



قوائم المحتويات متاحة على ASJP المنصة الجزائرية للمجلات العلمية  
الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية  
الصفحة الرئيسية للمجلة: [www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/552](http://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/552)



## إدراك الخصوصية وأهميتها لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي دراسة استطلاعية لمستخدمي موقع Facebook في الوطن العربي

### *Privacy Awareness and its Importance for Social Media Users An Exploratory Study of Facebook Users in the Arab World*

ريم فتحيّة قدوري<sup>1،\*</sup>  
<sup>1</sup> جامعة غليزان، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر.

#### Key words:

Awareness,  
Privacy,  
User,  
Social Media Platforms,  
Facebook.

#### Abstract

The study explores the concept of privacy awareness and its importance for social media users in the Arab world. It is a descriptive study and relies survey-based methodology and a random online sample of (70) users from different Arab countries. It also relies on "the Social Media Privacy Model".

The results showed that the concept of privacy for the Arab user of Facebook is one of the most complex and difficult concepts to grasp and express. Additionally, he or she, despite their low privacy awareness, demonstrate an average level of interest in the concept and its importance.

The results revealed that most users do not trust their privacy with social media platforms, and believe that certain standards and measures are necessary; all in the framework of the need for communication and the importance of privacy. This indicates that protecting privacy is a challenging task for Arab users. This is consistent with what is stated in the Social Media Privacy Model.

#### ملخص

#### معلومات المقال

تاريخ المقال:

الإرسال: 2023-07-30

القبول: 2023-12-27

#### الكلمات المفتاحية:

إدراك،

الخصوصية،

مستخدم،

مواقع شبكات التواصل

الاجتماعي،

الفيسبوك.

هدفت الدراسة الحالية إلى استكشاف مستوى إدراك الخصوصية وأهميتها لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي، وتنتمي دراستنا إلى الدراسات الوصفية التي تقوم على منهج المسح، والمعاينة الإلكترونية العشوائية لعينة قوامها (70) مستخدماً من مختلف الدول العربية، كما اعتمدت الدراسة على "نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي". أظهرت النتائج: بأن مفهوم الخصوصية للمستخدم العربي لموقع الفيسبوك من المفاهيم المعقدة التي يصعب على المستخدم التعبير عنها. كما أن المستخدم العربي ورغم إدراكه المنخفض للخصوصية، إلا أن لديه مستوى اهتمام متوسط بأهميتها. وعدم ثقة المستخدمين في الخصوصية عبر المنصات الاجتماعية، واعتبار المعايير ضرورية للتحكم في الخصوصية، إضافة إلى أهمية التواصل وحتميته مقابل الخصوصية. ما يفيد بأن التحكم في الخصوصية أمر صعب لدى المستخدم العربي لمنصات التواصل الاجتماعي. وهو ما يتفق مع ما جاء في نموذج خصوصية الشبكات الاجتماعية.

## 1. مقدمة

### النحو التالي:

1. ما مفهوم الخصوصية لمستخدمي موقع الفيسبوك؟
  2. ما هو مستوى إدراك مفهوم الخصوصية لدى مستخدمي موقع الفيسبوك؟
  3. ما هو مستوى إدراك أهمية الخصوصية لدى مستخدمي موقع الفيسبوك؟
  4. هل يستطيع مستخدمو موقع الفيسبوك التحكم في الخصوصية؟
- أهمية الدراسة:** تتمثل أهمية دراستنا في:
- أهمية الخصوصية، خاصة في ظل انتشار الجرائم الإلكترونية التي انتشرت بفعل التطور التكنولوجي.
  - أهمية دراسة الجمهور المستخدم لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ومعرفة اتجاهاته وآرائه حول القضايا التي يطرحها استخدام موقع الفيسبوك، ولعل الخصوصية تمثل إحدى أبرز هذه القضايا في وقتنا الحالي.
  - أهمية مواقع شبكات التواصل، كمنصات اجتماعية زادت من التواصل والانفتاح على الآخر، وازداد مع استخدامها عرضاً الذات للأفراد، وتراجع هامش الخصوصية.
  - انتشار ظاهرة استغلال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تتبع وكشف خصوصيات الأفراد.
  - قلّة الدراسات الاتصالية والإعلامية في مجال الخصوصية، وانحصارها في الجانب القانوني.
- أهداف الدراسة:** هدفت دراستنا إلى:

- معرفة مفهوم الخصوصية ومستوى إدراكها لدى مستخدمي موقع الفيسبوك.
- معرفة مستوى إدراك أهمية الخصوصية لدى مستخدمي موقع الفيسبوك.
- معرفة مدى التحكم في الخصوصية لدى مستخدمي الفيسبوك.

### منهج الدراسة

تنتمي دراستنا إلى الدراسات الوصفية التي تقوم على منهج المسح "الذي يحاول أن يُصور أو يُوثق الظروف أو الاتجاهات الحالية، وهذا يعني ما هو موجود في هذه اللحظة" (ويمر و دومنيك، 2013، صفحة 328). كما يُعرف المنهج الوصفي بأنه: "كل استقصاء علمي ينصب على دراسة الظاهرة كما هي في الحاضر، بقصد تشخيصها، وكشف جوانبها، وتحديد العلاقات بين عناصرها". (بن مرسل، 2010، صفحة 287)

**مجتمع البحث وأداته:** يُعرف "كوبليس" (Cubiles)، المجتمع الذي قد يشارك في الدراسات الاستقصائية على الإنترنت بأنه يشمل "أولئك الأشخاص الذين لديهم إمكانية الوصول إلى الوسائل المناسبة لاستكمال استبيان المسح عن طريق الإنترنت"

مع التقدم التكنولوجي الذي نعيشه اليوم، بات الإنسان أسير لهذه التكنولوجيا وما تقدمه من خدمات متعددة سهلت من حياة الإنسان، وساهمت بشكل أو بآخر في تطويره، إلا أنه من ناحية أخرى عملت هذه التكنولوجيا باتجاه سلبي أضر بالفرد والمجتمع خاصة في الدول العربية.

فعلى الرغم من الإيجابيات التي قدمتها الإنترنت ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي في مجال التواصل، والتجارة الإلكترونية، والتعليم، وغيرها من المجالات، إلا أنها ساهمت في تطور الجريمة الإلكترونية، حيث انتشرت الجرائم التي تعتمد على التكنولوجيا (مثل الاحتيال الإلكتروني والتجارة الإلكترونية في سلع غير مشروعة، مثل المخدرات أو الأسلحة النارية، واستغلال الأطفال والتعدي عليهم جنسياً من خلال الإنترنت).

مع تغلغل التكنولوجيا الرقمية في كل جانب من جوانب حياتنا، تزداد أيضاً أهمية الخصوصية عبر الإنترنت وحمايتها، إذ إنّ طريقة تصرّف الشخص على الإنترنت يمكن أيضاً أن تكشف عن بيانات خصوصية وأن تسهل تعرّضه لأخطار مختلفة في الفضاء الرقمي. كما تتعلق الخصوصية بأفعال الأفراد، ولا سيما بالكيفية التي يمكن أن يؤدي بها الناس بعضهم بعضاً، (على سبيل المثال لهذه الأفعال ما وجدته تحقيقاً أجراه برنامج بانوراما لبي بي سي أن هناك مجتمعا ضخما على الإنترنت يتبادل ويبيع سرا آلاف الصور ومقاطع الفيديو دون موافقة أصحابها، تضم صوراً إباحية لأكثر من 150 امرأة). (BBC، 2022)

### الإطار المنهجي للدراسة

#### مشكلة الدراسة

لقد انعكس التطور التكنولوجي والانتشار الهائل لاستخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك على وجه الخصوص على حياة الفرد والمجتمع، وباتت تشكل خطراً على خصوصية الأفراد المستخدمين لهذه الشبكة، خاصة مع تزايد عدد المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي "الذي بلغ 4.7 مليار مستخدم وفقاً لتقرير (Global Statshot Reeport)" (الإخبارية، 2022). ومع الاستخدام الكبير لهذه المنصات وتغلغلها في مختلف مجالات الحياة اليومية للأفراد أصبحت الخصوصية على المحك في ظل التطور التكنولوجي. ما يدفعنا إلى محاولة دراسة مفهوم الخصوصية وأهميتها بالنسبة لمستخدمي هذه الشبكات.

