن يحدث هذا مطلقاً". إلا أن ما سبق ينفي ذلك تماماً، ويؤكد حقيقة مؤداها أن معلومات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أشبه بالسلعة التي تُباع وتُشتري؛ إذ تتداولها إدارة تلك المواقع مع طرف ثالث (سواء كان جهات تجارية، أو أكاديمية، أو سلطات قانونية)؛ وذلك بما يخدم مصلحة هذا الطرف الثالث في المقام الأول، بغض النظر عن حق المستخدم في خصوصية معلوماته؛ الأمر الذي

يتوافق مع نتائج دراسة (الأميرة سماح فرج، 2015)⁽⁹⁰⁾، التي عنيت بدراسة توجهات الجمهور المصري نحو ثقافة الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأكدت أن إجابات غالبية الباحثين -من مستخدمي فيسبوك- عبرت عن قناعاتهم ووعيهم التام بكون كل مستخدمي الإنترنت أو حتى الهواتف الذكية مُخترقين بالفعل، وكذلك دراسة (Sylvia Kowalewski & others 2015)⁽⁹¹⁾؛ فقد أكد الباحثون الألمان أنهم لا يملكون حماية بياناتهم الشخصية على تلك المواقع، وأن مسئولية حماية بياناتهم الشخصية تقع على عاتق إدارات هذه المواقع.

رابعاً: حق المستخدم في التحكم بالمعلومات التي تجمعها عنه مواقع التواصل

الاجتماعي:

ذكرت إدارة الموقعين أنهم "يتيحون للمستخدم إمكانية الوصول إلى بياناته، وتصحيحها، ومعالجتها، ومسحها"، وأنهم "يحتفظون بالبيانات إلى أن تصبح غير ضرورية لتقديم خدماتهم ومنتجاتهم، أو إلى أن يُحذف حساب المستخدم، أيهما أولاً. ويتم تحديد ذلك على نحوٍ فردي، ويعتمد على أشياء مثل: طبيعة البيانات، والسبب في تجميعها، ومعالجتها، والمتطلبات القانونية أو التشغيلية ذات الصلة للاحتفاظ بها".

على سبيل المثال، عند البحث عن شيء ما على فيسبوك، يمكن للمستخدم الوصول إلى بيانات ذلك الاستعلام، وحذفها من داخل سجل عمليات البحث الخاصة به في أي وقت، إلا أن سجل البحث نفسه يُحذف بعد 6 أشهر. وإذا قدم المستخدم نسخة من بطاقة هوية صادرة عن جهة حكومية لأغراض التحقق من الحساب، فإن إدارة الموقعين تحذف هذه النسخة بعد مرور 30 يوماً من تاريخ إرسالها.

كما ذكرت إدارة الموقعين أنه عند حذف المستخدم حسابه، فإنهم يحذفون عناصر المحتوى التي نشرها مثل الصور وتحديثات الحالة، ولن يتمكن المستخدم من استعادة تلك المعلومات بعد ذلك، مؤكداً أن "المعلومات التي شاركها الآخرون عن المستخدم لا تمثل جزءاً من حسابه ولا يمكن حذفها".

وأكدت إدارة الموقعين أنها "توفر للمستخدم إمكانية التحكم في من يستطيع رؤية معلوماته والمحتوى الذي يشاركه على الموقع عندما يشارك ويتواصل باستخدام منتجاتهم"; إذ يمكن للمستخدم اختيار الجمهور لما يشاركه. على سبيل المثال، عند النشر على فيسبوك، يمكن للمستخدم تحديد جمهور منشوره (مثل: مجموعة، أو كل أصدقائه، أو العامة، أو مجموعة مخصصة من الأشخاص).

ومما سبق، يتضح أن إدارة الموقعين كفلت للمستخدم الحق في التحكم فيمن يمكن رؤية معلوماته والمحتوي الذي يشاركه عبر الموقعين، ما يمكن وصفه بأنه يحمي خصوصية المستخدم ظاهرياً؛ إذ يحميه من غيره من المستخدمين فقط، في الوقت الذي تجمع فيه إدارة الموقعين معلوماته وبيعه وتداولها مع شركائهم -كما وصفتهم-، وهو ما يفرغ تلك الحماية المزعومة لخصوصية المستخدم من محتواها؛ الأمر الأكثر خطورة، هو احتفاظ إدارة الموقعين بالبيانات التي حذفها المستخدم لمدة زمنية طويلة، وهو ما يؤكد على ضرورة نص القوانين الوضعية بمختلف الدول على ما وصفه (Eugenia Georgiades, 2021)⁽⁹²⁾ بـ"حق النسيان الرقمي"، الذي يكفل للمستخدم حق حذف بياناته من على الموقع نهائياً.

***خامساً: حق المستخدم في مقاضاة مواقع التواصل الاجتماعي في حال انتهاك خصوصية معلوماته:**

-ذكرت إدارة الموقعين أن "موافقة المستخدم على سياسة الخصوصية تتبعها موافقته، وفي حال حدوث نزاع بينه وبينهم، فالفصل في هذا النزاع أمام المحكمة الجزئية الأمريكية في المنطقة الشمالية من ولاية كاليفورنيا، والخضوع للقوانين السارية بها دون مراعاة لتعارض القوانين بين بلد المستخدم".

