

الخصوصية وحرية تداول المعلومات على مواقع الويب دراسة تحليلية^(*)

مشيرة أحمد صالح

مدرس مساعد بقسم المكتبات والمعلومات
كلية الآداب - جامعة عين شمس

تمهيد:

وعلى الحريات الفردية خاصة بصورتها المستحدثة والمتمثلة في بنوك المعلومات، لا سيما إذا استغلت المعلومات والبيانات المجمع لغايات وأغراض مختلفة بدون رضا أصحابها الذين قد لا يكونون أصلاً على علم بوجودها .

وشبكة الإنترنت ليست بمنأى عن هذه الإمكانات في جمع البيانات والمعلومات وفي مراقبتها، خاصة وأن كل اتصال بالإنترنت يمكن أن يترك أثراً ما حتى ولو لم يدرك مستخدم الشبكة ذلك. فالشخص وهو بصدد استخدام شبكة الإنترنت يتوقع قدراً من الخفية في نشاطه أكثر مما يتوقع في العالم المادي الواقعي، لكن الحقيقة هي عكس ذلك فشبكة الإنترنت عبر نظم الخادم ونظم إدارة الشبكات تجمع قدراً كبيراً من المعلومات عند كل وقعة في شبكة الإنترنت، فكل اتصال بها يترك على الأقل كمية واسعة من

لقد تأثرت أخلاقيات مجتمع المعلومات إيجاباً وسلباً نتيجة للتحديات التقنية الكبيرة في مجال تقنية المعلومات والاتصال التي تواجهه الآن حيث ارتبط استخدام تقنيات هذا العصر الاتصالية بقيم وأخلاقيات المستخدمين والباحثين عن المعرفة، ولعل أهم مشكلة يواجهها مجتمع المعلومات هي مشكلة الحماية، وتتفرع عن هذه المشكلة عدة موضوعات أهمها حماية الخصوصية .

تزايد مخاطر التقنيات الحديثة على حماية الخصوصية، وكثيرة هي الابتكارات التكنولوجية التي أصبحت اليوم تقيد الفرد في تنقلاته، وترصد أعماله وحركاته، وتجمع المعلومات الشخصية حولها وتخزنها وتعالجها بواسطة الوسائل المعلوماتية كتقنيات المراقبة بالفيديو، ورقابة البريد والاتصالات وقواعد البيانات وغيرها. وهي جميعها تؤلف تهديداً مباشراً وجديداً على الخصوصية

(*) رسالة دكتوراه إشراف أ.د. حسناء محمود محبوب ، أ.د. ثناء إبراهيم موسى فرحات ، كلية الآداب - جامعة عين شمس

المعلومات بصفة خاصة، وكذلك الأفراد بالشراء واستخدام كل إمكانيات التجارة الإلكترونية على المواقع المختلفة فهل أعددنا الأفراد والمؤسسات لكيفية الإدلاء بالمعلومات الخاصة هم، وخاصة وأن التجارة الإلكترونية لها جانب مالي. وتحاول هذه الدراسة أن تجيب على التساؤلات التالية :

١. هل تلتزم مواقع الويب بالاتفاقيات والبرامج المهمة بحماية الخصوصية (أختام الخصوصية)؟
٢. هل تعلن مواقع الويب عن سياسات خصوصية المعلومات على مواقعهم؟
٣. هل تعلن مواقع الويب عن بيان ممارستهم للمعلومات الشخصية لمستخدمي الموقع؟
٤. ما هي أنواع المعلومات التي يتم جمعها من المستخدمين وعنهم؟
٥. هل تلتزم سياسات الخصوصية لمواقع الويب بالمبادئ الأربعة الأساسية التي أصدرتها اللجنة التجارية الفيدرالية FTC (وهي : الإبلاغ، الاختيار، الوصول، الأمن)؟
٦. هل اهتمت سياسات الخصوصية بخصوصية الأطفال على مواقع الويب؟
٧. هل توجد قوانين لحماية الخصوصية في الدول الأجنبية والعربية؟
٨. إلى أي مدى يشعر مستخدمو الإنترنت بالثقة بالنسبة إلى حماية معلوماتهم الشخصية على الإنترنت؟