لذلك تأتي دراستنا لاستطلاع مسألة الخصوصية لدى مستخدمي موقع الفيسبوك، وهو قراءة أولية، تقوم على طرح إشكالية جوهرية، تتمثل في السؤالين الرئيسيين: ما هو مستوى إدراك الخصوصية وأهميتها لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)؟ وهل يتحكم المستخدمون في خصوصيتهم عبر الفيسبوك؟

ويتفرع عن هذه الإشكالية عدد من التساؤلات، نطرحها على

**الإطار المكاني والزمني للاستمارة الإلكترونية:** تم توزيع الاستمارة عبر صفحاتنا الشخصية وعدد من الصفحات العامة، والمجموعات، إلى جانب إرسالها عبر الخاص إلى الأصدقاء والطلب المساهمة في توزيع الاستمارة على أوسع نطاق، من تاريخ 6 سبتمبر 2022 إلى غاية 21 سبتمبر 2022، وتمت معالجة البيانات وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج المجموعة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروف باسم SPSS، لاستخراج الجداول التكرارية والنسب المئوية.

**عينة البحث:** "هي عبارة عن مجتمع محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجياً" (عبد الحميد، 2000، صفحة 133)، وهي جزء صغير من المجتمع أو مجموعة صغيرة من المجموعة الكلية، إذ يتم التطبيق على العينة وتعمم النتائج على المجتمع. وقد اعتمدنا على المعاينة الإلكترونية العشوائية في دراستنا، ذلك أنها الأنسب لمثل هذا النوع من الدراسات القائمة على شبكة الإنترنت. وبلغت عينة الدراسة 70 مفردة من الجمهور المستخدم لموقع شبكة الفيسبوك. جاءت نتائج خصائص عينة الدراسة على النحو التالي:

غالبية عينة الدراسة من الإناث بنسبة 54.3%، و45.7% من الذكور، كما أن المبحوثين ينتمون إلى فئة الشباب بين سن 20 إلى 40 سنة بنسب متقاربة (24.3% و30%) في حين أن الفئة العمرية من 41 إلى 50 سنة بنسبة 27.1%، إضافة إلى أن غالبية المبحوثين ذو مستوى جامعي بنسبة 92.9%.

#### جدول رقم (01) يوضح خصائص عينة الدراسة

| الجنس          |           |                  |
|----------------|-----------|------------------|
| النسبة المئوية | التكرارات |                  |
| 45.7%          | 32        | ذكر              |
| 54.3%          | 38        | أنثى             |
| 100%           | 70        | المجموع          |
| السن           |           |                  |
| 2.9%           | 2         | أقل من 20 سنة    |
| 24.3%          | 17        | من 20 إلى 30 سنة |
| 30.0%          | 21        | من 31 إلى 40 سنة |
| 27.1%          | 19        | من 41 إلى 50 سنة |
| 15.7%          | 11        | من 51 سنة فأكثر  |
| 100%           | 70        | المجموع          |
| المستوى العلمي |           |                  |
| 1.4%           | 1         | متوسط            |
| 2.9%           | 2         | ثانوي            |
| 2.9%           | 2         | تكوين مهني       |
| 92.9%          | 35        | جامعي            |
| 100%           | 70        | المجموع          |

(دليو، 2015، صفحة 157). حيث اعتمدنا في تحديد إطار العينة داخل مجتمع دراستنا مجموعة المستخدمين الذين يصلون إلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" (لأي سبب كان) لفترة من الزمن - فترة الدراسة، ويمكن مع تطبيق نفس تقنيات المعاينة المناسبة لعموم المجتمع.

ويتحدد مجتمع دراستنا في مجتمع الفيسبوك، باعتباره أحد أقدم وأشهر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وأكثرها انتشاراً واستخداماً. وتحديد كل مستخدم عربي، لموقع الفيسبوك.

الحدود البحثية: انحصرت حدود دراستنا مكانياً في نطاق المجال الافتراضي لموقع شبكة الفيسبوك، أما الحدود الزمانية للدراسة فقد امتدت من 10 أوت 2022 إلى 5 أكتوبر 2022.

أدوات الدراسة: بناء على إشكالية الدراسة وفرضياتها، وما ترمي إليه من أهداف اعتمدنا على أداة الاستبيان (الاستمارة): وهي "تقنية مباشرة للتقصي العلمي، وتستعمل إزاء الأفراد وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي يهدف لإيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنات رقمية". (أنجرس، 2006، صفحة 204)

نظراً لانتماء دراستنا إلى دراسات الإعلام الجديد، والمتمثل في موقع شبكة الفيسبوك وجمهور المستخدمين، فقد تم استخدام الاستمارة الإلكترونية التي يمكن أن نقدمها على أنها: "أداة لجمع المعلومات من المجتمع الرقمي الافتراضي القائم على شبكة الإنترنت، يتم تصميمها وتوزيعها إلكترونياً عبر البريد الإلكتروني أو النشر عبر الإنترنت، وتتميز الاستمارة الإلكترونية بتوفير الكثير من الوقت والجهد لملأ البيانات وتفرغها إضافة إلى كونها أقل تكلفة من الاستمارة الورقية". (قدوري، 2021، صفحة 26)

تم تصميم الاستمارة الإلكترونية عبر برنامج (Google Forms)، واحتوت على أربعة محاور رئيسية (محور خصائص عينة الدراسة، محور عادات الاستخدام ومفهوم الخصوصية عبر منصات التواصل الاجتماعي، محور إدراك الخصوصية وأهميتها لمستخدم موقع الفيسبوك، محور الخصوصية عبر موقع الفيسبوك)، و25 سؤالاً بهدف استيفاء المعلومات المتصلة بها، وتحقيق أهداف البحث المختلفة. كما تم اختبار الصدق الأداة من خلال عرض الاستمارة على عدد الأساتذة في تخصص الإعلام والاتصال، وعلم النفس، والتربية، وتم تعديلها وفقاً لأرائهم ومقترحاتهم، من أجل الوصول إلى أكبر قدر من الصدق لها في قياس ما تهدف إليه الدراسة. (المحكمين) لتأكد من ثبات الأداة أجرينا اختباراً قليلاً عليها، وذلك من خلال توزيعها على عدد من أصدقائنا عبر صفحاتنا الشخصية على الفيسبوك، والذين بلغ عددهم 20 مفردة، وذلك لتأكد من قدرتهم على فهم عناصر الاستمارة، وقد أثبت الاختبار القبلي دقة الأداة وصلاحياتها للتطبيق، والحصول على إجابات تتسم بالسلامة المنهجية. حيث بلغت قيمة الثبات بطريقة الفا كرونباخ = 0.506 وهو متوسط.

## مصطلحات البحث

إدراك: يكاد يتفق علماء النفس على مفهوم واحد للإدراك وهو أنه محاولة فهم العالم من حولنا من خلال تفسير المعلومات القادمة من الحواس إلى الدماغ الإنساني. والفهم هنا ينطوي على التفسير والترميز والتحليل والتخزين والاستجابة الخارجية عند الحاجة. (العتوم، 2016، صفحة 101). فالإدراك "عملية تفكيرية عليا مرتبطة بالبنى المعرفية لدى الفرد ومتأثرة بميوله وقدراته المختلف". (العتوم، 2016)

ويقدم حجاب الإدراك بأنه: "عملية تفسير المعلومات الواردة للنظام السلوكي وتكوين المفاهيم والتصورات عن العالم المحيط" (حجاب، 2004، صفحة 34). ونقصد بالإدراك إجرائياً في بحثنا هذا: بأنه عملية الفهم والمعرفة لعنى الخصوصية وأهميتها لدى المستخدمين لموقع شبكة الفيسبوك.