وهو ما يعني ضياع حق المستخدم في الدفاع عن خصوصية معلوماته، في ظل صعوبة تنفيذ تلك الإجراءات القانونية على أرض الواقع، واختلاف القوانين والثقافات بين الدول العربية والأجنبية، وفقاً لما أكدته دراسة (Lee Bygrave, 2012)⁽⁹³⁾، حول صعوبة تطبيق القوانين المحلية خارج نطاق الإقليم، خاصة فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي؛ نظراً لأن المستخدم قدّم طوعاً معلوماته للموقع، ناهيك عما أكدته الدراسات الميدانية من قلة وعي أغلبية المستخدمين بحقوقهم القانونية، مثل دراستي (عبد الأمير فيصل وإسراء هاشم، 2017)⁽⁹⁴⁾، و(حسن السوداني، 2014)⁽⁹⁵⁾، التي تبين من خلالهما وجود جهل شبه تام لدى أغلبية الباحثين بمفهوم الخصوصية، والقوانين المتعلقة به، وبحقهم في الحصول على تعويضات جراء انتهاك خصوصيتهم.

الخاتمة

استهدفت الدراسة التعرف على مدى الحماية التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي للحق في الخصوصية، وذلك بالتطبيق على موقعي فيسبوك وانستجرام، بالاعتماد على أداة تحليل المضمون الكيفي؛ لتحليل سياسة الخصوصية Privacy policy المُعلنة على الموقعين عينة الدراسة. وقد كشفت نتائج الدراسة عن تشابه سياسة الخصوصية التي تتبعها إدارة الموقعين إلى حد كبير؛ فقد التزمت إدارة موقعي فيسبوك وانستجرام بإعلام المستخدمين بأنواع المعلومات التي تجمعها عنهم، وأوجه استخدامها تلك المعلومات، وكيفية مشاركتها مع الآخرين، فضلاً عن حق المستخدمين في التحكم في المعلومات التي تجمعها عنهم؛ فقد ذكرت إدارة الموقعين أنهم يتيحون للمستخدم إمكانية الوصول إلى بياناته، وتصحيحها، ومعالجتها، ومسحها.

وقد خلصت الدراسة إلى حقيقة مؤداها أن مواقع التواصل الاجتماعي تملكها شركات تجارية خاصة، تقدم كثيراً من الخدمات المجانية، وتجنّي أرباحها من جمع بيانات الأفراد، ثم بيعها إلى طرف ثالث لأغراض مختلفة؛ لذلك تمثل بيانات المستخدم قيمة اقتصادية كبيرة لدى تلك المواقع، وتبرر الشركات المالكة لمواقع التواصل الاجتماعي هذا السلوك أو تلك العملية بكونها تسهم في بقاء استخدام تلك المواقع مجاناً، فقد كشفت النتائج عن كون إعدادات الخصوصية التي توفرها تلك المواقع لا تحمي المستخدم إلا من بقية الأعضاء في الموقع، ولكنها لا تمنع بياناته عن مالكي الخدمة.

علاوة على ذلك، قد تتعرض بيانات المستخدمين الشخصية لتغييرات ديناميكية من حيث الخدمة؛ إذ أن تلك المواقع تحتفظ بالحق في تغيير سياسة الخصوصية دون قيد، وهو ما ينتهك حقاً أصيلاً للأفراد، فضلاً عن الخطر الذي يهدد ملايين المستخدمين في حالة اختراق نظام الأمن الرقمي لتلك المواقع، سواء من الخارج أو من داخل الشركة، ونشر هذه المعلومات، أو بيعها.

ويوجد اعتبار آخر مهم، هو أن تلك المواقع تملك حقوقاً واسعة النطاق في استخدام المحتوى الذي ينشره المستخدم بأي طريقة يريدونها، وللموقع أيضاً حرية نقل هذه الحقوق إلى شركة أخرى. ولن ينتهي حق الموقع في استخدام المحتوى الخاص بالمستخدم إلا بعد أن يحذف المحتوى، أو يحذف حسابه، وبعد أن يتوقف جميع المستخدمين الذين تمت مشاركة المحتوى معهم من التفاعل معه.

الأمر الذي يدعونا هنا لتأكيد انعدام الخصوصية المعلوماتية على مواقع التواصل الاجتماعي، فقد أصبحت المعلومات الشخصية بمثابة العملة الأكثر تداولاً على الإنترنت؛ وكأن المستخدم يدفع من بياناته الشخصية مقابل الخدمة التي يحصل عليها عن طريق الإنترنت. وبعبارة أخرى، تعد عملية نقل المعلومات الشخصية للمستخدمين وتبادلها عن طريق الوسائل الإلكترونية جزءاً من تعاقد يقدم الأفراد بموجبه طواعية معلومات عن أنفسهم وعلاقاتهم، مقابل استخدامهم للسلع والخدمات والمعلومات الرقمية.

وهو ما يثير القلق بشأن انتهاكات الخصوصية التي تسببت فيها هذه المواقع، لاسيما في ظل تأكيد الدراسات الميدانية -التي أُجريت في هذا الصدد- حقيقة أن كثيراً من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي غير مدركين لمخاطر الكشف عن المعلومات الشخصية، واعتادوا على النقر على زر قبول والموافقة على تقديم بياناتهم الشخصية دون أن يبذلوا أي وقت يذكر في قراءة سياسة الخصوصية بالمواقع، التي تكون دائماً طويلة ومعقدة، وبلغت قانونية يصعب على المستخدم فهمها، وهو ما يحمي تلك المواقع من المسؤولية القانونية؛ على افتراض أن المستخدمين كانوا على علم بسياسة الخصوصية، ووافقوا عليها.

وخلاصة القول، أن العبء يقع الآن على المستخدم في حماية خصوصية معلوماته؛ فقد يتوقف الضرر الذي يمكن وقوعه على الأفراد على مقدار مشاركة المستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي، ومقدار المعلومات التي يكون على استعداد لتقاسمها مع الآخرين. ويبقى السؤال مطروحاً، هل يضحى المستخدم بالخدمات التي تقدمها هذه المواقع مقابل الحفاظ على خصوصيته؟ الجواب على هذا التساؤل أمر شخصي. وفي رأبي، أنه ليس على المستخدم أن يضحى بالمميزات التي تقدمها له تلك المواقع، لكن في المقابل عليه التحكم بما يعرضه عليها؛ بما يجنبه عواقب كشف واختراق هذه المعلومات.

