

حماية المعلومات الشخصية للمستهلك الإلكتروني: دراسة مقارنة بين موقع

eBay العالمي وموقع Ouedkniss الجزائري

Protection of the personal information of the electronic consumer -A comparative study between the global eBay site and the Algerian Ouedkniss site

عبد الكريم زهيوه^{*1}

¹ جامعة عبد الحميد مهري- قسنطينة 2، (الجزائر)، abdelkrim.zehioua@univ-constantine2.dz

تاريخ الاستلام: 2022/02/05 تاريخ قبول النشر: 2022/06/04 تاريخ النشر: 2022/06/30

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى شرح مفهوم المعلومات الشخصية لمستخدمي الانترنت وطرق حمايتها. ولتوضح الفكرة أكثر قدمنا دراسة مقارنة بين موقعين مهمين للتجارة الإلكترونية من المستهلك إلى المستهلك (C-to-C) الموقع العالمي إيباي eBay والموقع الجزائري وادكنيس Ouedkniss، وطرق جمعها للمعلومات الشخصية وحمايتها لها. ولقد توصلنا إلى استنتاج مفاده أن البيئة التي تنشط فيها كل مؤسسة تؤثر بشكل كبير على اعتماد وسائل حماية المعلومات الشخصية وخاصة فيما تعلق بحجم تطور التجارة الإلكترونية وما يصاحبها من قوانين والممارسات الجيدة التي تعتمد عليها المؤسسات من أجل كسب ثقة المستهلك الإلكتروني. الكلمات المفتاحية: خصوصية الأفراد، مستهلك إلكتروني، إيباي، وادكنيس، حماية المعلومات الشخصية. تصنيف JEL: K240، O240.

Abstract:

This study aims to explain the concept of personal information of Internet users and ways to protect it. To make the idea clearer, we presented a comparative study between two important consumer-to-consumer (C-to-C) e-commerce websites, the global website eBay and the Algerian website Ouedkniss, and the ways they collect and protect personal information. We have come to the conclusion that the environment in which each company is active affects greatly the adoption of means of protecting personal information, especially with regard to the development of electronic commerce and the accompanying laws and good practices adopted by companies in order to gain the trust of the electronic consumer.

Keywords: Privacy of Individuals, Electronic Consumer, Ebay, Ouedkniss, Protection of Personal Information.

Jel Classification Codes : O240, K240.

^{*} المؤلف المرسل: عبد الكريم زهيوه

1. مقدمة:

تزايد استعمال الأنترنت بشكل كبير وتزايد معه عدد مستعمليه الذي وصل 4,9 مليار حسب آخر التقديرات. (Gaudiaut , 2021) أمام هذه الأعداد الهائلة من مستخدمي الأنترنت نجد المحتوى على هذه الشبكة العالمية قد تزايد بدوره وتنوع ليضع أمام المستعمل خدمات جديدة ومبتكرة لم تكن متوفرة من قبل، الهدف من ورائها التميز عن باقي المنافسين، من خلال الوصول إلى ارضاء المستهلك العادي والمتطلب، وابهارهما بنوعية الخدمات التي وصلت في دقتها إلى خدمات مشخصة حسب طبيعة وتفضيلات المستهلك. الوصول إلى هذا المستوى من التميز يتطلب جمع معلومات كثيرة خاصة بمستعملي الأنترنت بطرق مباشرة وغير مباشرة قد تصل حتى إلى استعمال طرق عُرِفَتْ بها المخابرات الأمنية أو اللجوء في بعض الحالات إلى الطرق غير الشرعية. وتهدف عمليات جمع المعلومات هذه إلى تكوين صورة واضحة حول زائري الموقع وقد تصل في بعض الأحيان إلى وضع بروفايلات لهم تصف أدق التفاصيل حول تفضيلاتهم وطباعهم ومسارات تصفحهم للأنترنت وغيرها، وهو ما يشكل مساسا بخصوصية الأفراد التي تزايدت مخاطرها مع انتشار استعمال الأنترنت وسهولة نقل ومعالجة البيانات الكترونيا.

للتجارة الإلكترونية شروطا يجب توفرها من أجل تطويرها وتحقيق القبول والثقة لدى المستهلك لاستعمالها وتجنب ظهور مشاكل ونزاعات تؤدي إلى نفور المتعاملين منها. بالإضافة إلى هذا فإن التطور السريع وضع الدول أمام تحديات جديدة خاصة فيما يخص الإطار القانوني الذي لم يعد يستجيب للمعطى الرقمي الجديد، حيث ظهرت مستجدات فرضتها خصوصية الوسائط الإلكترونية المستعملة ورقمنة البيانات بمختلف أشكالها (نص، صورة، صوت، ...) والمعالجة الإلكترونية لها. فأصبح من السهل نقل، تخزين، استنساخ، ونشر هذه المعلومات بتكاليف بسيطة، بسرعة هائلة، وبدون حدود مكانية. هذا الأمر خلق مشاكل ومخاطر لم تكون مستفحلة كما هي اليوم، من أمثلة هذه المشاكل نجد: القضايا المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية، التعامل بالتوقعات الإلكترونية وكيفية إثباتها، قضايا سرقة الهوية، قضايا حماية المعلومات الشخصية وخصوصية المستهلكين، حماية المستهلك الذي يشتري على الخط، وغيرها.

إشكالية الدراسة

يأتي عملنا لتسريح مفهوم المعلومات الشخصية للمستهلك الإلكتروني والمخاطر المترتبة عن سوء استعمالها في الأنظمة الآلية وكيفية حمايتها. وهل أخذت المواقع الالكترونية الجزائرية بعين الاعتبار مهمة حماية المعلومات الشخصية لزائريها أم لا؟ متخذين موقع eBay العالمي وموقع ouedkniss الجزائري كحالتين للمقارنة بين ما وصل إليه أشهر موقع للإعلانات في الجزائر والموقع العالمي المعروف فيما يخص إجراءات حماية المعلومات الشخصية للمستهلكين الجزائريين.

