



## مواقع التواصل الاجتماعي واتهاكات الخصوصية:

### السنا ب شات / الفيس بوك نموذجًا

(دراسة ميدانية على عينة من متابعي السنا ب شات والفيس بوك من الجمهور العربي)

د / سالي سعد جوده ابراهيم

عضو هيئة التدريس السابق

بقسم الصحافة والإعلام بكلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة جازان، المملكة العربية السعودية

زميل الجمعية المصرية للعلاقات العامة

منسقة بشعبة العلاقات العامة بمنتدى الأصالة والتجديد في بحوث الإعلام العربية

### المقدمة:

إن المتأمل للعالم يجد التطور الهائل في كافة مجالات الحياة ولاسيما في مجال الاتصالات والتكنولوجيا والتي لم يشهدها خلال العقود السابقة، وهذه التطورات والتغيرات قد شملت تغيرات في أساليب حياة الأفراد والتي أفرزتها ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، ومن ضمن هذه التطورات والتغيرات التي أفرزتها تكنولوجيا المعلومات مواقع التواصل الاجتماعي والتي استطاع الفرد من خلالها التواصل مع الآخرين في كافة أنحاء العالم متخطياً كافة الحدود الجغرافية.



وكان لافتا كيف حازت مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها السناپ شات والفيس بوك في وقت قصير على مساحة كبيرة من حياة الأفراد اليومية في مجتمعنا العربي متزايدا لما تملكه من فاعلية وتميز كوسائل إتصال ناجحة في التواصل الاجتماعي حيث يستخدمها الأفراد في التواصل مع الآخرين والتسلية والعديد من الاستخدمات كما يسرت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار، باستخدام أدوات اتصال مختلفة منها المدونات، والصور، تبادل ملفات الفيديو.. وغيرها. بل وتعدت ذلك حيث أصبح البعض يستخدم هذه التطبيقات في عرض تفاصيل حياته اليومية من خلال توثيق كل ما يدور على مدار اليوم وتصوير كل ما يمر عليه من أحداث في بيته وعمله وسفره وزياراته، بل وحتى أثناء التسوق وغيرها من التفاصيل اليومية التي أصبحت متاحة للجميع عبر هذه التطبيقات، حيث نجد على سبيل المثال من ينشر صورة له في إحدى الكافيهات مع أصدقاءه معلقاً عليها بعبارة " تزعلنا الدنيا ويراضيها أصدقائنا " ، ونجد أخرى تنشر صورة هدية زوجها لها معلقة عليها بعبارة " اكتفيت بك عن العالم " وغيرها من تفاصيل الحياة اليومية التي يعرضها الأفراد عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنها السناپ شات والفيس بوك إما عن طريق خاصية (story) أو من خلال ( post )

وقد تمتد إلى نشر مقاطع فيديو عبر الجروبات والقصة الخاصة أو خاصية (live) تعرض تفاصيل خاصة جداً من الحياة اليومية والأسرية، لتصبح بذلك بمثابة قنابل موقوتة تهدد قيم المجتمعات بل ويتعداها إلى انتهاك الخصوصية لأفراد هذه المجتمعات.

علاوة على ما سبق نجد أن مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ومنها السناپ شات والفيس بوك يكشف بإرادته عن كل ما يتعلق بحياته الشخصية في الفضاء الإلكتروني أو في العالم الافتراضي الذي لا يعير أي انتباه للحدود، فتصبح خصوصية المستخدم عرضة للانتهاك سواء من قبل موقع التواصل الاجتماعي نفسه أو من قبل الغير. فحين يضع المستخدم بياناته سواء أكانت معلومات شخصية أو صور أو تعليقات فإن هذه المواقع ومن خلال شروط استخدامها والتي وقع عليها المستخدم تقوم بحفظ كل



هذه البيانات وتجميعها، وبعد ذلك تصبح هذه البيانات متاحة لمستخدمي هذه المواقع حسب اعدادات كل موقع، ويترتب على ذلك خطورة وصول أي مستخدم إلى بيانات مستخدم آخر لما قد يؤدي ذلك إلى إنتهاك لخصوصية صاحب البيانات بمجرد كشفها أو إستعمالها استعمالاً غير مشروع. لذلك ظهرت أهمية حماية خصوصية هذه البيانات على الصعيد الدولي او على الصعيد المحلي<sup>١</sup>.

بالإضافة إلى أن فالمستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي ، الذي يغرقه كم هائل من المعلومات عند فتح الحساب ، ليس مجبراً على البحث ، والتنقيب، لإيجاد هذه الأحكام والشروط، أو للاطلاع على سياسة الخصوصية، فمعظم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ، لا يقرؤون أحكام وشروط الاستخدام، التي تظهر على الشاشة، وغالبا ما لا يتمكنون من فهم نوعية البيانات الشخصية التي يطلب منهم الموافقة على الإفصاح عنها، ومعالجتها، كما لا تتوفر لهم إمكانيات الإحاطة، بتفاصيل المعالجة، وتأثيرها عليهم، سواء عندما يوافقون على شروط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أو عندما يضغطون، على زر الموافقة. والأدهى، أن جميع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تقريباً، لا يمكنهم أن يتوقعوا ما تتيحه التقنيات الحديثة، وقدرات الذكاء الاصطناعي، من آفاق، وإمكانيات مختلفة، ومعقدة أحيانا كثيرة، على مستوى معالجة البيانات الشخصية. وإذا تركنا جانبا، تعقيدات العقود التي تبرم، والتي تعرض عليهم، حيث ترد جميع التفاصيل، والمعلومات، حول كيفية معالجة البيانات واستخداماتها، فإن هذه العقود لا تعدو كونها، عقود إذعان، لا يملك المستخدم خيار رفضها، إلا إذا قرر التخلي عن استخدام موقع التواصل الاجتماعي<sup>٢</sup>.

<sup>١</sup>راند محمد فليح النمر ( ) : " حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على ضوء التشريعات في مملكة البحرين " , access on , <https://cutt.us/NW8z9> , available on line @ 20-07-2021

<sup>٢</sup> ( أشرف جابر سيد & خالد بن عبد الله الشافعي: "حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة إنتهاك الخصوصية في موقع فيس بوك: دراسة مقارنة في ضوء النظام السعودي", مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية ، كلية الحقوق ، جامعة حلوان ، جمهورية مصر العربية، ٢٠١٣، ص ١٥ .



وبناءً على ما سبق أصبح من الضروري دراسة أشكال وصور انتهاكات الخصوصية الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (السناب شات / الفيس بوك)، والتعرف على إتجاهات الجمهور العربي تجاه تلك الانتهاكات وأسباب استمرار انتشارها والإجراءات الواجب اتباعها للحد من تلك الانتهاكات.

## أولاً: مشكلة الدراسة وأهميتها

### (أ) مشكلة الدراسة:

إن مواقع التواصل الاجتماعي مثل السناب شات والفيس بوك قد أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية لمعظم مستخدمي الإنترنت كما غيرت أسلوب حياة المستخدمين من حيث تواصلهم مع الآخرين على كافة الأصعدة، فسواء كان التواصل شخصياً أو تعليمياً أو ترفيهياً أو حتى لغرض العمل، باتت مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً أساسياً في هذه العمليات من التواصل، إلا أنه في الوقت ذاته زادت المخاطر الأمنية ومخاطر انتهاك الخصوصية التي تحف مستخدمي هذه الشبكات.

ووفقاً لتقرير كاسيرسكي، فإن ٨٨% من الأفراد في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا يستخدمون هذه المنصات، التي تتيح في مقابل الحصول على بعض البيانات حول مستخدميها فرص التعبير عن أنفسهم والتواصل مع أصدقائهم وأفراد أسرهم، وكذلك مطالعة الأخبار والأفكار والتوجهات، أينما كانوا وفي أي وقت.

ومع ذلك، وعلى الرغم من مختلف المنافع التي تحققها قنوات التواصل الاجتماعي للمستخدمين سيظل البعض مستعداً لاختيار الانسحاب منها إذا ساعد ذلك في استعادة خصوصيته الرقمية استعادة دائمة إلى الأبد.

كما أن المستخدمين الذين يقدمون معلوماتهم الشخصية للتسجيل من أجل المشاركة في اختبارات ممتعة مثل "أي المشاهير تشبه؟" أو "ما هي وجبتك المفضلة؟"، والذين تبلغ نسبتهم ١٧%، لن يكونوا قادرين على القيام بذلك بعد الآن. ولربما تكون الإشكالية



أكبر لدى ٤٣% من المستخدمين الذين لن يتمكنوا بعد الآن من استخدام تفاصيل تسجيل الدخول الخاصة بصفحاتهم على شبكات التواصل الاجتماعي في تسجيل أنفسهم بسرعة وسهولة على مختلف مواقع الويب أو خدمات الإنترنت الأخرى. وقالت مارينا تيتوفا رئيس التسويق للمنتجات الاستهلاكية لدى كاسبرسكي، إن المستخدمين بدأوا منذ عدة سنوات تقديم معلوماتهم الخاصة إلى خدمات التواصل الاجتماعي في مقابل الحصول على مزايا مختلفة، من دون التفكير حتى في التهديدات المحتملة وعواقب فعلهم هذا، فإن الأغلبية لا تزال تجهل كيفية حماية خصوصيتها الرقمية.<sup>1</sup>

هذا وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي كالسناپ شات والفيس بوك مكاناً خصباً لكافة أشكال وصور انتهاكات الخصوصية منها سرقة الحسابات والاطلاع على خصوصيات المستخدمين والتجسس على الحسابات وغيرها من أشكال وصور انتهاكات الخصوصية الرقمية.

لذا يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: كيف يتم توظيف مواقع التواصل الاجتماعي (السناپ شات/الفيس بوك) في انتهاك الخصوصية الرقمية؟

## (ب) أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في عدة نقاط سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية على النحو التالي:

- ١- تتمثل أهمية الدراسة من الناحية النظرية: -
- حيوية الموضوع الذي تقوم بدراسته وهو توظيف مواقع التواصل الاجتماعي (السناپ شات/الفيس بوك) في انتهاك الخصوصية الرقمية

1 ) kaspersky report , "The true value of digital privacy: are consumers selling themselves short?", available on line @ <https://www.kaspersky.com/blog/privacy-report-2019/> , access on 15-07-2021.



- يعد الموضوع إضافة معرفية من خلال تزويد المكتبات بمعلومات عن اتجاهات الجمهور العربي نحو انتهاكات الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأسباب استمرار انتشارها والإجراءات الواجب اتباعها للحد من تلك الانتهاكات.
- محاولة التغلب على استمرار انتشار انتهاكات الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٢- تعتبر الدراسة الحالية من الدراسات الهامة من الناحية التطبيقية: -
  - حيث أنها من الدراسات التي تحاول رصد أسباب ودوافع انتهاكات الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
  - محاولة دعم وتطبيق سبل مواجهة انتشار انتهاكات الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
  - تقديم عدد من التوصيات التي تساهم في الحد من استمرار انتشار انتهاكات الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

## ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة

### (أ) هدف الدراسة:

سعت الدراسة الراهنة إلى تحقيق هدف أساسي ألا وهو: " الكشف عن اتجاهات الجمهور العربي نحو انتهاكات الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (السناب شات/الفيس بوك) ".



## (ب) تساؤلات الدراسة:

ولتحقيق هدف الدراسة السابق تسعى الدراسة الراهنة إلى الإجابة على مجموعة تساؤلات وهي كالآتي: -

- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي (السناب شات/الفيس بوك) في انتهاكات الخصوصية كما يراها الجمهور العربي؟
- ما اتجاهات الجمهور العربي نحو انتهاكات الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (السناب شات/الفيس بوك)؟
- ما مدى حرص الجمهور العربي على اقتناء حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما الفترة الزمنية وعدد الساعات التي يقضيها الجمهور في متابعة السناب شات/الفيس بوك؟
- هل يدرك الجمهور العربي مفهوم الخصوصية الرقمية؟
- ما دوافع استخدام الجمهور العربي لتطبيقات السناب شات/الفيس بوك؟
- ما أهم الأنشطة التي يقوم بها الجمهور العربي أثناء استخدامه لتطبيقات السناب شات/الفيس بوك؟
- هل يدرك الجمهور العربي صور انتهاك الخصوصية الرقمية؟
- كيف يتعامل الجمهور العربي مع إعدادات الأمان الخاصة بتطبيقات السناب شات/الفيس بوك؟
- ما هي أشكال انتهاكات الخصوصية التي يتعرض لها مستخدمي تطبيقات السناب شات/الفيس بوك؟
- كيف يتفاعل الجمهور العربي مع مواقف انتهاكات الخصوصية عبر تطبيقات السناب شات/الفيس بوك؟



- ما المخاطر التي تحدثها انتهاكات الخصوصية عبر تطبيقي السناپ شات/ الفيس بوك على الفرد والمجتمع؟
- ما طرق الحد من استمرار انتشار انتهاكات الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور؟

### (ج) فروض الدراسة

- توجد فروق ذات دلالة معنوية في تفضيلات الجمهور لأكثر مواقع التواصل الاجتماعي متابعة لدى الجمهور وفقاً لمتغير الجنسية (مصري-غير مصري).
- توجد فروق ذات دلالة معنوية في دوافع استخدام أفراد العينة لتطبيقي السناپ شات / الفيس بوك وفقاً لمتغير النوع (ذكور-إناث).
- توجد فروق ذات دلالة معنوية في الأنشطة التي يقوم بها أفراد العينة أثناء استخدامهم لتطبيقي السناپ شات / الفيس بوك وفقاً لمتغير النوع (ذكور-إناث).
- توجد فروق ذات دلالة معنوية في اتجاهات المبحوثين نحو انتهاك الخصوصية عبر تطبيقي السناپ شات / الفيس بوك وفقاً لمتغير الجنسية (مصري-غير مصري).

