

القيم التعويضية للخصوصية في الفضاءات الافتراضية

Compensatory values for privacy in virtual spaces

أوسامة عمر*

¹جامعة سيدي بلعباس (الجزائر)، oussama.omar@univ-sba.dz

Omar Oussama *

¹ University of Sidi Bel Abbes (Algeria)

تاريخ الاستلام: 2021/07/28 تاريخ القبول: 2022/03/09 تاريخ النشر: 2022/04/15

ملخص:

تناقش هذه الورقة البحثية المفارقة التي جعلت من الخصوصية موضوعا صالحا للنظر والمسألة العلمية وذلك بالتركيز أولا على التناقضات التي تحدث على مستوى الاستخدام للفضاءات الافتراضية وتعمل ثانيا على إبراز العلاقة الفطرية Diametric Relationship بين الخصوصية من جهة وصعود لفكرة حرية المعلومات من جهة أخرى كما تفتح النقاش لتجادل في كيفية تحلي مستخدمي الشبكات الاجتماعية عن خصوصيتهم طوعا مقابل قيم تعويضية وتوليد أنواع مختلفة من رأس المال (الاجتماعي والثقافي والاقتصادي)، إن هذه الورقة لا تبحث في أصل المفهوم ولا في كرونولوجيا تطوره بل تحاول أن تستعرض وضعها جديدا يتطلب إجابة لمجموعة من الأسئلة الطارئة والتي تم تناولها في عرض هذه الورقة استنادا إلى أداة المقابلة مع عينة من مستخدمي الفضاءات الافتراضية واعتمادا على أسلوب التحليل الموضوعي للبيانات.

الكلمات المتاحية: الخصوصية ، الفضاءات الافتراضية ، القيم التعويضية ، رأس المال (الاجتماعي ، الثقافي ، الاقتصادي).

Abstract:

This research paper discusses the paradox that has made privacy a subject for consideration and the scientific issue. Firstly, by focusing on the contradictions that occur at the level of use of virtual spaces. Secondly, it serves to highlight diametric relationship between privacy on the one hand and the rise of freedom of information on the other. It also opens the discussion to argue how users of social networks voluntarily give up their privacy in exchange for compensatory values and generate different types of capital (social, cultural and economic). The paper does not seek for the origin of the concept or its chronological evolution. Rather, it attempts to review a new situation that requires an answer to a range of emergency questions that were addressed in the presentation of this paper based on the interview tool with a sample of users of virtual spaces and based on thematic analysis methods.

Keywords: Privacy, virtual spaces, Compensatory values, capital (social, cultural, economic).

* المؤلف المرسل.

1- مقدمة:

لطالما كانت الخصوصية مسألة ذات أهمية في مجموعة واسعة من المجالات ، حيث تعتبر هذه الأخيرة من الموضوعات الكلاسيكية ، في الدراسات الإنسانية و الاجتماعية والتي نالت حيزا كبيرا من النقاش و الجدل العلمي في المجتمع الأكاديمي ، هذا الجدل لازال متواصلا خصوصا مع التطور السريع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وزيادة التدفق المعلوماتي وتصدر الفضاءات الافتراضية للمشهد الايكولوجي الرقمي، فقد ارتبطت الخصوصية تقليديا بالجانب المادي والذي يشار إليه بالمكانية فالسكن والأرض والبلد دائما ما عكست هذه الجغرافيات والمجالات خصوصية لدى الأفراد ولكن بعد مرور الوقت حدثت تغيرات وتحولات على ما كان يبدو بعدا سائدا (Steijn & Anton, 2015, p. 618) فالنشاط على شبكة الانترنت قد غير من التصورات اتجاه الخصوصية بالرغم من محافظة هذه الأخيرة على أبعادها ومؤشراتها وملاحظة استقرار واضح لجوهرها.

فقد خلق مشهد النمو الهائل للبيانات قلقا كبيرا حول موضوع الخصوصية فتعددت النقاشات التي جمعت الباحثين من مختلف التخصصات ولم تهدأ، وأبقى تطور التقنيات الجديدة النقاش والجدل قائما خلال القرن العشرين خصوصا مع الصعود الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي وزيادة المشاركة عبر هذه المواقع بشكل كبير الأمر الذي سمح لملايين البشر بإنشاء حسابات ومشاركة معلوماتهم الخاصة مع بعضهم البعض (Solove, 2008, p. 04) فالالاتجاه التصاعدي لعملية التصريح وتبادل المعلومات الشخصية عبر الانترنت بين الشباب (Shin & Hyunjin, 2016, p. 118) كون لدى هؤلاء استعدادا لمشاركة رغباتهم وسلوكياتهم مع جهات مختلفة خصوصا التسويقية منها وجعل لديهم استعدادا لتقديم بيانات ومعلومات أكثر خصوصية مقابل تعويضات تقدم لهم (Carley, Dana, Lisa A., & Joseph F, 2018, p. 601) فبالرغم من استمرار مخاوف الخصوصية فان القرارات الفعلية والسلوكيات الملاحظة لمستخدمي هذه الشبكات ، لا تتوافق والادعاءات الرامية لحماية المعلومات والبيانات الشخصية (Deuker, 2009, p. 276) فالوضعية الجديدة التي نحن ايزائها تضعنا أمام حتمية البحث في مواقف الخصوصية باعتبار هذه الأخيرة سياقية ومحاوله معرفة:

كيف ينظر مستخدمو الشبكات الاجتماعية لمسألة الخصوصية ؟

وما الذي يدفع هؤلاء للتخلي عن خصوصيتهم بتلك السهولة ؟

وما هو المقابل أو التعويض الأكثر حضورا و الذي ينالونه من وراء ذلك ؟

2-مراجعة الأدبيات

2.1 الفضاء الافتراضي وتفسير مفارقة الخصوصية.

2.1.1 المقابضة: لقد أثار ظهور البيانات الضخمة (Big data) مشكلات عديدة أهمها مراقبة واستخدام هذه الأخيرة من قبل أطراف عديدة من مسوقي المنتجات إلى مروجي السياسات وهذا ما طرح مشكل الخصوصية وأعاد قضايا الأمن المعلوماتي إلى الواجهة فقد استعار كل من Smith and Kollars "سميث وكولارز" لوصف هذه التطورات الرقمية مصطلح Michel Foucault "ميشال فوكو"

"Panoptic"* والذي يشير إلى نظام الرقابة الشاملة للمجتمعات (Barth & Menno DT, 2017, pp. 1038-1058)، فهذه الفكرة الطوباوية يبدو أنها قد وجدت طريقاً للتحقق في هذا الفضاء الافتراضي الذي نعيشه ، ففي عالم الشبكة يحيلنا هذا الوصف إلى نظام الكتروني قائم على مفهوم الأثر الرقمي فعلية الولوج إلى المواقع الالكترونية اليوم تلزم مستخدمي الشبكة بالتصريح ببعض معلوماتهم الخاصة إما بالموافقة على شروط الاستخدام أو قبول شروط التتبع (Cookies)، فبالرغم من المعرفة المسبقة لمستخدمي الشبكة أن قبول هذا النوع من الشروط يسمح لأطراف أخرى بمشاركة معلوماتهم ومراقبتهم إلا أنهم يوافقون عليها وفي الكثير من الأحيان لا يكلفون أنفسهم عناء قراءتها لمعرفة خلفياتها و أبعادها ، فهذا التناقض الصارخ بين المواقف المعلنة - والمتتملة في القلق على الخصوصية والرغبة في حمايتها- والسلوكيات الواقعية - والتي تظهر في نشر المعلومات والبيانات الخاصة دون خوف عليها- يفتح المجال لعدد الباحثين للتساؤل عن حقيقة القلق الذي يصيب الأفراد بشأن خصوصيتهم في ظل إرادة كاملة من قبل هؤلاء بنشر بياناتهم الشخصية ومشاركتها، إن القلق الذي يحمله الأفراد ينظر إليه في فلسفة Martin Heidegger "مارتن هايدغر" على أنه انشغال بـ "اليومي" وهو انزلاق للوجود في هوة العدم ، فهو قلق وجودي بينما يراه Jean-Paul Sartre "جون بول سارتر" على أنه انفتاح على كل ممكن دون قيد أو شرط وهو يشير حسبه إلى نوع من الهروبية من القدرة على الاختيار فالحرية في الفضاءات الافتراضية تظهر كمشكلة تواجه الأفراد فتجدهم يهربون ولكن ليس إلى العدم مثلما ذكر "هايدغر" بل إلى الفعل، ولكن أي فعل هذا؟ (عطية، 2011، صفحة 255)