مببرات الدراسة

انتشر استعمال الانترنت في الجزائر الذي وصل إلى 27,28 مليون مستعمل في جانفي 2022، وهو ما يشكل نسبة اختراق وصلت 60,6% من مجموع السكان (Datareportal, 2022)، هذا الانتشار الواسع جعل المستهلك الإلكتروني الجزائري مستهدف من مواقع التواصل الاجتماعي (26.6 مليون مستعمل جزائري (Kepios, 2022)، ومواقع التسوق الإلكتروني التي انتشر استعمالها خاصة بعد جائحة كوفيد 19 التي سمحت لشريحة معتبرة من المواطنين الجزائريين أن يتعرفوا ويكتشفوا هاته العوالم الرقمية ويتفاعلوا معها ويقدموا لها من البيانات والمعلومات الشخصية ما قد يعرضهم إلى مخاطر كبيرة وكثيرة، مازالوا يجهلون. من هنا يأتي عملنا لإبراز هذا الخطر وتناول بحالتي الدراسة مستوى الحماية التي يطبقها أحد أشهر المواقع الإلكترونية بالجزائر موقع وادكنيس والموقع الأمريكي العالمي إيباي.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى توضيح المفاهيم المتعلقة بالمعلومات والبيانات الشخصية والطرق المختلفة لحمايتها، مع إبراز المخاطر الناجمة عن عمليات جمعها وحفظها ومعالجتها ونقلها بعلم من صاحبها أو من غير علمه. ولكي تتضح الصورة أكثر نتناول بالدراسة حالتين واحدة في الجزائر، البلد المتخلف نوعا ما عن ركب الدول المتقدمة، والأخرى في الولايات المتحدة الأمريكية صاحبة السبق في الكثير من الابتكارات والتطورات في الاقتصاد الرقمي.

2. مفهوم المعلومات الشخصية وخصوصية الأفراد

ظهر مفهوم الحياة الشخصية أو خصوصية الأفراد أول مرة في مقال Samuel D. Warren & Louis D. Brandeis بعنوان " الحق في الخصوصية " سنة 1890 في مجلة هارفارد القانونية. (Warren & Brandeis, 1890) هذا المقال يعتبر أساس الاعتراف بحق الحياة الشخصية في القانون الأمريكي والذي أثر على المحاكم والفقه القانوني. وفي إطار مؤتمر منظمة الأمم المتحدة الأول (مؤتمر منظمة الأمم المتحدة بطهران سنة 1968) حول أثر التقدم التكنولوجي على حقوق الإنسان، تبنت الجمعية العامة للأمم المتحدة توصياته حيث تعرضت هذه الأخيرة إلى تهديدات الحاسبات الإلكترونية على الحياة والحرية الشخصية، بما تملكه من أدوات للمراقبة وأجهزة التطفل الحديثة. (El-Chaouebka, 2004, p. 73) على هذا الأساس، وضعت الكثير من الدول قوانين لحماية الحياة الشخصية للأفراد لكن التطور المتسارع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات زاد من أهمية وخطورة الموضوع وهو ما جعل دولا ومنظمات إقليمية ودولية تسارع إلى تنظيم بعض الممارسات التجارية حتى لا تتعارض مع تطور التجارة داخل وبين الدول وحتى ينشأ مناخ ثقة بين المتعاملين التجاريين.

وتُعرف المعلومات الشخصية أو البيانات الإسمية بأنها " المعلومات المرتبطة بشخص التي مهما كان شكلها أو الوعاء الحامل لها، يمكن أن تحدد هويته لاسيما:
- عمره، اسمه، رقم بطاقة هويته، مدخوله، أصله العرقي، زمرة دمه، أو بصماته،

- آراءه، تقيّماته، ملاحظاته، مكانته الاجتماعية، وسوابقه العدلية.
- ملفه في العمل، ديونه، ملفه الصحي، نواياه (مثلا نيته في الحصول على منتجات أو خدمات أو تغيير عمله. إلخ). (Treasury Board of Canada Secretariat, 2021)

وتُعرف البيانات الإسمية كذلك على أنها " البيانات الشخصية التي تتعلق بالحق في الحياة الخاصة للمرء، كالبيانات الخاصة بحالته الصحية والمالية والوظيفية والمهنية والعائلية، عندما تكون هذه البيانات محلا للمعالجة الآلية". (El-Chaouebka, 2004, p. 63)

وتبدأ إشكالية حماية المعلومات الشخصية عندما يرغب التاجر الإلكتروني في الحصول على أكثر قدر من المعلومات الخاصة بالأشخاص الذين يزورون موقعه للواب بموافقتهم، وذلك لأغراض الإحصاء ومعرفة الاحتياجات، والرغبات، والميولات الخاصة بكل شخص. لذلك نجد أهم المعلومات الشخصية التي يتم جمعها: الاسم واللقب، العنوان البريدي والعنوان الإلكتروني، رقم الهاتف، رقم البطاقة البنكية، رقم الضمان الاجتماعي، رقم جواز السفر، تاريخ ومكان الميلاد، الجنس، الطول، الوزن، الحمض النووي ADN، عنوان IP للحاسوب المستعمل. إلخ.

وتخضع المعلومات الشخصية إلى أربعة عمليات أساسية وهي جمعها، الاحتفاظ بها، استعمالها، ونقلها. ومع كل عملية من هذه العمليات هناك ضوابط قانونية يجب احترامها لكي نصل إلى الحماية المطلوبة لهذه المعلومات وهو ما سنراه لاحقاً.

3. الأخطار التي تنجم عن جمع المعلومات الشخصية

يقوم التاجر الإلكتروني على صفحات الواب بجمع معلومات خاصة بمتصفح موقعه للواب، وذلك بعلمهم وأحياناً بغير علمهم. ويتم الحصول على هذه المعلومات أثناء عمليات البيع عن طريق ملأ استمارات إلكترونية لأغراض تسليم الطلبات (مثلاً الاسم واللقب، العنوان البريدي، ...)، أو لإتمام تسديد المبيعات (رقم البطاقة البنكية أو رقم بطاقة الائتمان، ...). وقد يكون تجميع المعلومات عن طريق ملفات الجرائد Log Files أو ملفات الشواهد Cookies التي توضع على حاسوب متصفح صفحة الواب بمجرد ولوجه للموقع. كل هذه المعلومات هي جزء لا يتجزأ من مفهوم المعلومات الشخصية التي تستطيع متفرقة أو مجتمعة تحديد أو السماح بتحديد هوية الشخص. وفيما يلي نحاول ذكر بعض الأخطار التي بإمكانها إلحاق الضرر المادي أو المعنوي جراء هذه العملية. (Chassingneux, 2001, p. 169)

1) النشر والمتاجرة بالمعلومات الشخصية

حيث يقوم التاجر بوضع بعض المعلومات الشخصية المجمعة لزيائنه على الأنترنت أو تبادل هذه المعلومات مع تجار آخرين أو المتاجرة بها لمن يطلبها. وأبسط مثال عن أضرار خروج المعلومات لوجهات أخرى هي وصول رسائل غير مرغوبة SPAM إلى صندوق البريد الإلكتروني للزيائن من طرف رجال التسويق أو من طرف

المحتالين والنصابين وذلك بعد بيع العناوين الإلكترونية لهؤلاء الأشخاص. هذه العملية وحدها تؤثر على الثقة بين الزبون والتاجر وتؤثر بشكل كبير في تطور التجارة الإلكترونية.