### (ح) التعريفات الاجرائية للدراسة

١ - الخصوصية الرقمية Digital privacy:

تعرفها الباحثة بأنها ضمان و حماية البيانات الشخصية للمستخدمين والتي يتم نشرها وتداولها من خلال وسائط رقمية. وتمثل البيانات الشخصية في البريد الإلكتروني،





والصور الشخصية، ومعلومات عن العمل والمسكن وكل البيانات التي يستخدمها الأفراد في التفاعل والتعامل مع الآخرين عبر الإنترنت .

## ٢ - مواقع التواصل الاجتماعي social media :

تعرفها الباحثة بأنها عبارة عن مجموعة مواقع تسمح للمستخدمين بإنشاء حسابات شخصية يستخدمونها في التواصل مع الآخرين وإقامة علاقات اجتماعية مع الآخرين والتعبير عن آرائهم وأفكارهم الشخصية تجاه العديد من القضايا المجتمعية بالإضافة إلى مشاركة تفاصيل حياتهم اليومية من خلالها مع أصدقائهم ومتابعيهم ومنها السناب شات والفييس بوك.

## ٣ - انتهاكات الخصوصية الرقمية Digital privacy violations :

تعرفها الباحثة بأنها عبارة عن نشر وإعلان مفردات الحق في الحياة الخاصة للفرد في وسائل الإعلام والاتصال المختلفة دون موافقته الصريحة أو الضمنية و التلاعب في البيانات الشخصية أو محوها عن طريق أشخاص غير مرخص لهم بذلك و انتهاك خصوصية الأفراد بوسائل التنصت والتسجيل الحديثة والمراقبة الالكترونية بالأقمار الصناعية والكاميرات الرقمية المحولة عن طريق الهواتف المحمولة.

## (د) نوع ومنهج الدراسة

١- نوع الدراسة: تعد الدراسة الراهنة من الدراسات الوصفية والتي تهدف إلى وصف الظواهر، من خلال جمع البيانات والمعلومات وذلك بهدف التعرف على اتجاهات عينة من الجمهور العربي نحو انتهاكات الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (السناب شات/الفييس بوك)، مع التركيز على متغيري جنسية المبحوثين والنوع وعلاقتها باتجاهات الجمهور المختلفة.

٢- منهجية الدراسة: اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي باعتباره انسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية، وذلك من خلال أسلوب المسح بالعينة، من أجل وصف سمات وآراء واتجاهات الجمهور العربي نحو انتهاكات الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (السناب شات/الفيس بوك)، بما يسمح بتعميم نتائج المسح على المجتمع التي سحبت منه العينة.<sup>١</sup>

٣- أدوات جمع البيانات: اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء الإلكتروني عبر Google Forms للتعرف على اتجاهات العربي نحو انتهاكات الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (السناب شات/الفيس بوك) وشملت (٢٧) سؤال تغطي أهداف الدراسة وتساؤلاتها، حيث تم إرسال رابط صحيفة الاستبيان الإلكتروني عبر صفحات الفيس بوك والواتس آب والسناب شات لعينة عمدية من الجمهور العربي (المصريين - غير المصريين).

#### إجراءات صدق وثبات أدوات جمع البيانات:

(أ) اختبار الصدق: قامت الباحثة بعرض صحيفة استطلاع رأي الجمهور الإلكترونية على عدد من أساتذة الإعلام للتأكد من صدق أداة القياس في قياسها لمتغيرات الدراسة ومراجعة مدى ملائمة المقاييس لأهداف الدراسة، وقامت الباحثة بإجراء التعديلات في المقاييس بالإضافة إلى الحذف أو إعادة الصياغة بالرجوع إلى هؤلاء المحكمين.\*

(١) أحمد بن مرسل: "مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ٢٠٠٣، ص ص ٢٨٥ - ٢٨٨.

(\* تم عرض صحيفة استطلاع الرأي الجمهور على مجموعة من المحكمين التالي أسمائهم:

- أ.د: أحمد فاروق رضوان: أستاذ العلاقات العامة، بكلية الاتصال، جامعة الشارقة
- أ.م. د / طارق الصعدي: أستاذ الإعلام المساعد، بكلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة جازان
- أ.م. د / محمد بسيوني: أستاذ الإعلام المساعد، بكلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة جازان
- أ.م. د / انعام أحمد حامد: أستاذ الإعلام المساعد، بكلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة جازان



(ب) اختبار الثبات: للتحقق من ثبات أداة الدراسة قامت الباحثة بحساب معامل كرونباخ ألفا للتحقق من الثبات الداخلي للأداة والذي بلغ (٠.٧٤٧) مما يدل على ثبات الأداة وذلك على عينة مكونة من (٥٠) مفردة.

### ثالثاً: الدراسات السابقة:

حرصت الباحثة على متابعة الباحثة للعديد من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت تأثيرات استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام، بالإضافة إلى الدراسات التي تناولت مظاهر انتهاكات الخصوصية الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي واعتمدت على عرض التراث البحثي عرضاً موضوعياً مع الأخذ في الاعتبار التسلسل الزمني للعرض من الأحدث للأقدم من خلال عرض أهم النتائج التي توصلت لها هذه الدراسات، كالآتي: -

من خلال دراسة طبيعة النسق القيمي لدى الشباب الجامعي الريفي وتحديد العلاقة الإقترانية بين النسق القيمي لدى المبحوثين وبين مستوى استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي أكدت أهم نتائج دراسة هند مختار، هبة نور الدين (٢٠٢١) <sup>١</sup> على وجود علاقة اقترانية بين القيم النظرية ومدى استخدام الواتساب، وكذلك العلاقة بين القيم الاقتصادية ومدى استخدام الواتساب والإنستجرام والماسنجر.

ومن خلال الكشف عن واقع الخصوصية والرهان الذي تطرحه في البيئة الرقمية التي جاء بها ويب ٢.٠ بجميع منصات، وتتيح لمستخدمي التواصل الاجتماعي أكثر من حساب أو بريد الكتروني أكدت أهم نتائج دراسة فاطمة الزهراء، حنان بوطره (٢٠٢٠) <sup>٢</sup> على أن الخصوصية، وانتهاك الخصوصية، أصبح واقعا يعيشه

1 ( هند مختار، هبة نور الدين: " أثر وسائل التواصل الاجتماعي على النسق القيمي للشباب الريفي الجامعي " مجلة الأسكندرية للتبادل العلمي، المجلد ٤٢، العدد ٢، الأسكندرية، مصر، ٢٠٢١، ص ص ٧٨٣ - ٧٩٥.

2 ( فاطمة الزهراء، حنان بوطره: " انتهاك الخصوصية بالفضاء الإلكتروني- الواقع والتحديات "، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، المجلد ١٣، العدد ٢، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، ٢٠٢٠، ص ص ٥٩ - ٧٥.



كل من ولج مواقع التواصل الاجتماعي باعتبار هذه الأخيرة تمثل قاعدة بيانات متشعبة في جميع أنحاء العالم عن طريق الشبكة العنكبوتية وأصبحت مطعماً لأصحاب رؤوس الأموال التي تقوم باستثمارها لتحقيق عائدات مالية هدفها الربح المادي بالدرجة الأولى، وأصبح انتهاك خصوصية المستخدم أمراً وارداً سواء كان ذلك بعلمه أو بدون علمه، وقد عمدت جل المواقع على اختيار إعدادات الخصوصية لكن الأمر لا يعدو أن يكون التعرف على المستخدم بطريقة مستحدثة لذلك طرح مفهوم الخصوصية مأزقاً يورق المستخدم وتحدياً للمؤسسات التي تتعرض بياناتها للاختراق في زمن أصبح لزاماً على الأفراد والمؤسسات التعامل من خلال المواقع والصفحات، ولذلك يجب البحث عن حلول جديدة وإلا فإن العزلة والخصوصية قد أصبحتا أساسيتين للفرد.

كما أكدت دراسة مركز القرار للدراسات الإعلامية، (٢٠٢٠) ارتفاع معدلات متابعة مشاهير سناب شات على المستويين اليومي والأسبوعي، ليصبح سلوكاً اتصالياً معتاداً، حتى إن دراسات أشارت إلى أن كثيراً من الأفراد يفحصون جوالاتهم لمتابعة الإشعارات الجديدة لحسابات المشاهير بعد استيقاظهم من النوم مباشرة، وهو ما ساعد على إحداث تأثير في أفراد الجمهور مع تراكم المتابعة وتواصلها اليومي. كما كشفت نتائج الدراسة أن الحاجات المعرفية والمعلوماتية هي أكثر الحاجات الاتصالية التي يبحث عنها مستخدمو سناب شات، وهي أكثر ما يدفعهم لمتابعة مشاهير التطبيق، وليس لمتابعة الإعلانات التجارية التي يقدمونها بكثافة، ولهذا لا يجد كثير من أفراد الجمهور المحتوى الذي يبحثون عنه في حسابات المشاهير، وهو ما يفسر تدني معدلات مصداقية هؤلاء المشاهير لدى الجمهور.

ورغم هذا التدني في نسبة مصداقية مشاهير سناب شات لدى الجمهور، جاء تأثيرهم على هذا الجمهور متوسطاً وليس منخفضاً كما هو متوقع في ظل انخفاض مستوى مصداقيتهم،

مركز القرار للدراسات الإعلامية ( ) : " مشاهير "سناب شات" في السعودية المصداقية والتأثير : دراسة تحليلية  
-5-2021. 29available on line @ <https://alqarar.sa/1410> , access on ,"



وهو ما تفسّره الدراسة في إطار تراكم متابعة الجمهور للمشاهير، وتحول هذه المتابعة إلى سلوك اتصالي يومي معتاد، وتقليد بعضهم البعض في متابعة هؤلاء المشاهير، مما أحدث تأثيراً ولو كان متوسطاً، وهو ما يشكل خطورة على وعي وحياة أفراد المجتمع.

وفي دراسة أجراها مهند حميد (٢٠٢٠) <sup>١</sup> أظهرت نتائج الدراسة أن موقع فيس بوك من أكثر وسائل الإعلام الجديد استخداماً وجاء بعده موقع سناب شات، وحل موقع يوتيوب بالمرتبة الثالثة، كما بينت النتائج أن المبحوثين يقضون أغلب وقتهم في الدردشة والتحدث مع الآخرين، كذلك أكد أكثر من نصف المبحوثين أن وسائل الإعلام الجديد غالباً ما تسبب مشكلات عائلية وزوجية.

كما توصلت دراسة رائد النمر (٢٠١٩) <sup>٢</sup> إلى عدة نتائج أهمها: أن انتشار شبكات التواصل الاجتماعي واستحواذها على جل الوقت الذي يقضيه المستخدم على الإنترنت، أوجد حالة من التساهل في عرض الخصوصية الفردية، ومع الوقت تجاوز ذلك المعنى التقليدي للخصوصية، والذي كان يعنى بالحياة الخاصة للمستخدم وضمان تحكمه في المعلومات التي يرغب باطلاع الغير عليها، بل والتحكم في من له الحق في ذلك، ليجعل من حياة المستخدم الخاصة مادة للنشر والمشاركة مع الآخرين، حيث أصبحت المعلومات الخاصة أكثر وفرة للشركات والأفراد على حد سواء.

توصلت دراسة عبير محمد، سماح عيد (٢٠١٩) <sup>٣</sup> إلى عدة نتائج أهمها: أن أغلب الطلاب يمتلكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي (٩٥.٦%)، وأكثرها

<sup>١</sup> مهند حميد ( )، "مظاهر إدمان الشباب على استخدامات وسائل الإعلام الجديد"، Journal of Al-Frahedis Arts, Vol (12) , Issue (42), Part I, 2020, pp (463-488), available on line @ 06-2021. 29 <http://www.jaa.tu.edu.iq>, access on

( 2 ) رائد محمد النمر: " حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على ضوء التشريعات في مملكة البحرين"، بحث منشور في كتاب أعمال المؤتمر الدولي المحكم حول الخصوصية في مجتمع المعلوماتية، العام ٧، العدد ٢٦، ٢٠١٩، طرابلس، لبنان، ص ص ٨٧ - ١٠٦.