يمكن العثور على رؤية واضحة لهذه النظرة الديالكتيكية في عمل Philipp K. Masur "فيليب. ك. ماسور" والذي يؤكد على أن المستخدمين يسعون باستمرار إلى تحقيق فعل التوازن بين خيارى الإخفاء والإفصاح عن المعلومات وان الخصوصية تعتبر جزءاً من نظام معقد ومتغير للاحتياجات الفردية المختلفة أين يكون فيها المستخدم للفضاءات الافتراضية بحاجة إلى الإفصاح بقدر حاجته للخصوصية (Masur, 2018, p. 89) فتجده يضع هذه الأخيرة في لحظة استدلالية في مقايضة قائمة على التنازل عن ميزة من أجل الحصول على أخرى دون تقييم لعواقب هذا القرار. (Zafeiropoulou, David E, Craig, & Kieron, 2013, p. 464) إبراز هذه الفكرة سأستعرض التصورات التي قدمها كل من الباحث Theo Lynn "ثيو لين" والباحثة Fox Grace "فوكس جريس" وسأجادل بان هذه التصورات ستسمح لنا بفهم أكثر عمقا لقضية الخصوصية فالباحثان يفترضان أن الأفراد يميلون إلى الإفصاح عن معلوماتهم الشخصية طالما أن الفوائد المحصلة تفوق المخاطر والعواقب المتصورة وينبني كل هذا على افتراض متأصل قائم على أن المستخدمين يسعون باستمرار لتعظيم الفائدة (Fox & Theo, 2020, p. 127) بإجرائهم تحليل معرفي للتكلفة والعائد ، إن هذا المنظور له خلفية ايستيمولوجية تظهر في المذهب النفعي الذي أسسه

*البانوبتيك Panoptic. هو نوع من الهندسة المعمارية للسجون تخيله الفيلسوف النفعي جيرمي بنثام وشقيقه ، صموئيل بنثام ، في نهاية القرن الثامن عشر. الهدف من هذا التصميم المعماري هو السماح للحارس الموجود في برج مركزي ، بمراقبة جميع السجناء المحبوسين في زنازين فردية حول البرج ، دون أن يتمكنوا من معرفة ما إذا كان يتم مراقبتهم. كان القصد من هذا هو إعطاء المساجين شعوراً بالرقابة المستمرة ، اهتم ميشال فوكو في عام 1975 ، بفكرة البانوبتيك وكرس اهتماماً متجدداً بها. من خلال مؤلفه Surveiller et Punir فقد رأى فيها أسلوباً حديثاً للمراقبة يتجاوز المدرسة والمصنع والمستشفى والنكات ، أو حتى "مخططاً" لـ "المجتمع التأديبي".

Jeremy Bentham "جيرمي بنثام" حيث يرى أن الطبيعة البشرية وُضعت تحت سيدين هما اللذة والألم ويصدر حسبه الحكم على الأفعال بناء على الزيادة في اللذة و الإقلال من الألم بعد توسيع هذا المفهوم من قبل James Mill "جيمس ميل" برؤية اقتصادية (حسن، 2006، صفحة 288) ترسم لنا فكرة مفادها أن صنع القرار البشري غالبًا ما يقف على حسابات رياضية فالفكرة القائلة بأن المخاطر والفوائد المتوقعة تؤثر على سلوك الناس تأتي في الأساس من الأدبيات الاقتصادية حيث يظهر مفهوم الإنسان الاقتصادي *homo Economicus* (Tobias & Miriam J, 2016, pp. 368–383) والذي يحاول دائما تحقيق الأهداف بأفضل طريقة ممكنة، من خلال سعيه الدائم إلى تعظيم المنفعة وتقليل التكلفة، إن هذا الافتراض المتأصل يقف على أرضية فكرية تفسيرية متمثلة في نظرية حساب الخصوصية و التي تستند على نهج أساسي يعتبر أن القرارات الفردية تُتخذ بعقلانية بعد تفكير واع، ووفقًا لذلك يقوم الأفراد بشكل عقلائي بإجراء حساب أو مقايضة بين المكاسب والخسائر المحتملة من وراء مشاركة معلوماتهم الخاصة ، وأن الأرباح الاقتصادية والاجتماعية وحتى الثقافية أحيانا لها دور كبير في عملية الكشف عن المعلومات وتؤدي في العديد من الحالات إلى تقويض مخاوف الأفراد بشأن خصوصيتهم، فعند تعاطم المنفعة يصبح المستخدمون على استعداد للإفصاح عن معلوماتهم ، فالفوائد المتصورة حسب هذا الطرح تنخفض معها مخاوف الخصوصية. وهذا ما ذهبت إليه الباحثة شو وزملائها . عند تحليلها للنوايا السلوكية للمستخدمين أثناء عملية الكشف عن بياناتهم وفقًا لنظرية حساب الخصوصية ، مشيرة إلى أن الفوائد يجب أن تتجاوز التكاليف لضمان الدافع للإفصاح عن الذات. والعكس صحيح فمع زيادة المخاوف بشأن الخصوصية ، تقل الرغبة في الكشف عن المعلومات الشخصية. (Heng, Hock, Bernard, & Ritu, 2009, pp. 135–174)

2.1. 2 العقلانية المحدودة (المقيدة): إن المقايضة القائمة على التكاليف والفوائد مدخل تم الاعتماد عليه على نطاق واسع في بحوث الخصوصية و إن استطاع هذا الأخير أن يرسى أرضية عمل سليمة لتحليل سلوك الكشف عن المعلومات ، إلا أن هناك العديد من الثغرات البحثية التي يتعين سدها والتي يمكن أن تلعب دورا محوريا في تفسير هذه المفارقة (Sun, Nan, Xiao, & Jacky, 2015) فبالرغم من شعبية هذا الافتراض إلا انه كان محل انتقاد لبساطة منطق التكلفة والفائدة الذي يحمله وتجاهله للعقلانية المحدودة بحيث لا يمكن للمستخدمين تقييم جميع المخاطر بسبب نقص المعلومات أو ضعف القدرات المعرفية أو اللحظة الاستدلالية التي ذكرناها سابقا والتي مثلت خمولا معرفيا أثناء اتخاذ القرار (Trepte, Leonard, Nicole B, Oliver, Mike Z, & Marc, 2017, p. 02) ، حيث تكشف مجموعة من الأدبيات الاقتصادية والنفسية عن عدة أشكال من الانحرافات النفسية المنهجية عن العقلانية الأمر الذي قد يكون له تأثير واضح على عملية اتخاذ القرارات الفردية الصحيحة ففرضية العقلانية المثالية قد لا تُبرز وبصورة واضحة الفروق الدقيقة في السلوك الفردي عندما يتعلق الأمر بالقرارات المتخذة في تسيير الخصوصية، فحتى

** هو تمثيل نظري للسلوك البشري ، وهو أساس النموذج الكلاسيكي الجديد في الاقتصاد: إنه عقلائي (أي أنه يسعى إلى تحقيق الأهداف بأفضل طريقة ممكنة أصل هذا التعبير غير مؤكد. تم العثور عليه من قبل باريتو عام 1906 عندما ميز بين الفعل المنطقي والعمل غير المنطقي ، ولكن ربما تم استخدامه من قبل. أثار جون ستيوارت ميل بالفعل مفهوم الإنسان الاقتصادي في بداية القرن التاسع عشر ، كما أشار جوزيف بيرسكي في استعدادية: إيولوجيا الإنسان الاقتصادي.

وان توفر لدى الأفراد إمكانية الوصول إلى المعلومات الكاملة وكانت لهم القدرة على إجراء حساب براغماتي لعمليات المقايضة لقراراتهم فإنهم ينحرفون عن الاستراتيجيات العقلانية فالأفراد عقلانيون فقط داخل جدران قدراتهم المعرفية، فقد لا يستطيع هؤلاء معالجة كميات هائلة من البيانات لصياغة قرار عقلاني يراعي الخصوصية أو قد يخطئون في توقع تفضيلاتهم ورغباتهم المستقبلية من خلال وصولهم لنتائج غير دقيقة حول ما يجب فعله عندما يتعلق الأمر بمقايضة التكاليف والفوائد بصورة تضر بالمنفعة المستقبلية لصالح إشباع فوري. (Acquisti & Grossklags, 2006, p. 17)

2.1. 3 الثقة: يمكن أن يتصرف الأشخاص وفقا لمجموعة من الآليات والتي تظهر على أنها أكثر تعقيدا من مبدأ المقايضة الذي ذكرناه سابقا، فهذه الآليات تعبر عن استجابة لحالاتنا الداخلية وظروفنا الخارجية ، فقد أظهرت العديد الدراسات أن الثقة في الفضاءات الافتراضية تساهم بشكل فعال في التقليل من المخاوف لدى المستخدمين وتؤثر بشكل ايجابي في عملية الكشف والإفصاح عن المعلومات والبيانات الشخصية ، فالثقة تعتبر عاملا مهما ومهيما في تحديد كل من فعل الكشف عن المعلومات و كثافة الاستخدام، فهي مكون اجتماعي وعلائقي مهم وتعتبر عامل تمكين رئيسي لاستخدام ومشاركة المعلومات الخاصة في سياق الاتصالات المختلفة. (Byoungsoo & Daekil, 2020, p. 5163) أين تتأثر ثقة الفرد بالثقة المتصورة من (نراهة، إحسان، إثارة وقدرة... الخ) للمصرح له أو الطرف الأخر في العملية الاتصالية الواقعية (الاتصال المواجهي تحديدا) (Lauer & Xiaodong, 2007, p. 324)

يشرح الباحث Erving Goffman "ارفينغ جوفمان" هذه الفكرة في كتابه "تسويق الذات في الحياة اليومية" حين يعرض كيف يتصرف البشر بشكل مختلف اعتمادا على من يؤدون له (الأدوار الاجتماعية) حيث ينحرف الأفراد حسبه في إدارة الانطباع من خلال تقديم نسخ مختلفة عن أنفسهم إلى الجماهير بحيث تتحكم درجة الثقة في حجم وطبيعة المعلومات الشخصية المقدمة (Blank, Gillian, & Elizabeth, 2014, p. 04) عند تكييف هذا الوضع في السياق الافتراضي يتخذ المستخدمون قرارات تتعلق بمن هم على استعداد للمخاطرة ومنحهم بياناتهم سواء تعلق الأمر بالأشخاص أو بالمنصات والمواقع الالكترونية.