المستخدم: تقدم ويكيبيديا المستخدم أو المستعمل في المعلوماتية بأنه "مصطلح للدلالة على الشخص الذي يستخدم نظاماً حاسوبياً ما أو شبكة حاسوب أو موقع ما على الويب" (ويكيبيديا، 2022). وهناك أنواع مختلفة من المستخدمين على سبيل المثال: (facts-news، 2022)

المستخدم النهائي هو ذلك العميل أو المستهلك لأجهزة الكمبيوتر والبرامج التي يستخدمها لأغراض اجتماعية أو مهنية أو شخصية.

المستخدم المسجل هو مصطلح يستخدم على نطاق واسع في تطوير التطبيقات ومواقع الويب التي تتطلب نوعاً من التسجيل المسبق أو العضوية ليتم استخدامها. في الوقت الحاضر تتطلب العديد من مواقع الويب مثل الشبكات الاجتماعية تسجيلاً بسيطاً ومجانياً يتيح للمستخدم الوصول إلى المزايا والميزات وحساب شخصي.

المستخدم المجهول هو الشخص الذي يتصفح مواقع الويب أو الخدمات عبر الإنترنت دون مصادقة نفسه، وبالتالي، لا يقدم بيانات شخصية للمطور. وغالباً ما يتمتع المستخدم المجهول بامتيازات أقل، ولكن يمكن اعتباره أيضاً قادراً على الوصول إلى حماية أكبر لمعلوماته الشخصية.

ونعرف المستخدم إجرائياً في بحثنا بأنه: كل شخص مسجل عبر موقع شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، ويستخدمها لأغراض اجتماعية أو مهنية أو شخصية.

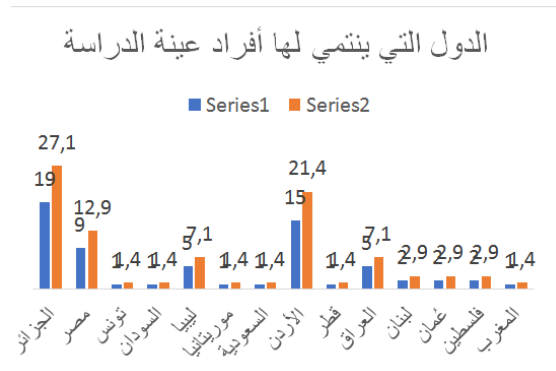
الخصوصية (Privacy): يُشير مصطلح الخصوصية في الأصل إلى نطاق الحياة الخاصة، وقد تطور هذا المفهوم ليضمن الحق في السيطرة على البيانات الشخصية. "وينبغي على الفرد تحديد نطاق الخصوصية الخاصة به، من خلال تحديد ما هو مباح وما هو شخصي وسري" (meemapps، 2022). ويختلف مفهوم الخصوصية باختلاف الثقافات والمجتمعات، ويشمل مفهوم الخصوصية الأمن (سرية المعلومات) الذي

وحول الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة فإن 95.7% من المبحوثين من العزاب، و4.3% من المطلقين. كما أن غالبية المبحوثين من الموظفين بنسبة 57.1%. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (02) يوضح الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة

| الحالة الاجتماعية |    |       |
|-------------------|----|-------|
| أعزب/عزباء        | 67 | 95.7% |
| مطلق/ة            | 3  | 4.3%  |
| المجموع           | 70 | 100%  |
| المهنة            |    |       |
| طالب              | 12 | 17.1% |
| موظف              | 40 | 57.1% |
| عمل حر            | 7  | 10.0% |
| سائق سيارة أجرة   | 1  | 1.4%  |
| حرفي              | 1  | 1.4%  |
| ربة بيت           | 5  | 7.1%  |
| عاطل/ة عن العمل   | 3  | 4.3%  |
| متقاعد            | 1  | 1.4%  |
| المجموع           | 70 | 100%  |

ننوه إلى ضعف التفاعل والاستجابة مع استمارة البحث في كثير من الدول العربية، ونُرجع ذلك باعتقادنا إلى الفترة الزمنية التي تم توزيع الاستمارة بها، والتي كانت في فترة نهاية العطلة الصيفية وانشغال الأفراد بالعودة للعمل والدراسة، وهي فترة الدخول الاجتماعي في معظم الدول العربية. حيث بلغت نسبة المبحوثين من الجزائر 27.1%، و21.4% من الأردن، و12.9% من مصر، و7.1% من العراق وبنفس النسبة من ليبيا، وبنسب أقل مثلت كلاً من دولة لبنان وسلطنة عمان، وفلسطين، والمغرب، والسودان، وتونس. ويمثل الشكل التالي الدول التي ينتمي إليها أفراد عينة الدراسة:



شكل رقم (01) يوضح الدول التي ينتمي لها أفراد عينة الدراسة

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال الفيسبوك على أنه: "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي تأسس عام 2004، ويسمح بعرض الصفحات الشخصية (profiles) وتطورها، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعات وهيئة التدريس والموظفين، لكنه اتسع فيما بعد ليشمل عامة الناس". (dans, 2009, p. 117)

## 2. المدخل النظري لدراسة الخصوصية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

في مقالة نظرية عرض Trepte كيف أن مصطلح التحكم أصبح جزءاً من عملية التنظير حول الخصوصية، وطور فهم للخصوصية عبر الإنترنت التواصلي باعتباره الآلية الأساسية التي يتم من خلالها تنظيم الخصوصية. فكان التنويع النظري لهذا المقال في شكلي تعريف للخصوصية ونموذج لخصوصية وسائل التواصل الاجتماعي. (Trepte, 2020)

### 2.1. نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي

تعتمد خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي على العمليات البينية الخاصة بالكشف المتبادل عن المعلومات والتواصل، علاوة على ذلك، يمكن اعتبارها قيمة يتم تطويرها بشكل مشترك من خلال الانخراط في التواصل والتي يتم التعبير عنها من خلال تصور مشترك. على أساس هذه الاعتبارات، أقترح Trepte نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي، تقوم على ما يلي: (Trepte, 2020، الصفحات 91-93)

- يتم تصور الخصوصية وتقديرها بشكل مترابط.

- لا يمكن تحقيق الخصوصية بشكل مرضٍ من خلال ممارسة التحكم عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

- الاتصال بين الأشخاص هو آلية يمكن من خلالها ضمان خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مترابط وتنفيذها.

- تعمل الثقة والمعايير كآليات خصوصية تمثل اتصالات الخصوصية المتبلورة.

وقد عرف Trepte الخصوصية من خلال تقييمات الفرد (أ) مستوى الوصول إلى هذا الشخص في تفاعله أو علاقته مع الآخرين (الأشخاص والشركات والمؤسسات) و(ب) توفر آليات التحكم والتواصل بين الأشخاص والثقة والمعايير لتشكل هذا المستوى من الوصول من خلال (ج) الإفصاح (شبه البديهي) عن الذات باعتباره تنظيماً للخصوصية السلوكية و(د) تحكماً وتواصلاً بين الأشخاص وتداولاً، وكوسائل لضمان تنظيم الخصوصية (بطريقة أكثر تعقيداً إلى حد ما). إذن، في وسائل التواصل الاجتماعي، يتأثر توافر الآليات التي يمكن تطبيقها لضمان الخصوصية بشكل حاسم بالمحتوى الذي تتم مشاركته وإمكانات وسائل التواصل الاجتماعي التي تحدد كيفية استخدام هذا المحتوى بشكل أكبر. (Trepte, 2020، صفحة 93)

يمكن أن يشتمل على مفاهيم مثل: الاستخدام المناسب وحماية المعلومات، وقد تأخذ الخصوصية شكل الحرية الجسدية.