<sup>٣</sup> عبير محمد، سماح عيد: " إدمان الطلاب على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالأمن النفسي والتورط في الجرائم السيبرانية"، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد ٦، العدد ٢، ٢٠١٩، ص ص ٢٦٧ - ٢٩٣.



استخداماً تطبيق سناب شات (٢٣%)، وتستخدم غالباً بما يزيد عن أربع ساعات يومياً (٤٦.٨%)، وذلك لغرض التسلية بالدرجة الأولى (٤٥.٢%)، ووجود علاقة ارتباطية سالبة و تنبؤية ذات دلالة إحصائية بين إيمان الطلاب على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين أمنهم النفسي، كما ظهر أن استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي كان له علاقة ارتباطية موجبة وتنبؤية دالة إحصائياً بمدى تعرضهم للتورط في الجرائم السيبرانية عبر تلك الوسائل، وتبين أن تعرض الطلاب للجرائم السيبرانية عبر تلك المواقع كان له علاقة ارتباطية سالبة وتنبؤية دالة إحصائياً بأمنهم النفسي.

أكدت أهم نتائج دراسة أمجد عصفوري (٢٠١٩) <sup>١</sup> على أن بعض أفراد العينة قد مارس بحقهم انتهاك لخصوصيتهم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي أو التطبيقات الرقمية. كما تركزت دوافع الانتهاك بحقهم بين الإساءة للآخرين بقصد تشويه السمعة، ثم قلة الوازع الديني والأخلاقي، ثم الابتزاز المادي والتسلية. بالإضافة إلى أن أكثر الأساليب التي تم استخدامها في انتهاك الخصوصية تمثلت في استخدام الصور الشخصية ٥٠.٣%. وأكدت أيضاً على ارتفاع نسبة متابعة الشبكات الاجتماعية بين الشباب الجامعي الأردني بنسبة ٨٩.٣%. وبينت أن ثلث أفراد العينة يتابعون المواقع الاجتماعية من باب تقليدهم للجماعات التي ينتمون إليها.

كما توصلت دراسة خلفان الناصري (٢٠١٩) <sup>٢</sup> إلى عدة نتائج أهمها: مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحقوق الرقمية من وجهة نظر عينة من طلبة ما بعد الأساسي جاءت بدرجة قليلة في محور الخصوصية، وفي محور الأمن الإلكتروني

1 ( أمجد عمر عصفوري: " الشباب الأردني وانتهاك خصوصية الآخرين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية" مجلة أنساق، دار نشر جامعة قطر، المجلد ٠٣، العدد ٠٢، ٢٠١٩، ص ص ٨٩ - ١٠٧.

2 ( خلفان الناصري: " مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في الحقوق الرقمية لدى طلبة التعليم ما بعد الأساسي (١١-١٢) بمدارس سلطنة عمان"، وزارة التربية والتعليم، سلطنة عمان، ٢٠١٩، ص ص ٠١ - ١٦.



جاءت أيضا بدرجة قليلة، كما أظهرت الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مجال الدراسة وذلك لصالح الذكور.

وفي تقريرها الأخير الذي أصدرته كاسبرسكي ، (٢٠١٩) ١ والذي يحمل عنوان " القيمة الحقيقية للخصوصية الرقمية: هل يبيع المستخدمون أنفسهم على الإنترنت؟"، كشفت أن ٤٧% من المستخدمين مستعدون للتخلي عن حساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي لضمان الحفاظ على خصوصية بياناتهم مدى الحياة. ويظهر التقرير أن المخاوف المحيطة بحماية الخصوصية الرقمية جعلت المستخدمين أكثر قلقاً بشأن استخدام معلوماتهم الشخصية على الإنترنت وانتشارها. كذلك يحدّد التقرير، الذي بُني على دراسة أجرتها الشركة، الطرق والأسباب التي تجعل المعلومات الشخصية للمستخدمين بالغة القيمة لهم.

وعن اعتماد المراهقين على الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في توعيتهم بمخاطر انتهاك الخصوصية على شبكة الإنترنت توصلت دراسة محمد سامي (٢٠١٩) ٢ إلى عدة نتائج أهمها: أن الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي كان لها دور كبير في توعية المراهقين بمخاطر انتهاك الخصوصية على شبكة الإنترنت، حيث أعربت نسبة كبيرة من المراهقين عينة الدراسة (يتعرضون لقراءة أخبار وتقارير صحفية من خلال الصحف الإلكترونية عن الإجراءات التي يتبعها المسؤولين تجاه إجراءات انتهاك الخصوصية وفرض غرامات على مرتكبيها) حيث بلغت نسبتها الترجيحية ١٦٧.٧، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٠١ ، كما تمثلت مسؤولية هذه الوسائل أيضا في التعريف بقواعد أنظمة

<sup>1</sup>) The Kaspersky Lab Global Privacy Report (2019). " The true value of digital privacy: are consumers selling themselves short?", available on line @ <https://www.kaspersky.com/blog/privacy-report-2019/> , access on 29-5-2021.

( 2 محمد سامي: " اعتماد المراهقين على الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في توعيتهم بمخاطر انتهاك الخصوصية على شبكة الإنترنت"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد ١٨، العدد ٤، ٢٠١٩، ص ص ١٦٥ - ٢٤٢.



الأمان والإعدادات بكافة محركات البحث والتطبيقات حيث بلغت نسبتها (٧٤.٤ %) وهي دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٠١ ، وذلك لصالح فئة المراهقين الموافقين بشدة، هذا بالإضافة إلى وجود إجراءات أخرى متعددة تقوم بها الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الإجتماعي من أجل توعية المراهقين بمخاطر انتهاك الخصوصية على شبكة الإنترنت.

توصلت دراسة ربيعة ميمون في دراستها (٢٠١٩) <sup>١</sup> عن انتهاك الخصوصية على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك دراسة ميدانية لعينة من تلاميذ ثانويات بمدينة المسيلة إلى عدة نتائج أهمها: أن الفيس بوك أصبح له تأثير كبير على المراهقين خاصة من خلال ما ينشرونه من يومياتهم أدى هذا إلى تآكل الخصوصية وانعدامها.

وفي دراسة عبد النبي الطيب، فاطمة الزهراء (٢٠١٨) <sup>٢</sup> عن اتجاهات الشباب السوداني نحو انتهاك الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي توصلنا إلى عدة نتائج أهمها: أن الفيس بوك جاء في الصدارة من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما بين أفراد العينة، وذلك بنسبة (٢٥%) من أفراد العينة. كما أوضحت الدراسة أن اغلب أفراد العينة لم يمارسوا عملية انتهاك خصوصية الآخرين بنسبة بلغت ٨٨%، وحول الأسباب التي منعتهم من عدم انتهاك خصوصية الآخرين جاءت الأسباب الدينية والأخلاقية في المقدمة وبنسبة بلغت ٦٥% ثم جاء الخوف من العقاب في المرتبة الثانية بنسبة ٢٧%، وحول أسباب انتهاك الخصوصية كشف أفراد العينة أن التشهير واثانة السمعة يأتي في صدارة الأسباب التي تؤدي لانتهاك الخصوصية بنسبة ٤٤% يليه الفضول بنسبة ٢٥,٧%.

١ ربيعة ميمون ( : " انتهاك الخصوصية على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك دراسة ميدانية لعينة من تلاميذ ثانويات بمدينة المسيلة " - <http://dspace.univ-> available on line @ (2019), 29msila.dz:8080/xmlui/handle/123456789/17130, access on -06-2021.

٢ ( عبد النبي الطيب، فاطمة الزهراء: اتجاهات الشباب السوداني نحو استغلال وسائل التواصل الاجتماعي في انتهاك خصوصية الأفراد، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد الخامس، العدد الثالث، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، ٢٠١٨، ص ص ١٨٨-٢١٢.





توصلت نتائج دراسة غادة النشار (٢٠١٨) <sup>١</sup> عن إدارة الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقع فيسبوك إلى عدة نتائج أهمها: أن بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة في بعدى الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان تبعاً للخصائص الديموغرافية التالية: (النوع، والسن، والمستوى التعليمي، والحالة الاجتماعية، والحالة المهنية، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي)، قد انتهى إلى ثبوت صحة الفرض الفرض بشكل جزئي فيما يخص متغيري النوع والسن. وقد سعت هذه الدراسة لاستجلاء مفهوم الخصوصية وذلك من واقع ممارسة المستخدمين، وقد تعاملت مع الخصوصية إجرائياً باعتباره مفهوم ثنائي البعد، حيث يتمثل بعده الأول في مدى ممارسة الإفصاح عبر موقع فيسبوك، بينما يتحدد البعد الآخر في فهم إعدادات الأمان عبر الموقع. ومن واقع مراجعة الدراسة السابقة تم رصد المتغيرات المؤثرة على الخصوصية وهي: كثافة استخدام فيسبوك، والانغماس، والخبرات السلبية السابقة، وفهم مخاطر الإفصاح، تأثير الأقران، والاتجاه نحو فيسبوك. وقد أظهرت نتائج اختبارات الفروض البحثية ارتباط هذه المتغيرات بالخصوصية عبر فيسبوك.

كما توصلت دراسة عبد الأمير الفيصل ، اسراء هاشم (٢٠١٧) <sup>٢</sup> إلى عدة نتائج أهمها: قلة الوعي القانوني لدى مستخدمي فيسبوك مع ان أغلبهم من حملة شهادة البكلوريوس بسبب عدم اسهام بلدانهم بنشر الوعي القانوني وتقريف المجتمع وتعريفهم بحق الخصوصية واختلافه من بلد لآخر، بالإضافة إلى التناقض في أجوبة الباحثين لاسيما فيما يتعلق بقراءتهم لسياسة الخصوصية اذا تدل اغلب اجاباتهم عن الاسئلة المتضمنة محاور هذه السياسة انهم لم يقرأوها ولم يطلعوا حتى على ابرز بنودها.

1 ( غادة صلاح الدين النشار: إدارة الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقع فيسبوك، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد ٠٦، العدد ١٤، ٢٠١٨، ص ص ٢٧١-٣٣٥.

2 ( عبد الأمير الفيصل، اسراء هاشم: " انتهاك الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي"، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي، المجلد ٩، العدد ٣٦، ٢٠١٧، ص ص ٢١٣ - ٢٤٠.



أوضحت نتائج دراسة ( كاثرين ساريكاكيس وآخرون ) عن استكشاف الطرق التي يفهم بها مفهوم الخصوصية في سياق وسائل التواصل الاجتماعي، وفيما يتعلق بوعي المستخدمين بسياسات وقوانين الخصوصية ، ( ٢٠١٧ )<sup>١</sup> أنه يتم فهم الخصوصية على مستوى العالم على أنها مسألة تحكم الأفراد، وترتبط بقوة بقضايا الاستقلال الذاتي، كما تبين أنه على الرغم من التغطية الواسعة النطاق للقضايا القانونية المتعلقة بالخصوصية في الصحافة، فإن مخاوف المستخدمين والمشاركة فيها تستمد تكتيكات "الحماية الذاتية" إلى حد كبير من التأثير الشخصي بانتهاك القانون والخصوصية.

هذا وقد أشارت نتائج دراسة Grishma R.Pardeshi ، (٢٠١٦)<sup>٢</sup> ، أن نسبة كبيرة من المستخدمين يواجهون انتهاكات الخصوصية، ويرجع ذلك إلى أن المستخدمين يقومون بمشاركة المحتوى عن طريق منشورات وصور عن نفسه وكذلك الآخرين، كما تبين أنه يمكن للجمهور إعادة مشاركة المحتوى مما يجعله في متناول الآخرين مما يؤدي إلى انتهاكات الخصوصية.

وفي دراسة أجراها Hongliang Chen & others ، (٢٠١٦)<sup>٣</sup> ، عن كيفية حماية البيانات على الإنترنت أوضحت نتائج الدراسة أن المستخدم الأصغر سناً كانوا أكثر عرضة للتجارب السلبية فيما يتعلق بالخصوصية، لذلك هم أكثر وعياً بالأفصاح عن المعلومات عبر الإنترنت وأكثر اعتماداً على أساليب حماية الخصوصية

<sup>1</sup> ) Katharine Sarikakis & Lisa Winter. "Social Media Users' Legal Consciousness about Privacy". Social Media & Society, 2017, pp.1-14.

<sup>2</sup> ) Grishma R.Pardeshi. " A Critical Review of Detection of Privacy Violation in Online Social Network". International Research Journal

of Engineering and Technology (IRJET) , 2016, Vol.03, Issue.12, pp. 1189 - 1195.