ب) ترابط الملفات

ترابط الملفات هو أن تقوم مؤسسة ما أو عدة مؤسسات بجمع عدة أنواع من المعلومات الخاصة بنفس الشخص أو فئة من الأشخاص بحيث نستطيع معرفة من خلال اسم معين: الحالة الصحية للشخص، مسيرته في الجامعة، اهتماماته فيما يخص الترقية، مخالفاته لقانون المرور، ملفه البنكي والقضائي. هذه التقنية ليست جديدة فالكثير من البنوك ومؤسسات التأمين ومؤسسات التوظيف تستعملها لكن أتمتة ملفات البيانات زاد من حجم هذه الممارسات خاصة مع زيادة اندماج المؤسسات واختراق الملفات الوطنية التي تربط بين عدة قواعد بيانات والتي تزيد من خطر المساس بالحياة الشخصية للأفراد. وينتج عن هذه الممارسات السقوط في تجاوزات التمييز العنصري، الفصل من الوظيفة والمساس بالحياة الشخصية.

ج) ملفات الجرائد والكوكيز Log files et Cookies

ملفات الجرائد هي ملفات ملحقة بموقع الواب، حيث تُجمع فيها معلومات عن الزائرين لهذا الموقع، ومن بين ما يُجمع العنوان (IP) Internet Protocol لحواسيب الزائرين، وهو رقم فريد يتم تعيينه بشكل مؤقت أو دائم لجهاز كمبيوتر متصل بشبكة معلوماتية تستخدم بروتوكول الإنترنت. وتُجمع كذلك عناوين صفحات الواب التي يتردد عليها المتصفحون للموقع ونوع الحاسوب المستعمل من طرفهم، إلخ. ويقوم التاجر بالاستعانة بهذه الملفات للحصول على معلومات حول نوعية الزائرين وعادات التصفح الخاصة بهم. أما عن مساوئ هذه الطريقة بالنسبة للتاجر، فتتمثل في أن العنوان IP الخاص بكل حاسوب متصل بالإنترنت كثيرا ما يتم تغييره دوريا من طرف مزودي الإنترنت وهو الأمر الذي يجعل التاجر يلجئون إلى وسيلة أخرى وهي استعمال ملفات الشواهد أو الكوكيز، هذه الأخيرة تسمح بإسناد رقم وحيد لكل زائر وهكذا يمكن متابعة المستهلكين مهما كان العنوان IP. طُورت هذه التقنية في الأصل للإسراع ولتسهيل الإبحار على النت لكنها فيما بعد أصبحت تستعمل لتتقي الأثر بل حتى خلق بروفائلات لمستعملي مواقع الواب. وتصبح هذه الوسيلة مشكلة عندما يتم جمع الرقم الوحيد لملف كوكيز مع المعلومات الشخصية التي جمعت بطرق أخرى. الكثير من البلدان التي

اعتمدت على أحكام تهدف إلى حماية المعلومات الشخصية للأفراد تعتبر هذه التوليفة من المعلومات غير شرعية.

د) وكالات الإشهار على الخط Les régies publicitaires

تنتدب الكثير من المؤسسات وكالات الإشهار على الخط لإدارة محافظها الإشهارية. لكن في إطار ظهور الطرق السريعة للمعلومات، طورت هذه الوكالات " استراتيجية المجموعة" التي تتمثل في اللجوء إلى ملفات الشواهد وإدراج بروفائلات للمستهلكين الإلكترونيين. فإذا أخذنا كمثال وكالة الإشهار Doubleclick التي تقترح على أعضائها شبكة هامة من مواقع الواب المنتسبة لها والتي تستعمل لافتات إشهارية. وهكذا عندما يتم تصفح مواقع واب منخرطة مع Doubleclick يتحدد من نقر لآخر بروفائيل استهلاك مستعمل الأنترنت. فإذا كنا في السابق نستطيع معرفة أن " السيد X، المستعمل لنظام تشغيل Y، تصفح موقع واب معين منذ 3 أيام" فباستعمال هذه الاستراتيجية أصبحنا نعرف "السيد X، يذهب بانتظام لشراء الكتب، يحب مواقع الموسيقى، ويلعب بانتظام في كازينوهات افتراضية" وهكذا تصبح الوكالة تقترح عليه إشهار مستهدف يناسب اهتماماته ورغباته، لكنها بالمقابل تخترق خصوصية الأشخاص وتضرب عرض الحائط حقوقهم في الحفاظ على حياتهم الخاصة.

هـ) البيانات الحساسة

البيانات الحساسة هي المعلومات الشخصية التي لها علاقة بالعرق، الآراء السياسية والدينية والنقابية، الحياة الجنسية، والحالة الصحية. معرفة بعض هذه المعلومات قد يشكل أضرارا كبيرة لأصحابها، وأبلغ مثال عن ذلك قضية الرئيس الأمريكي السابق Bill Clinton مع المتربصة في البيت الأبيض Monica Lewinski، التي تعرضت حياتهم الشخصية والمهنية إلى الخطر بمجرد معرفة العلاقة العاطفية التي جمعت بينهما من خلال الإيميلات التي تبادلاتها.

معالجة هذه المعلومات هي موضع عناية خاصة من الدول بل أن البعض ذهب إلى تقنين استعمالها.

و) الأطفال

يشكل الأطفال جزء مهم من السوق الافتراضي، سواء فيما يخص نسبة الحضور أو التردد أو المداخل. لذلك نجد الكثير من التجار من يستهدف هذه الفئة، ولهذا كان من

الضروري تمديد الحماية من المستعملين البالغين إلى الأطفال. وتكون الموافقة على أي شيء مشروطة على موافقة مستعمل بالغ كالأب أو الأم، لأن الأهلية القانونية للأطفال لا تسمح بأخذ القرارات.

بناء علاقة ثقة بين التاجر والزبون يحتم أن تتم الأمور بكل شفافية وهو ما تفرضه المعايير القانونية. فالتاجر لا يستطيع جمع المعلومات إلا بموافقة المستهلك. نجد مواقع الويب التي تحترم هذه المعايير تضع سياستها على صفحة للواب وتسهل الوصول إليها من خلال إتاحتها في الصفحة الأولى (صفحة الاستقبال). بحيث تقوم بالإشارة إلى الغرض من جمع المعلومات الشخصية ومعلومات ملفات الكوكيز، والحفاظ عليها، وعدم نشرها إلا بموافقة أصحابها. هذه الموافقة التي تأخذ أشكالاً مختلفة مثلاً النقر على أيقونة موافق أو تأشير خانة. إلخ.

4. أساليب حماية المعلومات الشخصية

من أجل كل هذه المخاطر استحدثت أدوات قانونية وغير قانونية لحماية المعلومات الشخصية للأفراد تتمثل في القوانين الوطنية لكل بلد، وأدوات ذات بعد دولي كالمبادئ التوجيهية لمنظمة التجارة والتنمية الاقتصادية (OCDE) لحماية الحياة الشخصية والتدفقات العابرة للحدود والبيانات ذات الطابع الشخصي (1980) والتوجيه Directive 95/46/CE للبرلمان والمجلس الأوروبي (1995) المتعلقة بحماية الأشخاص الماديين فيما يخص معالجة البيانات ذات الطبيعة الشخصية وحرية حركة البيانات. (Parlement européen et du Conseil, 1995) بالإضافة إلى هذا نجد ضمانات مكملة يتبناها التاجر الإلكتروني وتتمثل في سياسة السرية والشهادات.