أهمية الدراسة

تتزايد المخاوف من جمع مواقع الويب للمعلومات عن المستخدمين، لعدة أسباب منها :

المعلومات فبمجرد الدخول إلى الموقع فإن معلومات معينة تتوافر عن المستخدم وهي ما تعرف باسم معلومات رأس الصفحة Header Information وهي تتضمن عنوان بروتوكول الإنترنت العائد للمستخدم، ومعلومات أساسية عن المتصفح وعن نظام التشغيل ووقت وتاريخ الزيارة، ومواقع الإنترنت، وعناوين الصفحات السابقة التي زارها المستخدم وغير ذلك من المعلومات، وهذه المعلومات وإن كانت لازمة لإجراء عملية الربط بالإنترنت والتصفح، إلا أنها قد تشكل تهديداً لكيان الإنسان وخصوصيته .

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى :

١. تحديد مفهوم الخصوصية وخصوصية المعلومات الشخصية .
٢. التعرف على أسباب جمع المعلومات الشخصية من الأفراد وعنهم على الإنترنت .
٣. التعرف على الممارسات العادلة لحرية تداول المعلومات على مواقع الويب .
٤. بيان مدى الحماية التي توفرها القوانين الأجنبية والعربية والاتفاقيات الدولية للحق في الخصوصية .
٥. التعرف على شعور مستخدمي الإنترنت تجاه خصوصية معلوماتهم الشخصية على الإنترنت .

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

وتتمثل مشكلة الدراسة حينما ننادي المؤسسات بصفة عامة، والمكتبات ومراكز

الحدود الموضوعية : تركز الدراسة على كيفية استخدام المعلومات الشخصية التي يذكرها مستخدمو مواقع الويب التي تمارس أنشطة التجارة الإلكترونية من قبل مسئول هذه المواقع، ومدى توافق ذلك الاستخدام مع سياسات الخصوصية Privacy Policies، ومدى تأثير ذلك على حرية تداول المعلومات الشخصية .

الحدود الزمنية : هناك حدان زمنيان لهذه الدراسة، الحد الأول هو الخاص بتغطية عينة مواقع الويب العربية والأجنبية التي تمارس أنشطة التجارة الإلكترونية في الفترة من ٢٠٠٩/١/١ إلى ٢٠٠٩/٦/١، أما الحد الثاني فهو الخاص بإجراء الاستبيان وذلك في الفترة من ٢٠٠٨/١٢/١ إلى ٢٠٠٩/٤/٣٠ .

الحدود اللغوية : تتناول الدراسة مواقع الويب العربية التي تمارس أنشطة التجارة الإلكترونية مقارنة بمواقع الويب الأجنبية التي تمارس أنشطة التجارة الإلكترونية باللغتين العربية والإنجليزية .

منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي للوقوف على واقع سياسات الخصوصية في مواقع الويب التي تمارس أنشطة التجارة الإلكترونية. بالإضافة إلى قياس مدى انتباه المستخدمين إلى ضرورة الاطلاع على سياسات الخصوصية في مواقع الويب التي يستخدمونها، ويتبع المنهج الوصفي التحليلي دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كيفياً وكماً .

إمكانية وصول الجهات الحكومية لتلك المعلومات، واحتمال إعلان مواقع الويب عن المعلومات، أو بيعها، أو تقديمها للشركات الأخرى عند حدوث اندماج بينها، وإمكانية الرصد التفصيلي لحياة الأفراد، وتعرض المعلومات للسرقة أو الانتهاك . ومهما تكن الطريقة التي تجمع المعلومات بواسطتها فإنه يحرم بأن استخدام شبكة الإنترنت ولو لفترة قصيرة قد يؤدي إلى تجميع معلومات وبيانات شخصية متعددة عن المستخدم، وقد تستغل هذه المعلومات الشخصية كلها أو جزء منها في تكوين صورة جانبية عن مستخدمي الشبكة، وبالتالي فإنها تستغل في مراقبتهم . و تكمن أهمية هذه الدراسة في استكشاف سياسات الخصوصية في مواقع الويب، بوصفها أهم أداة يمكن من خلالها التعرف إلى رغبة الموقع في الحفاظ على خصوصية مستخدميه . والتعرف إلى أي مدى تلتزم مواقع الويب بالممارسات العادلة لحرية تداول المعلومات الشخصية على الإنترنت (وهي : الإبلاغ، والاختيار، والوصول، والأمن) التي أصدرتها اللجنة التجارية الفيدرالية . كما تكمن أهمية الدراسة أيضاً، في قياس مدى انتباه المستخدمين إلى ضرورة الاطلاع على سياسات الخصوصية في مواقع الويب التي يستخدمونها، حتى يعرفوا الضمانات التي قدمتها لهم لحماية خصوصيتهم، وكذلك استخدامها لمقاضاة الموقع إذا خالفها وانتهك خصوصيتهم .