<sup>3</sup> ) Hongliang Chen, Christopher E. Beaudoin, and Traci Hong ' Protecting Oneself Online : The Effects of Negative Privacy Experiences, on Privacy Protective Behaviors, Journalism & Mass Communication Quarterly, 2016, Vol. 93(2), pp. 409 –429.



على الانترنت، وكذلك اتضح أن الأشخاص ذوي المستويات التعليمية العليا أكثر وعياً بالإفصاح عن المعلومات عبر الإنترنت وأكثر اعتماداً على أساليب حماية الخصوصية.

كما توصلت دراسة Madan Lal Bhasin (٢٠١٦) <sup>١</sup> في نتائجها إلى أنه يحتاج متخصصي الخصوصية والمنظمات إلى العمل معاً في ابتكار أساليب جديدة تعمل على ترسخ الخصوصية كمعيار أكثر منها حالة شاذة، بالإضافة إلى أنه يمكن للتقنيات الناشئة حماية الخصوصية دون تقييد تدفق المعلومات بالنسبة للمنظمات الفعالة.

و توصلت دراسة محمد عبد الهادي (٢٠١٥) <sup>٢</sup> في نتائجها إلى أنه تعددت صور الاعتداء على المعلومات والبيانات ذات الطابع الشخصي والتي من أهمها: أفعال الالتقاط الذهني للمعلومة الإلكترونية، اعتراض الرسائل المرسلة عن طريق الكمبيوتر، الإفشاء غير المشروع للبيانات، التهديد بالاستغلال غير المشروع للأسرار الشخصية.

أما عن نتائج دراسة عبد الحليم موسى، مصطفى عوض (٢٠١٤) <sup>٣</sup> عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتهاك خصوصية وحرية المستخدمين فقد أكدت أن الخصوصية في ظل التطور التقني المتسارع لمواقع التواصل الاجتماعي كادت أن تتلاشى ، كما بينت أن مواقع التواصل الاجتماعي أتاحت نشر مواد مخلة بقيم المجتمع السعودي، بالإضافة إلى أنها أتاحت للشباب من الجنسين مناقشة القضايا المباحة والمحظورة اجتماعياً في الإعلام الاجتماعي، كما كشفت عن وجود انتهاك

<sup>1</sup> ) Madan Lal Bhasin., " Challenge of guarding online privacy: role of privacy seals, government regulations and technological solutions", *Social'no-ekonomični Problemi i Deržava*, 15 ( 02 ) , 2016 , pp 85-104 .

<sup>٢</sup> ) عبد الحليم موسى، مصطفى عوض: " دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتهاك خصوصية وحرية المستخدمين: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي السعودي "، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد ٠٨، العدد ٤١، ٢٠١٤، ص ص ٢٤١ - ٢٧٩.

<sup>٣</sup> محمد عيد عبد الهادي الفحطاني ( )، " حماية الخصوصية الشخصية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي "، (2015)، available on line @ <https://repository.nauss.edu.sa/handle/123456789/62524> , access on

للخصوصية بين الجنسين عبر مواقع التواصل الاجتماعي تحت ذريعة حرية الرأي والتعبير .

## رابعاً : الإطار النظري للدراسة <sup>١</sup>

تحتل النظرية العلمية مكانة متميزة في البحث العلمي بصفة عامة سواء أكان موضوع البحث ظاهرة طبيعية أو ظاهرة إنسانية، وتتمثل هذه الأهمية في تحديد هوية أي علم من العلوم، حتى أن بعضاً من الباحثين يذهب إلى أن دورها أكثر من دور المنهج العلمي، على اعتبار أن المنهج العلمي شيء مشاع بين كل العلوم، أما نظرية أي علم فهي التي تحدد موضوعه وتنظم عملياته وأدواره بل ومساره. <sup>٢</sup>

لذا فقد اعتمدت الباحثة على تبني الاتجاه التكاملي الذي لا يعتمد على اتجاه نظري بعينه ، وإنما يجمع بين أكثر من اتجاه نظري بحيث يساعد في تفسير جميع جوانب موضوع الدراسة <sup>٣</sup> والمتمثل في الاعتماد على ( الاستخدامات والاشباعات Uses and Gratifications Theory ) كاتجاه رئيسي في تفسير موضوع الدراسة ، وتبني بعض مفاهيم وقضايا نظرية ( الاعتماد على وسائل الاعلام Media dependency theory ) كاتجاه مساعد في تفسير موضوع الدراسة .

### ١- نظرية الاستخدامات والاشباعات Uses and Gratifications Theory:

تعتبر نظرية الاستخدامات والاشباعات من النظريات التي جاءت لتكمل دراسات ترتيب الأولويات في الإعلام الجماهيري، وهي تتعلق باستخدام الجمهور لوسائل الإعلام والاشباعات التي يحصلون عليها من هذا الاستخدام. وتفترض النظرية إن

<sup>١</sup> ( سالي سعد جودة إبراهيم: دور المعلوماتية في التسويق السياحي لمصر الفيس بوك نموذجاً، بحث منشور في مجلة البحث العلمي في الآداب، المجلد الرابع، العدد العشرون، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، القاهرة، جمهورية مصر العربية، ٢٠١٩، ص ص ٣٤-١

<sup>٢</sup> ( عبد الباسط عبد المعطي: في النظرية المعاصرة لعلم الاجتماع، ب.د.ن، القاهرة، ٢٠٠١، ص ١٢.

<sup>٣</sup> ( إيان كريب: ترجمة محمد حسين غلوم، مراجعة محمد عصفور: النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابرماس، سلسلة عالم المعرفة، العدد (٢٤٤)، الكويت، ١٩٩٩، ص ١٥.



الافتراض الأساسي للاستخدامات والإشباع هو أن جمهور الإعلام الجماهيري لا يشتمل على أشخاص سلبين تم استخدامهم من خلال الحافز الإعلامي (حافز الوسيلة)، كما هو الحال في نموذج التعلم بالحافز، لكنهم يمارسون الحرية في استخدامهم للإعلام.

وتقول إحدى النظريات إنهم يستخدمون الوسيلة الإعلامية الأكثر إفادة لهم. وتقول نظرية أخرى إنهم يستخدمون الإعلام؛ لأن لديهم دافعاً لأن يفعلوا هذا. ونظرية ثالثة تقول إنهم يستخدمون الإعلام؛ باعتباره جزءاً من مجهودهم للبقاء خارج إطار التأثير. ولكن من الأمور الجوهرية في هذه النظرية أن استخدام الوسيلة الإعلامية هو هدف موجه، ويفترض أننا نستخدم الإعلام لإشباع حاجات معينة، وأنا نختار وسيلة بذاتها ومضموناً بذاته لإشباع هذه الحاجات. وتتحدد هذه الاحتياجات طبقاً للبيئة الاجتماعية، والتي تتضمن عناصرها: السن والنوع والحالة الاجتماعية والانتماء للجماعة والسمات الشخصية.<sup>١</sup>

واستندت النظرية على مجموعة من الفروض وفقاً لكاتز وبلومر، وهي:<sup>٢</sup>

- استخدام الأفراد لوسائل الإعلام يحقق لهم أهدافاً مقصودة تلبى ما يطمحون إليه، وأن الجمهور هو عنصر فعال في عملية الاتصال.
- تعود الرغبة في اختيار الوسيلة الإعلامية لإشباع حاجات محددة إلى الجمهور نفسه، وتختلف تلك الرغبات بين الأفراد وفقاً لاحتياجاتهم.

1 ( مارك بالنافاز، وآخرون، ترجمة: عاطف حطيبة، مراجعة: منال أبو الحسن: " نظريات ومناهج الإعلام"، الطبعة الأولى، مصر، دار النشر للجامعات، ٢٠١٧، ص ١٠٠.

٢ ( محمود اسماعيل: " مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير"، الطبعة الأولى، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص ٢٥٤.

- الأفراد هم من يختارون وسائل الإعلام التي تشبع رغباتهم، فالوسيلة الإعلامية لا تستخدم الجمهور بل الجمهور هو من يستخدمها.
- يعلم الجمهور مدى الفائدة التي قد يجنيها نتيجة اختياره لوسائل الإعلام التي يتعرض لها، وهو أعلم أيضاً بدوافعه واحتياجاته.
- يتم التعرف إلى القيم السائدة في المجتمع وفقاً للمحتوى الذي يتابعه الجمهور، وليس المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام.

كما تفترض نظرية الاستخدامات والإشباعات مجموعة الفروض الآتية:<sup>١</sup>

- ١ - جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- ٢ - يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحقيق العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
- ٣ - تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات.
- ٤ - الجمهور وحده هو القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدام وسائل الإعلام.
- ٥ - الجمهور نفسه هو الذي يحدد الأحكام حول قيمة العلاقة بين الحاجات والاستخدام.
- ٦ - الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لحل مشاكلهم فيما يتعلق بالبحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي والتعلم الاجتماعي.

<sup>١</sup> ( مصطفى علي سيد : " الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباعات"، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد (٢٣)، يوليو ٢٠١٩، ص ٤٢.



٧ - يختار الأفراد من مضمون وسائل الإعلام ما يتناسب مع احتياجاتهم سواء كان متعلقة بالمعلومات الأساسية أو التسلية أو التعلم.

### نظرية الاستخدامات والإشباعات والانترنت

تعد نظرية الاستخدامات والإشباعات هي المدخل الأكثر ملاءمة لدراسة استخدام الإنترنت، ذلك لأن الإعلام الجديد ومنها مواقع التواصل الاجتماعي بإعتبارها جزءاً لا يتجزأ من وسائل الإعلام الجديد يعتبر مجالاً خصباً لدراسة واختبار العديد من النظريات والنماذج ومنها نظرية الاستخدامات والإشباعات.

ويعتبر الإنترنت وسيلة اتصال جديدة ومبتكرة من الممكن أن تساهم في تغيير حياة الناس كما فعل التلفزيون في الخمسينيات والستينيات تماماً، فقد غير الإنترنت حياة الناس من خلال الوصول إلى الكثير من المعلومات والمساهمة في نشرها وقيمتها وإنشاؤها بسرعة ويسر، كما ساعد على التواصل مع العديد من الأشخاص المختلفين والتابعدين في المكان والزمان، وساعد على إعادة تخصيص الأشخاص لوقت أنشطتهم اليومية من خلال أنواع مختلفة من استخدامات ووظائف الإنترنت، مثل البريد الإلكتروني ومجموعات الأخبار وغيرها.<sup>١</sup>

يعتبر جمهور الإنترنت بشكل عام وجمهور مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص جمهور نشط وتفاعلي بشكل كبير حيث يسعى جمهور مواقع التواصل الاجتماعي إلى استخدام الإنترنت وهذه المواقع تحديداً إلى تحقيق دافع وهدف معين من هذا الإستخدام، لذا أصبحت شبكة الإنترنت جزءاً لا يتجزأ من أنشطة الجمهور اليومية ، كما أن مواقع الانترنت ، في حد ذاتها ، لديها أهداف أيضاً، فإذا كان الموقع يلبي متطلبات المتسوقين عبر الإنترنت، فإن الهدف من موقع الويب هو بيع البضائع، وإذا

<sup>١</sup> Hiremath Veerabasayya Rudrayya : Uses and Gratification of Internet among College Students: A Study in Karnataka State , Doctor of Philosophy in Communication and Journalism , University of Mysore , Karnataka, India ,March 2013., P 28.



كان موقع الويب هو محرك بحث ، فإن الهدف هو توفير النتائج ذات الصلة، وإذا كان الموقع الإلكتروني مؤسسة تعليمية ، فإن الهدف الأساسي هو تسويق وتعزيز البرامج التي تقدمها وغيرها من الأهداف التي يحققها الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي للجمهور .

### أهم الإشباعات المتحققة لدى الجمهور المستخدم للإنترنت<sup>١</sup>

تتمثل الإشباعات المتحققة لجمهور مستخدمي الإنترنت في الآتي:

- ١- استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي Browsing and Exploring  
حيث أن الإثارة التي يشعر بها مستخدمو الإنترنت عند اكتشافهم لأبعاد ملامح ذلك العالم الجديد تشبع حاجاتهم للهو والترفيه، كما أنهم في تعرضهم للمواقع المختلفة قد يصادفون ما يشبع احتياجات معرفية لديهم.
- ٢- البحث عن المعلومات Information seeking  
حيث أن ٧٣% من مستخدمي الإنترنت يبحثون عن المعلومات في مختلف مجالات الحياة، وتستطيع شبكة الويب إشباع الاحتياجات المعرفية لدى المستخدمين.
- ٣- الاستمتاع والتسلية Entertainment  
حيث أن ٧٥% من مستخدمي شبكة الويب يقومون بذلك للتسلية والترفيه.
- ٤- الاتصال بالآخرين Communication with other
- ٥- تحقيق الوجود الافتراضي virtual presence  
ويعني شعور المستخدم بالتواجد في بيئة افتراضية يتيحها الكمبيوتر وتختلف عن البيئة المادية الفعلية الموجود بها.