إن مفارقة الخصوصية المبنية على عنصر الثقة تظهر أيضا بصورة واضحة في علاقة الأفراد بالمنصات الاجتماعية حيث لازال هنالك مخاوف بشأن هذه الأخيرة وقدرتها على توظيف وإطلاق الخدمات بناءً على المعلومات التي يمكن أن تجمعها عن مستخدميها (Bernal, 2014, p. 289) فمنصات ك: Microsoft, Twitter and Google وغيرها قد أطلقوا الكثير من المبادرات على شاكلة مبادرة عدم التعقب للمتصفحات الخاصة بهم خصوصا بعد الفضائح التي باتت تلاحقه م وآخرها فضيحة Facebook أو ما يعرف Facebook-Cambridge Analytica scandal*** لذلك تبقى قضية الثقة في الفضاء الافتراضي تقف على مجموعة من المتطلبات الواجب توفرها في هذه المنصات للتقليل من المخاوف

*** تشير فضيحة Facebook-Cambridge Analytica إلى تسريبات طالت بيانات 87 مليون مستخدم يعتقد انه كان لها تأثير على نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية وعقب الكشف عن التسريب ، أعرب الجمهور الأمريكي والبريطاني عن غضبهما. كل التوقعات بعد ذلك كانت تشير إلى حدوث هجرة جماعية للمستخدمين نحو بدائل أخرى (منصات أخرى) إلا أن الذي حدث هو العكس فانخفض سهم Facebook ولم ينخفض عدد منتسبيه.

وحدوث عملية الإفصاح فالسرية والنزاهة مثلا عاملان مهمان لرسم الثقة يجعلان من أنظمة إدارة المعلومات لهذه الكيانات يعملون بشكل مكثف لتوفير قنوات اتصال آمنة لضمان سلامة وسرية البيانات المرسله والمتبادلة ، الأمر الذي يجعل المستخدمين يميلون إلى الاعتقاد أن الآخرين يتصرفون لمصلحتهم الفضلى لذلك تعمد حاليا أكبر هذه المنصات العالمية GAFAM**** في مجال الانترنت إلى استخدام مستويات متقدمة من أساليب الحماية مثل الولوج السلس والموحد و المصادقة القوية أو ما يعرف بالاستيثاق المشدد وغيرها من اجل ضمان امن شبكتها أولا و سرية بيانات زبائننا ثانيا لذلك نرى اليوم المصادقة متعددة المراحل و أشكال التحقق المختلفة عند تسجيل الدخول لهذه المنصات و الأسئلة السرية و تأكيد أرقام الهاتف بالإضافة إلى الرسائل النصية الحاملة للاكواد و التعرف على صورة الوجه وفي بعض الأحيان بصمات الإصبع وغيرها (Tormo, Félix, & Gregorio, 2014, pp. 185-186) إن الاهتمام بالخصوصية من قبل هذه المنصات من شأنه أن يعطي ضمانات أكثر للمستخدمين وثقة أكبر إلا أن هذه الضمانات والثقة يمكن أن تكون ذات اثر سلبي على سلوك الأفراد، فغالبا ما يتعامل الأشخاص مع الإجراءات الأمنية المصممة لحمايتهم بطرق تؤدي إلى إفشال هذه الأخيرة ، لان الشعور بالأمان بالرغم من إدراك المخاطر يجعل الفرد يميل لاشعوريا إلى التخلي عن الخوف والحذر ويؤدي إلى المزيد من الكشف عن المعلومات والبيانات. (Brandimarte, Alessandro, & George, 2013, p. 340)

2.2. الخصوصية وحرية المعلومات ... تكامل أم تآكل؟ عندما طرح السؤال عن ما الذي تفعله التكنولوجيا بنا ؟ كانت الإجابة ببساطة أنها " تجعلنا أفضل" (Patrick, 2000, p. 296) فهذه حقيقة عن الحياة التي نعيشها فالوسائل التكنولوجية التي نستخدمها والتي نحملها أتاحت لنا مزيدا من المعرفة عن العالم الذي نعيش فيه ولكن في نفس الوقت سمحت للعالم بمعرفة المزيد عنا فالمعلومات في هذا العصر أصبحت شفافة وهذا ما دفع عديد الباحثين أمثال Jeremy Rifkin "جيريمي ريفكين" للقول أن خصوصية المعلومات أصبحت فكرة بالية (Michael P, 2015) وبالتالي فان الخوف على الخصوصية يعتبر اليوم نوعا من الجهل بالوضعية العالمية التي وصلت إليها المجتمعات ، ففي الفضاءات الافتراضية أين يكون هناك تداول للمعلومات والنفاد إليها بكل حرية فان التمسك بالخصوصية لا يعد تقييدا لحرية المعلومات طالما أن عملية إدراك هذه الأخيرة - من عدمه- أصبح يعتبر اليوم تقييما ذاتيا ، بدليل أن لا شيء متأصل في الطبيعة البشرية يجعل من الخصوصية ذات قيمة لجميع البشر ، فهي مفهوم شخصي تختلف أساليب حمايتها كما تختلف دوافع واستراتيجيات الحفاظ عليها. (ACQUISTI & GROSSKLAGS, 2005, pp. 26-33) وهذا ما دفع بعديد المتابعين إلى التنبؤ بمستقبل لا تكون فيه الخصوصية مطلبا اجتماعيا حيث ستساهم حسبهم الفضاءات الافتراضية في خفض توقعات الخصوصية من خلال عكسها للمواقف المختلفة والمتغيرة بين الناس (JOHNSON, 2010) إن هذه المواقف التي نتحدث عنها تؤسس لفضاء عام وخاص في آن واحد

**** GAFAM هو اختصار لمعالمقة الويب - Google و Apple و Facebook و Amazon و Microsoft - وهي الشركات الأمريكية الخمس الكبرى (التي تأسست بين الربع الأخير من القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين) التي تحمين على السوق الرقمية ، يُطلق عليهم أحيانا اسم الخمسة الكبار أو "مجموعة الخمسة".

يرسم حدوده ومعاله الأفراد أنفسهم حيث ترى في هذا الصدد Jennifer Granick "جينيفر جرانيك" مديرة الحريات المدنية في Stanford Center for Internet and Society مركز ستانفورد للانترنت والمجتمع أن هناك اختلافا جوهريا في التصور الذي يحمله مثلا الأوروبيون والأمريكيون لمسألة الحق في الخصوصية فبينما يعتبر الأوروبيون أن هذا الحق من الحقوق الأساسية فإن الأمريكيين يرون عكس ذلك ويعتبرون حرية المعلومات من المقدسات وان حماية الخصوصية من أهم العقبات التي تقوض أنشطة المجتمع وتمنع التقدم (TOOBIN, 2014) فحقيقة أن الناس لا يهتمون كثيرا بالخصوصية أو ينظرون إليها بشكل مختلف هو أحد العوامل التي تبرر الاتجاه القائل بأن الخصوصية لم تعد ممكنة في عصر انتشار المعلومة ، فعبارة "موت أو نهاية الخصوصية". التي تضمنتها العديد من العناوين لكتب ومقالات كانت متوقعة خصوصا بعد إعلان العديد من الشركات الكبرى المختصة في التكنولوجيا أن لديها القدرة على مراقبة مستخدمي منتجاتها لذلك تم اعتبار كل من التأثير التكنولوجي وقبله حقيقة الناس عاملين مهمين في تآكل الخصوصية في وقتنا الحالي، وهي الحجة التي قدمها "Lawrence Lessig's" لورانس ليسيج حيث جادل هذا الأخير بأن "الكود" والذي يقصد به [التكنولوجيا] قد أحل بالفعل بالتوازن التقليدي. وغير سيطرة الأفراد على الحقائق المتعلقة بحياتهم الخاصة من خلال المراقبة الإلكترونية وجمع البيانات الشخصية التي يخضعون لها الأمر الذي أدى إلى التلاعب باستقلالية الأشخاص في اتخاذ الخيارات و تضاول قدرتهم على حماية بياناتهم (Koops & Ronald, 2005, p. 119)