وتقدم الموسوعة الحرة ويكيبيديا الخصوصية بأنها: "قدرة الفرد أو الأشخاص على عزل أنفسهم أو معلومات عنهم وبذلك فإنهم يعبرون عن أنفسهم بطريقة انتقائية ومختارة، وهي في كثير من الأحيان (في المعنى الأصلي دفاعية) في قدرة الشخص (أو مجموعة من الأشخاص)، منع المعلومات المتعلقة به أو بهم لتصبح معروفة للآخرين، وبالأخص المنظمات والمؤسسات، إذا كان الشخص لم يختار طوعاً أن يقدم تلك المعلومات". (wikipedia، الخصوصية، 2022)

مواقع شبكات التواصل الاجتماعي: يطلق هذا المصطلح على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب، والتي تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم بمجموعات اهتمام أو شبكات انتماء، وتمثل فيسبوك، الانستغرام، تويتر، اليوتيوب أشهر شبكات التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشاراً واستخداماً.

توجد عدة تعريفات لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ومن أبرزها تعريف الباحثة أستير دايسون "Esther Dyson" التي عرفتها بأنها: "مواقع إلكترونية تسمح للأفراد التعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية، كما أنها تسهل عملية إنشاء علاقات اجتماعية مختلفة تتمحور حول مركز اهتمام مشترك، وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم البعض ضمن نظام محددة: صداقات، أعمال مشتركة، أو تبادل معلومات وغيرها، ويتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم". (Torloting, 2006)

الفيسبوك (Facebook): وتعني في اللغة العربية كتاب الوجود، وهو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية أي أنه يُتيح عبه للأشخاص العاديين والاعتباريين (الشركات) أن يبرز نفسه، وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع لتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع عبر التواصل مع مواقع التواصل الأخرى. (غسان ومقدادي، 2013)

تقدم ويكيبيديا فيسبوك بأنه: موقع ويب، ويعتبر أشهر وسائل التواصل الاجتماعي، وتديره شركة ميتا "Meta" شركة مساهمة، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم. (wikipedia، فيسبوك، 2022)

أن الفجوات الرقمية ومحو الأمية تؤثران بشكل حاسم على المشاركة في عمليات الاتصال هذه. ثانياً: أصبحت المعلومات عبر الإنترنت سلعة تجارية، والمصالح المالية واضحة. حيث يتم استغلال التواصل غير الهادف بين الأصدقاء بشكل متزايد لأسباب اقتصادية؛ وتبذل الشركات قصارى جهدها لتجنب التفاعلات بين المستخدمين الأفراد الذين يسعون جاهدين لتنظيم خصوصيتهم. وفي المقابل، تحاول بناء الثقة من خلال أنشطة العلامات التجارية القوية التي تعلن أنها تتجاوز مخاوف خصوصية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي واهتمامهم بحل مشكلات الخصوصية من خلال التواصل والمشاركة النشطين.

ثالثاً: نتيجة لذلك: ينتظر من المستخدمين الكثير لأجل توفير متطلبات الاتصال والثقة. فالتحكم يشير إلى حالة مستقرة يمكن للفرد فيها الاستلقاء والتوقف عن التفكير في تدفق المعلومات الشخصية عبر الإنترنت. وعلى النقيض من ذلك، فإن التواصل والثقة والمعايير عرضة للتغيير وبالتالي تتطلب تقييماً ودراسة مستمرين. ومن ثم، يجب أيضاً مراعاة التحكم في المعلومات فيما يتعلق بقدرة الفرد على ممارسة التحكم. فالمنظور الذي يركز على المستخدمين يحتاج إلى استكماله وإرفاقه بمنظور قائم على النظام والتدخلات ذات الصلة. رابعاً: قد تؤدي عملية الاتصال الصعبة هذه أيضاً إلى تهديد القدرة على تطوير هوية ذاتية التحديد. لذا فإن فقدان التحكم يفضي إلى تهديد تطوير الهوية. (Trepte، 2020، صفحة 98)

أخيراً، يتبنى Trepte الطبيعة الصعبة والمرهقة إلى حد ما للاتصال حول الخصوصية في وسائل التواصل الاجتماعي. ففي وسائل التواصل الاجتماعي، هناك سيطرة محدودة على المعلومات الشخصية. بالإضافة إلى ذلك، فإن التعامل مع هذا النقص في التحكم أمر صعب ومرهق. من خلال الإقرار بهاتين الملاحظتين، سوف يقر المستخدمون بأنهم بحاجة إلى أن يكونوا نشطين ويشاركون في التواصل وفي بناء الثقة والمعايير الاجتماعية والتشريعية المشتركة. إن الخصوصية، في وسائل التواصل الاجتماعي، ليست شأنًا خاصًا. إنها في قلب الاتصال. نحن خارج نطاق التحكم لأن لدينا الكثير لنشاركه. ومن ثم، فإن التواصل بين الأشخاص والثقة والمعايير هي أهم ثلاث آليات تساعد بشكل متبادل على ضمان خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي.

### 3. نتائج الدراسة

أولاً: عادات الاستخدام ومفهوم الخصوصية لمستخدمي موقع الفيسبوك

شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً

إن المنصات الاجتماعية الأكثر استخداماً لأفراد العينة تمثلت في الفيسبوك بنسبة 60%. يليه منصة WhatsApp بنسبة 55.7%، ومنصة Facebook Messenger بنسبة

ويخلص Trepte الأساس المنطقي النظري الذي تم تطويره في خضم التسلسل الزمني لعملية التواصل. علاوة على توضيح كيف أن تقييمات خصوصية الفرد المشار إليها في المقترحات الأربعة تؤدي في النهاية إلى أشكال مختلفة من سلوكيات تنظيم الخصوصية. وهو ما يوضحه شكل 2.



شكل رقم (02) نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي. (Trepte، 2020، صفحة 96)

سوف تتناوب عملية الاتصال الموضحة في الشكل 1 في تدفق مستمر من التقييمات وإعادة التقييم بمجرد أن تؤدي ردود أفعال الآخرين إلى تغييرات في الظروف المحيطة أو عندما تتغير الأهداف أو الاحتياجات الشخصية. (Trepte، 2020)

تحددات نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي: (Trepte، 2020، الصفحات 96-98)

بالنسبة لوسائل التواصل الاجتماعي وعوالم الإنترنت، ترتبط الحرية بالخصوصية ارتباطاً وثيقاً. ومع ذلك، فإن أفكار الممتلكات وحق الملكية لا تبدو قابلة للتطبيق بالكامل بعد الآن. لقد أصبحت الحدود والممتلكات غامضة لأنه، في كثير من الأحيان، يُنظر إلى البيانات والمعلومات الشخصية على أنها سلع مشتركة بمجرد ظهورها على الإنترنت.

يتم التعبير عن الصفة الترابطية للخصوصية وإبرازها من خلال التواصل بين الأشخاص. وفي الواقع، تشهد الخصوصية "تحولاً اجتماعياً" في وسائل التواصل الاجتماعي وخارجها هذا التحول الاجتماعي الناشئ في نظرية الخصوصية معترف به في نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي. ومع ذلك، هناك جوانب سلبية لمفهوم الخصوصية كعملية تواصل: أولاً: لن يتمتع جميع أعضاء عملية التواصل هذه بفرص متساوية في الاستماع إليهم. فعلى سبيل المثال، ثبت

#### جدول رقم (04) يوضح صحة معلومات المستخدم على الفايسبوك

| صحة المعلومات            | التكرارات | النسبة المئوية |
|--------------------------|-----------|----------------|
| معلومات حقيقية           | 46        | 65.7           |
| معلومات غير حقيقية       | 5         | 7.1            |
| معلومات حقيقية إلى حد ما | 19        | 27.1           |
| المجموع                  | 70        | 100%           |

#### مفهوم الخصوصية لدى المستخدم

حول مفهوم المستخدم لمصطلح الخصوصية فقد عبر 33.9% بأنها: حقي في الاحتفاظ بكل ما يخصني (مادي ومعنوي)، ونسبة 22.4% يعتبرها الحياة الخاصة والأسرة، ونسبة متقاربة هي عدم استخدام المعلومات من الأفراد أو المؤسسات دون موافقة المستخدم بنسبة 21.3%، وعبر بعض أفراد العينة عن مفهوم الخصوصية بأنها العلاقات الشخصية بنسبة 19%، وآخرون بأنها عدم معرفة الهوية الحقيقية للمستخدم بنسبة 3.4%. من خلال قراءتنا للجدول السابق: نجد أن مفهوم الخصوصية من المفاهيم المعقدة التي يصعب على المستخدم التعبير عنها، إلا أنها تتمثل في الحق بالاحتفاظ بكل ما هو خاص (مادي ومعنوي)، وعدم استخدام المعلومات أو استغلالها، والحفاظ على سرية العلاقات الشخصية. وتتوافق هذه النتيجة مع دراسات سابقة، تفيد بعدم قبول الأفراد الكشف عن هوياتهم، وعلاقاتهم الشخصية، واتصالاتهم.