فيما يلي سنحاول استعراض المبادئ التوجيهية لـ OCDE باعتبارها مصدر الكثير من التشريعات الوطنية الخاصة بحماية المعلومات الشخصية ونقوم بإشارة مختصرة للضمانات المكملة.

4. 1. المبادئ التوجيهية لـ OCDE لحماية الحياة الشخصية والتدفقات العابرة للحدود والبيانات ذات الطابع الشخصي

تعمل منظمة OCDE على تطوير التجارة العالمية ولذلك تقوم بوضع نصوص مختلفة تعمل بها الدول الأعضاء خاصة، وكل الدول الراغبة في ذلك عامة. من بين هذه

النصوص نجد تلك التي تهدف إلى حماية الحياة الشخصية للمواطنين وعلى رأسها المبادئ التوجيهية للمنظمة التي اعتمدت في 23 سبتمبر 1980. وتقوم بتنظيم وحماية الحياة الشخصية والتدفقات العابرة للحدود والبيانات ذات الطابع الشخصي. يهدف هذا النص إلى الوصول إلى تناغم التشريعات الوطنية للبلدان المصادقة، ويركز على حماية البيانات ذات الطابع الشخصي والتي تنتقل إلى ما وراء الحدود. وللوصول إلى هذا الهدف تقترح مجموعة من المبادئ محايدة تكنولوجياً وتغطي القطاع العام والخاص. فيما يلي نستعرض المبادئ التي تعتمدها مواقع الواب المهمة والتي في الغالب تتفق مع القوانين الوطنية للتاجر والتي نجدها في سياسة الموقع.

أ) تقييد جمع البيانات

هذا يعني أن طرق جمع المعلومات يجب أن يكون بطريقة نزيهة ومشروعة. ومن ثم فإن جمع هذه البيانات لا ينبغي أن يكون إلا بعد إطلاع الشخص المعني أو الحصول على موافقته.

ب) نوعية البيانات

أي أن البيانات التي يتم جمعها لا يجب أن تكون أكثر مما تتطلبه المعالجة التي نحن بصدد القيام بها. بالإضافة إلى ذلك يجب التأكد من أن المعلومات التي بحوزة التاجر الإلكتروني دقيقة، غير منقوصة، ويتم تحيينها باستمرار حتى نتجنب الخلط والغموض.

ج) تحديد الأغراض

أي أنه يجب الإشارة في مواقع الواب التجارية إلى أسباب جمع هذه المعلومات. هل سيقوم التاجر الإلكتروني بتخزين هذه المعلومات لأغراض الإحصاء أو التسويق. من المهم جداً إبلاغ مستخدم الأنترنت بهذه النقطة قبل أن يبدأ بإعطاء بياناته. وبهذه الطريقة يستطيع الموافقة على جميع البيانات وهو على دراية بكل الحقائق.

د) تقييد الاستعمال

هذا يعني أن البيانات التي تم جمعها لا يجب كشفها، أو استعمالها لأغراض أخرى غير تلك المحددة أثناء الجمع، إلا إذا قدم الشخص المعني موافقته أو أن هذا الكشف هو ضروري للتاجر لكي يستجيب إلى التزاماته القانونية.

هـ) ضمانات الأمان

هذا يعني حماية البيانات ضد الضياع، الوصول، التخريب، الاستعمال أو الكشف غير المرخص به.

و) الشفافية

هذا يعني أن سياسة حماية البيانات الشخصية يجب أن تكون واضحة ولهذا يستحسن أن تكون هذه السياسة متاحة على الأقل في الصفحة الرئيسية إن لم تكن على جميع صفحات الواب.

ي) المشاركة الفردية

هذا يعني السماح لمستخدم الأنترنت عندما يرغب في الحصول على نسخة من المعلومات الخاصة به والتي هي بحوزة التاجر. وهكذا يستطيع تصحيحها أو إتمامها وكذلك حذفها.

م) المسؤولية

هذا يعني أنه في حالة عدم احترام المبادئ المذكورة أعلاه يستطيع التاجر الإلكتروني التعرض إلى ملاحقات قضائية لمساسه بالحياة الشخصية. ولهذا يقوم هذا الأخير عادة بالإشارة في سياسة الموقع أو في شروط الاستعمال لمواقع الواب، ليس فقط، إلى حدود المسؤولية ولكن كذلك الأهلية القضائية المختصة في حالة النزاع. وفي بعض الأحيان تفضيله تقديم جميع النزاعات التي يحتمل أن تحدث إلى الوساطة، أو التحكيم التقليدي أو على الخط.

4. 2. تأمين الصفقات وقواعد البيانات

يشكل تأمين الإرسال وقواعد البيانات العنصر الأساسي لحماية المعلومات الشخصية على الأنترنت. حيث يتم توفير واجهات مؤمنة عند جمع البيانات الشخصية مستعملين بروتوكول Secure Socket Layers (SSL) والمعطيات المحصلة تشفر عند إرسالها إلى خادم الواب. ضمان تأمين هذه المعلومات عند وصولها إلى التاجر، والتي تكون في شكل قواعد بيانات، هي مسؤولية هذا الأخير، حيث يقوم بتقييد الوصول إلى هذه القواعد بحيث يوفر نوعين من الوصول: الأول للزبون صاحب هذه المعلومات والثاني للإداريين الذين لهم حق الوصول إلى جميع المعلومات وبذلك فهم المسؤولون في حالة ضياع، تخريب أو استعمال غير شرعي لهذه المعلومات. وتجنباً لذلك يقوم التاجر

بإعداد سياسة أمنية داخلية تحفظ هذه المعلومات. ويمكن أيضا استعمال وسائل تقنية كحائط النار Firewall الذي يشكل عائق تقني يسمح بحماية الخادم المضيف لموقع الويب والمعلومات المخزنة ضد الاختراق الخارجي.