<sup>١</sup> ( مصطفى علي سيد: مرجع سبق ذكره، ص ٥٠-٥٢ .





كما يمكن تقسيم الإشباع الذي تقدمها شبكة الانترنت لمستخدميها على النحو الآتي:

## 1- إشباع المحتوى: وينتج هذا النوع من الإشباع عن استخدام شبكة الانترنت

من أجل المحتوى لا من أجل الوسيلة نفسها، وينقسم إلى قسمين:

أ- إشباع المحتوى التوجيهي: ويتضمن الحصول على المعلومات، والمواد الإخبارية من الشبكة التي تتميز بسرعة النشر، ويرتبط هذا النوع من الإشباع بكثرة الاستخدام، والاعتماد على الشبكة، وتتميز الشبكة في هذا الأمر بعدم وجود قيود أو رقابة على النشر خاصة في المنتديات، ويمكنها ذلك من نشر معلومات، وأخبار من كل الأنواع، لا يمكن أن تنتشر في وسائل الإعلام التقليدية.

ب - إشباع المحتوى الاجتماعي: ويقصد به الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من الشبكة، وعلاقاته الاجتماعية.

## 2- إشباع الاتصال: وهي الإشباع الناتجة عن استخدام شبكة الانترنت نفسها،

واختيار الوسيلة قصدًا، ولا يرتبط هذا النوع من الإشباع بما تقدمه الانترنت من محتوى، وينقسم إلى قسمين:

أ - إشباع الاتصال شبه اجتماعية: ويقصد بها العلاقة بين الوسيلة والفرد، حيث يشعر الفرد أن شبكة الانترنت جزء منه لا يمكنه التخلي عنها، ويشجع هذا الشعور وجود الألفة بين الأفراد غير المعروفين لبعضهم البعض، كما يحصل في المنتديات مثلا، من خلال الحوارات الخاصة، واستخدام بعض الألفاظ الخاصة التي تدل على ألفة بينهم.

ب - إشباع الاتصال شبه توجيهية: ويتحقق هذا النوع من الإشباع من خلال تخفيف التوتر، مثل إشباع دعم الذات، ويلاحظ ذلك في مواقع



التسلية، والترفيه، أو الارتباط الدائم بالإنترنت ويزيد هذا في الأفراد المنعزلين عن المجتمع.

وتطبيقاً فقد ساعد استخدام الإنترنت لمسح استخدامات وإشباعات الجمهور من خلال الاستبيانات الإلكترونية والذي وفر العديد من المزايا مثل تكاليف الطباعة والبريد والمراسلات من أدوات المسح الميداني فضلاً عن توفيره للوقت والجهد، وأيضاً في الحصول على البيانات في شكل إلكتروني.

وبالتطبيق على الدراسة الراهنة ووفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباعات فإن الدراسة الراهنة تفترض أن: الجمهور العربي على وعي بدوافع استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي والقدرة على اختيار الوسائل التي تشبع احتياجاته المتعددة، كما تفترض وعي الجمهور العربي باختيار أفضل وسائل واعدادات الأمان التي تحمي وتحافظ على خصوصيته أثناء استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل تحقيق أنسب اشباع لدوافعه أثناء الاستخدام.

بالإضافة إلى أنه وبالتطبيق على فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات فإن الدراسة الراهنة تستطيع التحقق من فرض النظرية الذي يفترض أن الجمهور نشط وهو ما يؤكد قدرة الجمهور العربي على التعرض الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي واتخاذ كافة إجراءات الأمان أثناء استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي للحفاظ على أكبر قدر من الخصوصية الرقمية أثناء تعامله مع هذه المواقع.

## ٢ - الاعتماد على وسائل الاعلام :Media dependency theory

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مقارنة اجتماعية تحاول أن تحدد تحت أي شرط من الشروط يصبح فيه الأفراد تابعين لوسائل الاتصال الجماهيرية، وما هي الأسباب التي تجعل لهذه الوسائل تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نسبياً. ويحاول اتباع هذه النظرية إبراز العلاقة المتزايدة المتبادلة بين نظام الوسائل ونظم اجتماعية أخرى



والجمهور في إطار تركيب عضوي. إن هذا التفاعل يؤثر على محتوى وسائل الإعلام والاتصال، ومن خلالها على تبعية الجمهور لها. فكلما وفرت هذه الوسائل خدمات معلوماتية مهمة (نشر الأخبار والتسلية مثلاً) أصبح الجمهور أكثر تبعية لها، ومن ثم فهم يرون بأن الأفراد الأكثر تبعية لهذه الوسائل يعدّون الأكثر تعرضاً لتأثيراتها في معتقداتهم وتصوراتهم عموماً.

ويقترح مؤسس النظرية، وهما ديفلير وروكيتش ثلاثة بدائل لتقييم طبيعة وتأثير الاتصال الجماهيري وهي كالآتي:

**الأول:** من النوع البنوي ويوجّه إلى تشخيص الظروف السياسية والاقتصادية والثقافية التي شكلت كيفية عمل وسائل الاتصال الجماهيرية في وقت تاريخي محدد.

**الثاني:** بديل مقارن ويهدف إلى تشخيص أوجه التشابه والاختلاف بين الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي.

**الثالث:** فهو بديل نفسي اجتماعي يهدف إلى تحديد كيفية تأثير الاتصال الجماهيري على الأشخاص نفسيًا، واجتماعيًا، وثقافيًا.<sup>١</sup>

وتنطلق الدراسة من بعض فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها أحد أهم مصادر اعتماد الأفراد في المجتمعات المختلفة في الحصول على المعلومات ، تفترض النظرية بأن علاقة الاعتماد على وسائل الاعلام تقوم على دعامتين رئيسيتين هما : حاجة الجمهور إلى المعلومات التي تلبي احتياجاتهم وتحقق أهدافهم ، واعتبار نظام الإعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية الحاجات وتحقيق الأهداف .<sup>٢</sup>

<sup>١</sup> ( بشير العلق: " نظريات الاتصال: مدخل متكامل " الطبعة الأولى، عمان، الأردن، دار اليازوري العلمية، ٢٠١٠، ص ٧٣.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد: " الاتصال والإعلام على شبكات الانترنت " الطبعة الثالثة، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٩، ص ٢٥٧.



وبالتطبيق على الدراسة الراهنة فإنها تستفيد من النظرية في: معرفة وتحديد حجم التعرض والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات وتأثيرات هذا الاعتماد، حيث تستطيع مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المعلومات التي تنشرها والتي قد تحتوي على العديد من انتهاكات خصوصية الأفراد أن تؤثر في اتجاهات الجمهور، بالإضافة إلى أن اعتماد الكثير من الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ترتب عليه جعلها مصدر لانتهاك الخصوصية الرقمية.

## خامساً: إجراءات الدراسة

### مجتمع وعينة الدراسة

(أ) يتمثل مجتمع الدراسة في: الجمهور العربي.

(ب) الحدود الزمانية للدراسة: أجريت الدراسة على مدار شهري يوليو وأغسطس ٢٠٢١.

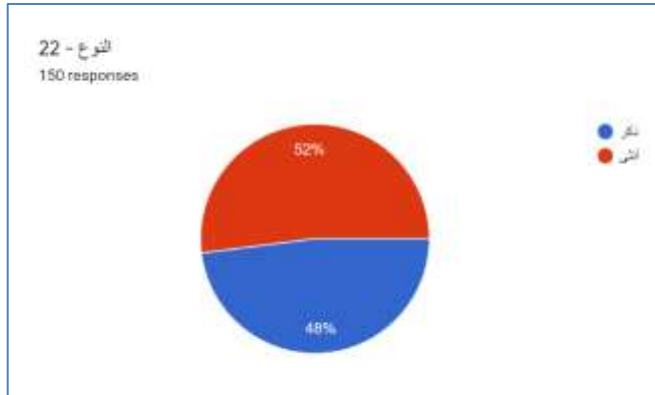
(ت) عينة الدراسة: اعتمدت الباحثة على عينة عمدية من الجمهور العربي متابعي تطبيقي السناپ شات / الفيس بوك (المصريين - غير المصريين)، بلغ قوامها ١٥٠ مفردة، تم التوصل لهم من خلال إرسال رابط صحيفة الاستبيان الالكترونية عبر صفحات الفيس بوك والواتس آب والسناپ شات.<sup>١</sup>

١ ( أحمد بن مرسلني: " مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال: مرجع سبق ذكره، ص ص ٢٨٥ - ٢٨٨.



(ج) خصائص عينة الدراسة:

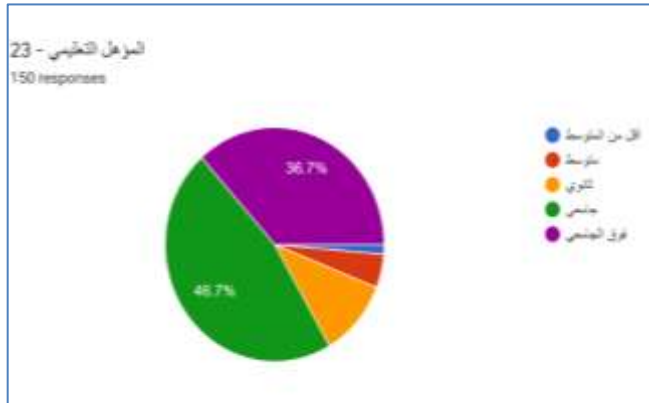
١ - توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع : ويبينها الشكل التالي :



شكل رقم (١)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع

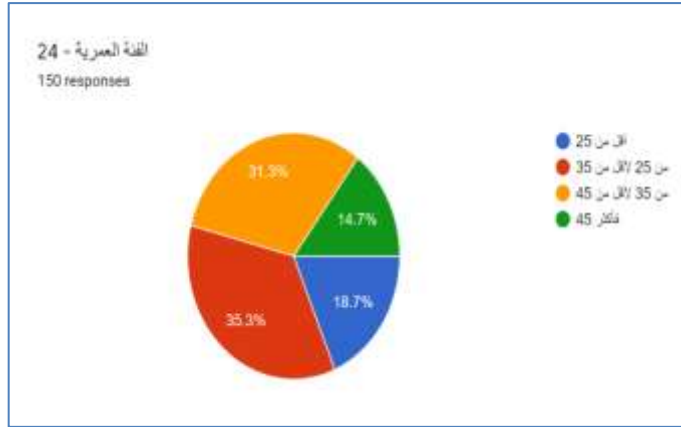
٢ - توزيع عينة الدراسة وفقاً للمؤهل التعليمي : ويبينها الشكل التالي :



شكل رقم (٢)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للمؤهل التعليمي

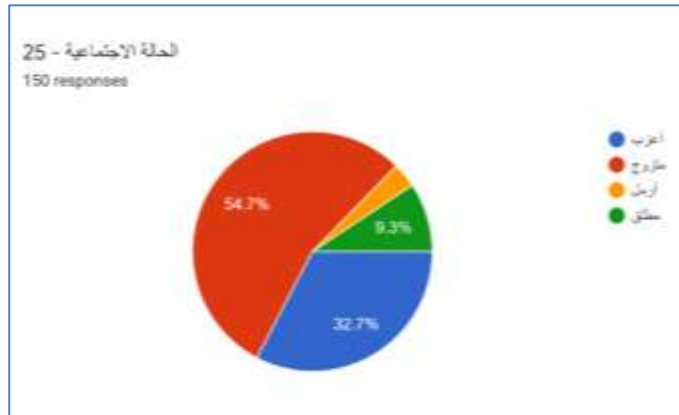
**٣ - توزيع عينة الدراسة وفقاً للفئة العمرية : ويبينها الشكل التالي :**



شكل رقم (٣)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للفئة العمرية

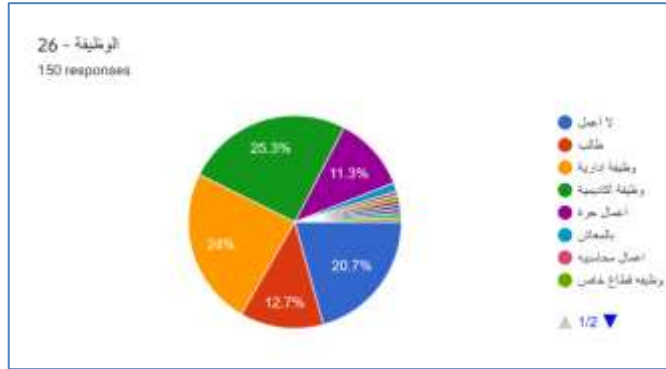
**٤ - توزيع عينة الدراسة وفقاً للحالة الاجتماعية: ويبينها الشكل التالي:**



شكل رقم (٤)