التوصيات:

انطلاقاً مما سبق، توصي الباحثة بضرورة تطبيق عدد من التوصيات التي ربما تسهم في تحقيق قدر أكبر من حماية الحق في الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتتلخص في:

-التوعية المجتمعية بمخاطر انتهاك الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تنظيم ورش عمل وندوات ولقاءات جماهيرية في هذا الصدد. وأن يكون ذلك في ظل سياسة إعلامية تسعى لتبنيه الجمهور وتوعيته بحقوقه، وبطرق التعامل مع الشركات

والجهات التي تجمع معلومات عنهم، وبضرورة الاطلاع المستمر على سياسات الخصوصية، مع تكتيل الرأي العام وراء هذه القضية، والضغط الدائم على إدارات مواقع التواصل الاجتماعي؛ سعياً لإجبارهم على احترام الحق في الخصوصية.

-إدراج منهج تعليمي حول (التربية الإعلامية الرقمية) في المدارس والجامعات يختص بكيفية التعامل مع الإعلام الرقمي الجديد.

-حث الحكومات على سن قانون لحماية الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي، ووضع ميثاق دولي يضع معايير وضوابط تنظم عمل تلك المواقع تحت إشراف المنظمة الدولية للاتصالات السلكية واللاسلكية والمنظمات الإعلامية الدولية، دون المساس بحرية التعبير والميزات الإيجابية للإعلام الرقمي الجديد.

المراجع

- 1) Alan Westin "Privacy and Freedom", New York: Athenum, 1967, p166.
- 2) Arthur Miller "The Assault on Privacy", Michigan: University of Michigan Press, 1971, p320.
- 3) David Flaherty "Protecting Privacy in Surveillance Societies: The Federal Republic of Germany, Sweden, France, Canada and the United States", Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1989, P483.
- 4) Samuel Warren & Louis Brandeis "Harvard Law Review", Vol.IV, No.5, 1890, p193, Available at: www.cs.cornell.edu
- 5) اليونيسكو، "خصوصية الإنترنت وحرية التعبير: دراسة استقصائية عالمية"، (باريس: منظمة الأمم المتحدة، 2013)، ص8، متاح على: <https://unesdoc.unesco.org>
- 6) Daniel Solove "Understanding Privacy", London: Harvard University Press, 2008.
- 7) سوزان عدنان، "انتهاك حرمة الحياة الخاصة عبر الإنترنت: دراسة مقارنة"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، مج 29، ع 3، 2013، ص441.
- 8) المرجع السابق نفسه، ص282.
- 9) مفوضية الأمم المتحدة السامية لحقوق الإنسان، "الحق في الخصوصية في العصر الرقمي"، (نيويورك: الأمم المتحدة، 2014)، ص6، متاح على: www.ohchr.org
- 10) سوزان عدنان، مرجع سابق، ص439.
- 11) السيد بخيت، "الإنترنت: كوسيلة اتصال جديدة"، ط2، (العين: دار الكتاب الجامعي، 2010)، ص103.
- 12) اليونيسكو، مرجع سابق، ص8.
- 13) سوزان عدنان، مرجع سابق، ص433.
- 14) سارة الشريف، "خصوصية البيانات الرقمية"، (القاهرة: مركز دعم لتقنية المعلومات، 2014)، ص4.
- 15) جلال الدين زيادة، "العلاقة بين الإعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي: الخصوصية والمهنية"، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكاليات الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2015، ص17.

16) Reuters, **Obama warns teens of perils of Facebook**, 8 September 2009, Available at: www.reuters.com

17) مفوضية الأمم المتحدة السامية لحقوق الإنسان، مرجع سابق.
18) كريم عاطف، "الخصوصية الرقمية بين الانتهاك والغياب التشريعي"، (القاهرة: مركز دعم تقنية المعلومات، 2013)، ص2.

19) The Electronic Frontier Foundation "**Know Your Rights**", San Francisco, 2014, Available at: www.eff.org

20) Sophie Boerman et. al. "Exploring Motivations for Online Privacy Protection Behavior: Insights From Panel Data", **Communication Research**, Vol.48, Iss.7, 2018, p953, Available at: <https://journals.sagepub.com>

21) Ayesha Shahid & Umair Abdulla "Privacy threats on social networking websites", **Foundation University Journal of Engineering and Applied Sciences**, Vol.2, No.1, 2021, Available at: www.researchgate.net

22) Hyang-Sook Kim "What drives you to check in on Facebook?: Motivations, privacy concerns, and mobile phone involvement for location-based information sharing", **Computers in Human Behavior** 54, 2016, p397, Available at: www.researchgate.net

23) الأميرة سماح فرج، "ثقافة الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين مزايا الإفصاح عن الذات ومخاطره: دراسة في توجهات الجمهور العام المصري"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مج 14، ع1، 2015، ص111.