3- منهجية البحث

1.3. المقاربة المنهجية: تستخدم هذه الدراسة التحليل النوعي من أجل اكتساب نظرة ثاقبة حول موضوع الخصوصية في الفضاءات الافتراضية فقد اعتمد الباحث في هذه الورقة على منهج المسح الافتراضي والذي يعتبر من أحدث تقنيات التنقيب عن البيانات فيما يتعلق بدراسات الوسائط الجديدة ، والبيانات الناتجة عن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي (Fielding, Raymond M, & Grant, 2017, p. 03) وما دفعنا لاستخدام هذا المنهج هو أن هذا الأخير يعتبر ، من أهم المناهج الرئيسية التي تستخدم في هذا المجال . بالإضافة إلى الأسباب الثلاثة الأكثر شيوعا لاختيار المسوح الإلكترونية مقارنة بالمنهج التقليدي و هي انخفاض التكاليف، الحصول على أوقات استجابة أسرع، و أخيرا زيادة معدلات الاستجابة (Karen J, Kevin G., & Bernard J., 2007, pp. 01-08) فقد استطاع الباحث من خلال هذا المنهج أن يضع تصورا للوضع القائم من خلال وصف الاتجاهات السائدة نحو مسألة الوعي بالخصوصية لدى مستخدمي الفضاءات الافتراضية بالإضافة إلى عرض الظروف القائمة والأسباب التي دفعت أفراد العينة للتخلي عن خصوصيتهم والاطلاع على أهم التعويضات المحصلة التي تدفع نحو التخلي عن الخصوصية.

2.3. أدوات جمع البيانات: تستدعي دراستنا الاستعانة بأداة المقابلة (الالكترونية) حيث تعتبر هذه الأخيرة طريقة لجمع البيانات باستخدام وسائل الاتصال الإلكترونية للوصول إلى المشاركين والتواصل معهم. إذ يمكن إجراء المقابلات عبر الإنترنت ، بشكل متزامن في الوقت الفعلي باستخدام السكايب مثلا ، أو بشكل غير متزامن باستخدام البريد الإلكتروني (Richard & Robin, 2008, p. 120) والاعتماد على التحليل

الموضوعي للبيانات حيث سيساعد هذا النوع من التحليل على فهم تجارب الناس والمعاني التي يضعونها حول الظاهرة (Bandara, Mario, & Shahriar, 2020, p. 03) من خلال التركيز على المعنى والموضوع الغالب مع استبعاد التفسيرات الهامشية والبديلة فالأساليب النوعية ليس فقط عرض للأحداث بل يتعدى الأمر إلى الكشف عن الموضوعات والأنماط والمفاهيم والأفكار والرؤى الناشئة (Suter, 2012, pp. 342-386) شرط أن يتم مقارنتها بشكل منهجي ومعرفي حذر.

فالتحليل الموضوعي هو أسلوب لتحليل البيانات النوعية. يتم تطبيقه عادة على مجموعة من النصوص، مثل بيانات المقابلة لفحص وتحديد وتنظيم وتقديم نظرة ثاقبة لأنماط المعنى (السمات) عبر مجموعة البيانات بشكل منهجي. (Braun & Clarke, 2012, pp. 57-71) من جانب آخر سمح التنسيق المنظم للمقابلة بقدر ضئيل للغاية من الانحراف في الطريقة التي تم بها عرض الأسئلة على المشاركين. هذا ضمن أن البيانات التي تم جمعها من المقابلات كانت منظمة بشكل جيد وجاهزة للتحليل، يمكن أن يساعد هذا التوحيد في الأسئلة والأجوبة بشكل كبير في عملية المقارنة المستمرة التي تُستخدم عادةً في النظرية المجردة grounded theory والتحليلات الموضوعية للبيانات thematic analyses (Atkinson, 2017, p. 70) مثل ما هو موجود في موضوعنا هذا، إن أبحاث مفارقة الخصوصية السابقة التي تم الاطلاع عليها اعتمدت في الغالب على تحليل سلوك الكشف انطلاقاً من المخاوف والتي لها علاقة مباشرة بنوع المعلومات فكما كانت المعلومات والبيانات أكثر حساسية زادت معها المخاوف ونقص فعل الكشف والعكس صحيح أما دراستنا هذه فهي لا تركز على المخاوف بل تركز على الفوائد المتصورة والحصول وتبيان أي من هذه الفوائد الأكثر دفعا لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للتخلي عن خصوصياتهم وتم العمل على ذلك من خلال نهج استقرائي وهو ما سمح للبيانات بتحديد الموضوعات البارزة.

3.3. العينة والمعاينة: يفتح الإنترنت آفاقاً جديدة للتحقيق في العلوم الاجتماعية والسلوكية نظراً لوجود اتجاهات حديثة في البحث العلمي لا تسعى إلى تعميم النتائج بقدر ما تسعى لضمان تمثليتها. ، حيث باتت توفر الإنترنت فرصاً جديدة لبيانات المسح الغير العشوائي. والذي يوفر فرصاً للتقاط بعض المؤشرات التي يصعب الوصول إليها بطرق أخرى (Baltar & Brunet, 2012, pp. 57-74) ، فالغرض من هذه الورقة البحثية هو اكتساب فهم أعمق للظاهرة، بدلاً من تعميم النتائج. وبما أن استطلاعات الويب الاحتمالية لا تزال نادرة فان الباحث قد اعتمد على التصميم الغير الاحتمالي وتحديدًا على عينة كرة الثلج والتي أتاحت له الوصول إلى وحدات مجتمع دراسته.

حيث سمح أخذ عينة كرة الثلج. باختيار مختلف للموضوعات. هذه الطريقة هي الأكثر فعالية في المجتمعات التي لا يسهل الوصول إليها لسبب أو آخر (Ghaljaie, Naderifar, & Goli, 2017, p. 02) وهو ما وجد الباحث نفسه فيه* ، تم التركيز على الأفراد الذين يملكون حسابات تتمتع بمتابعة معتبرة على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك ، اليوتيوب ، والانستغرام) وتم التواصل معهم ، وهم بدورهم قاموا بتجنيد أفراد آخرين مثل ما يحدث في التسويق الهرمي ، تمت الدراسة على عينة مكونة من 15 مفردة روعي

* تم إجراء الدراسة في فترة الإغلاق التي جاءت بعد تداعيات جائحة الفيروس التاجي covid-19

من خلالها التباينات في السن والنوع و الوسيط الافتراضي المستخدم. وقد أجريت المقابلات خلال الفترة الممتدة من مارس إلى غاية ماي من سنة 2020 . واستغرقت المقابلات 25 دقيقة في المتوسط.

الجدول رقم 01: الإحصاء الوصفي للعيينة.

النوع	Pourcentage	الوسيط الافتراضي	Pourcentage
ذكر	06		%40
أنثى	09	فيسبوك	%60
مج	15	يوتيوب	%100
السن	04	انستغرام	%26,7
24-18	03		% 20,0
34-25	07		%46,7
44-35	01		%06,7
54-45 فأكثر			

4- تحليل البيانات:

1.4 المحور الأول: الوعي بالخصوصية: أظهر العديد من الأشخاص الذين تم إجراء المقابلة معهم درجة عالية من الوعي بالخصوصية ، من خلال الإجابات التي قدموها خصوصا في ما يتعلق بمهامية الخصوصية وما تعنيه لكل فرد منهم حيث أجاب معظم الأفراد أن المعلومات الشخصية "هي المعلومات المتعلقة بالحياة الشخصية و كل ما تعلق بالعائلة و مختلف الأشخاص المقربين " فيما أجاب البعض الآخر أن المعلومات الشخصية هي تلك المعلومات التي يجب ألا يطلع عليها الآخرون ، تستند إجابات الباحثين بشكل أساسي على الحيز الذي يمكن ألا تتجاوز مسالة الخصوصية وخلافا لما هو شائع عندما تُربط هذه الأخيرة بالحياة الخاصة للفرد فان أفراد العينة يرون أن الخصوصية لها امتداد إلى العائلة فالمعلومات المتعلقة بالأخ أو الأخت أو الوالد أو الوالدة تعتبر كذلك معلومات شخصية بالرغم من اقتراها بطرف آخر إن للعلاقات الاجتماعية في سياقاتنا تأثير على الحكم الخاص بكل فرد منا وفي هذا الصدد ترى Priscilla M. Regan برسبلا ريجان: انه لا يُنظر إلى الخصوصية على أنها قيمة شخصية فحسب بل تعتبر أيضاً قيمة اجتماعية ... فالخصوصية قيمة مشتركة لأن جميع الأفراد يقدرّون درجة معينة من الخصوصية ويتشاركون وجهة نظر مشتركة بشأنها. (Regan, 2002, pp. 382-405)