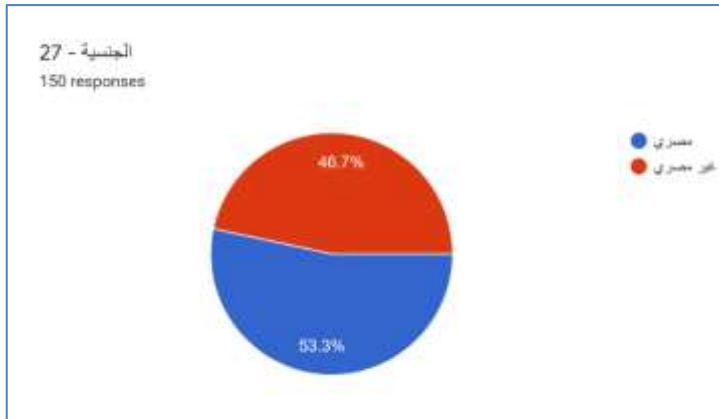
توزيع عينة الدراسة وفقاً للحالة الاجتماعية

**٥ - توزيع عينة الدراسة وفقاً للوظيفة : ويبينها الشكل التالي :**



**شكل رقم (٥)**  
**توزيع عينة الدراسة وفقاً للوظيفة**

**٦ - توزيع عينة الدراسة وفقاً للجنسية : ويبينها الشكل التالي :**

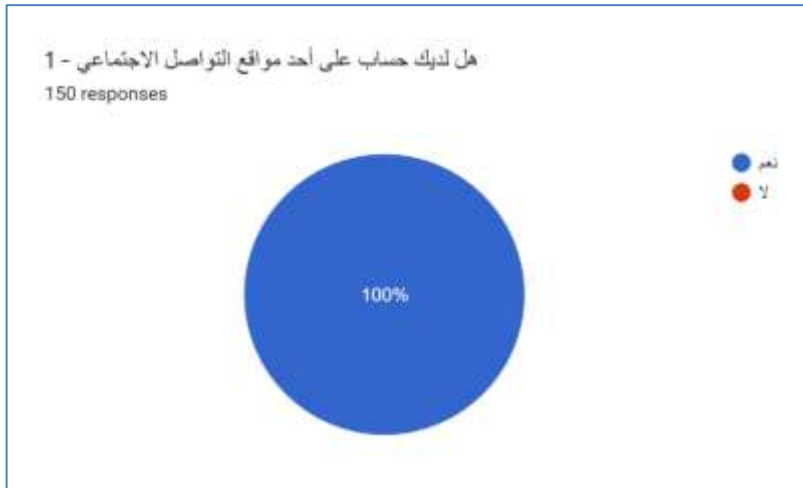


**شكل رقم (٦)**  
**توزيع عينة الدراسة وفقاً للجنسية**

## سابعاً : نتائج الدراسة :

تهدف الدراسة الى الإجابة على تساؤلات الدراسة وبيان العلاقات الإرتباطية بين متغيراتها المختلفة ، فضلاً عن استعراض تفسيرات النتائج وبيان مدى توافقها أو تعارضها مع نتائج الدراسات السابقة ، وذلك على النحو الآتي : -

١ - الحرص على اقتناء حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي : وهو ما يوضحه الشكل التالي :



شكل رقم (٧)

الحرص على اقتناء حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي

توضح بيانات الشكل السابق مايلي : -

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية حرص واهتمام الجمهور باقتناء حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث بلغت نسبة الاهتمام بالمتابعة (١٠٠ %) من إجمالي العينة ، وهو ما يؤكد على ارتفاع مستوى وعي الجمهور بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي .



٢ - العلاقة بين الجنسية و أكثر مواقع التواصل الاجتماعي متابعة لدى الجمهور :  
وهو ما يوضحه الجدول الآتي :

### جدول رقم (١)

العلاقة بين الجنسية و أكثر مواقع التواصل الاجتماعي متابعة لدى الجمهور

الدالة	مستوى المعنوية	٢كا	المجموع	الترتيب						الجنسية	متابعة مواقع التواصل الاجتماعي
				٦	٥	٤	٣	٢	١		
				ك	ك	ك	ك	ك	ك		
دالة	0.000	38.922a	١٥٠	1	1	3	2	12	61	مصري	الفييس بوك
				25	5	4	2	7	27	غير مصري	
دالة	0.000	39.943a	١٥٠	23	10	10	8	19	10	مصري	السناب شات
				3	3	3	2	25	34	غير مصري	
غير دالة	0.100	9.235a	١٥٠	7	4	12	28	23	6	مصري	الانستجرام
				5	2	3	25	21	14	غير مصري	
غير دالة	0.793	2.391a	١٥٠	3	9	19	16	15	18	مصري	اليوتيوب
				4	13	17	11	12	13	غير مصري	
غير دالة	0.183	7.549a	١٥٠	34	18	18	4	1	5	مصري	لنكد ان
				40	17	6	2	0	5	غير مصري	
غير دالة	0.550	3.996a	١٥٠	13	17	22	16	4	8	مصري	التليجرام
				13	9	19	12	8	9	غير مصري	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي: -

أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الباحثين وتفضيلاتهم لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، حيث كانت قيمة مستوى المعنوية أقل من (٠.٠٥) وهي قيمة دالة إحصائياً، في ترتيبهم لأكثر مواقع التواصل الاجتماعي متابعة باستثناء موقعي الفييس بوك

والسناب شات - النماذج التطبيقية التي أجريت عليها الدراسة- حيث أكدت نتائج الدراسة على وجود علاقة دالة إحصائية بين جنسية المبحوثين (مصري-غير مصري) وترتيبهم لمتابعة موقعي الفيس بوك والسناب شات.

بالنسبة لعينة المصريين : جاء موقع الفيس بوك في الترتيب الأول والثاني (\*\* ) ، في مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر متابعة ، بينما جاء السناب شات في الترتيب السادس لدى أفراد عينة المصريين في المتابعة.

بالنسبة لعينة غير المصريين: جاء موقع السناب شات في الترتيب الأول والثاني، في مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر متابعة ، بينما حصل الفيس بوك على الترتيب الأول والسادس لدى أفراد عينة غير المصريين في المتابعة.

وهو ما يتفق مع نتائج الدراسات سابقة حيث أكدت دراسة (عبد النبي الطيب، فاطمة الزهراء، ٢٠١٨) ١ أن الفيس بوك جاء في الصدارة من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً بين أفراد العينة ، وذلك بنسبة (٢٥%) من أفراد العينة.

كما أكدت دراسة (مركز القرار للدراسات الإعلامية، ٢٠٢٠) ٢ أنه وفق شركة الأبحاث البريطانية Global Web Index، يحتلّ السعوديون المرتبة الثانية عالمياً بعد الأيرلنديين في استخدام التطبيق، ما يعني استحوازه على اهتمامات الجمهور في المملكة، وهو ما أدى إلى ظهور مجموعة من مستخدمي التطبيق، اتسمت بالقدرة على جذب عدد كبير من المتابعين، أطلق عليهم مشاهير سناب شات

\*\* (١) في الترتيب تعني الأكثر متابعة و (٦) الأقل متابعة.

(١) عبد النبي الطيب، فاطمة الزهراء: اتجاهات الشباب السوداني نحو استغلال وسائل التواصل الاجتماعي في انتهاك خصوصية الأفراد، المجلة الدولية للإتصال الاجتماعي، المجلد الخامس، العدد الثالث، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، ٢٠١٨، ص ص ١٨٨-٢١٢.

(٢) مركز القرار للدراسات الإعلامية ( ) : " مشاهير "سناب شات" في السعودية المصادقية والتأثير : دراسة تحليلية

، " 5-2021. 29available on line @ <https://alqarar.sa/1410> , access on ,"

٣ - دوافع استخدام أفراد العينة لموقعي السناب شات أو الفيس بوك: وهو ما يوضحه الجدول الآتي :

جدول رقم (٢)

دوافع استخدام أفراد العينة لموقعي السناب شات أو الفيس بوك

الدوافع	ك	%
التسلية والاستمتاع	22	14.7
قضاء وقت الفراغ	11	7.3
بناء علاقات اجتماعية جديدة مع الآخرين	7	4.7
التعبير عن أفكار ومشاركتها مع الآخرين	7	4.7
التواصل مع الأصدقاء والأقارب	16	10.7
كل ما سبق	82	54.7
أخرى تذكر	5	3.3
الإجمالي	100	100

توضح بيانات الجدول السابق مايلي:

أكدت نتائج الدراسة على تعدد دوافع استخدام الجمهور العربي-عينة الدراسة- لمواقع التواصل الاجتماعي ( الفيس بوك- السناب شات) حيث بلغت نسبة من أجاب على عبارة كل ما سبق ( ٥٤.٧ %) من إجمالي العينة وهو ما يدل على وعي الجمهور بدوافع استخدامه ومتابعته لمواقع التواصل الاجتماعي ، بينما حدد عدد من أفراد العينة بلغت نسبتهم (٣.٣%) دوافع أخرى للاستخدام حددوها في الإجابة على عبارة أخرى تذكر حيث أوضح البعض منهم أنه يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التصوير، كما أوضح البعض الآخر أنه يستخدمها بدافع التعرف على أهم الأخبار التي تشغل الناس، والبعض الآخر يستخدمها بدافع البحث عن فرص شرائية معينة.



٤ - العلاقة بين النوع ودوافع استخدام أفراد العينة لموقعي السناپ شات أو الفيس بوك: وهو ما يوضحه الجدول الآتي:

### جدول رقم (٣)

العلاقة بين النوع ودوافع استخدام أفراد العينة لموقعي السناپ شات أو الفيس بوك

المجموع	النوع		الدوافع
	أنثى	ذكر	
ك	ك	ك	
٢٢	١٥	٧	التسليية والاستمتاع
١١	٥	٦	قضاء وقت الفراغ
٧	٣	٤	بناء علاقات اجتماعية جديدة مع الآخرين
٧	٥	٢	التعبير عن أفكاره ومشاعره ومشاركته مع الآخرين
١٦	٧	٩	التواصل مع الأصدقاء والأقارب
٨٢	٣٩	٤٣	كل ما سبق
٥	٤	١	أخرى تذكر
١٥٠	٧٨	٧٢	الإجمالي

قيمة كا<sup>٢</sup> = 6.444<sup>a</sup> / درجة الحرية = ٦ / مستوى المعنوية = ٠.٣٧٥ / الدلالة: غير دالة

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي: -

عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين ودوافع استخدامهم لموقعي السناپ شات / الفيس بوك، حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> ( 6.444<sup>a</sup> ) بدرجة حرية ( ٦ ) عند مستوى معنوية ( ٠.٣٧٥ ) وهي قيمة أكبر من ( ٠.٠٥ ) وهي قيمة غير دالة إحصائياً وهو ما يدل على عدم تأثير متغير النوع على دوافع الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة.



٥ - الفترة الزمنية وعدد الساعات التي يقضيها الجمهور في متابعة السناوبات أو الفيس بوك: وهو ما يوضحه الجدول الآتي :

#### جدول رقم (٤)

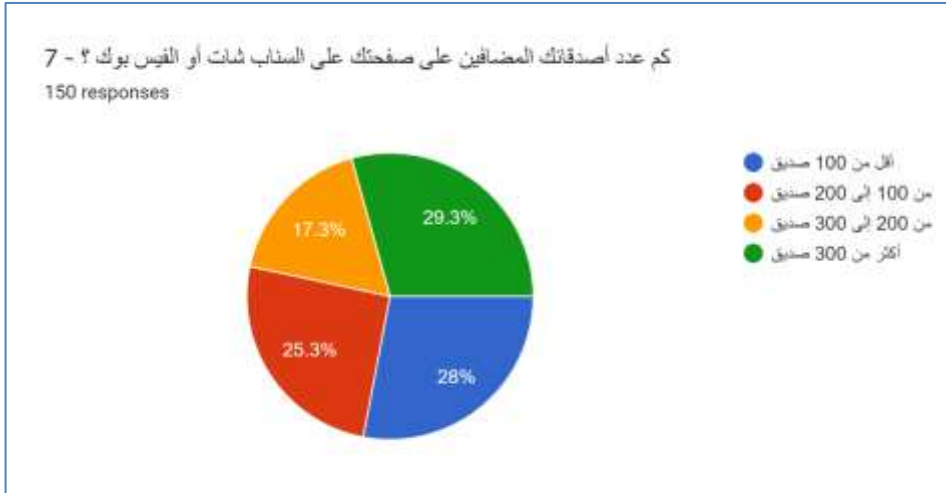
الفترة الزمنية وعدد الساعات التي يقضيها الجمهور في متابعة السناوبات أو الفيس بوك

الاختيار	ك	%
الفترة الزمنية	يومية	54.7
	من يوم ل ٣ أيام في الأسبوع	6.7
	أكثر من ٣ أيام في الأسبوع	8.7
	حسب الظروف	30.0
عدد الساعات	أقل من ساعة	38.7
	من ساعة إلى ٣ ساعات	34.0
	أكثر من ٣ ساعات	27.3
الإجمالي	١٥٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق مايلي:

حرص الجمهور على متابعة موقعي الفيس بوك والسناوبات بشكل يومي حيث بلغت نسبة أفراد العينة الحريصين على متابعة مستجدات كورونا بشكل يومي (٥٤.٧%) وهو ما يدل على وعي الجمهور بأهمية التعرف على مستجدات الجائحة ، كما أوضحت النتائج أن معظم أفراد العينة يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعة وذلك بنسبة ( ٣٨.٧ % ) من إجمالي العينة، وهو ما يتوافق مع استمرارية المتابعة اليومية .