24) Sylvia Kowalewski et. al. "Like us on Facebook!: Analyzing user preferences regarding privacy settings in Germany", **6th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics**, 2015, Available at: www.sciencedirect.com

25) Vaibhav Garg et. al. "The Privacy Paradox: A Facebook case study", **Journal of Privacy and Confidentiality**, 2014, Available at: www.researchgate.net

26) James Lawler & John Molluzzo "A Study of the Perceptions of Students on Privacy and Security on Social Networking Sites (SNS) on the Internet", **Journal of Information Systems Applied Research** 3(12), 2010, Available at: <http://jisar.org/>

27) Balachander Krishnamurthy & Craig Wills "**Characterizing Privacy in Online Social Networks**", Proceedings of the first workshop on Online social networks, New York, 2008, p37, Available at: www.researchgate.net

28) Tatjana Taraszow et. al. "Disclosure of personal and contact information by young people in social networking sites: An analysis using Facebook™ profiles as an example", **International Journal of Media and Cultural Politics**, Vol.6(1), 2010, p81, Available at: www.sfu.ca/

29) Zainab Ibrahim et. al. "Privacy Settings on Facebook: Their Roles and Importance", **International Conference on Green Computing and Communications**, 2012, Available at: www.academia.edu

- 30) Frank Nagle & Lisa Singh “Can friends be trusted?: Exploring privacy in online social networks”, **International Conference on Advances in Social Network Analysis and Mining**, 2009, Available at: www.researchgate.net
- 31) Virpi Tuunainen et. al. “Users’ Awareness of Privacy on Online Social Networking Sites Case Facebook”, **The 22nd Bled eConference**, Slovenia, 2009, Available at: www.researchgate.net
- 32) Arafatur Rahaman & Shafayet Ullah “Exploration of influencing factors that effecting Facebook privacy awareness on Bangladeshi undergraduate university student’s”, **International Journal of Scientific & Technology Research**, Vol.2, Iss.6, 2013, p163, Available at: www.researchgate.net
- 33) Esmir Demaj “Facebook related privacy issues; perception and awareness among Albanian users”, **Journal of Educational and Social Research**, Vol.2(6), 2012, Available at: <https://papers.ssrn.com>
- 34) David Houghton & Adam Joinson “Privacy, Social Network Sites, and Social Relations”, **Journal of Technology in Human Services** 28(1-2), 2010, p74-94, Available at: www.researchgate.net
- 35) Joanna MacDonald et. al. “Privacy, professionalism and Facebook: a dilemma for young doctors”, **Medical Education** 44, 2010, p805, Available at: <https://www.cs.duke.edu/>
- 36) عبد الأمير الفيصل، وإسراء هاشم، "انتهاك الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي"، **مجلة الباحث الإعلامي**، ع36، 2017، ص213، متاح على: www.researchgate.net
- 37) حسن السوداني، "تكنولوجيا الإعلام الجديد وانتهاك الحق في الخصوصية"، **دفاقر السياسة والقانون**، ع11، 2014، ص213، متاح على: <https://dspace.univ-ouargla.dz/>
- 38) توفيق برهوم، وآخرون، "تحسين حماية الخصوصية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية في قطاع غزة من خلال التوعية الأمنية والتقنية"، **مجلة جامعة الأزهر غزة، سلسلة العلوم الطبيعية**، مج16، ع1، 2014، ص69، متاح على: www.alazhar.edu.ps
- 39) Eduardo Gauthier “Brokering friends: Exploring social capital and online privacy of Latin American immigrants on Facebook”, **Master Thesis**, Concordia University, Montreal, 2013, Available at: <https://spectrum.library.concordia.ca/>
- 40) Mariza Georgalou “I make the rules on my wall: Privacy and identity management practices on Facebook”, **Discourse & Communication** 9(6), 2015, Available at: <https://journals.sagepub.com>
- 41) Katherine Strater & Heather Lipford “Strategies and struggles with privacy in an online social networking community”, **Annual Conference on People and Computers: Culture, Creativity, Interaction**, Liverpool, 2008, Available at: www.researchgate.net
- 42) Alessandro Acquisti & Ralph Gross “**Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook**”, Pre-proceedings version. Privacy Enhancing Technologies Workshop (PET), 2006, Available at: www.researchgate.net

- 43) Brady Robards “Randoms in my bedroom: Negotiating privacy and unsolicited contact on social network sites”, **PRISM** 7(3), 2010, Available at: www.academia.edu
- 44) Jeffrey Child & Shawn Starcher “Fuzzy Facebook privacy boundaries: Exploring mediated lurking, vague-booking, and Facebook privacy management”, **Computers in Human Behavior** 54, 2016, p483, Available at: www.sciencedirect.com
- 45) Low Soo Yong “Awareness of invasion of privacy on social networking site among youth in Malaysia: A case study of Facebook”, **Master Thesis**, Universiti Tunku Abdul Rahman, Faculty of Art and Social Science, 2011, Available at: <http://eprints.utar.edu>
- 46) Joshua Fogel & Elham Nehmad “Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns”, **Computers in Human Behavior** 25, 2009, p153, Available at: www.sciencedirect.com
- 47) Grant Blank et. al. “A New Privacy Paradox: Young people and privacy on social network sites”, **The Annual Meeting of the American Sociological Association**, San Francisco, 2014, Available at: www.researchgate.net
- 48) Emily Christofides et. al. “Hey Mom, What’s on Your Facebook?: Comparing Facebook Disclosure and Privacy in Adolescents and Adults”, **Social Psychological and Personality Science**, 2011, Available at: <http://spp.sagepub.com>
- 49) Bryan Bubulka “Facebook sharing habits and its effect on personal privacy”, **Master Thesis**, Southern Illinois University, Carbondale, 2012, Available at: <http://opensiuc.lib.siu.edu/>
- 50) Katherina Glac et. al. “Areas of Privacy in Facebook: Expectations and value”, **Business and Professional Ethics Journal** 33(2/3), 2014, p147, Available at: www.researchgate.net
- 51) Mustafa Oz “Changes in use and perception of privacy: Exploring differences between heavy and light users of Facebook”, **Master Thesis**, The University of Texas at Austin, 2012, Available at: www.researchgate.net
- 52) Danah Boyd & Eszter Hargittai “Facebook privacy settings : Who cares?”, **First Monday**, Vol.15, No.8, 2010, Available at: <http://firstmonday.org/>
- 53) Sathasivam Mathiyalakan et. al. “Facebook Privacy Attitudes: A Comparison of Two Minority Groups”, **International Journal for Innovation Education and Research**, Vol.2(11), 2014, p42, Available at: www.ijer.net
- 54) Radim Cermak et. al. “**Analysis of Facebook Privacy Settings of Young People With an Emphasis on Czech Republic and France**”, The Proceedings of the European Conference on Social Media, University of Brighton, 2014, Available at: www.researchgate.net
- 55) Maritza Johnson “Toward Usable Access Control for End-users: A Case Study of Facebook Privacy Settings”, **Doctoral thesis**, Columbia University, 2012, Available at: <https://academiccommons.columbia.edu>