4. 3. السياسات المرتبطة بالمعلومات ذات الطابع الشخصي

تقوم أغلب المواقع التجارية للويب بصياغة سياسة الموقع والتي تتضمن التزامات التاجر أمام المستعملين. إعداد هذه السياسة يتم بشكل طوعي غير مفروض بحيث يقوم كل تاجر بوضع سياسته الخاصة حسب حاجاته ومتطلباته. يكون الوصول إليها متاحا في الصفحة الرئيسية غالبا. وتتضمن هذه السياسة النقاط التالية:

- التزامه فيما يخص المعلومات الشخصية،
- الاستعمال الذي يتم على المعلومات المجمعة،
- التقاسم المحتمل للمعلومات،
- استعمال الملفات الشاهدة كوكيز والغرض منها،
- وجود حق معارضة نشر المعلومات وطريقة القيام به،
- وجود حق الوصول، تغيير، وحذف المعلومات من طرف صاحبها وطريقة القيام بذلك،
- أمن موقع الويب،
- التشريعات التي يتم الرجوع إليها في حالة النزاع،
- اللجوء المحتمل إلى ختم التصديق أو إلى معيار تقني كمنصة مشاريع اختبارات الخصوصية P3P.

4. 4. أختام التصديق لمواقع الويب التجارية

اللجوء إلى ختم، شعار أو علامة يعزز قيام علاقة الثقة بين التاجر ومستعملي موقع الويب. هو شهادة على أن هذا الأخير يحترم شروط معينة في الحفاظ على البيانات الشخصية. والحصول عليه يتم بشكل طوعي بعد الاستجابة إلى شروط الانخراط إلى البرنامج، الذي تعده المنظمات المانحة لهذه الأختام، وكذلك بعد دفع الاشتراك السنوي. المنظمات المهتمة بالمعلومات الشخصية هي TRUSTe, BBBonline Privacy, WebTust وغيرها. والتي تقوم بعد التحقق من توفر الشروط الضرورية بتسليم التاجر

ترخيص تشهد فيه أن الموقع هو عضو لهذه المنظمة ويبينه الختم الذي يوضع على الموقع.

يتبين مما سبق الأهمية الكبيرة لعنصر المحافظة على البيانات الشخصية للأفراد خاصة مع انتشار التجارة الإلكترونية ولجوء هذه الأخيرة إلى جمع المعلومات الخاصة بالزبائن أو المستهلكين وهو ما يضع التاجر الإلكتروني أمام مسؤولية الحفاظ على هذه المعلومات بشتى الطرق لخلق جو الثقة الذي يشكل المطلب الرئيسي لازدهار التجارة الإلكترونية.

5. مقارنة بين سياسة حماية المعلومات الشخصية لموقعي شركة ايباي وشركة وادكنيس

نحاول في هذا العنصر اظهار سياسات حماية المعلومات الشخصية التي تقوم بها الشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية. ويبقى وجه المقارنة بعيدا نوعا ما: فالشركة الأولى عالمية، ومتواجدة في القارات الخمسة، وتتحكم في تكنولوجيا المعلومات، ورأس مالها يعد بالمليارات؛ بينما شركة وادكنيس شركة فنية، محلية، عرفت نجاحا على مستوى الجزائر لكن يبقى حالها من حال الاقتصاد الجزائري والبيئة الجزائرية. الغرض من عملية المقارنة هو الاستفادة من التجارب الرائدة في العالم ومحاولة اسقاطها على الواقع الجزائري.

5. 1. سياسة حماية المعلومات الشخصية لموقع شركة ايباي eBay

تقوم شركة إيباي، باعتبارها شركة عالمية رائدة في التجارة الإلكترونية من النوع CtoC (تتعامل كوسيط بين المستهلكين)، بجمع معلومات كثيرة ومتعددة خاصة بمستعملي موقعها الإلكتروني، البالغ عددهم أكثر من 185 مليون مستعمل نشط في العالم حسب احصائيات 2021، وذلك لأن امكانياتها المالية والتكنولوجية والمعرفية تسمح لها بفعل ذلك، إذ تسجل رقم أعمال يصل 10.3 مليار دولار سنة 2020. (Wikipedia, 2022) وتهدف من وراء عملية الجمع هذه إلى توجيه خدماتها واشهارها إلى المستهلك المناسب من خلال استعمال تكنولوجيات وخوارزميات معقدة، والوصول في الأخير إلى زيادة أرباحها. لكن الشركة تدرك جيدا أن هناك قوانين وتوجيهات سنتها الدول والمنظمات الدولية لحماية المعلومات الشخصية ولذلك فهي تقوم بتعديل سياساتها لتتوافق مع القوانين

وتتفادى الوقوع في نزاعات قانونية لا تخدم أعمالها التجارية. نستعرض فيما يلي طبيعة ونوعية المعلومات الشخصية المجمعة من طرف شركة إيباي.

(أ) المعلومات الشخصية المقدمة من طرف المستهلك

عند استخدام المستهلك الإلكتروني لخدمات شركة eBay قد يضطر إلى تقديم بعض المعلومات التي تكون ضرورية للحصول على الخدمة من أمثلة هذه المعلومات نجد: (Ebay, 2021)

- التفاصيل الخاصة بالمستهلك مثل الاسم والعناوين وأرقام الهواتف أو عناوين البريد الإلكتروني عند فتح الحساب.
- معلومات عن المزادات، المشتريات أو المبيعات التي تقدم خلال معاملة أو أي محتوى آخر يتعلق بالمعاملة التي أنشأها المستهلك أو فيما يتعلق بحسابه كنتيجة للمعاملة التي شارك فيها.
- أي محتوى آخر ينشئه المستهلك أو يتصل بحسابه (على سبيل المثال، إضافة عناصر إلى سلة التسوق أو قائمة الأعمال المراد متابعتها وإنشاء مجموعات والاشتراك في مجموعات أو بائعين آخرين).
- المعلومات المالية (مثل بطاقات الائتمان أو أرقام الحسابات المصرفية) المتعلقة بالمعاملة.
- معلومات حول التسليم، الفوترة وغيرها من المعلومات المستخدمة لشراء أو لبيع شيء ما، فضلا عن المعلومات المطلوبة للتخليص الجمركي (رقم التسجيل الضريبي أو أرقام الهوية الأخرى) وغيرها من المعلومات المناسبة للتسليم (أرقام التتبع وحالة الشحن) عندما تؤخذ خدمة التوصيل على عاتق eBay.
- في بعض الحالات، عند استخدام خدمات eBay، قد يحتاج المستهلك إلى ضرورة الإشارة إلى عمره وجنسه وقوائم اهتماماته والأمور المفضلة لديه.
- يمكن أيضا للمستهلك تزويد شركة eBay بمعلومات إضافية عند ملأ استمارة ويب أو تحديث أو إضافة معلومات إلى حسابه أو المشاركة في مناقشات على المنتدى أو عبر المراسلة الفورية أو إرسال شكاوى ومنازعات أو عندما يتصل بالشركة بخصوص الخدمات المقدمة.