حدود الدراسة

تشتمل الدراسة على الحدود التالية :

والخدمات، وهي : المزايدات، الأعمال المصرفية، السيارات، الملابس، الإلكترونيات، الزهور، دكاكين البقالة، تجهيزات المنزل، خدمات الاستثمار، الأدلة على الإنترنت وخدمات المشاهدة، منتجات العناية الشخصية، البرامج، السلع الرياضية، وخدمات استضافة مواقع الويب، خدمات السفر، خدمات البريد الإلكتروني، والكتب، والموسيقى، الأخبار والترفيه، والمعلومات الطبية، العقارات . ويتضمن مجتمع الدراسة أيضا المواقع التي توفر أوعية وخدمات المعلومات بجميع أشكالها مثل مواقع الناشرين التجاريين، ومواقع بيع الكتب

عينة الدراسة

أ. عينة الدراسة لمواقع الويب التي تمارس أنشطة التجارة الإلكترونية

قامت الباحثة باختيار عينة عشوائية منتظمة من مواقع التجارة الإلكترونية العربية والأجنبية التي تم حصرها، وتعتبر من أهم مميزات لعينة العشوائية المنتظمة هو بساطتها وسهولة إجرائها وقلّة الأخطاء الناجمة عن الاختيار . ولقد تم تطبيق قائمة المراجعة على (٧٥) موقع من أصل ٣٩٧ موقع من مواقع الويب العربية ومقارنتها بمواقع الويب الأجنبية والتي تم اختيار (٧٥) موقع منها من أصل (٤٠٠) . ولقد تم تحديد حجم مواقع الويب عينة الدراسة من خلال موقع www.surveysystem.com/sscalc.htm بنسبة ثقة ٩٥% .

ولأغراض البحث العلمي في الموضوع استخدمت الدراسة مجموعة من الأدوات للوصول إلى تحقيق أهدافها، تمثلت تلك الأدوات في التالي :

استبيان : موجه لعدة من مستخدمي الإنترنت من مختلف التخصصات لقياس مدى انتباه المستخدمين إلى ضرورة الاطلاع على سياسات الخصوصية في مواقع الويب التي يستخدمونها، وللتعرف على مواقف المستخدمين نحو مخاوف الخصوصية، ورؤيتهم في قضايا الخصوصية ومصطلحات الحماية التي يبحث عنها المستخدمين داخل مواقع الويب .

ب. قائمة المراجعة : استخدمت الباحثة قائمة المراجعة للحصول على المعلومات الأساسية لتحليل سياسات الخصوصية في مواقع الويب التي تمارس أنشطة التجارة الإلكترونية، لتتعرف على الإجراءات وممارسات مواقع الويب فيما يتعلق بحماية خصوصية المعلومات الشخصية لمستخدميها .

مجتمع الدراسة لمواقع الويب

قامت الباحثة بمتابعة مواقع الويب العربية والأجنبية التي تمارس أنشطة التجارة الإلكترونية على الإنترنت خلال فترة البحث (وهي الفترة من ١/١/٢٠٠٩م إلى ١/٦/٢٠٠٩م) . ولقد تم حصر (٣٩٧) موقع من مواقع الويب العربية، بالإضافة إلى (٤٠٠) موقع من مواقع الويب الأجنبية ويتضمن ذلك مواقع التجارة الإلكترونية التي تعرض فئات متنوعة من السلع الاستهلاكية

انتهاك الخصوصية . وحقوق الفرد في ملكية معلوماته الشخصية، وكيفية تحقيق التوازن ما بين حرية تداول المعلومات الشخصية وبين حماية خصوصية المعلومات الشخصية للفرد .