إن حسن إدارة المعلومات الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي والاستخدام الصحيح للبيانات يعتبر أهم نقطة اتفق عليها كل الباحثين حيث يرى احدهم أن الثقافة الالكترونية اليوم تستوجب من المستخدم مهارة إدارة البيانات الخاصة ومعرفة طرق وأساليب الحماية التي يجب عليه إتباعها على اعتبار أن الانتهاكات التي أصبح يتعرض لها المستخدمون شهدت في السنوات القليلة الماضية نموا وزيادة كبيرة استوجبت أن يكون هنالك وعي حقيقي بأهمية وأساليب إدارة البيانات بشكل آمن وصحيح ففي دراسة استقصائية أجريت من قبل مجموعة GfK وهي لجنة بحثية عبر الإنترنت خلال الفترة الممتدة ما بين 10 إلى 27 جانفي 2014 على عينة مكونة من 607 مبحوث ، ممن تبلغ أعمارهم 18 عامًا. أعرب جلهم انه عندما يتعلق الأمر بدورهم في إدارة المعلومات الشخصية التي يشعرون أنها حساسة ، فإن لديهم رغبة في اتخاذ خطوات إضافية لحماية بياناتهم عبر الإنترنت (MARY, 2014) إن هذا التوجه يساهم مثلما عبر عنه المبحوثون في دراستنا في التقليل من

آثار الفوضى التي يمكن أن تقع لهم جراء تسرب المعلومات والبيانات الشخصية فعدم معرفة وفهم الخصوصية على الانترنت يجعل من الحسابات الشخصية حسب تعبير أحد أفراد العينة عرضة للاختراق أكبر والمتابعة من قبل المعلنين وإدارة المواقع التي لا تتوانى في استغلال هذه البيانات والمعلومات لتخزنها في قواعد البيانات واستعمالها فيما بعد ، فالعقد الاجتماعي الضمني وأحيانا الصريح الموجود بين المستخدم وإدارة هذه المواقع والتطبيقات في الفضاء الافتراضي يسمح لهذه الأخيرة من سلعة المحتوى و جميع النشاطات التي ينتجها المستخدمون (أي استغلالها) (REVELEY, 2013, pp. 83-94) في مقابل منح هؤلاء هامشا من السيطرة على عملية الإنتاج المشكل الأكبر يضيف آخر. هو عدم معرفة إلى أي مدى يمكن أن تستعمل فيه هذه المعلومات.

فالمعلومات الشخصية هي تقدير ذاتي للأفراد وما يعتبر بيانات خاصة لبعضهم قد تكون معلومات عامة لآخرين ، قال Adam Joinson آدم جونسون ، أستاذ تغيير السلوك في جامعة غرب إنجلترا في Bristol بريستول ، الذي صاغ مصطلح "digital crowding" "الازدحام الرقمي" لوصف الاتصال الاجتماعي المفرط وفقدان المساحة الشخصية على الإنترنت. إن اعتبار المعلومات الشخصية هو تقدير ذاتي "ربما يرجع إلى عدم وجود اتفاق حول ما يشكل معلومات خاصة. وهذه الأخيرة تختلف بين الثقافات والأجناس والأفراد." (Kate, 2014) لذلك عبر جل الباحثين أن البيانات الخاصة بالنسبة لهم تتوقف على مدى أهميتها لكل شخص بالإضافة إلى مدى الرغبة للمستخدم في الكشف عنها أو جعلها عامة فتجيب احد أفراد العينة بما يلي: أنا مقتنعة بان قرار الكشف عن بياناتي الشخصية و المعلومات التي تخصني هو قرار شخصي. بينما يجب آخر أن ثقافة كل شخص هي الكفيلة بتحديد ما هو خاص وما هو عام كما تلعب شخصية الفرد دورا بارزا في هذا التحديد والتصنيف فوفق إجابات بعض الباحثين ، تبقى مسألة الخصوصية ومهما اختلف الأفراد حولها مهمة وذات قيمة للجميع ويتجلى ذلك في محاولة حمايتها والعمل على التقليل من التصريح بالبيانات الشخصية خصوصا على مواقع التواصل الاجتماعي حيث عبر اغلب الباحثين على أن حماية هذه الأخيرة لا يتأتى إلا من خلال عدم مقاسمة البيانات الشخصية مع الآخرين والعمل على التقليل من استخدام مواقع التواصل و الاجتماعي ككل ، و عدم وضع المعلومات الشخصية عبرها خاصة الصور الشخصية والعائلية وفق احد الباحثين.

في حين عبر الأغلبية عن ضرورة الحذر في طريقة التعامل مع الفضاءات الافتراضية ، فمشاكل الخصوصية تتسرب انطلاقا من هذا المدخل المتعلق بالتعامل مع الأشخاص وهو ما توفره الفضاءات الافتراضية وبامتياز فقد عبر العديد من الباحثين أن مشكلات الخصوصية بالنسبة لهم تبدأ حين يتعلق الأمر بالعلاقات والمحادثات الشخصية مع أطراف أخرى لا يعرفونها حق المعرفة ، فيما عبر آخرون أن تلك المشاكل تتعلق وتبدأ بالتسرب للبيانات مهما كانت الجهة التي تقف ورائها حيث صرحت إحداهن قائلة: "مشاكل الخصوصية تبدأ بالنسبة لي عندما أجد صوري الشخصية مثلا كصور البروفائل قد تم استخدامها حيث يستطيع أي شخص تحميلها و استغلالها لأغراض اجهلها" فيما عبر آخرون أن هذه المشاكل سببها الأول المساس بالمعتقدات

الشخصية حيث قال احدهم : أن مشكل الخصوصية عندما يتم المساس بالمقدسات الدينية التي اعتقد بها أو يجادلني احد في اعتقادي لها وهذا أمر خاص لا اسمح بمناقشته مع أي شخص آخر."

إن الفضاء الافتراضي دائما ما كان موضع مساءلة لما يتمتع به من خصائص تجعل من الخصوصية للأفراد في موقعة امتحان لذلك سئل أفراد العينة إن كانوا يولون اهتمام لشروط الخصوصية و اتفاقية المستخدم الخاصة بالتطبيقات والمواقع المختلفة بعناية فكانت كل إجابات المبحوثين ودون استثناء تقر بان هذه الخطوة المهمة في حماية الخصوصية يعمرون عليها دون أن يعيروا لها أي انتباه وذهب اغلبهم إلى أن ذلك راجع لطولها وكثرة الشروط فيها وهي بالنسبة لهم مملة وتأخذ وقت كبير فيما اعترف آخرون أنهم يوافقون عليها دون قراءتها إن هذه التعاملات على مستوى الفضاءات الافتراضية يمكن أن تشكل خطرا على خصوصية الأفراد وهو ما ذهب المبحوثون إليه حيث عبر اغلبهم إلى أن تسريب المعلومات الشخصية يمكن أن يجعل البعض يتلاعب بها ويستخدمها لأغراض غير مشروعة مما يؤدي إلى تشويه السمعة و صورة المرء لدى مجتمع المحلي ويقصد بذلك الأصدقاء والأقارب فيما ذهب آخرون على اعتبار أن الأمر يمكن أن يسبب بعض المضايقات جراء استخدام البيانات الشخصية خصوصا الصور والفيديوهات العائلة . حيث صرح بعض المبحوثين أنها يمكن أن تستخدم كتهديدات لأصحابها.

إن مسؤولية حماية الخصوصية الملقاة على كاهل الأفراد المستخدمين للفضاءات الافتراضية لا تلغي تلك الواجب على المؤسسات والجهات الحكومية أن تطلع بها ففوق تعبير أفراد العينة فان الحكومة بالدرجة الأولى هي المسؤولة عن حماية الخصوصية و تأتي بعدها الرقابة الذاتية للأفراد ذلك أن الحكومة عن طريق مؤسساتها الموردة لخدمة الانترنت ملزمة بحماية مصالح مواطنيها من الاستغلال الذي يمكن أن يحصل لهم بينما أجاب آخرون أن الجهات الأمنية هي المخولة قانونا لحماية الأفراد وبياناتهم من جانب آخر فقد صرح اغلب المبحوثين أن إدارة المواقع الالكترونية هي المسؤول الأول والأخير عن أي اختراق أو تسريب يحصل للمعلومات أو البيانات الشخصية للمستخدمين وتبعاً لهذا فقد جادل بعض الأكاديميين على أنه في عالم الشبكات والمعلومات فان الخصوصية لم تعد تحت سيطرة الأفراد ولكن تقع على عاتق المنظمات التي تحمل المعلومات وتتصرف بها (Benson, Saridakis, & Tennakoon, 2015, pp. 426-441) لذلك أصبحت اليوم حماية الخصوصية من الموضوعات النقاشية في الأوساط العلمية وفي هذا الإطار فقد تبني معظم أفراد العينة وجوب اتخاذ تدابير احترازية وضرورة التقيد بها لحماية الخصوصية الشخصية فقد صرح جل أفراد العينة أن هذا يمر عبر عدم وضع هذه المعلومات (صور شخصية ، بيانات شخصية ، وغيرها) على مختلف المواقع التي تحفظ البيانات والعمل على التقليل من الولوج للشبكة العنكبوتية ككل.