#### جدول رقم (05) يوضح مفهوم الخصوصية لدى المستخدم

| الخصوصية لدى المستخدم                               | الإجابات  |        | النسبة المئوية<br>بالنسبة<br>لمجموع<br>العينة |
|-----------------------------------------------------|-----------|--------|-----------------------------------------------|
|                                                     | التكرارات | النسبة |                                               |
| حقي في الاحتفاظ بكل ما يخصني (مادي ومعنوي)          | 59        | 33.9%  | 84.3%                                         |
| عدم استخدام معلوماتي من أفراد أو مؤسسات دون موافقتي | 37        | 21.3%  | 52.9%                                         |
| حياتي الخاصة وأسرتي                                 | 39        | 22.4%  | 55.7%                                         |
| علاقاتي الشخصية                                     | 33        | 19.0%  | 47.1%                                         |
| عدم معرفة هويتي الحقيقية                            | 6         | 3.4%   | 8.6%                                          |
| المجموع                                             | 174       | 100%   | 248%                                          |

#### نطاق أو حدود الخصوصية بالنسبة للمستخدم

تتمثل حدود الخصوصية لدى مستخدم منصات التواصل الاجتماعي من أفراد عينة الدراسة في الرسائل والاتصالات

32.9%، في حين أن منصة YouTube جاءت بنسبة 27.1%، ومنصة Instagram بنسبة 18.6%. في حين أن المنصات الأقل استخداماً لعينة الدراسة تمثلت في منصة Twitter بنسبة استخدام 11.4%، ومنصة Tik Tok بنسبة 10%، ومنصة Telegram بنسبة 8.6%، ومنصة Snapchat بنسبة 7.1%، ومنصة LinkedIn بنسبة 2.9%. بذلك نعتبر أن موقع الفيسبوك الأكثر استخداماً لأفراد عينة الدراسة، تليه منصة WhatsApp، و YouTube، في حين أن منصة Twitter تعتبر أقل استخداماً، ونُرجع هذه النتيجة إلى أن غالبية أفراد العينة من شمال أفريقيا.

#### عدد الساعات التي يقضيها المستخدم على شبكات التواصل الاجتماعي

يقضي غالبية أفراد العينة أكثر من ثلاث ساعات يومياً على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 60%، ونسبة 34.3% من أفراد العينة تقضي من ساعة إلى ساعتين، في حين أن من يقضي أقل من ساعة تقدر بنسبة 5.7%. وبذلك نستطيع القول إن غالبية أفراد العينة تمضي جزء كبير من اليوم على منصات التواصل الاجتماعي، وهي نتيجة تتفق مع العديد من الدراسات حول معدل الساعات اليومية التي يقضيها المستخدم في تصفح منصات التواصل الاجتماعي. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

#### جدول رقم (03) يوضح عدد الساعات التي يقضيها المستخدم يومياً على شبكات التواصل الاجتماعي

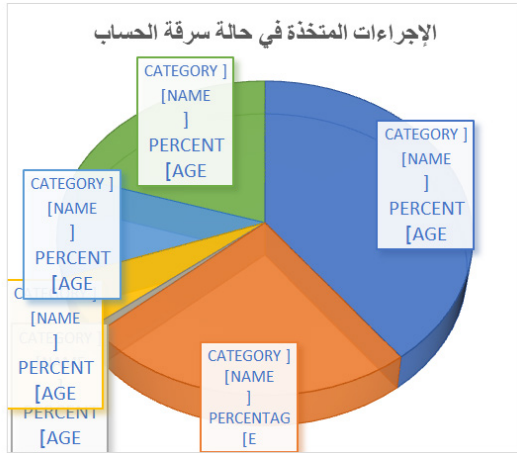
| عدد الساعات على شبكات التواصل الاجتماعي | التكرارات | النسبة المئوية |
|-----------------------------------------|-----------|----------------|
| أقل من ساعة                             | 4         | 5.7            |
| ساعة إلى ساعتين                         | 24        | 33             |
| أكثر من ثلاث ساعات                      | 42        | 60.0           |
| المجموع                                 | 70        | 100%           |

#### صحة معلومات المستخدمين

وحول صحة معلومات المستخدمين من أفراد عينة الدراسة عبر الفيسبوك، فإن 65.7% تقدم معلومات حقيقية، في حين أن 27.1% تقدم معلومات حقيقية إلى حد ما، و 7.1% تقدم معلومات غير حقيقية. ونعتقد أن هذه النتيجة تُفيد بأن تقديم الأفراد لمعلوماتهم الحقيقية مبني أساساً على عنصر الثقة في منصات التواصل الاجتماعي، وتوظيفها في مجال العمل والدراسة، وبناء علاقات اجتماعية. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

ويبلغ 39.6% إلى تبليغ إدارة موقع الفيسبوك في حال سرقة حسابه، و23.9% يقومون بالاستعانة بالأهل والأصدقاء لاسترداد الحساب، في حين أن 20.1% يتواصل مع مختص في تقنية المعلومات لاسترداد الحساب، 10.4% يقوم بتبليغ الجهات الأمنية، و5.2% ينشأ حساب جديد، و0.7% بتكرار واحداً لا يفعل شيئاً. وهو ما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (04) إجراءات المستخدم في حال سرقة الحساب



نستنتج من الأشكال السابقة: إن غالبية أفراد عينة الدراسة لم يتعرضوا لسرقة حساباتهم أو انتحال شخصيتهم عبر منصة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وأن الإجراء الأكثر اتباعاً في حال تم التعرض لذلك هو تبليغ إدارة موقع الفيسبوك، والاستعانة بالأهل والأصدقاء.

#### اهتمام المستخدم بالخصوصية ودرجتها ومراجعتها على الفيسبوك

حول الاهتمام بالخصوصية فإن 92.9% من عينة الدراسة يهتمون بالخصوصية، وبدرجة عالية بنسبة 41.4%، و50% من عينة الدراسة تقوم بمراجعة الخصوصية على الفيسبوك أحياناً، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (07) اهتمام المستخدم بالخصوصية ودرجتها

| الاهتمام بالخصوصية      |           |             |
|-------------------------|-----------|-------------|
| النسبة المئوية          | التكرارات |             |
| 92.9%                   | 65        | نعم         |
| 7.1%                    | 5         | لا          |
| 100%                    | 70        | المجموع     |
| درجة الإهتمام بالخصوصية |           |             |
| 68.6%                   | 48        | درجة عالية  |
| 24.3%                   | 17        | درجة متوسطة |
| 5.7%                    | 4         | درجة منخفضة |
| 1.4%                    | 1         | لا أهتم     |
| 100%                    | 70        | المجموع     |

بنسبة 21%، والمعلومات الشخصية ب: 17.9%، والعائلة بنسبة 14.8%، ويرى آخرون بأن حدود الخصوصية تتمثل في المنشورات واليوميات على موقع الفيسبوك بنسبة 12.2%، والصور 11.4%، وبنسبة متقاربة في المواقع التي يتصفحها المستخدم، وعرض رقم هاتفه بنسبة 8.7%، وأيضاً تمثل الآراء السياسية حدوداً لخصوصية المستخدم بنسبة 3.5%، في حين عبر 1.7% بعدد أربع تكراراً أنه لا يوجد نطاقاً أو حدوداً لخصوصيته. تفيد نتيجة الجدول السابق أهمية خصوصية الرسائل والاتصالات لدى المستخدم من أفراد عينة الدراسة وعدم الكشف عنها، وعن المعلومات الشخصية، والمواقع التي تتم زيارتها. ونلاحظ أن هناك من أفراد العينة من عبر عن عدم وجود حدود للخصوصية.

