



ينظم قسم علوم الإعلام ملتقى وطنيا حول :

إدارة الهوية الرقمية ومشكلات الخصوصية والسمعة والأمن المعلوماتي



(20 ديسمبر 2022)

ديباجة الملتقى :

عدّلت الرقمنة وفي أقل من عقدين (2000 – 2022) حياتنا بشكل يراه البعض مذهلا و ثورياً، ويراه البعض الآخر مخيفاً ومدمراً لمعاييرنا وممارساتنا الإنسانية والاجتماعية و لموروثنا البشري القائم على نسيج من العلاقات والتبادلات و التفاعلات التي غالبا ما كانت تحدث في إطار التواصل الشخصي أي وجها لوجه إما من خلال الأسرة أو الأصدقاء أو الجيران أو جماعات العمل أو حتى في فضاء آخر كالشارع أو المدرسة أو الجامعة أو المقهى.. لينحصر العالم اليوم في شاشة صغيرة زرقاء ألغت حدود الزمان و المكان إذ لم يعد من الضروري الالتقاء وجها لوجه للحديث أو الدردشة أو العمل أو التعليم أو النقاش أو تبادل الآراء و الخبرات أو بصيغة أخرى ممارسة طقوسنا اليومية الاجتماعية. يكفي النقر أو كتابة منشور أو نشر أو مشاركة صورة أو فيديو أو سيلفي أو كتابة تعليق....إلخ.

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي أحد الدعائم الرئيسية لدعوة الأفراد للكشف عن هويتهم عبر الإنترنت حتى يتم التعرف عليها و التحقق من صحتها من قبل الآخرين و هو ما وثقت له كل من دراسات Denouel و Granjon، الأمر الذي كان يتم من قبل إما عبر الاتصال الشخصي أو أخذ الكلمة في الأماكن العامة. لقد ساعد توسيع مجال الرؤية على الأنترنت، والذي تم تنفيذه بطريقة متعمدة و بموافقة عدد متزايد من المستخدمين-ساعد-على إلغاء ذلك الحاجز الذي كان قائما بين العام و الخاص، فبعيدا عن تشكيل فضاء عام حسب تعبير Cardon فإنهم يفكرون في المحادثات على صفحاتهم على أنها منطقة و مساحة وسيطة بين العام و الخاص حيث يمكنهم مشاركة هويتهم و علاقاتهم الاجتماعية دون امتلاك الشعور بالكشف على أنفسهم علنا لأولئك الذين لا ينتمون إلى هذه المساحة.

من أهم القضايا التي أثارها إذن شبكات التواصل الاجتماعي قضية أو ظاهرة الإفصاح عن الذات وتنظيم العلاقات الشخصية عبر الويب و دور التكنولوجيا الجديدة في إعادة إنتاج المحتوى، و كان Cardon من الباحثين الأوائل الذين أشاروا إلى إشكالية الفصح عن الذات عبر الفضاء الأزرق . فمع كل المخاوف المتعلقة بالمراقبة الرقمية و احترام الخصوصية، نجد أن الكثير من المستخدمين يخاطرون بالكشف عن هويتهم عبر الفضاء الأزرق. سمح إذن الجيل

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université d'Alger3

Faculté des Sciences de



جامعة الجزائر 3

l'Information

et de la Communication

Département des sciences de l'information

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

الذين أشاروا إلى إشكالية الفصح عن الذات عبر الفضاء الأزرق . فمع كل المخاوف المتعلقة بالمراقبة الرقمية واحترام الخصوصية، نجد أن الكثير من المستخدمين يخاطرون بالكشف عن هوياتهم عبر الفضاء الأزرق. سمح إذن الجيل الثاني للويب للأشخاص من عرض هويتهم و تفاصيل حياتهم الخاصة عبر النت . الأمر الذي كان يتم سابقا في إطار جد محدود و كان مخصصا فقط لدائرة الأشخاص المقربين .