- معلومات أخرى تكون الشركة ملزمة أو مرخصة بقوة القانون والتشريعات الوطنية المعمول بها لجمعها ومعالجتها للمصادقة عليها أو التعرف على المستهلك، أو للتحقق من المعلومات التي جمعتها الشركة.
- ب) المعلومات الشخصية التي تجمعها شركة eBay تلقائياً عند استخدام خدماتها أو فتح حساب عندها

من المعلومات التي تجمعها الشركة دون العودة إلى المستهلك نجد: (Ebay, 2021)

- معلومات عن تفاعل المستهلك مع خدمات شركة eBay وتفضيلاته الإشهارية واتصالاته معها. تتمثل في المعلومات الشخصية التي تتلقاها من الأجهزة (بما في ذلك أجهزة الجوال) التي يستخدمها المستهلك عند استخدامه لخدمات الشركة. تتضمن هذه المعلومات: معرف الجهاز أو المعرف الفريد ونوع الجهاز ومعرف الإشهار.
- معلومات حول الموقع الجغرافي، بما في ذلك معلومات حول موقع جهاز الجوال. تتيح للمستهلك معظم أجهزة الجوال التحكم أو تعطيل استخدام خدمات الموقع من خلال التطبيقات المثبتة في قائمة الإعدادات.
- معلومات حول الحاسب الإلكتروني والربط بالإنترنت مثل الإحصاءات حول تصفح صفحات الويب، درجة الحركة على المواقع الإلكترونية، عناوين الصفحات، بيانات الإشهار، وعنوان IP للمستهلك، والسجل التاريخي للتصفح على الإنترنت ومعلومات حول ملفات الجرائد الخاصة بالمستهلك.
- ج) المعلومات الشخصية التي يتم جمعها باستخدام ملفات الشواهد أو كوكيز وغيرها من التقنيات المشابهة

قد تستخدم ملفات الشواهد أو الكوكيز ومعالم الويب (balises web)* وغيرها من التكنولوجيات المشابهة لجمع المعلومات حول الصفحات التي يزورها مستعمل الإنترنت، والروابط التي ينقر عليها، والأعمال التي يقوم بها عند استهلاك خدمات eBay. وتستخدم eBay ملفات الشواهد على بعض صفحاتها من أجل: (Ebay, 2021)

- تجنب إدخال كلمة المرور الخاصة بالمستعمل عدة مرات خلال نفس الدورة؛
- تقديم معلومات مناسبة لمحاولات اهتمامات المستعمل الإلكتروني؛

- تعزيز وتقوية الثقة والأمان؛
- اقتراح وظائف لا يمكن توفرها إلا من خلال استخدام ملفات الشواهد؛
- تقييم فعالية أساليبها الترويجية؛
- تحليل الحركة على صفحات الويب الخاصة بها.

(د) المعلومات الشخصية التي يتم جمعها من مصادر أخرى

نجد كذلك معلومات شخصية يتم جمعها من مصادر أخرى وهي: (Ebay, 2021)

قد تقوم شركة eBay بإضافة معلومات أخرى من أطراف ثالثة إلى المعلومات المجمعة والخاصة بالحساب الشخصي للمستخدم، على سبيل المثال، قد تقوم بجمع واستخدام المعلومات الديموغرافية التي يتم نشرها علناً، معلومات أخرى للاتصال بالمستخدم، معلومات التحقق من الملاءة، والمعلومات الواردة من وكالات الاستعلام التجارية، إلى الحد الذي يسمح به القانون.

قد تسمح الشركة للمستخدم بتقاسم المعلومات مع مواقع شبكات التواصل الاجتماعي أو استخدام مثل هذه المواقع لإنشاء حسابه أو ربط هذا الأخير بموقع شبكات التواصل الاجتماعي المناسب له. يمكن لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي هذه أن تتيح للشركة تلقائياً الوصول إلى بعض المعلومات الشخصية للمستخدم التي خزنتها (على سبيل المثال، المحتوى الذي شاهده وأحبه وأية معلومات حول الاعلانات التي عرضت عليه أو التي نقر عليها، وما إلى ذلك). إذا سمح المستخدم للشركة بالوصول إلى موقع يحتوي على محتوى فيديو، فإنه يوافق على أنه يجوز للشركة مشاركة نشاطه في مشاهدة الفيديوهات مع مواقع شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى أو الحصول على معلومات حول مشاهداته على هذه المواقع لفترة تصل على الأقل لسنتين أو حتى وقت سحب موافقته. يمكنه التحكم في المعلومات الشخصية التي تسمح لشركة eBay بالوصول إليها عن طريق تعديل إعدادات الخصوصية على موقع شبكة التواصل الاجتماعي المعني، وكذلك الأذونات التي يمنحها لشركة للوصول إلى المعلومات الشخصية المخزنة من قبل موقع شبكة التواصل الاجتماعي المعني. من خلال ربط حساب يديره موقع شبكة التواصل الاجتماعي بحساب المستخدم وبالسماح للشركة بالوصول إلى هذه المعلومات، فإنه يوافق

على أنه يجوز للشركة جمع واستخدام وتخزين المعلومات التي تقدمها هذه المواقع وفقا لإشعار الخصوصية الخاص بشركة eBay.

هكذا إذا تقوم شركة eBay بجمع معلومات كثيرة ومتعددة قد تكون مباشرة يقدمها المستخدم عند فتحه لحساب على موقع الشركة، وقد تكون بصفة غير مباشرة عن طريق تكنولوجيات يتيحها الأنترنت ولكن المستخدم يعطي موافقته المسبقة على ذلك. هذا بالنسبة إلى المستخدم العارف بخبايا ومآلات هذه التقنيات أما بالنسبة للمستخدم الذي يجهل معناها فإنه قد يوافق على أمور ليست دائما في صالحه. وهناك من المعلومات التي يتم جمعها من أطراف ثالثة وكل هذا الهدف منه هو تكوين بروفائلات حول الشخص لتوجيه خدمات وخاصة ومضات إشهارية مناسبة لتوجهات وتفضيلات هذا الشخص. ومن هنا تأتي خطورة هذه التقنيات على خصوصية المستهلك المستخدم لهذه المواقع.

تسمح الامكانيات المالية والتكنولوجية الكبيرة لشركة eBay أن تجمع كل صغيرة وكبيرة عن زائريها، لأن تكنولوجيات البيانات الضخمة Big Data تمكنها من تخزين هذا الكم الهائل من البيانات، ومعالجتها للخروج بمعلومات مفيدة لنشاط الشركة ولمؤسسات أخرى يمكنها الاستفادة من المعلومات المستخرجة مقابل عائدات مالية معتبرة.

شركة eBay ولحماية نفسها قانونيا فهي تنشر سياستها لحماية المعلومات الشخصية وبكل تفصيل حتى تكون منسجمة مع القوانين الدولية والمحلية في البلدان التي تنشط فيها. وعندما نقرأ اشعارها لحماية المعلومات الشخصية فإننا نجد يحترم المبادئ التوجيهية لـ OCDE لحماية الحياة الشخصية والتدفقات العابرة للحدود والبيانات ذات الطابع الشخصي. وهي ملزمة باحترام القوانين الوطنية بالنسبة للبلدان التي تنشط فيها.