- 56) Deirdre O'Brien & Ann Torres "Social Networking and Online Privacy: Facebook Users' Perceptions", **Irish Journal Of Management** 31(2), 2012, p63, Available at: www.researchgate.net
- 57) Nicole Cohen & Leslie Shade "Gendering Facebook: Privacy and commodification", **Feminist Media Studies** 8(2), 2008, p210, Available at: www.media-action-media.com
- 58) Kevin Lewis et. al. "The Taste for Privacy: An analysis of college student privacy settings in an online social network", **Journal of Computer-Mediated Communication** 14, 2008, p79, Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com>
- 59) Katherine Bies "Negotiating online privacy boundaries: Self-revelation in the Facebook generation", **Sanford Journal of Public Policy**, Vol.4, 2013, p47, Available at: <http://sites.duke.edu/sjpp/>
- 60) Chris Sumner et. al. "**Determining personality traits & privacy concerns from Facebook activity**", Black Hat Briefings'11, Abu Dhabi, 2011, Available at: <https://media.blackhat.com/>
- 61) Alyson Young & Anabel Quan-Haase "**Information Revelation and Internet Privacy Concerns on Social Network Sites: A case study of Facebook**", C&T'09, University Park, Pennsylvania, 2009, p265, Available at: www.academia.edu
- 62) Bernhard Debatin et. al. "Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences", **Journal of Computer-Mediated Communication** 15, 2009, p83, Available at: <https://academic.oup.com/jcmc/>
- 63) Catherine Dwyer et. al. "Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace", Proceedings of **The Thirteenth Americas Conference on Information Systems**, Keystone, 2007, Available at: www.researchgate.net
- 64) Sagee Sethu & Devika Ramachandran "Limiting the Social Media's Encroachment into a Person's Right to Privacy", **Global Media Journal**, Vol.3, Iss.3, 2021, Available at: <https://amityuniversity.ae>
- 65) Eugenia Georgiades "**A Right That Should've Been: Protection of Personal Images on the Internet**", The Law Review of the Franklin Pierce Center for Intellectual Property 61 IDEA, Vol.61, No.2, 2021, Available at: <https://law.unh.edu>
- 66) محمد المعداوي، "حماية الخصوصية المعلوماتية للمستخدم عبر شبكات مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة مقارنة"، **مجلة كلية الشريعة والقانون بطنطا، جامعة الأزهر**، مج33، ع4، 2018، ص1926، متاح على: https://mksq.journals.ekb.eg/article_30623.html
- 67) محمد القحطاني، "حماية الخصوصية الشخصية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تأصيلية مقارنة"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 2015.
- 68) مفوضية الأمم المتحدة السامية لحقوق الإنسان، **مرجع سابق**.
- 69) سارة الشريف، **مرجع سابق**.
- 70) صفية بشتان، **الحماية القانونية للحياة الخاصة: دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2012.

- 71) عاقل فضية، "الحماية القانونية للحق في حرمة الحياة الخاصة: دراسة مقارنة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإخوة منتوري، كلية الحقوق، قسنطينة، 2012.
- 72) Lee Bygrave "Legal and privacy challenges of social networking sites", **Doctoral thesis**, University of Oslo, Faculty of Law, 2012, Available at: www.datatilsynet.no/
- 73) منصور السلمي، "المسؤولية المدنية لانتهاك الخصوصية في نظام مكافحة جرائم المعلوماتية السعودي: دراسة تأصيلية مقارنة"، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 2010.
- 74) السيد بخيت، مرجع سابق.
- 75) علي الوهبي، "الحماية الجنائية للحياة الخاصة للإنسان في الشريعة الإسلامية والقوانين الوضعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 2001.
- 76) Ankit Jain et. al. "Online social networks security and privacy: comprehensive review and analysis", **Complex & Intelligent Systems** 7, 2021, pp 2157–2177, Available at: <https://link.springer.com>
- 77) Ali Altalbe & Faris Kateb "Assuring enhanced privacy violation detection model for social networks", **International Journal of Intelligent Computing and Cybernetics**, Vol.14, 2021, Available at: www.emerald.com
- 78) Salah Bindahman & Nasriah Zakaria "Comparative Study on Access Control Models for Privacy Preservation", **International Journal of Computer Science and Information Security**, Vol.11, No.5, 2013, p24, Available at: www.academia.edu/
- 79) Ira Rubinstein & Nathaniel Good "Privacy by design: A Counterfactual analysis of Google and Facebook privacy Incidents", **Berkeley Technology Law Journal** ,Vol.28, 2012, p1333, Available at: http://lsr.nellco.org/nyu_plltwp/347
- 80) Kapil Singh et. al. "xBook: Redesigning Privacy Control in Social Networking Platforms", **18th USENIX Security Symposium**, 2009, p249, Available at: www.researchgate.net
- 81) Matthew Lucas & Nikita Borisov "flyByNight: Mitigating the Privacy Risks of Social Networking", WPES'08, Virginia, 2008, Available at: www.academia.edu/
- 82) Alan Westin, **Op. cit.**
- 83) فيسبوك، "سياسة الخصوصية"، 2021، متاح على: www.facebook.com/privacy/explanation
- 84) انستجرام، "سياسة الخصوصية"، 2021، متاح على: <https://help.instagram.com/519522125107875>
- 36) Data Reportal "Digital 2021: Egypt", 2021, Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-egypt>
- (*أسماء الأساتذة المحكمين حسب الترتيب الأبجدي:
- أ.د/ السيد بخيت- أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة وجامعة زايد بالإمارات.
- أ.د/ رضا أمين- أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام جامعة الأزهر.
- أ.د/ عزة عبد العزيز- أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام جامعة فاروس.
- أ.د/ مها عبد المجيد- خبير أول بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية وأستاذ مشارك بجامعة عجمان بالإمارات.
- أ.د/ وائل إسماعيل عبد الباري- أستاذ الإعلام بكلية البنات جامعة عين شمس.