تقوم عملية الإفصاح أو التعبير عن الذات عبر منصات التواصل الاجتماعي عبر طريقتين رئيسيتين: تتجه الأولى نحو عرض الحياة الشخصية اليومية في أدق تفاصيلها، والثانية نحو عرض محتوى ذي طابع عام (أغاني _ أفلام _ روابط لمواقع الأحداث العامة...إلخ)، وفي كلتا الحالتين يتم توجيه المحتوى للأخريين الذين ننتظر منهم ردة فعل أو ربما حتى تقييم أو تعليق سلمي. وقد عبر Denouel عن هذه الحالة بقوله أن التعبير عن الذات عبر الإنترنت ليس مسألة نرجسية بقدر ما هو رغبة في الاعتراف و الذي لا يمكن تحقيقه إلا من خلال الكشف عن الخصائص الذاتية في إطار تفاعلي عبر النت. ولا يمكن إذا خضنا في موضوع "الإفصاح عن الذات" عدم التطرق إلى موضوع آخر ارتباط بالمستخدم في الفضاء الأزرق و عملية إدارته لصورته و شخصه عبر حساباته الافتراضية و هو موضوع "الهوية الرقمية" و لنقل "الهويات الرقمية" التي رفضها و ندد بها البعض و استحسنا البعض الآخر. يرى التيار الأول أن تعدد الهويات الرقمية يسمح لمستخدمي الأنترنت الاختباء وراء قناع زائف للتهرب من منشوراتهم التي غالبا ما تكون مضللة أو تشهيرية و في بعض الأحيان غير مسؤولة و منافية للأخلاق العامة. أما التيار الثاني فينظر للمسألة من زاوية Goffman الذي اعتبر أن الذات تتطور من خلال عمليتي التأثير و التفاعل، و في هذه الحالة لا داعي للقلق بشأن تبني الأفراد لهويات مختلفة.

أدت هذه التطورات المتسارعة إلى ظهور نوع جديد من البحوث إذ انتقلنا من البحوث التجريبية التي اهتمت باختبار فرضيات "الانشطار الاجتماعي" مع ظهور الواب 1.0 إلى نوع جديد من البحوث مع بداية 2000 اهتمت بتوثيق الممارسات التعبيرية الجديدة لمستخدمي الإنترنت من خلال دراسة ما أصبح يعرف بالتواجد أو الإفصاح عن الذات و مشاركة المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي. ولقد تبنت منظمات الأعمال (المؤسسات الاقتصادية) مفهوم "المجتمع الافتراضي" الذي يرتبط بعدد المسجلين في الأرضية الرقمية و هو ما سمح لها بوضع قاعدة للبيانات خاصة بالمستهلكين وهو نظام لصناعة قيمة اقتصادية قائم على منطق "أكبر عدد ممكن" أو "الحشد الذكي للمستخدمين حسب تعبير Suroweik، وهو النظام الذي أدى إلى ظهور مصطلح "الشفافية الرقمية" في الأدبيات العلمية للإشارة إلى ميل الأفراد إلى توفير البيانات الخاصة بهم لعدد من الجهات الاقتصادية و الحكومية إذ تتيح الشبكات الاجتماعية أو الواب الاجتماعي للمستخدمين إمكانية إنتاج و فهرسة المحتوى من خلال ما يعرف بـ "folk-soomies" وهي خرائط لأنشطة وضع العلامات الخاصة بهم، و هو ما عبر عليه بعض الباحثين من أمثال Proulx بالمنهج الاستقرائي الذي يسمح لمصفح الشبكة بالتعبير عن نفسه، وبشكل تصاعدي يتم الانطلاق من المستخدمين لإنشاء بيانات و فئات وصفية ما



يجعلنا أمام شكل من أشكال الفهرسة الجماعية لشبكات الواب، وهو شكل فوضوي ظاهريا لكنه أكثر تعقيدا وتنوعا مما يظهر عليه.