ويتناول الفصل الثاني "انتهاك خصوصية المعلومات وتقنيات حماية الخصوصية على مواقع الويب" : التحديات والفرص التي تواجهها الخصوصية على الإنترنت، وما تستوجبه من إلمام الفرد بتقنيات حماية الخصوصية . كما يهدف إلى التعرف على قدرة مواقع الويب على تجميع المعلومات الشخصية خلال ممارسة التجارة الإلكترونية، وكيف يمكن للفرد مواجهة التحديات التي تفرضها هذه التقنية، والمعايير الدولية . كما يتناول الفصل الحماية الذاتية من قبل الأفراد، وحماية الخصوصية من قبل التنظيم الذاتي . كما يستعرض الفصل تقنيات تحسين الخصوصية .

أما الفصل الثالث "قوانين حماية الخصوصية في الدول الأجنبية والعربية" : فيستعرض الواقع الراهن لتشريعات الخصوصية في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، بالإضافة إلى أهم المعاهدات والاتفاقيات الدولية المتعلقة بالخصوصية وحماية المعلومات الشخصية . كما يتناول الفصل أيضا واقع تشريعات الخصوصية وحماية المعلومات الشخصية أو المواد القانونية التي قد ترد في تشريعات الإنترنت الصادرة أو في قوانين ذات صلة مثل قانون الاتصالات في بعض الدول العربية، وهي : مصر، البحرين، قطر، الإمارات العربية المتحدة (دي)، سلطنة عمان، تونس .

ب. عينة الدراسة لمستخدمي الإنترنت :

قد بلغ عدد مستخدمي الإنترنت عينة الدراسة الذين وزع عليهم الاستبيان (٥٠٠) فرد . وقامت الباحثة بإجراء مقابلات مع مستخدمي الإنترنت بمختلف شرائحهم ومستوياتهم ما بين طلبة وأعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية مثل جامعة عين شمس، والقاهرة، وحلوان ومن مختلف التخصصات مثل طب، زراعة، علوم، هندسة، مكنتات، الخ، وبعض المكنتات العامة مثل : مكتبة مبارك العامة، ومكتبة القاهرة الكبرى، ومراكز المعلومات والبحوث وبعض الشركات العامة والخاصة والمستشفيات والبنوك .

فصول الدراسة

تتكون الدراسة من مقدمة منهجية وحمسة فصول يتبعها أهم النتائج والتوصيات ثم تبت المصادر والمراجع العربية والأجنبية التي تم الاعتماد عليها في هذه الدراسة، ثم الملاحق .

وتتناول المقدمة المنهجية : مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها، وفروض الدراسة وحدودها، ومنهج الدراسة وأدواتها، ومصطلحات الدراسة، وعرضا للدراسات السابقة، وتنتهي بالصعوبات والمعوقات التي واجهت الباحثة .

ويختص الفصل الأول "الخصوصية : مفاهيم وعلاقات" : بالتعرف على مفهوم وأهمية الخصوصية وعلاقتها بمفهوم حقوق الإنسان، ومواقع الويب، والبريد الإلكتروني، والمكنتات الرقمية والتجارة الإلكترونية، ومخاطر/ مخاوف

ويقدم الفصل الرابع والفصل الخامس :

عرض للبيانات التي حصلت عليها الباحثة من أدوات جمع البيانات سواء قائمة المراجعة والاستبيان مع تحليل البيانات وتفسيرها .

ثم انتهت الدراسة بالنتائج التي أسفرت عنها الدراسة، والتوصيات التي خرجت عنها، ثم ذيلت الدراسة بكل من قائمة المراجع والمصادر باللغتين العربية والإنجليزية التي اعتمدت عليها الدراسة حيث بلغ عدد المصادر الكلي ١٥١ منها ٥٧ مصدر باللغة العربية، و ٩٤ مصدر باللغة الإنجليزية، والملاحق .

نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها ما يلي :

١. لا تحرص مواقع الويب العربية عينة الدراسة (٤٦١ موقع بنسبة ٦١,٣%) على إعلان سياسات خصوصية المعلومات على مواقعهم . بينما تحرص مواقع الويب الأجنبية عينة الدراسة (٦٥٥ موقع بنسبة ٨٦,٧%) على إعلان سياسات خصوصية المعلومات على مواقعهم .