- أ.م. د/ أحمد سمير عبد الغني- أستاذ مساعد الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة الأزهر.
أ.م. د/ الأميرة سماح فرج- أستاذ مساعد الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 86) James Lawler & John Molluzzo, **Op. cit.**
- 87) Balachander Krishnamurthy & Craig Wills, **Op. cit.**
- 88) محمد المعداوي، مرجع سابق.
- 89) Ira Rubinstein & Nathaniel Good, **Op. cit.**
- 90) الأميرة سماح فرج، مرجع سابق.
- 91) Sylvia Kowalewskin et. al., **Op. cit.**
- 92) Eugenia Georgiades, **Op. cit.**
- 93) Lee Bygrave, **Op. cit.**
- 94) عبد الأمير الفيصل، وإسراء هاشم، مرجع سابق.
- 95) حسن السوداني، مرجع سابق.

References

-) Alan Westin “**Privacy and Freedom**”, New York: Athenum, 1967, p166.
- Arthur Miller “**The Assault on Privacy**”, Michigan: University of Michigan Press, 1971, p320.
- David Flaherty “**Protecting Privacy in Surveillance Societies: The Federal Republic of Germany, Sweden, France, Canada and the United States**”, Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1989, P483.
- Samuel Warren & Louis Brandeis “**Harvard Law Review**” ,Vol.IV, No.5, 1890, p193, Avialable at: www.cs.cornell.edu
- <https://unesdoc.unesco.org>
- Daniel Solove “**Understanding Privacy**”, London: Harvard University Press,2008.
- Adnan, S. (2013). "aintihak hurmat alhayaat alkhayat eabr al'iintirnti: dirasat muqaranati" , majalat jamieat dimashq lileulum alaiqtisadiat walqanuniati, 29(3), 441.
- www.ohchr.org
- Bakhit, A. (2010). “The Internet: A New Communication”, 2nd Edition, (Al-Ain: Dar Al-Kitab Al-Jami), 103.
- Al-Sharif, S. (2014) “"khsusiat albayanat alraqamiati" , (Alqahira: markaz daem litiqniat almaelumati), 4.
- Ziadat , J. (2015). "alealaqat bayn al'ielam altaqlidii washabakat altawasul alaijtimaeii: alkhususiat walmihniati", mutamar wasayil altawasul alaijtimaeii: altatbiqat wal'iishkaliaat alaijtimaeiati, jamieat Al'iimam Muhammad bin Sueud Al'iislamia, 17.
- Reuters, **Obama warns teens of perils of Facebook**, 8 September 2009, Avialable at: www.reuters.com
- Aatif, K. (2013). "alkhususiat alraqamiat bayn aliantihak walghiyab altashrieii", (Alqahira: markaz daem tiqniat almaelumati), 2.
- The Electronic Frontier Foundation “**Know Your Rights**”, San Francisco, 2014, Avialable at: www.eff.org
- Sophie Boerman et. al. “Exploring Motivations for Online Privacy Protection Behavior: Insights From Panel Data”, **Communication Research**, Vol.48, Iss.7, 2018, p953, Available at: <https://journals.sagepub.com>
- Ayesha Shahid & Umair Abdulla “Privacy threats on social networking websites”, **Foundation University Journal of Engineering and Applied Sciences**, Vol.2, No.1, 2021, Available at: www.researchgate.net
- Hyang-Sook Kim “What drives you to check in on Facebook?: Motivations, privacy concerns, and mobile phone involvement for location-based information sharing”, **Computers in Human Behavior** 54, 2016, p397, Avialable at: www.researchgate.net
- Farj, A. (2015). "thaqafat alkhususiat eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii bayn mazaya al'iifsah ean aldhaat wamakhatiraha: dirasatan fi tawajuh aljumhur aleami Almisrii", almajalat almisriat libuhuth alraay aleama, 14(1), 111.
- Sylvia Kowalewski et. al. “Like us on Facebook!: Analyzing user preferences regarding privacy settings in Germany”, **6th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics**, 2015, Avialable at: www.sciencedirect.com