أصبحت الشفافية الرقمية للأفراد ضرورة حتمية للعالم الاقتصادي، فهي تستجيب لمتطلبات إدارة الأعمال الجديدة و لمنطق التسويق الحديث، وأتاحت عملية عرض الذات عبر الفضاء الافتراضي كمية هائلة من المعلومات شكلت قاعدة بيانات ضخمة للمنصات الرقمية و تم تحويلها إلى منتجات يتم بيعها إلى أكبر المنظمات في العالم ما سمح بالتعرف على الأشخاص من خلال هوياتهم و صورهم و سلوكهم الشرائي وتصرفاتهم و أذواقهم و أسلوب حياتهم ومنتجاتهم المفضلة... إلخ، ولقد سمحت تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي من تجميع و تحليل كمية هائلة من البيانات و هي التكنولوجيا التي يمكن استخدامها في خمس مجالات هي: الكلام و اللغة و التعرف البصري و الروبوتات و أتمتة العمليات و المهام و تحسين المعرفة من خلال التحليل و التنبهات و الاستشعار و التنبؤ.

أدت تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي إلى بروز امبراطوريات الويب أو ما أصبح يعرف اليوم بـ les GAFAM, grandes plateformes du numériques, les cartels de données, the bigtech و فيسبوك و أمازون و ميكروسوفت، لكن لا يمكن التحدث عن القافام إذا تم استبعاد les NATU و هي كل من Netflix , Airbnb, Tesla, Uber، و تعمل GAFAM على رقمنة الأنشطة لتطوير نماذج اقتصادية يصفها البعض بالتخريبية أما خصوصية NATU فتكمن في قضائها على الوسطاء في عدد من الأنشطة الاقتصادية و استبدالها بمجموعة من التطبيقات: الفنادق Airbnb ، النقل Uber البرامج السينمائية و التلفزيونية Netflix ، تصنيع السيارات Tesla و بالإضافة إلى نشاطهم الرئيسي و الأولي، تعمل هذه الشركات الرقمية الضخمة على وضع اليد على نشاطات و أعمال أخرى. أشار الباحثان Feiertag et Noceti في كتابهما: Questions internationales: Les GAFAM: Une histoire americaines أشارا إلى هذه القوة و النفوذ بالعبارات التالية: على الرغم من أن Les GAFAM هي بطبيعتها شركات متعددة الجنسيات عابرة للحدود، إلا أنها لا تزال غير منفصلة عن ممارسة القوة و الهيمنة الأمريكية، فمنذ رئاسة أوباما (2008- 2016) أصبحت الصناعة الرقمية المحور الأول للتنمية الاقتصادية (وهنا يتم استعمال مصطلح redéveloppement) التي تتمحور حول عمالقة التكنولوجيا في كاليفورنيا و الاستراتيجية الأمنية للولايات المتحدة، و تمتلك هذه الشركات اليوم سلطة واسعة تنافس أكبر الدول و الحكومات في العالم، و تأتي قوة هذه الشركات من قدرتها الفائقة على نقل و تخزين و معالجة المعلومات فيما يعرف بمراكز المعطيات (data center) تمتلك قوقل و ميكروسفت 60 مركز في العالم)، بالإضافة إلى الميزانية الموجهة للبحث و التطوير التي فاقت في 2020 بـ 7 مرات الميزانية الأوروبية المخصصة للبحث و التطوير (94.4 مليار دولار مقابل 11 مليار دولار).