جدول رقم (06) يوضح نطاق الخصوصية لدى المستخدم

| الحدود الخصوصية للمستخدم       | الإجابات |           | النسبة المئوية بالنسبة للمجموع العينة |
|--------------------------------|----------|-----------|---------------------------------------|
|                                | النسبة   | التكرارات |                                       |
| معلوماتي الشخصية               | 17.9%    | 41        | 58.6%                                 |
| الرسائل والاتصالات             | 21.0%    | 48        | 68.6%                                 |
| منشوراتي ويومياتي على الفيسبوك | 12.2%    | 28        | 40.0%                                 |
| العائلة والأصدقاء              | 14.8%    | 34        | 48.6%                                 |
| الصور                          | 11.4%    | 26        | 37.1%                                 |
| المواقع التي اتصفحها           | 8.7%     | 20        | 28.6%                                 |
| لا يوجد حدود للخصوصية          | 3.4%     | 6         | 8.6%                                  |
| عرض رقم هاتفي                  | 8.7%     | 20        | 28.6%                                 |
| عرض آرائي السياسية             | 3.5%     | 8         | 11.4%                                 |
| المجموع                        | 100%     | 174       | 248%                                  |

#### 3. إدراك الخصوصية وأهميتها لمستخدمي موقع الفيسبوك:

تعرض المستخدم لسرقة الحساب، والإجراءات التي يقوم بها في هذه الحالة:

إن 71.4% من أفراد عينة الدراسة لم يتعرضوا لسرقة الحساب أو انتحال الشخصية على الفيسبوك، في حين أن 28.6% تعرض لذلك.

شكل رقم (03) تعرض المستخدم لسرقة حسابه عبر الفيسبوك



## جدول رقم (08) مراجعة المستخدم الخصوصية عبر الفيسبوك

| الاهتمام بالخصوصية |           |         |
|--------------------|-----------|---------|
| النسبة المئوية     | التكرارات |         |
| 41.4%              | 29        | دائماً  |
| 50.0%              | 35        | أحياناً |
| 8.6%               | 6         | أبداً   |
| 100%               | 70        | المجموع |

تدل نتائج الجدول السابق على أن عينة الدراسة تهتم بموضوع الخصوصية، بدرجة عالية، إلا أن 8.6% من المستجوبين لا يقومون بعملية مراجعة الخصوصية، وهو ما يتعارض مع الاهتمام بموضوع الخصوصية ودرجته. ولعلنا نفسر هذه النتيجة لصعوبة تحديد مفهوم الخصوصية لدى أفراد عينة الدراسة، إلى جانب عدم تعرض غالبية أفراد الدراسة إلى سرقة الحساب أو انتحال الشخصية عبر منصات التواصل الاجتماعي.

### إدراك الخصوصية عبر منصات التواصل الاجتماعي الفيسبوك:

تم اختبار مستوى إدراك الخصوصية للمستخدمين العرب لمنصات شبكات التواصل الاجتماعي من خلال بناء أداة قياس احتوت على ثماني عبارات إيجابية تمثلت في: (عدم الكشف عن المعلومات الشخصية، مراجعة البيانات الشخصية باستمرار، عدم مشاركة الحياة الخاصة والأسرية، عدم نشر الصور الخاصة، عدم قبول طلبات الصداقة من الغرباء، قفل الملف الشخصي، التحكم بالإعلانات ومراجعتها، عدم التعليق أو مشاركة منشورات وصور الآخرين). وتمثلت العبارات السلبية في: (المعلومات الشخصية غير هامة، لا أراجع بياناتي الشخصية، مشاركة يومياتي عبر الفيسبوك للعامة، نشر كل ما يتوافق مع قناعاتي الخاصة وعرضها للجميع، زيادة عدد المتابعين لصفحتي، جعل ملفي الشخصي متاحاً للعامة، تصفح الإعلانات وروابط الصفحات، المشاركة في نشر الموضوعات والصور عبر الفيسبوك للعامة). وجاءت نتائج قياس معامل تباث ألفا كرونباخ للسؤال الخاص بإدراك الخصوصية = 0.628 وهو معامل تباث متوسط. كما أظهرت النتائج أن مستوى إدراك الخصوصية للمستخدم العربي لمنصات التواصل الاجتماعي الفيسبوك منخفضة بنسبة 90%، ومتوسطة بنسبة 10%، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

### جدول (9) يوضح مستوى إدراك الخصوصية للمستخدم العربي لموقع الفيسبوك

| مستوى إدراك الخصوصية | التكرارات | النسبة المئوية |
|----------------------|-----------|----------------|
| منخفض                | 63        | 90.0%          |
| متوسط                | 7         | 10.0%          |
| المجموع              | 70        | 100%           |

من خلال ما سبق: نستنتج أن مستوى إدراك الخصوصية منخفض للمستخدم العربي لمنصات التواصل الاجتماعي. وتعارض هذه النتيجة مع نتيجة السؤال السابق، حيث نجد أن أفراد عينة الدراسة رغم اهتمامهم بالخصوصية، إلا أنهم لا يدركون الخصوصية وآليات الحفاظ عليها عبر منصات التواصل الاجتماعي وموقع الفيسبوك.

### إدراك أهمية الخصوصية للمستخدم العربي لمنصات التواصل الاجتماعي الفيسبوك:

تم اختبار مستوى إدراك أهمية الخصوصية للمستخدمين العرب لمنصات شبكات التواصل الاجتماعي من خلال بناء أداة قياس ليكارت، احتوت على العبارات التالية: (حماية البيانات الشخصية، الحد من استخدام واستغلال البيانات الشخصية، حماية صورة الأفراد من التشويه أو التحكم بها، المحافظة على السمعة، تساعد على غدارة الحدود الاجتماعية بين الأفراد، المحافظة على حيز خاص للفرد بعيداً عن الضغوطات الاجتماعية، أساس مهم لحرية التفكير والكلام والأفكار والمعتقدات، تسهم في الحفاظ على عنصر الثقة وعدم خرقها، التخلص من الحاجة إلى التبرير وتفسير الأفعال وأسبابها للآخرين أو لجهات ما، تضمن كرامة الإنسان وسلامته، تساعد على احترام حقوق الأفراد ورغباتهم، الأساس لأي مجتمع ديمقراطي، تسمح للفرد بأن يطور من شخصيته بحرية). بلغ ثبات مقياس ألفا كرونباخ للسؤال الخاص بأهمية الخصوصية = 0.563 وهو معامل تباث متوسط.

وجاءت نتائج مستوى إدراك أهمية الخصوصية للمستخدم العربي لمنصات التواصل الاجتماعي هو مستوى متوسط بأهمية الخصوصية 78.6%، ومستوى اهتمام عال بأهمية الخصوصية 21.4%، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

### جدول رقم (10) يوضح مستوى إدراك أهمية الخصوصية لمستخدم موقع الفيسبوك

| مستوى إدراك أهمية الخصوصية | التكرارات | النسبة المئوية |
|----------------------------|-----------|----------------|
| منخفض                      | 63        | 90.0%          |
| متوسط                      | 7         | 10.0%          |
| المجموع                    | 70        | 100%           |

من خلال ما سبق: نستنتج أن مستوى إدراك أهمية الخصوصية متوسط للمستخدم العربي لمنصات التواصل الاجتماعي. ونفسر هذه النتيجة على أن المستخدم العربي للمنصات الاجتماعية ورغم إدراكه المنخفض للخصوصية، إلا أن لديه مستوى اهتمام متوسط بأهميتها.