2.4 المحور الثاني:دوافع التخلي عن الخصوصية: إن الصراع الداخلي النفسي لدى أفراد العينة ظهر جليا من خلال الإجابات التي كانت جلها تشير إلى وجود حالة من التناقض بين حقيقة الحرص الشديد على الخصوصية من جهة وعدم قدرتهم على ترجمة هذا الحرص إلى سلوك يتماشى مع التصورات التي لديهم حيث أجابت إحدى المبحوثات أن هذا يحدث بصفة دائمة وبدرجة كبيرة حيث يرى اغلبهم أن مميزات هذه الفضاءات الافتراضية تجعلهم كمستخدمين ينغمسون في ما تقدمه هذه الأخيرة من مميزات ما جعلهم كل مرة

يسقطون في فعل الإفصاح بينما رأى آخرون أن هذا الأمر هو حتمية تملئها طبيعة مواقع التواصل فالتصريح بالمعلومات يأتي حسبهم للحصول على احتياجات ومزايا معينة تقدمها هذه المواقع هذا الاتجاه يدعم على نطاق واسع عمل الدراسات الأخرى في هذا المجال التي تربط بين فعل الإفصاح بالطبيعة التقنية للمواقع الافتراضية ، ففي دراسة قدمها Fue Zenga وزملائه فيما يتعلق بممارسة الإفصاح عن الذات ، أشار إلى أن المواقع الإلكترونية دائما ما تطلب من المستخدمين تقديم معلوماتهم الشخصية عند التسجيل لأول مرة عبر الإنترنت. و خلال التفاعلات اللاحقة، ستقوم هذه المواقع أيضاً بتنبية المستخدمين بشكل دوري لتحديث معلوماتهم.(Zeng, Qing, Jing, & Zhilin, 2021, pp. 667-675) تسمى هذه التقنية "بالقدم في الباب " The foot in the door technique وهي أحد أساليب الامتثال ، فالموافقة على طلب صغير يزيد من احتمالية الموافقة على طلب ثان أكبر. ففي البداية تقدم طلباً صغيراً وبمجرد أن يوافق الشخص على ذلك، سيجد صعوبة في رفض طلب ثان أكبر وبهذا المعنى يحدث التصريح بالمعلومات على المواقع الافتراضية.(Freedman & Scott, 1966, p. 195)

ورغم هذا فان أفراد العينة لم ينكروا أهمية وضرورة حماية الخصوصية الفردية في عصر البيانات الضخمة وكانت إجابات اغلب المبحوثين انه من الطبيعي أن نلتفت باهتمام لمسألة الخصوصية في هذا العصر الذي نشهد فيه تدفقا لمعلوماتيا كبيرا أين أصبحت المعلومات والبيانات حسبهم تستخدم لإغراض غير بريئة و في الكثير من الأحيان لأذية الناس بشتى الطرق إلا أنهم كانوا دائما ما يشيرون إلى صعوبة الأمر في كل مرة نظرا للعديد المتغيرات التي يفرضها الواقع وهذا حسب تعبير احدهم عندما صرح قائلا "نعم بطبيعة الحال حماية الخصوصية أمر مهم لكن ما يفرضه الواقع شيء آخر"، إن هذا الواقع الذي نتحدث عنه كون لدى أفراد العينة مجموعة من الأسباب التي تدفعهم إلى التصريح بمعلوماتهم فقد ذهب بعض أفراد العينة إلى اعتبار عمليات التصريح بالمعلومات تكون عادة لإبراز وجهات النظر وأحيانا أخرى للتعرف و ربط علاقات جديدة مع أشخاص جدد وما يثير في هذا الموضوع هو أن جل الأفراد صرحوا أن كشف البيانات والمعلومات الشخصية غالبا يكون أمام أشخاص جدد لا تربطهم بهم أي علاقة سوى ذلك اللقاء الافتراضي مؤكداً أن التصريح بالمعلومات وجب أن يكون متبادلا لتتم العملية برمتها وهي استمرارية الكشف في حين رأى آخرون أن تصريحهم بالبيانات الشخصية يقع عندما يرون أن كل الأشخاص الذين يعرفونهم يمارسون فعل الإفصاح لبياناتهم.

لقد أثبتت هذه النتائج أننا أمام حالات تقترب من التقليد التي تمتد أحيانا إلى درجة التقمص أين يتأثر الفرد بالآخرين ويحاول ألا يخرج على سياقهم الجمعي ، بينما رأى آخرون أن عملية التصريح تكون خارجة عن إرادتهم حيث صرح احدهم "عادة أصرح ببياناتي كضرورة فمثلا اضطر إلى إرفاق رقم الهاتف حتى أتمكن من تحميل بعض التطبيقات و استخدامها" ، كما عبر أفراد العينة من جهة أخرى أنهم يشعرون أن خصوصيتهم غير مهمة ولا يرون أي مشكل بالتصريح بمعلوماتهم خصوصا أثناء التعامل مع معجبي حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي حيث يرى احدهم أن مشتركه على اليوتيوب بالنسبة له عائلة ثانية ولولاهم ما استطاع تقديم المحتوى الذي يقدمه في حين عبرت إحداهن أنها حين يتعلق الأمر بالعمل أو الرياضة أو الرحلات التي تقوم بها فلا مانع لها باطلاع متابعيها بذلك ولولا هذا التصريح و العرض الذي تقوم به ما قام

هؤلاء بمتابعتها تضيف أن هذا المجال فيه تنافس كبير إذا لم تصرح وتعرض حياتك الشخصية فستفقد المتابعين وتنخفض معه عدد المشاهدات لحسابها على الانستغرام ، لذلك تبقى مسألة التضحية بالخصوصية من اجل مصالح محددة أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تتراوح مكانها وتعدد وجهات النظر حولها فاغلب الباحثين من حيث المبدأ يرفضون ذلك بدون مبررات مقنعة إلا أن بعضهم يرون أن التضحية هذه لن تكون إلا من وراء فائدة واضحة وكان الجانب الاجتماعي وبعده المادي هما أهم عنصرين يمكن أن يساهما في عملية الإفصاح بالنسبة لهم ، ونفس الشيء عند الحديث عن الامتيازات التي يمكن أن تقدم لهم من قبل مواقع التواصل لحدوث عملية الإفصاح حيث رفض جل الباحثين هذا المقترح متحججين أن الامتيازات التي تخرج عن الجانب الاجتماعي و المادي بالدرجة الأولى لن تدفع إلى التصريح بالنسبة لهم فلا زيادة عدد معجبي صفحاتهم ولا إضافة مساحات جديدة للنشر يمكن أن تشكل فرقا وحافزا للإفصاح بالنسبة لهم.

رأى كل الباحثين أن المعلومات التي يتم التصريح بها على مواقع التواصل الاجتماعي تبقى مسألة هائتها مرتبطة بشكل كبير بهذه المواقع وهذا يفسر الكثير فهذا الاتجاه هو الذي يجعل من الفرد غير مهتم بالخصوصية حيث صرح جلهم أن مواقع التواصل الاجتماعي تتحمل مسؤولية أي تسريب للبيانات واستغلالها من قبل أطراف أخرى لذلك تبقى هذه المواقع مطالبة ككل مرة بزيادة هامش الثقة مع مستخدميها، مع أن هذا الأمر بالنسبة لهم لا يلغي مسؤوليتهم كأفراد إلا أن تقاسم هذه المسؤولية مع إدارة هذه المواقع أضحي حتمية حيث صرح احدهم بالقول "يبقى الجزء الأكبر من المسؤولية يقبع على أصحاب المواقع".

3.4 المحور الثالث: تعويضات التخلي عن الخصوصية: لقد ظهر الجانب الاجتماعي بشكل واضح في إجابات الباحثين فيما يتعلق بالتعويضات الأكثر بروزا والتي تدفع المستخدمين للتصريح بمعلوماتهم الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي فقد صرح الأغلبية أن ربط العلاقات مع أشخاص جدد يمكن أن يكون دافعا للتصريح فمن غير المعقول بناء علاقات دون تبادل المعلومات لذلك فان معرفة الطرف الأخر بشكل واضح يمر عبر بناء الثقة به ولا يتأتى هذا إلا من خلال مده بمعلومات صحيحة وموثوقة بينما اتجه آخرون إلى أن التصريح يكون لغايات أخرى تتوقف على الاستفادة من البرامج و التطبيقات و استخدامها.