٢. يمكن تقسيم المعلومات التي تجمع عن المستخدمين في مواقع الويب إلى فئتين : تشتمل الأولى على البيانات التي يقدمها الشخص عند الرغبة في التسجيل على موقع الويب والاستفادة من بعض الخدمات، ومنها : الاسم، والعنوان، والبريد الإلكتروني . وتشتمل الفئة الثانية على

معلومات يتم جمعها دون علم المستخدم من خلال التقنية التي تستخدمها تلك المواقع، ومنها عنوان بروتوكول الإنترنت الخاص به، والمتصفح الذي يستخدمه، ونظام التشغيل الموجود على الحاسب الخاص به .

٣. مواقع الويب عينة الدراسة لديها القدرة على جمع كم هائل من المعلومات عن مستخدميها، مثل : الاسم، وعنوان المنزل والعمل، وأرقام الهاتف والفاكس، وتاريخ الميلاد، ونوع الجنس، وعنوان البريد الإلكتروني، وعنوان بروتوكول الإنترنت، ونوع المتصفح، ونظام التشغيل للمستخدم، ورقم بطاقة الائتمان، واهتماماته .

٤. تتنوع الأسباب التي تدعو مواقع الويب لجمع المعلومات من المستخدمين أو عنهم، فهناك أسباب تتعلق بالمواقع نفسها ورغبتها في تحسين خدماتها الحالية وتقديم خدمات جديدة، وتخصيص المحتوى والإعلانات للحصول على الأموال وحماية ممتلكاتها وموظفيها ومنها ما يتعلق بالمستخدم نفسه والوفاء بطلباته وتخصيص المحتوى .

٥. تشارك مواقع الويب عينة الدراسة المعلومات الشخصية للمستخدم مع الطرف الثالث في حالات محددة مثل : أن يتم الكشف عن المعلومات الشخصية بأمر القانون، أو عند الضرورة لمعالجة طلب المستخدم، أو أن الموقع يعطى مواقع الطرف الثالث المعلومات ولكن في شكلها الكلي أي بدون تحديد للهوية الشخصية .

خصوصية المعلومات الشخصية في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها .

٢ . يجب أن يحرص الفرد على مراجعة معلوماته الشخصية التي سبق له وأن أعطاها لمواقع الويب، وأن يحرص على تحديثها أو تصحيحها كلما كان ذلك مناسباً .

٣ . ضرورة إعلان سياسة أو بيان الخصوصية على مواقع الويب لضمان ثقة المستخدم

٤ . ضرورة استخدام المعلومات الشخصية للأهداف التي جمعت من أجلها وعدم استخدامها لأي أسباب أخرى .

٥ . ضرورة إعادة النظر في التشريعات الجنائية والمدنية التقليدية لحماية الفرد من التعدي على حرمة حياته الخاصة .

٦ . ضرورة الاستعانة بالاتفاقيات والمعاهدات الدولية أو الإقليمية في مجال تشريعات الخصوصية من أجل وضع تشريعات الخصوصية المحلية .

٦ . تشريعات حماية الخصوصية جاءت كرد فعل للتحديات التي واجهتها الحياة الخاصة بسبب مخاطر المعالجة الآلية للبيانات الشخصية وازدياد أنشطة جمع وتخزين وتبادل ونقل البيانات بالتقنيات الحديثة، حيث سنت هذه القوانين لحماية حق المواطنين في الخصوصية وحماية بياناتهم الخاصة وإسراهم .

٧ . أن المستخدمين قد يكونون على استعداد للكشف عن معلوماتهم الشخصية في مقابل المنفعة، وبالتالي قد يفضلون المنفعة على الأمن . ومن المرجح أيضاً، أن المستخدمين يقدموا المعلومات الشخصية إذا كانوا يعتقدون أنهم سيطرون على هذه المعلومات .

التوصيات

في ضوء التساؤلات التي طرحتها الدراسة والنتائج التي تم التوصل إليها يمكن الخروج بالتوصيات التالية :

١ . ضرورة المشاركة في ورش التوعية وندوات التدريب التي تتناول آليات ضمان حماية