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université d'Alger3

Faculté des Sciences de



جامعة الجزائر 3

L'Information
et de la Communication
Département des sciences de l'Information

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

أصبحت امبراطوريات الويب (ميكروسوفت- آبل- فيسبوك- أمازون- قوقل) تشكل المصدر الرئيسي لإنتاج ونشر المعلومة عبر العالم مما يعطيها مساحة واسعة للتضليل وتزييف الحقائق و المتاجرة بالمعلومات الشخصية للأفراد التي أتاحتها الشفافية الرقمية و الإفصاح عن الذات عبر منصات التواصل الاجتماعي. و قد بنخذ الأمر أشكالا جد ذكية غير قابلة للرصد أو المتابعة إذ لم يعد سرا اليوم أن فيسبوك و غوغل و تويتر و منصات رقمية أخرى متورطة فيما يعرف ب shadow banning و التي تعني تكميم أو خنق الأصوات المعارضة من خلال تهديد منشوراتهم عن طريق اخفائها أو عرضها على عدد قليل من المتابعين أو المشتركين في الصفحة و هو ما يتحلى بدضل خوارزميات تحدد ما يصلنا من منشورات و عدد الصفحات التي يمكننا الاشتراك بها و متابعتها. تقوم هذه التقنية أيضا بحذف الإعجابات و بعض المحتويات و تصفية المنشورات و إخفاء أزرار المشاركة و ترتيب التعليقات لئلا نمنع بعض المعلومات من الانتشار و الوصول إلى المتابعين، و يتم في أحيان أخرى قطع الحسابات على بعض المتابعين أو حتى حذف المنشور: "إذن القدرة على توجيه أو تحويل رأي الجماهير أصبحت حجر الزاوية لفلسفة القرن الحالي" حسب تعبير Nicolas Teterel.

تلجا فيسبوك أيضا إلى تقنية astro-turing و هي تقنية دعائية تهدف إلى إعطاء انطباع خاطئ على السلوك العفوي أو الرأي العام على الإنترنت، و تسمح هذه التقنية من خلال زيادة عدد الإعجابات أو المشاركات و حتى التعليقات بتحفيز و إثارة المتابعين حول موضوع أو قضية ما، ولا يتطلب الأمر سوى تضخيم عدد الإعجابات (1000 إعجاب مثلا) ليصبح الخبر أو الإشاعة حقيقة. و ترجع هذه المهمة إلى من أصبح يعرف اليوم ب "المتصيدون المحترفون troll" professionnels و هم مجموعة من المعلقين يتقاضون رواتبهم لشن حرب المعلومات المضللة على شبكات التواصل الاجتماعي بدعم من الخوارزميات و الذكاء الاصطناعي، و يكفي حسب Nicolas Teterel تقديم المزيد من المعلومات السلبية للمستخدم حتى تصبح مشاركاته على الشبكة ذات طابع إيجابي أو سلبي... إنه سلاح دمار شامل ضد الديمقراطية يشير إلى أن تعبير الإرادة الحرة بدأ يفقد معناه بشكل خطير.

لجأت الكثير من الدول على غرار الولايات المتحدة و فرنسا و أستراليا و ألمانيا إلى إدراج مادة "التربية الإعلامية" في مناهجها الدراسية في الأطوار الدراسية الأولى للسماح للأفراد حسب Habilo Media من "الحصول على رؤية نقدية لوسائل الاعلام" و "تنمية التفكير النقدي لدى التلميذ اتجاه وسائل الاعلام" حسب تعبير Roussy و هو ما يستدعي تطوير ست مهارات رئيسية هي: مهارات استخدام الوسائط الإعلامية، و مهارة تفهيم و تحليل و معالجة المعلومات، و مهارة استخدام الوسائط للتعبير عن الذات و الإبداع، و المهارات السلوكية أي كيفية التصرف بشكل أخلاقي و احترام القوانين، و المهارات الجمالية و الحكم النقدي أي القدرة على إصدار أحكام نافذة حول المنتجات الإعلامية و الجهات الفاعلة التي تنتجها و توزعها، و أخيرا مهارة تقييم أثار المحتوى الإعلامي على الأفراد و الجماعات و القدرة على الاستبطان



و التموقع كمنتج أو متلقي أو ناشر للمحتوى. ودعت في هذا الإطار الباحثة Melissa Freidman إلى تنفيذ ما اسمته "منهجية المساءلة" أي توعية التلاميذ بالقيم والاختيارات والعادات والمواقف التي تؤطر الاستهلاك والإنتاج الإعلامي.