إحدى النتائج المثيرة للاهتمام هي أن التعويضات المادية لم تكن مهمة بتلك الدرجة التي كنا نتوقعها فبالنسبة لأفراد العينة فقد اقر جل الباحثين أنهم غير مستعدين لاستبدال خصوصيتهم على مواقع التواصل الاجتماعي مقابل تعويض مادي يحصلون عليه بينما عبر القليل منهم على أنهم قد يقبلون بذلك إذا كان المقابل مغري ومناسب بما فيه الكفاية ، إلا أن الغالبية لا يرون أن التعويض المادي مهم حتى أنهم يعتقدون أن صانعي المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي ليس لهم الحق في الحصول على اجر مادي لما يقدمونه ذلك أن هنالك تعويضات أخرى تغطي الخدمة التي تقدمها هذه المواقع ؟ حيث يرى اغلبهم أن التعويضات المادية ستدفع نحو تمبيح هذه المواقع أكثر مما هي عليه ألآن حيث صرح احدهم قائلا: " ذلك يدفع المستخدمين للإفصاح و تقديم أي محتوى بغية مقابل مادي ، نفس الشيء ينطبق على التعويضات المتعلقة بزيادة مساحات النشر حيث عبر كل أفراد العينة على رفضهم إذ يرون إن هذا النوع من التعويض لا يحقق لهم أهدافهم وغاياتهم ،من جهة أخرى يعترف أفراد العينة أن ما يقدموه من محتوى ليس بالضرورة مفيد ومهم من الناحية الثقيفية ولا يرون أنفسهم

يتخلون عن خصوصيتهم مهما بلغ محتواهم من فائدة تثقيفية للجميع ، لقد عارض كل المبحوثين فكرة تسريب معلوماتهم الشخصية مهما كانت قيمة التعويض المقابل ولو كان التعريف بالعادات والتقاليد للآخرين حيث عبر احدهم قائلا : "ارفض ذلك ، فإذا كنت أريد تعريف الآخرين بعاداتي و تقاليدي أفضل أن افعل ذلك شخصيا لا أن تستغل المواقع بياناتي الشخصية في ذلك." وهو نفس الاتجاه الذي سلكه المبحوثين عندما عبروا عن رفضهم للتسريبات مقابل مزيد من المتابعين والمعجبين لهم ، إلا أن أفراد العينة أبانوا عن ليونة فيما يتعلق بالتخلي عن الخصوصية مقابل مزيد من التواصل وتكوين الصداقات على مواقع التواصل الاجتماعي فقد عبروا أن الإفصاح ضرورة لتواصل العلاقات الافتراضية والتي تختلف على العلاقة الواقعية فوجب أن يكون هناك تصريح مستمر ومعرفة كل طرف لأخر بشكل أكبر لتتواصل العلاقات وتكون الصداقات فقد عبر احدهم قائلا : "إذا كنت أنا من يقرر ماذا انشر و مع من فلا بأس بذلك أما أن يتم استخدام بياناتي دون علمي أو موافقتي فأكيد سأرفض."

5- مناقشة النتائج: عند مناقشتنا للنتائج في ضوء التساؤلات التي تم طرحها أعلاه تُظهر هذه الدراسة أن مفارقة الخصوصية تتجلى بشكل واضح في تعامل الأفراد مع التكنولوجيا الحديثة ، فوفقًا للعديد من الدراسات ، ونظرًا للتأثير الجديد للتكنولوجيات الحديثة ، فإنه يتم إعادة تفسير القيم والتوقعات المتعلقة بالخصوصية وإعادة صياغتها باستمرار. (President's Council of Advisors on Science and Technology (US), 2014) إلا أن المثير للاهتمام هو أن الخصوصية والتي تظهر كمحور اهتمام للجميع في البداية فإن لا احد يحاول أن يطور آليات حقيقية لحمايتها فيما بعد، فقد أظهرت دراسة أجراها Eszter Hargittai و Eden Litt أن الأشخاص الذين يتمتعون بمهارات خصوصية أعلى على الإنترنت هم أكثر عرضة للإفصاح الذاتي عبر هذا الفضاء و بشكل نشط ومتكرر (Hargitta & Eden, 2013, pp. 38-45) ساهم هذا الأمر في العديد من المرات إلى انقسام وتنصل من المسؤولية بين المستخدمين والموردين للخدمات في الفضاءات الافتراضية الأمر الذي نعتقد انه سيزيد من اتساع الهوة و ينحرف بالنقاش من كيفية حماية الخصوصية إلى من المسؤول الأول عنها وهو ما سيفشل كل المساعي المستقبلية في هذا المجال لحماية بيانات الأفراد ، من جانب آخر يظهر أن الانغماس الذي وصل إليه الأفراد في هذا الفضاء الافتراضي أصبح اقرب إلى أن يكون إدمانا يسقط معه كل تفكير واع للمستخدم وهو ما يخلق نوعا من القبول لكل التبعات المنجزة عن هذا الانغماس. ويصبح معه الإقرار بأهمية الخصوصية والوعي الكبير بها غير كاف للحيلولة بين المستخدم وفعل الإفصاح الذي يمكن أن يشكل خطرا على هذا الأخير ، وبالتالي فإننا نتساءل عن حقيقة العقلانية التي تم طرحها في العديد من الدراسات وقدرتها التفسيرية لهذه الظاهرة.

كشفت هذه الدراسة أن الغالبية العظمى من أبحاث الخصوصية مدفوعة بتفسيرات اقتصادية قائمة على افتراضات حول عقلانية السلوك البشري. حيث يعد هذا مدخلا محدودا يتم البناء عليه لتفسير ظاهرة تنقسامها عديد المتغيرات ، تم الإبلاغ عن هذه النتيجة أيضا بواسطة Tamara Dinev وزملائها حيث يرون أن هناك متغيرات عديدة لها قدرة تفسيرية أكبر من المدخل السالف ذكره ، وقد أظهر هؤلاء المؤلفون أن الأفراد يتخذون قرارات الخصوصية بشكل غير متسق نتيجة تأثير قيود ظرفية و المعرفة البسيطة والمحدودة التي يمتلكونها

بالإضافة إلى عوامل خارجية أخرى ، -639 (Dinev, McConnell, & Smith, 2015, pp. 655) لذلك فإن النتائج التي توصلنا إليها تؤكد على وجوب امتداد تفسيرات دوافع التخلي عن الخصوصية إلى ما وراء التفكير الاقتصادي والعقلاني للأفراد كمنطلق.

إحدى القضايا التي تظهر من هذه النتائج هي أن التعويضات التي ينالها المستخدمون في الفضاءات الافتراضية للتخلي عن خصوصيتهم من رأس مال اقتصادي واجتماعي وثقافي تختلف من شخص إلى آخر إلا أن الجانب الاجتماعي كان له أهمية أكبر ففرضية الإنسان اجتماعي بطبعه لازالت حاضرة في المساحات الافتراضية التي احتلها البشر والمدمش أنهم حافظوا في هذه المساحات الافتراضية على حاجاتهم ورغباتهم في تكوين علاقات اجتماعية وسعوا للحفاظ عليها ، ليشعروا بصحة نفسية واجتماعية فقد أشارت استطلاعات الرأي التي أجراها Pew Research Center مركز بيو للأبحاث على مر السنين أن الناس يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعلات الاجتماعية المهمة مثل البقاء على اتصال مع الأصدقاء والعائلة وإعادة الاتصال بالمعارف القديمة. في حين يذكر المراهقون أن وسائل التواصل الاجتماعي مهمة لصداقاتهم، وفي بعض الأحيان لعلاقاتهم الرومانسية. (Lee, 2018).

6- **خاتمة:** في الأخير يظهر انه لا يزال هناك العديد من الأسئلة التي لم يتم الإجابة عليها بشكل واضح و لتطوير صورة كاملة لمفارقة الخصوصية، ستكون هناك حاجة لدراسات إضافية للتحقق من النتائج التي تم التوصل إليها ورغم ذلك تساعد هذه الأخيرة في توسيع نطاق مناقشة مفارقة الخصوصية لتشمل تفسيرات بديلة تتجاوز المنطق المشترك الموجود في العديد من الأبحاث و الأسباب الاقتصادية الشائعة الاستخدام و التوظيف.

فالنظرة الاختزالية للخصوصية قد تم توسيعها بدخول هذا المفهوم إلى الواقع الافتراضي وأخبار السياق الذي كان دائما محددًا مهما في دراسة هذا النوع من المواضيع ، فالاستعداد الذي أضحي يظهره المستخدمون في الفضاءات الافتراضية من خلال التصريح ببياناتهم وعرض جوانب مختلفة منها يجعلنا نؤكد على أن هنالك أسباب كامنة تقف وراء فعل الإفصاح وتوجهه وتعمل على بروزه.

لذلك نجد هذه الورقة البحثية قد خلصت إلى مجموعة من النتائج أهمها الدرجة العالية من الوعي بالخصوصية لدى المبحوثين خصوصا في ما يتعلق بمهية الخصوصية وما تعنيه لكل فرد منهم بالإضافة إلى تعدد الدوافع التي تؤدي إلى فعل الإفصاح أهمها الدوافع الاجتماعية و المادية وبدرجة اقل الدوافع الثقافية ، كما ظهر أن التعويض الأكثر بروزا يتمثل في رأس المال الاجتماعي بمختلف أبعاده يليه الرأس المال الاقتصادي وأخيرا الرأس المال الثقافي.