- Vaibhav Garg et. al. "The Privacy Paradox: A Facebook case study", **Journal of Privacy and Condentiality**, 2014, Avialable at: www.researchgate.net
- James Lawler & John Molluzzo "A Study of the Perceptions of Students on Privacy and Security on Social Networking Sites (SNS) on the Internet", **Journal of Information Systems Applied Research** 3(12), 2010, Avialable at: <http://jisar.org/>
- Balachander Krishnamurthy & Craig Wills "**Characterizing Privacy in Online Social Networks**", Proceedings of the first workshop on Online social networks, New York, 2008, p37, Avialable at: www.researchgate.net
- Tatjana Taraszow et. al. "Disclosure of personal and contact information by young people in social networking sites: An analysis using Facebook™ profiles as an example", **International Journal of Media and Cultural Politics**, Vol.6(1), 2010, p81, Available at: www.sfu.ca/
- Zainab Ibrahim et. al. "Privacy Settings on Facebook: Their Roles and Importance", **International Conference on Green Computing and Communications**, 2012, Avialable at: www.academia.edu
- Frank Nagle & Lisa Singh "Can friends be trusted?: Exploring privacy in online social networks", **International Conference on Advances in Social Network Analysis and Mining**, 2009, Available at: www.researchgate.net
- Virpi Tuunainen et. al. "Users' Awareness of Privacy on Online Social Networking Sites Case Facebook", **The 22nd Bled eConference**, Slovenia, 2009, Avialable at: www.researchgate.net
- Arafatur Rahaman & Shafayet Ullah "Exploration of influencing factors that effecting Facebook privacy awareness on Bangladeshi undergraduate university student's", **International Journal of Scientific & Technology Research**, Vol.2, Iss.6, 2013, p163, Avialable at: www.researchgate.net
- Esmir Demaj "Facebook related privacy issues; perception and awareness among Albanian users", **Journal of Educational and Social Research**, Vol.2(6), 2012, Avialable at: <https://papers.ssrn.com>
- David Houghton & Adam Joinson "Privacy, Social Network Sites, and Social Relations", **Journal of Technology in Human Services** 28(1-2), 2010, p74-94, Available at: www.researchgate.net
- Joanna MacDonald et. al. "Privacy, professionalism and Facebook: a dilemma for young doctors", **Medical Education** 44, 2010, p805, Avialable at: <https://www.cs.duke.edu/>
- Alfaysal, A., Hashim, E. (2017). wa'iisra', "antihak alkhususiat fi mawaqie altawasul aliajtimaeii", majalat albahith al'ielami, 36, 213
- Alsuwdani, H. (2014). "tiknuluja al'ielam aljadid wantihak alhaqi fi alkhususiat", dafatir alsiyasat walqanuni, 11.
- Barhoum, T. (2014). "tahsin himayat alkhususiat limustakhdimi alshabakat aliajtimaeiat fi qitae Ghaza min khilal altaweiat al'amniat waltaqniati", majalat jamieat al'azhar ghazati, silsilat aleulum altabieiat, 16(1), 69.

- Eduardo Gauthier “Brokering friends: Exploring social capital and online privacy of Latin American immigrants on Facebook”, **Master Thesis**, Concordia University, Montreal, 2013, Available at: <https://spectrum.library.concordia.ca/>
- Mariza Georgalou “I make the rules on my wall: Privacy and identity management practices on Facebook”, **Discourse & Communication** 9(6), 2015, Available at: <https://journals.sagepub.com>
- Katherine Strater & Heather Lipford “Strategies and struggles with privacy in an online social networking community”, **Annual Conference on People and Computers: Culture, Creativity, Interaction**, Liverpool, 2008, Available at: www.researchgate.net
- Alessandro Acquisti & Ralph Gross “**Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook**”, Pre-proceedings version. Privacy Enhancing Technologies Workshop (PET), 2006, Available at: www.researchgate.net
- Brady Robards “Randoms in my bedroom: Negotiating privacy and unsolicited contact on social network sites”, **PRISM** 7(3), 2010, Available at: www.academia.edu
- Jeffrey Child & Shawn Starcher “Fuzzy Facebook privacy boundaries: Exploring mediated lurking, vague-booking, and Facebook privacy management”, **Computers in Human Behavior** 54, 2016, p483, Available at: www.sciencedirect.com
- Low Soo Yong “Awareness of invasion of privacy on social networking site among youth in Malaysia: A case study of Facebook”, **Master Thesis**, Universiti Tunku Abdul Rahman, Faculty of Art and Social Science, 2011, Available at: <http://eprints.utar.edu>
- Joshua Fogel & Elham Nehmad “Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns”, **Computers in Human Behavior** 25, 2009, p153, Available at: www.sciencedirect.com
- Grant Blank et. al. “A New Privacy Paradox: Young people and privacy on social network sites”, **The Annual Meeting of the American Sociological Association**, San Francisco, 2014, Available at: www.researchgate.net
- Emily Christofides et. al. “Hey Mom, What’s on Your Facebook?: Comparing Facebook Disclosure and Privacy in Adolescents and Adults”, **Social Psychological and Personality Science**, 2011, Available at: <http://spp.sagepub.com>
- Bryan Bubulka “Facebook sharing habits and its effect on personal privacy”, **Master Thesis**, Southern Illinois University, Carbondale, 2012, Available at: <http://opensiuc.lib.siu.edu/>
- Katherina Glac et. al. “Areas of Privacy in Facebook: Expectations and value”, **Business and Professional Ethics Journal** 33(2/3), 2014, p147, Available at: www.researchgate.net
- Mustafa Oz “Changes in use and perception of privacy: Exploring differences between heavy and light users of Facebook”, **Master Thesis**, The University of Texas at Austin, 2012, Available at: www.researchgate.net
- Danah Boyd & Eszter Hargittai “Facebook privacy settings : Who cares?”, **First Monday**, Vol.15, No.8, 2010, Available at: <http://firstmonday.org/>