5. 2. سياسة حماية المعلومات الشخصية لموقع وادكنيس Ouedkniss.com

يعتبر موقع وادكنيس من أنجح التجارب في الجزائر، حيث يعتبر رابع موقع الأكثر تصفحا في الجزائر، حسب ترتيب ألكسا Alexa بدايةً من شهر فيفيري 2022. (Datareportal, 2022) وهو موقع يتخصص في تسهيل المعاملات التجارية بين الأفراد وكذلك بعض المؤسسات، بحيث يلاقي العرض مع الطلب، فهو في شكله البسيط يحاكي تجربة "إيباي eBay" العالمية. وظهر للوجود سنة 2006 من طرف خمسة طلبة أصدقاء وتطور الموقع ليصبح في شكله الحالي مسجلا في شهر أوت 2010، 38 مليون زائر بمعدل 133000 زيارة في اليوم (حاليا وصل العدد إلى 800000 زائر في اليوم

(Ouedkniss, 2021)). يصل عدد الإعلانات التي تنتشر على الموقع في اليوم إلى 10000 إعلان. (Babalweb, 2021) تدور أهم الصفقات على الموقع حول بيع وشراء السيارات والعقارات ومنتجات الإعلام الآلي. (Gasmia, 2010, p. 38) يعتمد نموذج الأعمال لهذا الموقع على كراء فضاءات للإعلان على الموقع وعلى الإشهار وتكمن قوته في العدد الكبير للزائرين الذي يزيد من قوة تفاوضه مع المعلنين.

حسب ما جاء في وثيقة شروط الاستعمال والمعلومات القانونية لودكنيس فإن المصدر الوحيد الذي يتم به جمع المعلومات الشخصية لمستخدمي الموقع هي ما يقدمه هذا الأخير عند فتح حساب جديد أو عند التفاعل مع خدمات الموقع. في هذه الوثيقة لا تعطي معلومات وافية عن ماهية المعلومات المجمعة أو طبيعتها، فقط يشير الموقع إلى أن المؤسسة تقوم بجمع بعض المعلومات الضرورية للسير الحسن لخدماتها ولتنشر الإعلانات على الموقع، وقد تستعملها لأغراض تجارية. كما تشير إلى أن بعض المعلومات المجمعة على الاستثمارات الإلكترونية الخاصة بالموقع هي ضرورية والبعض الآخر اختياري. المعلومات المرسلة إلى المؤسسة عن طريق الموقع الإلكتروني تحول إلى وجهة واحدة وهي المؤسسة نفسها. تساهم المعلومات المجمعة على معرفة أفضل لمستعمل الموقع ومطابقة عروض المؤسسة مع انتظاراته، إدارة الشكاوى، تطبيق قواعد تشغيل المؤسسة، حل النزاعات المحتملة بين المستعملين، وكذلك إخبار المستعملين بكل المستجدات. وقد تسمح المؤسسة لنفسها بإرسال عروض خاصة بشركائها إلى مستخدمي الموقع الذين عبروا صراحة عن موافقتهم استقبال مثل هذه العروض. في هذه الحالة، قد يتم كراء البيانات ولكن لن يتم بيعها تحت أي ظرف من الظروف، أو يتنازل عليها إلى أطراف أخرى. يمكن أن يعهد بها إلى مقدمي الخدمات الذين يساعدونها في أنشطتها ولكن تبقى في كل الأحوال ملكية مؤسسة وادكنيس.

لمستخدم موقع وادكنيس الحق في الوصول، تعديل، تصحيح، وحذف البيانات الخاصة به طالما لديه حساب صالح ونشط. ويمكنه ممارسة هذا الحق بطرق مختلفة سواء على موقع وادكنيس نفسه باستعمال عنوان البريد الإلكتروني وكلمة المرور، أو عن طريق البريد الإلكتروني للمؤسسة، أو باستعمال الهاتف أو الفاكس. ولوضع مستعملي الموقع في راحة أكثر وكسب ثقتهم يقدم الموقع معلومات حول طبيعة هذه المؤسسة التي تأسست بموجب قوانين الجزائر، ويقدم عنوان مقرها بالجزائر العاصمة لكل من يهيمه الاتصال بها

مباشرة. ويبقى أهم شيء يجلب الثقة هو سمعة المؤسسة في السوق وبين مستعملي هذا الموقع.

كما سبق وأن ذكرنا، وجه المقارنة بعيد جدا فحجم وقيمة الشركتين مختلفين تماما، حيث نجد شركة إيباي تتعامل بحذر كبير مع المعلومات الشخصية لمستعملي موقعها باعتبارها تنشط في بيئة تتحسس كثيرا من هذه المواضيع بالإضافة إلى وجود قوانين صارمة تحمي مثل هذه المعلومات. أما في الجزائر التي لا تزال متأخرة في مجالات التجارة الإلكترونية، لم تعرف القانون المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي إلا سنة 2018 بعد سنوات من الانتظار. لكن نسجل للشركة الفتية وادكنيس اطلاعها على حيثيات هذا المشكل والعمل على تقادي تبعاته حتى قبل سن القانون الذي يوطر عمليات جمع، وتخزين، ونقل المعلومات الشخصية.

كخلاصة لما تم ذكره يمكننا الخروج بهذه الملاحظات الخاصة بأوجه التشابه والاختلاف لكل شركة في الجدول التالي:

الجدول 1: أوجه التشابه والاختلاف بين شركة إيباي وادكنيس

شركة إيباي	شركة وادكنيس
- قوة المؤسسة المالية والتكنولوجية، ووجودها في بيئة نشطة في مجال تكنولوجيا المعلومات عامة والتجارة الإلكترونية بالخصوص، وتواجدها في أهم الدول الأكثر تقدما في العالم، جعلها أكثر نضجا، وأكثر حذرا، فيما يخص جمع وحفظ ومعالجة ونقل البيانات الشخصية لزائري ومستعملي الموقع.	- قوة المؤسسة في محيطها المحلي إذ تعتبر من المواقع الأكثر تصفحا في الجزائر، لكنها في الخارج لا وجود لها، وإمكانياتها المالية والتكنولوجية تبقى محدودة لتأخر الجزائر في مجال تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى ضعف اقتصاد الجزائر مقارنة باقتصاديات الدول المتقدمة وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية التي تنشط فيها شركة إيباي.
- شركة إيباي الرائدة في مجالها، هي من الشركات الأولى التي ظهرت في مجال التجارة الإلكترونية (سنة 1995)، وهي	- صحيح أن موقع وادكنيس هو الرائد