7- قائمة المراجع:

1. Acquisti A., Grossklags J. (2006) Privacy and Rationality. In: Strandburg K.J., Raicu D.S. (eds) Privacy and Technologies of Identity. Springer, Boston, MA. https://doi.org/10.1007/0-387-28222-X_2. (s.d.).
2. Acquisti, A., & Grossklags, J. (2006). Privacy and Rationality. In K. J. Strandburg, & D. S. Raicu, *Privacy and Technologies of Identity: A Cross-Disciplinary Conversation* (p. 17). Boston, MA: Springer US.
3. ACQUISTI, A., & GROSSKLAGS, J. (2005). Privacy and rationality in individual decision making. *IEEE security & privacy*, 03 (01), 26-33.
4. Atkinson, J. D. (2017). *Journey into social activism : qualitative approaches*. Fordham University Press.

5. Baltar, F., & Brunet, I. (2012). Social research 2.0: virtual snowball sampling method using Facebook. *Internet Research* , 22 (01), 57-74.
6. Bandara, R., Mario, F., & Shahriar, A. (2020). Explicating the privacy paradox: A qualitative inquiry of online shopping consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services* (): . (52), 03.
7. Barth, S., & Menno DT, D. J. (2017). The privacy paradox—Investigating discrepancies between expressed privacy concerns and actual online behavior—A systematic literature review. *Telematics and informatics* , 34 (7), 1038-1058.
8. Benson, V., Saridakis, G., & Tennakoon, H. (2015). Information disclosure of social media users: Does control over personal information, user awareness and security notices matter? *Information Technology and People* , 28 (03), 426-441.
9. Bernal, P. (2014). *A privacy-friendly future? In Internet Privacy Rights: Rights to Protect Autonomy*. Cambridge Intellectual Property and Information Law .
10. Blank, G., Gillian, B., & Elizabeth, D. (2014). A new privacy paradox: Young people and privacy on social network sites. *In Prepared for the Annual Meeting of the American Sociological Association* , 17, 04.
11. Brandimarte, L., Alessandro, A., & George, L. (2013). Misplaced confidences: Privacy and the control paradox. *Social Psychological and Personality Science* , 04 (03), 340.
12. Braun, V., & Clarke, V. (2012). Thematic analysis. *American Psychological Association* , 02, 57–71.
13. Byoungsoo, K., & Daekil, K. (2020). Understanding the Key Antecedents of Users' Disclosing Behaviors on Social Networking Sites: The Privacy Paradox. *Sustainability* , 12 (12), 5163.
14. Carley, W., Dana, E., Lisa A., D., & Joseph F, C. (2018). Digital Breadcrumbs: A Lack of Data Privacy and What People Are Doing About It. *International Conference on Human-Computer Interaction* (p. 601). Cham: Springer.
15. Deuker, A. (2009). Addressing the privacy paradox by expanded privacy awareness—the example of context-aware services. *IFIP PrimeLife International Summer School on Privacy and Identity Management for Life* (p. 276). Berlin: Springer.
16. Dinev, T., McConnell, A. R., & Smith, H. J. (2015). Research Commentary—Informing Privacy Research Through Information Systems, Psychology, and Behavioral Economics: Thinking Outside the “APCO” Box. *Information Systems Research* , 26 (04), 639-655.
17. Fielding, N. G., Raymond M, L., & Grant, B. (2017). Online Research Methods in the Social Sciences: An Editorial Introduction. In N. G. Fielding, L. Raymond M, & B. Grant, *The SAGE Handbook of Online Research Methods*. 55 City Road, London: SAGE Publications Ltd.
18. Fox, G., & Theo, L. (2020). *Examining Privacy Disclosure and Trust in the Consumer Internet of Things: An Integrated Research Framework*. Palgrave Macmillan, Cham: In The Cloud-to-Thing Continuum.
19. Freedman, J. L., & Scott, C. F. (1966). Compliance without pressure: the foot-in-the-door technique. *Journal of personality and social psychology* , 04 (02), 195.
20. Ghaljaie, F., Naderifar, M., & Goli, H. (2017). Snowball Sampling: A Purposeful Method of Sampling in Qualitative Research. *Strides in Development of Medical Education* , 14 (03), 02.
21. Hargitta, E., & Eden, L. (2013). New strategies for employment? internet skills and online privacy practices during people's job search. *IEEE security & privacy* , 11 (03), 38-45.
22. Heng, X., Hock, H. T., Bernard, C. T., & Ritu, A. (2009). The Role of Push-Pull Technology in Privacy Calculus: The Case of Location-Based Services. *Journal of Management Information Systems* , 26 (3), 135-174.
23. JOHNSON, B. (2010). Privacy no longer a social norm, says Facebook founder. *11* (01).
24. Karen J, J., Kevin G., C., & Bernard J., J. (2007). electronic surveys and measurements. *E-Survey Methodology* , pp. 1-8.
25. Kate, M. (2014). We Want Privacy, but Can't Stop Sharing. (04).
26. Kooops, B.-J., & Ronald, L. (2005). Code and the slow erosion of privacy. *Mich. Telecomm. & Tech. L. Rev* , 12 , 119.
27. Lauer, W., & Xiaodong, D. (2007). Building online trust through privacy practices. *International Journal of Information Security* , 06 (05), 324.
28. Lee, r. (2018, 03 27). *Pew Research Center*. Retrieved 07 20, 2021, from Americans' complicated feelings about social media in an era of privacy concerns: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/27/americans-complicated-feelings-about-social-media-in-an-era-of-privacy-concerns/>
29. Lynn, T., John G, M., Brian, L., & Patricia, T. E. (2020). *The Cloud-to-Thing Continuum: Opportunities and Challenges in Cloud, Fog and Edge Computing*.
30. MARY, M. (2014, 11 12). *Public Perceptions of Privacy and Security in the Post-Snowden Era*. (Pew Research Center) Retrieved 06 22, 2021, from <https://www.pewresearch.org/internet/2014/11/12/public-privacy-perceptions/>

31. Masur, P. K. (2018). *Situational privacy and self-disclosure: Communication processes in online environments*. Springer.
32. Michael P, L. (2015, May 7). The philosophy of privacy: why surveillance reduces us to objects.
33. Patrick, F. (2000). When social meets technical (student paper panel): ethics and the design of “social” technologies., (p. 296).
34. President's Council of Advisors on Science and Technology (US). (2014). *Big Data and Privacy: A Technology Perspective. Executive Office of the President*. President's Council of Advisors on Science and Technology. WASHINGTON: The White House .
35. Regan, P. M. (2002). Privacy as a Common Good in the Digital World. *Information, Communication & Society* , 05 (03), 382-405.
36. REVELEY, J. (2013). Understanding social media use as alienation: A review and critique. *E-Learning and Digital Media* , 10 (01), 83-94.
37. Richard, T., & Robin, H. (2008). *The SAGE Dictionary of Qualitative Management Research*. London: SAGE Publications Ltd.
38. Shin, W., & Hyunjin, K. (2016). Adolescents' privacy concerns and information disclosure online: The role of parents and the Internet. *Computers in Human Behavior* (54), 114-123.
39. Solove, D. J. (2008). *Understanding Privacy*. Cambridge,: Harvard University Press.
40. Steijn, W. M., & Anton, V. (2015). Privacy under construction: A developmental perspective on privacy perception. *Science, Technology, & Human* , 40 (04), 615-637.
41. Sun, Y., Nan, W., Xiao, L. S., & Jacky, X. Z. (2015). Location information disclosure in location-based social network services: Privacy calculus, benefit structure, and gender differences. *Computers in Human Behavior* (52), 278-292.
42. Suter, W. N. (2012). *Qualitative data, analysis, and design. In Introduction to educational research: A critical thinking approach*. SAGE.
43. Tobias, D., & Miriam J, M. (2016). An Extended Privacy Calculus Model for SNSs: Analyzing Self-Disclosure and Self-Withdrawal in a Representative U.S. Sample. *Journal of Computer-Mediated Communication* , 21 (5), 368–383.
44. TOOBIN, J. (2014). The Solace of Oblivion–In Europe, the right to be forgotten trumps the Internet. 29.
45. Tormo, G. D., Félix, G. M., & Gregorio, M. P. (2014). *Identity management in cloud systems." Security, Privacy and Trust in Cloud Systems*. (Heidelberg, Ed.) Berlin: Springer.
46. Trepte, S., Leonard, R., Nicole B, E., Oliver, Q., Mike Z, Y., & Marc, Z. (2017). A cross-cultural perspective on the privacy calculus. *Social Media+ Society* , 03 (01), 02.
47. Zafeiropoulou, A. M., David E, M., Craig, W., & Kieron, O. (2013). Unpicking the privacy paradox: can structuration theory help to explain location-based privacy decisions? *In Proceedings of the 5th Annual ACM Web Science Conference*, (p. 464).
48. Zeng, F., Qing, Y., Jing, L., & Zhilin, Y. (2021). Does self-disclosure matter? A dynamic two-stage perspective for the personalization-privacy paradox. *Journal of Business Research* , 124, 667-675.
49. احمد عبد الخليم عطية. (2011). *سائر الفكر العربي المعاصر*. بيروت: دار الفرابي.
50. حنفي حسن. (2006). *مقدمة في علم الاستغراب (الإصدار 03)*. بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.