أهداف الملتقى :

- 1- تسليط الضوء على مفهوم الهوية الرقمية، والمفاهيم المتصلة بها.
- 2- طرح المشكلات المتصلة باستعراض الذات في الفضاء الرقمي.
- 3- الكشف عن التحديات الرقمية على المستويين العالمي والدولي.
- 4- إبراز الأبعاد الاقتصادية والسياسية والثقافية للبيئة الرقمية.
- 5- تقديم تصورات لكيفية إدارة الهوية الرقمية، في إطار التربية الإعلامية و الرقمية.

محاو الملتقى :

- 1- مدخل مفاهيمي: الهوية الرقمية – الخصوصية - السمعة الرقمية .. إلخ.
- 2- استعراض الذات وبناء الهوية في البيئة الرقمية.
- 3- الأمن المعلوماتي، واختراق الخصوصية.
- 4- الاستثمار السياسي والاقتصادي للبيانات الشخصية.
- 5- إمبراطوريات الواب : GAFAM.
- 6- دور التربية الإعلامية والرقمية في تلقين كيفية تسيير الهوية الرقمية..

الهيكلية التنظيمية للملتقى

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université d'Alger3

Faculté des Sciences de



جامعة الجزائر 3

l'Information
et de la Communication
Département des sciences de l'information

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

الرئيس الشرفي للملتقى : أ.د. مختار مزراق مدير جامعة الجزائر 3
المشرفة العامة على الملتقى : أ.د. مليكة عطوي عميدة كلية علوم الإعلام والاتصال
رئيس اللجنة العلمية لقسم علوم الإعلام : أ.د. يوسف تمار
رئيس الملتقى : د. كريم دواحي رئيس قسم علوم الإعلام.
نائب رئيس الملتقى : أ.د. أحمد فلاق
رئيسة اللجنة العلمية للملتقى : د. حورية شريط
أعضاء اللجنة العلمية للملتقى :

أ.د. نصر الدين العياضي	د. وهيبة بوزيفي
أ.د. صالح بن بوزة	د. إسماعيل مرازقة
أ.د. أحمد عظيمي	د. عبد الحميد ساحل
أ.د. محمد لعقاب	د. نور الهدى عبادة
أ.د. تامي نصيرة	د. نجية مزيان
أ.د. طاهر بصيص	د. عبديش صونية
أ.د. فيروز لمطاعي	د. ياقوت زينب
أ.د. العيد زغلامي	د. راضية بن جاوحدو
د. فطومة بن مكي	د. صباح ساكر
د. جمال شاوش شعبان	د. سعاد جواهرية
د. محمد شبري	د. كريمة بوفلاقة
د. أحمد بوخاري	د. نصيرة صبيات

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université d'Alger3

Faculté des Sciences de



جامعة الجزائر 3

l'Information
et de la Communication
Département des sciences de l'information

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

د. طالة لامية	د. عبد المؤمن بشبش
د. يوسف تكرارت	د. كهيبة علواش

اللجنة التنظيمية للملتقى :

. د. عبد المؤمن بشبش

. د. يوسف تكرارت

تواريخ مهمة :

. تاريخ انعقاد الملتقى : ديسمبر 2022.

. آخر أجل لاستقبال المداخلات كاملة : 20 نوفمبر 2022.

. الرد على المداخلات : قبل تاريخ 30 نوفمبر 2022.

شروط تقديم البحوث في الملتقى :

. أن يكون البحث متصلا بأحد محاور الملتقى.

. أن لا يكون البحث قد سبقت المشاركة به في أحد الملتقيات، أو سبق نشره، أو مأخوذا من

أطروحة

علمية.

. يجب أن يستوفي البحث الشروط العلمية والمنهجية المتعارف عليها.

. تقبل المداخلات الفردية و الثنائية فقط.

. تنشر المداخلات في مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université d'Alger3

Faculté des Sciences de



جامعة الجزائر 3

l'Information
et de la Communication
Département des sciences de l'information

كلية علوم الإعلام والاتصال
قسم علوم الإعلام

. ترسل المداخلات عبر رابط مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية في المنصة الوطنية

.ASJP

. رابط المجلة على منصة ASJP:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/814>

. الخصائص الشكلية للمداخلة هي نفسها الموجودة في نموذج مقال المجلة Template.