### 2.3. الخصوصية عبر موقع الفيسبوك:

إمكانية الحفاظ على الخصوصية عبر موقع الفيسبوك:

### اختبار نموذج الخصوصية عبر منصات التواصل الاجتماعي:

في محاولة منا لاختبار نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي (Trepte) من وجهة نظر المستخدم العربي، قمنا ببناء أداة قياس احتوت على عبارات تعكس آليات الخصوصية عبر موقع الفيسبوك والتي تتمثل في (آلية التحكم، الثقة، التواصل، المعايير). وجاء مستوى قياس ثبات ألفا كرونباخ للسؤال الخاص باختبار نموذج الخصوصية = 0.800 وهو مرتفع.

فيما يخص العبارات التي تمثل التحكم في الخصوصية: فإن عبارة "يمكن المحافظة على الخصوصية من خلال التحكم ومراجعة البيانات باستمرار" فقد وافق عليها حوالي 69% من المبحوثين بين موافق بشدة وموافق، بينما عارضها 8.6% فقط. وعبارة "لا يمكن للفرد التحكم في الخصوصية على الفيسبوك والإنترنت" وافق عليها غالبية المبحوثين بنسبة 54.3%، بينما عارضها 22.9%. وعبارة "أصبح هناك إمكانية لنشر معلوماتك الشخصية دون معرفتك بها" فإن غالبية المبحوثين وافقوا عليها بنسبة 72.9%، بينما عارضها 11.5% فقط.

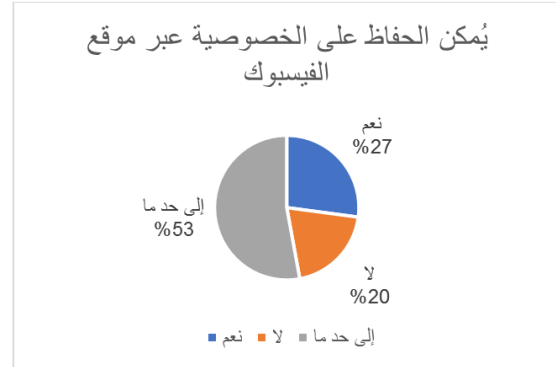
أما العبارات التي تمثل الثقة في الخصوصية: فإن العبارة الأولى "انتهى عهد الخصوصية" فقد وافق عليها أغلب المبحوثين بنسبة 47% و 24% وافقوا عليها بشدة، بينما عارضها 11% فقط، أما عبارة "لا يوجد خطر على خصوصيتي عبر الفيسبوك" فأغلب المبحوثين عارضوها بنسبة 43% بين معارض ومعارض بشدة، بالنسبة لعبارة "لا يزال بإمكان مستخدم الإنترنت في الوقت الراهن الحفاظ على خصوصيته" فقد وافق عليها 37.1%، و 14.3% وافق عليها بشدة، بينما عارضها 15.7%، و 5.7% عارضها بشدة.

والعبارات التي تمثل المعايير: فإن عبارة "الالتزام بالمعايير الدينية والاجتماعية يحافظ على خصوصية الفرد" وافق عليها أغلب المبحوثين 72.9%، وعارضها 8.36%، وبالنسبة لعبارة "الفرد أصبح سلعة للشركات التي تبيع وتشتري بياناته ومعلوماته الشخصية" وافق عليها المبحوثون بنسبة 44.3%، و 34.3% ووافق عليها بشدة، في حين عارضها 8.5%. أما عبارة "لا توجد قوانين صارمة لحماية الخصوصية" فإن 70% من المبحوثين وافقوا عليها، بينما عارضها 11.4%.

إضافة إلى العبارات التي تمثل التواصل: فإن عبارة "لا مانع من كشف الخصوصية مقابل الخدمات التي تقدمها الإنترنت والشبكات الاجتماعية" فإن غالبية المبحوثين عارضوها بنسبة 48.6%، بينما وافق عليها 17.1%، و 8.6% وافق عليها بشدة. أما عبارة "لا يخاف على الخصوصية إلا من له أسرار تضره إن علمها الآخرون" ففقد وافق عليها غالبية المبحوثين بنسبة 44.3%، وعارضها 34.6%. وعبارة "إذا اخترت أن أبقى مجهولاً واحتفظ بالخصوصية سأخسر الكثير" فإن 55.8% وافقوا على هذه العبارة، في حين عارضها 24.3%.

المستخدم العربي من أفراد عينة الدراسة يعتقد بإمكانية الحفاظ على الخصوصية إلى حد ما بنسبة 53%، في حين أن 20% يعتقدون بعدم إمكانية الحفاظ على الخصوصية، وهو ما يوضحه الشكل التالي:

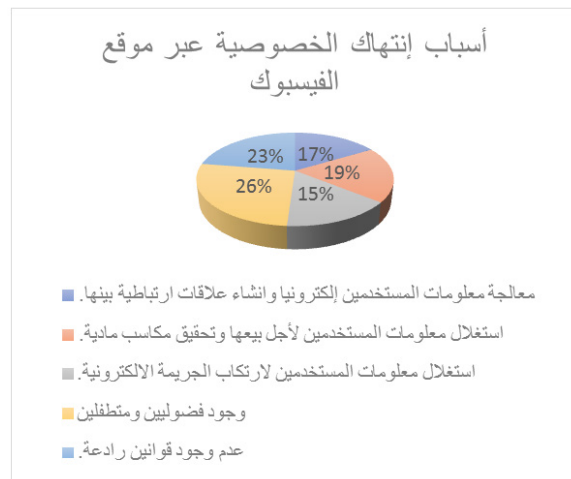
شكل رقم (04) يوضح إمكانية الحفاظ على الخصوصية عبر موقع الفيسبوك



### أسباب انتهاك الخصوصية عبر موقع الفيسبوك:

يرجع أفراد عينة الدراسة أسباب انتهاك الخصوصية عبر موقع الفيسبوك إلى وجود فضوليين ومتطفلين عبر منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 26.4%، وعدم وجود قوانين رادعة للحفاظ على الخصوصية بنسبة 22.5%، إضافة إلى استغلال معلومات المستخدمين لأجل بيعها وتحقيق مكاسب مادية بنسبة 19.2%، وعملية معالجة معلومات المستخدمين إلكترونياً بنسبة 16.5%، وارتكاب جرائم إلكترونية بنسبة 15.4%. وهو ما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (05) يوضح أسباب انتهاك الخصوصية عبر موقع الفيسبوك



من خلال الشكل السابق نلاحظ أن أسباب انتهاك الخصوصية عبر موقع الفيسبوك وفق المستخدم العربي تعود إلى تطفل الفضوليين والغرباء، وغياب القوانين بالدرجة الأولى، وإلى ممارسات المؤسسات التكنولوجية التي تستغل معلومات المستخدمين بالدرجة الثانية.

أن مستوى إدراك أهمية الخصوصية متوسط. ما يدفعنا للقول بأن المستخدم العربي لمنصات التواصل الاجتماعي ورغم إدراكه المنخفض للخصوصية، إلا أن لديه مستوى اهتمام متوسط بأهميتها.

وكشفت نتائج الدراسة حول نموذج الخصوصية: عدم ثقة المستخدمين في الخصوصية عبر المنصات الاجتماعية، واعتبار المعايير ضرورية للتحكم في الخصوصية، إضافة إلى أهمية التواصل وحتميته مقابل الخصوصية. ما يفيد بأن التحكم في الخصوصية أمر صعب لدى المستخدم العربي لمنصات التواصل الاجتماعي. وهو ما يتفق مع ما جاء في نموذج خصوصية الشبكات الاجتماعية.

#### 5. خاتمة

نختتم دراستنا بالإجابة عن الإشكالية الجوهرية بالقول: بأن المستخدم العربي لمنصات التواصل الاجتماعي له إدراك منخفض بالخصوصية، وأن مستوى إدراك أهميتها متوسط. إضافة إلى صعوبة التحكم بالخصوصية عبر المنصات الاجتماعية.