## ٦ - عدد الأصدقاء المضافين على صفحة المبحوث على السناپ شات أو الفيس بوك: وهو ما يوضحه الشكل الآتي :



شكل رقم (٨)

### عدد الأصدقاء المضافين على صفحة السناپ شات / الفيس بوك للمبحوثين

توضح بيانات الشكل السابق مايلي: -

أن أعلى نسبة كانت إضافة (أكثر من ٣٠٠ صديق) حيث بلغت نسبتها (٢٩.٣%) من إجمالي العينة، تلاها وبفارق بسيط نسبة إضافة (أقل من ١٠٠ صديق) وذلك بنسبة (٢٨%) ثم نسبة إضافة (من ١٠٠ إلى ٢٠٠ صديق) وذلك بنسبة (٢٥.٣%) من إجمالي العينة ثم جاءت نسبة إضافة (من ٢٠٠ إلى ٣٠٠ صديق) في المركز الأخير بنسبة (١٧.٣%) من إجمالي العينة، وهو ما يؤكد على إهتمام الجمهور بإضافة الأصدقاء على حساباتهم.

كما أكدت العديد من الدراسات على أن عدد الأصدقاء على حسابات مواقع التواصل الاجتماعي يعد مؤشراً على كثافة الاستخدام لهذه المواقع من ناحية، ويعد مؤشراً على للعديد من الظواهر المرتبطة بأنشطة الأفراد على هذه المواقع من ناحية أخرى.

٧ - الأنشطة التي يقوم بها أفراد العينة على السناپ شات أو الفيس بوك: وهو ما يوضحه الجدول الآتي :

### جدول رقم (٦)

#### الأنشطة التي يقوم أفراد العينة على السناپ شات أو الفيس بوك

الأنشطة	ك	%
متابعة قصص الأصدقاء الشخصية على السناپ شات أو الفيس بوك	26	17.3
المحادثة مع الأصدقاء سواء بالكتابة أو بالصوت أو بالفيديو	19	12.7
نشر قصصي الشخصي على صفحتي على السناپ شات أو الفيس بوك	5	3.3
تحديث بروفايلي الشخصي باستمرار	9	6.0
نشر صوري الشخصية أثناء مشاركتي في العديد من الأحداث والفعاليات	11	7.3
نشر عدد من المعلومات والقصص المفيدة المتنوعة في العديد من مجالات الحياة	5	3.3
نشر العديد من القصص والمعلومات المتخصصة في مجال معين	72	48.0
كل ما سبق	26	17.3
أخرى تذكر	3	2.0
الإجمالي	150	100

توضح بيانات الجدول السابق مايلي:

أن أكثر الأنشطة التي يقوم بها أفراد العينة على السناپ شات و الفيس بوك هي نشر العديد من القصص والمعلومات المتخصصة في مجال معين حيث بلغت نسبتها ( ٤٨ % ) تلاها متابعة قصص الأصدقاء الشخصية على السناپ شات أو الفيس بوك وذلك بنسبة ( ١٧.٣ % ) وتساوت معها في النسبة القيام بكل الأنشطة بينما جاء في المركز

الأخير القيام بمجموعة أنشطة أخرى كالتصوير، الحصول على بعض المعلومات العامة من المشاهير، و متابعة أهم الأخبار و آراء الناس حولها وذلك بنسبة (٢%) من إجمالي أفراد العينة، وهو ما يدل على وعي الجمهور بما يقوم به من أنشطة أثناء استخدامه لموقعي الفيس بوك والسناپ شات.

#### ٨ - العلاقة بين النوع والأنشطة التي يقوم بها أفراد العينة على السناپ شات أو الفيس بوك: وهو ما يوضحه الجدول الآتي:

##### جدول رقم (٧)

العلاقة بين النوع والأنشطة التي يقوم بها أفراد العينة على السناپ شات أو الفيس بوك

المجموع	النوع		الأنشطة
	أنثى	ذكر	
ك	ك	ك	
٢٦	١٤	١٢	متابعة قصص الأصدقاء الشخصية على السناپ شات أو الفيس بوك
١٩	١٣	٦	المحادثة مع الأصدقاء سواء بالكتابة أو بالصوت أو بالفيديو
٥	٤	١	نشر قصصي الشخصي على صفحتي على السناپ شات أو الفيس بوك
٠	٠	٠	تحديث بروفايلي الشخصي باستمرار
٩	٤	٥	نشر صوري الشخصية أثناء مشاركتي في العديد من الأحداث والفعاليات
١١	٩	٢	نشر عدد من المعلومات والقصص المفيدة المتنوعة في العديد من مجالات الحياة
٥	٤	١	نشر العديد من القصص والمعلومات المتخصصة في مجال معين
٧٢	٢٨	٤٤	كل ما سبق
٣	٢	١	أخرى تذكر
١٥٠	٧٨	٧٢	الإجمالي

قيمة كا<sup>٢</sup> = 14.571a / درجة الحرية = ٧ / مستوى المعنوية = ٠.٠٠٤٢ / الدلالة: دالة



توضح بيانات الجدول السابق ما يلي: -

وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين والأنشطة التي يقوموا بها على موقعي السناپ شات / الفيس بوك، حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> ( 14.571a ) بدرجة حرية ( ٧ ) عند مستوى معنوية ( ٠.٠٤٢ ) وهي قيمة أقل من ( ٠.٠٥ ) وهي قيمة دالة إحصائياً وهو ما يدل على تأثير متغير النوع على نوعية الأنشطة التي يقوم بها أفراد العينة أثناء استخدامهم لموقعي الفيس بوك والسناپ شات.

٩ - ادراك الجمهور لمفهوم الخصوصية الرقمية: وهو ما يوضحه الجدول الآتي:

#### جدول رقم (٨)

##### إدراك الجمهور لمفهوم الخصوصية الرقمية

المفهوم	ك	%
هي وصف لحماية البيانات الشخصية للفرد، والتي يتم نشرها وتداولها من خلال وسائط رقمية	35	23.3
هي التي تُحكّم الأفراد في مدى وتوقيت وظروف مشاركة حياتهم مع الآخرين	8	5.3
هي التي تتمثل بالقواعد المنظمة لجميع إدارات البيانات الخاصة الموجودة على الأجهزة الإلكترونية او على شبكة الإنترنت	27	18.0
كل ما سبق	78	52.0
أخرى تذكر	2	1.3
الإجمالي	١٥٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق:

ارتفاع إدراك الجمهور لمفهوم الخصوصية الرقمية حيث بلغت نسبة المبحوثين اللذين اختاروا فئة (كل ماسبق) والتي تجمع بين المفاهيم المختلفة للخصوصية الرقمية (٥٢.٠%) من إجمالي العينة بينما بلغت نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بعدم معرفتهم بمفهوم الخصوصية الرقمية نسبة ضئيلة بلغت نسبتها (١.٣%) من إجمالي أفراد العينة، كما أثبتت أيضاً النتائج أن بقية أفراد العينة على وعي كامل بمفهوم من مفاهيم الخصوصية الرقمية، وهو ما يؤكد على وعي وإدراك الجمهور لمفهوم الخصوصية الرقمية.

١٠ - إدراك الجمهور لصور انتهاك الخصوصية الرقمية: وهو ما يوضحه الجدول الآتي:

#### جدول رقم (٩)

##### إدراك الجمهور لصور انتهاك الخصوصية الرقمية

المفهوم	ك	%
نشر وإعلان مفردات الحق في الحياة الخاصة للفرد في وسائل الإعلام والاتصال المختلفة دون موافقته الصريحة أو الضمنية	16	10.7
التلاعب في البيانات الشخصية أو محوها عن طريق أشخاص غير مرخص لهم بذلك	12	8.0
انتهاك خصوصية الأفراد بوسائل التنصت والتسجيل الحديثة والمراقبة الالكترونية بالأقمار الصناعية والكاميرات الرقمية المحولة عن طريق الهواتف المحمولة	23	15.3
كل ما سبق	97	64.7
أخرى تذكر	2	1.3
الإجمالي	١٥٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق:



ارتفاع إدراك الجمهور لصور انتهاك الخصوصية الرقمية حيث بلغت نسبة المبحوثين اللذين اختاروا فئة (كل ماسبق) والتي تجمع بين الصور المختلفة للخصوصية الرقمية (٦٤.٧%) من إجمالي العينة بينما بلغت نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بعدم معرفتهم بصور انتهاك الخصوصية الرقمية نسبة ضئيلة بلغت نسبتها (١.٣%) من إجمالي أفراد العينة، كما أثبتت أيضاً النتائج أن بقية أفراد العينة على وعي كامل بصورة من صور انتهاك الخصوصية الرقمية، وهو ما يؤكد على وعي وإدراك الجمهور بصور انتهاك الخصوصية الرقمية.

١١ - اتجاهات الجمهور نحو التعامل مع إعدادات الأمان الخاصة بموقعي السناب الشات / الفيس بوك : وهو ما يوضحه الجدول الآتي :

جدول رقم (١٠)

اتجاهات الجمهور نحو التعامل مع إعدادات الأمان الخاصة بموقعي السناب الشات / الفيس بوك

العبارة										الاتجاه	
موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
52	34.7	46	30.7	36	24.0	11	7.3	5	3.3	لقد كنت أعني إعدادات الأمان الخاصة بالسناب شات / الفيس بوك فور استخدامه	
69	46.0	55	36.7	20	13.3	5	3.3	1	.7	أحرص على التحكم بشكل جيد في إعدادات الأمان الخاصة بي على السناب شات أو الفيس بوك	



٠.٠	٠.٠	8.0	12	24.7	37	32.7	49	34.7	52	أتابع باستمرار إعدادات الخصوصية الخاصة بي على السناب شات أو الفيس بوك
13.3	20	10.0	15	25.3	38	34.0	51	17.3	26	إن معرفتي لإعدادات الأمان الخاصة بتطبيق السناب شات / الفيس بوك ليست كافية
28.0	42	22.0	33	15.3	23	17.3	26	17.3	26	تحديد من له الحق في مشاهدة منشوراتي لا يهمني كثيراً
31.3	47	21.3	32	16.0	24	16.0	24	15.3	23	تحديد من له الحق في مشاهدة موقعي الجغرافي لا يهمني كثيراً
									١٥٠	الإجمالي

### توضيح بيانات الجدول السابق:

تفوق الاتجاهات الإيجابية للجمهور في التعامل مع إعدادات الأمان الخاصة بموقعي الفيس بوك والسناب شات، حيث حصلت عبارة أحرص على التحكم بشكل جيد في إعدادات الأمان الخاصة بي على السناب شات أو الفيس بوك على أعلى نسبة موافقة لدى أفراد العينة وذلك بنسبة (٤٦%) تلاها وبنسبة متساوية في الموافقة الشديدة عبارتي لقد كنت أعني إعدادات الأمان الخاصة بالسناب شات / الفيس بوك فور استخدامه، أتابع باستمرار إعدادات الخصوصية الخاصة بي على



السناب شات أو الفيس بوك حيث بلغت النسبة (٣٤.٧%) من إجمالي العينة لكل عبارة، وهو ما يدل على وعي الجمهور بأهمية اتخاذ كافة إجراءات الأمان أثناء التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.