في مجاله في السوق الجزائرية وصاحب السبق في ولوج هذا المجال لكنه يبقى محدود التأثير في الأسواق الاقليمية والعالمية. - شركة وادكنيس هي من الشركات الصغيرة ولا مجال لمقارنتها بشركة عملاقة كشركة إيباي، ولهذا نجد بعض المهندسين الذين يعلمون بها يقدمون أفضل ما لديهم لكن لن يصل مستواهم مستوى آلاف المهندسين الذين يعملون في شركة إيباي ولن يتحكموا في تقنيات جمع وحفظ ومعالجة ونقل البيانات التي تعمل بها شركة إيباي. وهذا ما يجعلنا نطمئن عند تصفح موقع وادكنيس الذي يحترم كل القواعد التي جاءت في حماية المعلومات الشخصية ولا يتعمق في أساليب جمع بيانات أخرى قد تخلق لدينا الريبة في الأهداف من وراء ذلك. - يبقى الحذر من شركة وادكنيس في مدى قوتها لتأمين المعلومات التي تم جمعها من خطر تسريبها إلى جهات أخرى غير مرغوبة.	تضم جيشا من المهندسين ذوي الكفاءة العالية، الأمر الذي جعلها تتحكم في استخدام تكنولوجيا المعلومات وتستعملها للاستفادة منها في نشاطها الذي يقدر بمليارات الدولارات. - للحفاظ على المكانة التي وصلت إليها الشركة، تستخدم التقنيات الحديثة في معالجة البيانات الضخمة التي تجمعها من موقعها ومواقع أخرى تتقاسم معها البيانات، وهي بهذا تقترب من اختراق خصوصية الأفراد الذين عليهم الاحتياط أكثر ومعرفة خبايا الاعدادات المعقدة التي يستعملها أصحاب هاته المواقع للحصول على المعلومات المطلوبة. - رغم احتياطاتها في إعداد سياسة حماية المعلومات الشخصية التي تحترم القانون والممارسات المفضلة في هذا المجال، إلا أنه يمكننا أن ننتظر من هاته المؤسسات العملاقة تجاوز هاته السياسات بطرق مختلفة للحصول على معلومات تعتبرها عصب هذا العصر وأساس الميزة التنافسية التي تجعلها تحافظ على الريادة لأوقات طويلة.
--	---

المصدر: من إعداد الباحث.

6. خاتمة

حماية المعلومات الشخصية مسألة مهمة في الاقتصاديات المعاصرة. كل الدول المتطورة وضعت قوانين لحماية جمع وتخزين ومعالجة ونقل ونشر المعلومات الشخصية بعدما تفاقمت جرائم التعدي على الحياة الشخصية للمستهلك الإلكتروني. هذه الظاهرة استفحلت لطبيعة المعلومات الشخصية الرقمية على الشبكات العالمية للإنترنت التي أصبح من السهل استنساخها ونشرها على نطاق واسع في ثواني معدودة. وتستخدم هذه المعلومات بعد جمعها إلى تحسين الخدمات وشخصتها لكنها قد تتعدى الإطار الذي جمعت من أجله لتصبح أداة للتحرش ومضايقة أصحابها. تستعمل المواقع المهمة طرق عديدة لحماية هذه المعلومات سواء لتتوافق مع القوانين السارية المفعول أو لمجرد كسب ثقة المستهلك للتعامل مع هذه المواقع.

المقارنة التي قمنا بها بين شركة عالمية عملاقة رائدة في مجالها، وبين شركة جزائرية محلية صغيرة، يجعلنا نصل إلى نتيجة أن كل من الشركتين مدركة لأهمية المحافظة على المعلومات الشخصية، ولذلك نجدهما يضعان سياسة الحفاظ وإدارة هاته المعلومات على موقعهما للوالب، حتى تضعان مستعمل هاته المواقع في ثقة، تجعلانه يتعامل مع خدمات هاته المؤسسات بكل أريحية، لكن مع هذا نلاحظ الفرق في عمق وتفاصيل هاته السياسات لكل شركة وهذا راجع إلى البيئة التي تنشط فيها كل واحدة وحجمها ومجال نشاطها وإمكانياتها المالية والبشرية والتكنولوجية، التي لا يمكن المقارنة بينهما.

7. قائمة المراجع:

- Ahmed Gasmia . (2010 ,09) .La belle histoire de l'Ebay Algérien .
 N'tic Magazine من الاسترداد (47) www.nticmagazine.com
 Babalweb . (2021 , 10 12) .Ouedkniss -La boîte qui valait 40 milliards
 de dinars من الاسترداد تم
 http://www.babalweb.net/info/90534-ouedkniss-la-boite-qui-
 valait-40-milliards-de-dinars.html
 belkacem hamdi . (2010) .gfgf .gfgf .14-12 ،
 Cynthia Chassingneux . (2001) .La protection des informations à
 caractère personnel .Montréal.

- Datareportal. (2022, 02 15). Digital 2022: Algeria. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2022-algeria>
- Ebay. (2021, 09 07). Avis sur les données personnelles. Retrieved 09 07, 2021, from <http://pages.ebay.fr/help/policies/privacy-policy.html#global>
- Ebay. (2021, 09 07). Cookies, repères Web et données personnelles . تم الاسترداد من <http://pages.ebay.fr/help/account/cookies-web-beacons.html>
- El-Chaouebka, M. (2004). Computer crimes - computer science crime. Amman: Dar Elthakafa.
- Kepios. (2022, 02). Digital 2022 Algeria (February 2022) v01. تم الاسترداد من <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2022-algeria-february-2022-v01>
- Ouedkniss. (2021, 10 09). Qu'est-ce qu'un store ? تم الاسترداد من Ouedkniss: <https://www.ouedkniss.com/boutiques/tarifs.php>
- Parlement européen et du Conseil. (1995, 10 24). Directive 95/46/CE relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, Journal officiel n ° L 281 du 2 . (المحرر) تم الاسترداد من <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31995L0046:fr:HTML>
- Treasury Board of Canada Secretariat. (2021, 08 01). Loi sur la protection des renseignements personnels. Retrieved from Justice Laws Website -Government of Canada: www.sct-tbs.gc.ca
- Tristan Gaudiaut 06). Déc., 2021. (Combien y a-t-il d'internautes dans le monde ? Statista: <https://fr.statista.com/infographie/26337/evolution-du-nombre-de-personnes-ayant-acces-ou-pas-a-internet-dans-le-monde/>
- Warren, S., & Brandeis, L. (1890, 12 15). The Right to Privacy. Harvard Law Review, 4(5), 193-220. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/1321160>

Wikipedia. (2022, 05 13). eBay. Récupéré sur <https://fr.wikipedia.org/wiki/EBay>

حمدي أبو القاسم، و نعيمات، عبد الحميد. (2010). دراسات. دراسات، 50-52.

* معالم الواب هي ملفات لصور إلكترونية غير مرئية مدمجة مع صفحات الواب، تقوم بمتابعة التصفح لمستعمل الموقع أو مجموعة من مواقع الواب.