وهو الأمر الذي يستلزم توعية المستخدم العربي لمنصات التواصل الاجتماعي بأهمية الخصوصية ومخاطر اختراقها، وضرورة التحكم في الخصوصية وآليات الحفاظ عليها عبر المنصات الاجتماعية، من خلال عقد المزيد من الندوات والورشات التدريبية المشتركة مع مختلف الجهات العلمية والمهنية ذات الصلة. إضافة إلى إنجاز بحوث في مجال الخصوصية الرقمية، بشكل يساهم في توعية وتثقيف المستخدم العربي.

#### تضارب المصالح

يعلن المؤلف أنه ليس لديهم تضارب في المصالح.

#### - المصادر والمراجع

##### المراجع العربية

- أحمد بن مرسل، (2010). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

##### - المحكمين:

- كركوش فتيحة، أستاذة تعليم عالي، علم النفس الاجتماعي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة لونيبي علي، البلدة 2، الجزائر.

- أكتوف نسيم، أستاذة محاضرة، علم النفس العيادي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة لونيبي علي، البلدة 2.

- بن خليفة فاطمة، أستاذة محاضرة، علم النفس، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة غليزان، الجزائر.

- ساهل عبد الرحمن، أستاذ مساعد، علم النفس، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة طاهري محمد بشار، الجزائر.

- عبد الله محمد أطبيقة، أستاذ مساعد، علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب، جامعة سرت، دولت ليبيا، علي مولود فاضل، أستاذ مساعد في علوم الاتصال والإعلام، قسم الإعلام كلية الإسراء الجامعة الأهلية - العراق.

- عبد الكريم ياسف، باحث دائم في علم الاجتماع الحضري بمركز البحث في

من خلال مراجعتنا لأجابات المبحوثين نجد أن الاتجاه العام لعينة الدراسة موافقون على العبارات التي تدل على أن التحكم في الخصوصية أمر صعب وهذا ما تدل عليه بشكل واضح العبارات (3، 5، 9)، حيث كانت نسبة الموافقة والموافقة بشدة تمثل أعلى النسب. كما أن الإتجاه العام على العبارات (1، 2، 10) تدل على عدم ثقة المبحوثين في الخصوصية عبر المنصات الاجتماعية حيث كانت نسبة الموافقة والموافقة بشدة تمثل أعلى النسب.

إضافة إلى ما سبق فإن الاتجاه العام للمبحوثين يعتبر المعايير ضرورية للتحكم في الخصوصية، وهو ما تدل عليه العبارات (4، 6، 8) حيث كانت نسبة الموافقة والموافقة بشدة تمثل أعلى النسب. ويتفق المبحوثين على أهمية التواصل وحتميته مقابل الخصوصية وهو ما تدل عليه العبارات (7، 11، 12) التي كانت نسبة الموافقة والموافقة بشدة تمثل أعلى النسب.

#### 4. مناقشة نتائج الدراسة وتساؤلاتها

تظهر النتائج العامة للدراسة: إن شبكة Facebook أكثر المنصات الاجتماعية استخداماً تليها منصة WhatsApp، و YouTube. ويقضي غالبية المستخدمين أكثر من ثلاث ساعات يومية عبر المنصات الاجتماعية، وجلهم يمتلكون حسابات عبر هذه المنصات منذ أكثر من ثلاث سنوات، ويتفقون حساباتهم بشكل يومي. كما أن جل المستخدمين لا يملكون أكثر من حساب، في حين برر عدد ممن يمتلك أكثر من حساب لدواعي الاستخدام، ومنهم من يخصص حساب رسمي وآخر غير رسمي.

إضافة إلى أن المستخدمين يضعون معلومات الحقيقية عبر حساباتهم الاجتماعية، ويعتبرون حدود الخصوصية في سرية الرسائل والاتصالات وعدم الكشف عنها، وعن المواقع التي يتم تصفحها وزيارتها عبر الإنترنت. ولم تتعرض غالبية المستخدمين إلى سرقة حساباتهم أو انتحال شخصيتهم عبر المنصات الاجتماعية، وفي حال وقوع ذلك فإنهم يلجؤون إلى تبليغ إدارة المنصة الاجتماعية، والاستعانة بالأهل والأصدقاء لاسترجاع الحساب.

ويؤكد المستخدمون إهتمامهم بالخصوصية بدرجة عالية، ويقومون بمراجعة بياناتهم وخصوصيتهم على المنصات الاجتماعية من حين إلى آخر. ويعتقد المستخدمون بإمكانية حماية الخصوصية عبر المنصات الاجتماعية، ومن أهم أسباب انتهاك الخصوصية هو وجود متطفلين وغرباء، إلى جانب استغلال الشركات التكنولوجية لبيانات المستخدمين.

فيما يتعلق بتساؤلات الدراسة كشفت النتائج: بأن مفهوم الخصوصية للمستخدم العربي لموقع الفيسبوك من المفاهيم المعقدة التي يصعب على المستخدم التعبير عنها.

كما أن المستخدم العربي ورغم اهتمامه بالخصوصية وحماية بياناته إلا أن مستوى إدراكه للخصوصية منخفض. في حين

- خالد غسان، و يوسف مقداي. (2013). ثورة الشبكات الإجتماعية، (المجلد الأول)، عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.
- روجي ويمر، و جوزيف دومنيك. (2013). مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي. (صالح أبو أصعب، و فاروق منصور، المحررون) بيروت: المنظمة العربية للترجمة.
- ريم فتيحة قدوري. (2021). دور الجزيرة نت في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري. عمان: إبصار ناشرون.
- عدنان يوسف العتوم. (2016). علم النفس المعرفي النظرية والتطبيق. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- فضيل دليو. (2015). تقنيات المراقبة في العلوم الانسانية والاجتماعية الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع.
- محمد عبد الحميد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب.
- محمد منير حجاب. (2004). معجم المصطلحات الإعلامية (المجلد الأول). عمان: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- موريس أنجرس. (2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية). (بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، و سعيد سبعون، المحررون) الجزائر: دار القصبة للنشر والتوزيع.

## المراجع الأجنبية

- dans, M. (2009). Dictionar of media and communication. New york: ME.Sarpe.

## المجلات العلمية

- Sabine Trepte - (ديسمبر 2020). نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي: الخصوصية والتواصل في ضوء إمكانات وسائل التواصل الاجتماعي. (فضيل دليو، وأمين جنيح، المحررون) المجلد الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 3 العدد 2، 102-77. تم الاسترداد من <https://www.asjp.141987/2/3/cerist.dz/en/downArticle/641>

## المواقع الإلكترونية

- العين الإخبارية: (17 سبتمبر، 2022). أكبر 5منصات تواصل اجتماعي.. فيسبوك الأكثر جذباً للمستخدمين. تم الاسترداد من العين الإخبارية: <https://al-ain.com/article/global-social-media-platforms-users-2022>
- فيسبوك. تم الاسترداد من الموسوعة الحرة ويكيبيديا. (2022). <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D981%D98%A%D8%B3%D8%A%D988%D983>
- أوت. (2022). الخصوصية. تم الاسترداد من الموسوعة الحرة (24 أوت، 2022). <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AE%D8%B5%D988%D8%B5%D98%A%D8%A9>
- facts-news. (2022). تم الاسترداد من <https://ar.facts-news.org/taaryf-almstkhdm>
- أوت. (2022). الخصوصية. تم الاسترداد من مصطلحات (24 أوت، 2022). <https://www.meemapps.com/term/privacy>
- ويكيبيديا. (24 أوت، 2022). المستخدم. تم الاسترداد من موقع ويكيبيديا <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D985%D8%B3%D8%A%D8%AE%D8%AF%D985%D8%AD%D988%D8%B3%D8%A8%D8%A9>
- أوت. (2022). "الاف الصور الفاضحة" على الانترنت (26 BBC تحقيق -