- Sathasivam Mathiyalakan et. al. "Facebook Privacy Attitudes: A Comparison of Two Minority Groups", **International Journal for Innovation Education and Research**, Vol.2(11), 2014, p42, Available at: www.ijer.net
- Radim Cermak et. al. "**Analysis of Facebook Privacy Settings of Young People With an Emphasis on Czech Republic and France**", The Proceedings of the European Conference on Social Media, University of Brighton, 2014, Available at: www.researchgate.net
- Maritza Johnson "Toward Usable Access Control for End-users: A Case Study of Facebook Privacy Settings", **Doctoral thesis**, Columbia University, 2012, Available at: <https://academiccommons.columbia.edu>
- Deirdre O'Brien & Ann Torres "Social Networking and Online Privacy: Facebook Users' Perceptions", **Irish Journal Of Management** 31(2), 2012, p63, Available at: www.researchgate.net
- Nicole Cohen & Leslie Shade "Gendering Facebook: Privacy and commodification", **Feminist Media Studies** 8(2), 2008, p210, Available at: www.media-action-media.com
- Kevin Lewis et. al. "The Taste for Privacy: An analysis of college student privacy settings in an online social network", **Journal of Computer-Mediated Communication** 14, 2008, p79, Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com>
- Katherine Bies "Negotiating online privacy boundaries: Self-revelation in the Facebook generation", **Sanford Journal of Public Policy**, Vol.4, 2013, p47, Available at: <http://sites.duke.edu/sjpp/>
- Chris Sumner et. al. "**Determining personality traits & privacy concerns from Facebook activity**", Black Hat Briefings'11, Abu Dhabi, 2011, Available at: <https://media.blackhat.com/>
- Alyson Young & Anabel Quan-Haase "**Information Revelation and Internet Privacy Concerns on Social Network Sites: A case study of Facebook**", C&T'09, University Park, Pennsylvania, 2009, p265, Available at: www.academia.edu
- Bernhard Debatin et. al. "Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences", **Journal of Computer-Mediated Communication** 15, 2009, p83, Available at: <https://academic.oup.com/jcmc/>
- Catherine Dwyer et. al. "Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace", Proceedings of **The Thirteenth Americas Conference on Information Systems**, Keystone, 2007, Available at: www.researchgate.net
- Sagee Sethu & Devika Ramachandran "Limiting the Social Media's Encroachment into a Person's Right to Privacy", **Global Media Journal**, Vol.3, Iss.3, 2021, Available at: <https://amityuniversity.ae>
- Eugenia Georgiades "**A Right That Should've Been: Protection of Personal Images on the Internet**", The Law Review of the Franklin Pierce Center for Intellectual Property 61 IDEA, Vol.61, No.2, 2021, Available at: <https://law.unh.edu>

-Almieadawi, M. (2018). "himayat alkhususiat almaelumatiat lilmustakhdim eabr shabakat mawaqie altawasul alajtimaieii: dirasat muqaranati", majalat kuliyyat alsharieat walqanun bitanta, jamieat Al'azhar, 33(4)., 1926

- Alqahtani, M. (2015). "himayat alkhususiat alshakhshiat limustakhdimi mawaqie altawasul alajtimaieii: dirasatan tasiliat muqaranati", risalat majistir ghayr manshuratin, 'akadimiati Nayif alarabiati lileulum al'amniati.

-Bishatin, S. (2012). alhimayat alqanuniati lilhayaat alkhassati: dirasat muqaranati, risalat dukturah ghayr manshuratin, jamieat Mawluud Maemari, kuliyyat alhuquq waleulum alsiyasiati.

-Fadela, A. (2012). "alhimayat alqanuniati lilhaqi fi hurmat alhayaat alkhassati: dirasat muqaranati", risalat dukturah ghayr manshuratin, jamieat Al'iikhwa Minturi, kuliyyat alhuquqi, Qasntinat.

- Lee Bygrave "Legal and privacy challenges of social networking sites", **Doctoral thesis**, University of Oslo, Faculty of Law, 2012, Available at: www.datatilsynet.no/

- منصور السلمي، "المسؤولية المدنية لانتهاك الخصوصية في نظام مكافحة جرائم المعلوماتية السعودي: دراسة تأصيلية مقارنة"، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 2010.

- علي الوهيبي، "الحماية الجنائية للحياة الخاصة للإنسان في الشريعة الإسلامية والقوانين الوضعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 2001.

- Ankit Jain et. al. "Online social networks security and privacy: comprehensive review and analysis", **Complex & Intelligent Systems** 7, 2021, pp 2157–2177, Available at: <https://link.springer.com>

- Ali Altalbe & Faris Kateb "Assuring enhanced privacy violation detection model for social networks", **International Journal of Intelligent Computing and Cybernetics**, Vol.14, 2021, Available at: www.emerald.com

-Salah Bindahman & Nasriah Zakaria "Comparative Study on Access Control Models for Privacy Preservation", **International Journal of Computer Science and Information Security**, Vol.11, No.5, 2013, p24, Available at: www.academia.edu/

- Ira Rubinstein & Nathaniel Good "Privacy by design: A Counterfactual analysis of Google and Facebook privacy Incidents", **Berkeley Technology Law Journal** ,Vol.28, 2012, p1333, Available at: http://lsr.nellco.org/nyu_plltwp/347

95) Kapil Singh et. al. "xBook: Redesigning Privacy Control in Social Networking Platforms", **18th USENIX Security Symposium**, 2009, p249, Available at: www.researchgate.net

- Matthew Lucas & Nikita Borisov "**flyByNight: Mitigating the Privacy Risks of Social Networking**", WPES'08, Virginia, 2008, Available at: www.academia.edu/

- www.facebook.com/privacy/explanation

- <https://help.instagram.com/519522125107875>

-Data Reportal "**Digital 2021: Egypt**", 2021, Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-egypt>

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Mohamed Elmahasawy

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

● Issue 60 January 2022 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition» 9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.