١٢- اتجاهات الجمهور نحو مدى التعرض لانتهاكات الخصوصية عبر موقعي السناب الشات / الفيس بوك : وهو ما يوضحه الجدول الآتي :

### جدول رقم (١١)

اتجاهات الجمهور نحو مدى التعرض لانتهاكات الخصوصية عبر موقعي السناب الشات / الفيس بوك

الاتجاه				العبارة
لا		نعم		
%	ك	%	ك	
57.3	86	42.7	64	لقد تعرض حسابي / حساب أحد أصدقائي على السناب شات أو الفيس بوك للسرقة
58.0	87	42.0	63	تعرضت / تعرض أحد أصدقائي لمواقف محرجة نتيجة ما تم نشره على السناب شات أو الفيس بوك
74.0	111	26.0	39	لقد تم تصويري / تصوير أحد أصدقائي أثناء تواجدنا في أحد الأماكن من قبل آخرين ونشر الصورة على حسابهم دون إذن مسبق مني / منهم
72.0	108	28.0	42	تعرضت / تعرض أحد أصدقائي لإساءة استخدام البيانات الشخصية المنشورة على السناب شات أو الفيس بوك
61.3	92	38.7	58	نشرت / نشر أحد أصدقائي صور أو فيديوهات تسببت لأذى أو حرج لنا أو للآخرين
42.7	64	57.3	86	تعرضت / تعرض أحد أصدقائي لإضافة أشخاص اتضح بعد ذلك أنهم أشخاص وهميين
١٥٠				الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق:



أكدت نتائج الدراسة على أن النسبة الأعلى لمدى تعرض أفراد العينة لانتهاكات الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناپ شات كانت في صالح عدم التعرض حيث حصل الاختيار لا على أعلى النسب في قياس اتجاهات الجمهور نحو التعرض لانتهاكات الخصوصية فقد جاءت نسبة الإجابة بلا عن العبارة لقد تم تصويري / تصوير أحد أصدقائي أثناء تواجدنا في أحد الأماكن من قبل آخرين ونشر الصورة على حسابهم دون إذن مسبق مني / منهم (٧٤%) من إجمالي أفراد العينة تلاها نسبة الإجابة بلا عن العبارة تعرضت / تعرض أحد أصدقائي لإساءة استخدام البيانات الشخصية المنشورة على السناپ شات أو الفيس بوك والتي بلغت (٧٢%) من إجمالي أفراد العينة، ثم نسبة الإجابة بلا عن العبارة نشرت / نشر أحد أصدقائي صور أو فيديوهات تسببت لأذى أو حرج لنا أو للآخرين والتي بلغت (٦١.٣%) من إجمالي أفراد العينة، وكذلك ارتفاع نسبة الإجابة بلا لدى أفراد العينة على العبارات التي تعبر عن مدى تعرض الجمهور لانتهاكات الخصوصية المختلفة، وهو ما يتوافق مع النتائج التي أثبتتها الدراسة الراهنة حيث أكدت على وعي الجمهور بأهمية اتخاذ كافة إجراءات الأمان أثناء التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.

١٣ - طبيعة استخدامات الجمهور لموقعي السنايب الشات / الفيس بوك: وهو ما يوضحه الجدول الآتي:

جدول رقم (١٢)

طبيعة استخدامات الجمهور لموقعي السنايب الشات / الفيس بوك

العبرة						الاتجاه	
أبدا		أحيانا		دائما			
%	ك	%	ك	%	ك		
19.3	29	54.7	82	26.0	39	أوظب على نشر يومياتي ومشاركة حياتي الشخصية مع المضافين عندي بالسنايب شات أو الفيس بوك	
24.7	37	48.7	73	26.7	40	أستخدم خاصية ( قصتي الخاصة ) لنشر بعض اليوميات لمشاركتها مع عدد محدود من الأصدقاء	
21.3	32	51.3	77	27.3	41	أحرص على مشاركة الآخرين أفكاري ومشاعري وأنشطتي بشكل يومي ومستمر	
44.7	67	36.7	55	18.7	28	أتابع باستمرار يوميات مشاهير السنايب شات أو الفيس بوك وأشارك يومياتهم مع الأصدقاء	
29.3	44	37.3	56	33.3	50	أكتفي بمشاهدة يوميات مشاهير السنايب شات أو الفيس بوك دون مشاركة يومياتهم مع الأصدقاء	
32.0	48	45.3	68	22.7	34	تمثل نشر اليوميات على السنايب شات أو الفيس بوك أحد الأنشطة التي أحرص عليها يومياً	
14.7	22	50.0	75	35.3	53	يتيح لي السنايب شات أو الفيس بوك التعبير عن مشاعري و أفكاري الشخصية بشكل كبير	
18.7	28	17.3	26	64.0	96	أكتب اسمي الحقيقي وبياناتي الحقيقية على صفحتي على السنايب شات أو الفيس بوك	
						١٥٠	الإجمالي

### توضح بيانات الجدول السابق الآتي: -

- أكدت نتائج الدراسة على حرص أفراد العينة على كتابة أسمائهم الحقيقية وبياناتهم على صفحاتهم على الفيس بوك والسناپ شات أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث حصلت عبارة أكتب اسمي الحقيقي وبياناتي الحقيقية على صفحتي على السناپ شات أو الفيس بوك على أعلى نسبة في الموافقة الشديدة والتي بلغت (٦٤%) من إجمالي العينة.

- كما أكدت نتائج الدراسة على أن أفراد العينة وجدوا أن موقعي الفيس بوك والسناپ شات يتيح لهم أحياناً الفرصة في التعبير عن مشاعرهم وأفكارهم الشخصية وذلك بنسبة (٥٠%) بينما ترى نسبة (٣٥.٣%) من أفراد العينة أنها تتيحها لهم بشكل دائم وذلك في الإجابة على عبارة يتيح لي السناپ شات أو الفيس بوك التعبير عن مشاعري وأفكاري الشخصية بشكل كبير

- أوضحت نتائج الدراسة أيضاً مواظبة نسبة من أفراد العينة في بعض الأحيان على نشر يومياتهم ومشاركة حياتهم الشخصية مع المضافين عندهم بالسناپ شات أو الفيس بوك والتي بلغت (٥٤.٧%) من إجمالي العينة تلاها نسبة من يواظب على نشر اليوميات بشكل دائم وذلك بنسبة (٢٦%) من إجمالي العينة.

- أكدت نتائج الدراسة أيضاً على عدم المتابعة المستمرة ليوميات مشاهير السناپ شات والفيس بوك ومشاركتها مع أصدقائهم وذلك بنسبة (٤٤.٧%) تلاها المتابعة أحياناً وذلك بنسبة (٣٦.٧%) ثم المتابعة الدائمة وذلك بنسبة (١٨.٧%) من إجمالي أفراد العينة.

- بينت نتائج الدراسة على استخدام خاصية (القصة الخاصة) أحياناً لدى بعض أفراد العينة وذلك بنسبة (٤٨.٧%) تلاها الحرص الدائم لدى بعض أفراد العينة



على خاصية القصة الخاصة وذلك بنسبة (٢٦.٧%)، تلاها عدم استخدام الخاصية لدى نسبة (٢٤.٧%) من إجمالي أفراد العينة.

١٤ - العلاقة بين النوع وطبيعة استخدامات الجمهور لموقعي السناب شات /

الفيس بوك: وهو ما يوضحه الجدول الآتي:

جدول رقم (١٣)

العلاقة بين النوع وطبيعة استخدامات الجمهور لموقعي السناب شات / الفيس بوك

الدلالة	مستوى المعنوية	٢ك	المجموع	الاتجاه			النوع	العبارات
				أبدا	أحيانا	دائما		
				ك	ك	ك		
غير دالة	0.116	4.314a	١٥٠	11	37	24	ذكر	أواظب على نشر يومياتي ومشاركة حياتي الشخصية مع المضافين عندي بالسناب شات أو الفيس بوك
				18	45	15	أنثى	
غير دالة	0.414	1.764a	١٥٠	20	31	21	ذكر	أستخدم خاصية (قصتي الخاصة) لنشر بعض اليوميات لمشاركتها مع عدد محدود من الأصدقاء
				17	42	19	أنثى	
غير دالة	0.173	3.513a	١٥٠	11	38	23	ذكر	أحرص على مشاركة الآخرين أفكاري ومشاعري وأنشطتي بشكل يومي ومستمر
				21	39	18	أنثى	
دالة	0.014	8.508a	١٥٠	41	20	11	ذكر	أتابع باستمرار يوميات مشاهير السناب شات أو الفيس بوك وأشارك يومياتهم مع الأصدقاء
				26	35	17	أنثى	

غير دالة	0.190	3.326a	١٥٠	26	23	23	ذكر	أكتفي بمشاهدة يوميات مشاهير السناب شات أو الفيس بوك دون مشاركة يومياتهم مع الأصدقاء
				18	33	27	أنثى	
غير دالة	0.544	1.218a	١٥٠	21	32	19	ذكر	تمثل نشر اليوميات على السناب شات أو الفيس بوك أحد الأنشطة التي أحرص عليها يومياً
				27	36	15	أنثى	
دالة	٠.٠٠١	13.715a	١٥٠	3	37	32	ذكر	يتيح لي السناب شات أو الفيس بوك التعبير عن مشاعري و أفكاري الشخصية بشكل كبير
				19	38	21	أنثى	
غير دالة	٠.٣٢٥	2.245a	١٥٠	17	12	43	ذكر	أكتب اسمي الحقيقي وبياناتي الحقيقية على صفحتي على السناب شات أو الفيس بوك
				11	14	53	أنثى	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي: -

عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (ذكر-أنثى) وطبيعة استخدامهم لموقعي الفيس بوك والسناب شات، حيث كانت قيمة مستوى المعنوية أكبر من (٠.٠٥) وهي قيمة غير دالة إحصائياً، باستثناء عبارتين وجد علاقة دالة إحصائية بينهما وبين نوع المبحوثين وارتفعت فيها نسبة الإناث عن الذكور في الاستخدام المنتظم والدائم وهما:



يتيح لي السناپ شات أو الفيس بوك التعبير عن مشاعري وأفكاري الشخصية بشكل كبير، حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> (13.715a) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٠١) و عبارة أتابع باستمرار يوميات مشاهير السناپ شات أو الفيس بوك وأشارك يومياتهم مع الأصدقاء حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> (8.508a) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٠١٤).

١٥ - اتجاهات الجمهور نحو أسباب انتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات / الفيس بوك: وهو ما يوضحه الجدول الآتي:

#### جدول رقم (١٤)

اتجاهات الجمهور نحو أسباب انتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات / الفيس بوك

أسباب انتهاك الخصوصية	ك	%
تأثير الأقران حيث يشجع الأصدقاء بعضهم البعض على مشاركة تفاصيل حياتهم الشخصية بشكل يومي على السناپ شات / الفيس بوك	14	9.3
عدم معرفة الشخص بقواعد وإجراءات الأمان المختلفة الواجب اتباعها عند استخدام السناپ شات / الفيس بوك	19	12.7
ثقة مستخدم السناپ شات / الفيس بوك في من يتابعون قصصه اليومية عبر السناپ شات / الفيس بوك بشكل كبير	4	2.7
ثقة مستخدم السناپ شات / الفيس بوك الكبيرة في قدرته على التحكم فيما يمكن مشاركته مع الآخرين وعدم معرفته أنه وعلى الرغم من هذا التحكم تزال هناك معلومات كثيرة متاحة للجميع وللتطبيق نفسه	13	8.7
عدم حرص المستخدم على البيانات الشخصية له أو لغيره	5	3.3
تلاعب نوعية المضمون المنشور عبر السناپ شات / الفيس بوك دورا في انتهاك الخصوصية	٠	٠
كل ما سبق	95	63.3
أخرى تذكر	0	0
الإجمالي	١٥٠	١٠٠



### توضيح بيانات الجدول السابق:

ارتفاع إدراك الجمهور بأسباب انتهاك الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناپ شات حيث بلغت نسبة المبحوثين اللذين اختاروا فئة (كل ماسبق) والتي تجمع الأسباب المختلفة لانتهاك الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٦٣.٣%) من إجمالي العينة، كما أثبتت أيضاً النتائج أن بقية أفراد العينة على وعي كامل بسبب من أسباب انتهاك الخصوصية، حيث جاءت عدم معرفة الشخص بقواعد وإجراءات الأمان المختلفة الواجب اتباعها عند استخدام السناپ شات / الفيس بوك في المركز الثاني كسبب من أسباب انتهاك الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناپ شات وذلك بنسبة (٢٠.٧%) ، تلاها تأثير الأقران حيث يشجع الأصدقاء بعضهم البعض على مشاركة تفاصيل حياتهم الشخصية بشكل يومي على السناپ شات / الفيس بوك وذلك بنسبة (٩.٣%) من إجمالي أفراد العينة، وهو ما يؤكد على وعي وإدراك الجمهور بأسباب انتهاك الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.



١٦ - العلاقة بين الجنسية و اتجاهات الجمهور نحو أسباب انتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات / الفيس بوك : وهو ما يوضحه الجدول الآتي :

جدول رقم (١٥)

العلاقة بين الجنسية واتجاهات الجمهور نحو أسباب انتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات / الفيس بوك

المجموع	النوع		أسباب انتهاك الخصوصية
	مصري	غير مصري	
ك	ك	ك	
١٤	١٠	٤	تأثير الأقران حيث يشجع الأصدقاء بعضهم البعض على مشاركة تفاصيل حياتهم الشخصية بشكل يومي على السناپ شات / الفيس بوك
١٩	١٠	٩	عدم معرفة الشخص بقواعد وإجراءات الأمان المختلفة الواجب اتباعها عند استخدام السناپ شات / الفيس بوك
٤	١	٣	ثقة مستخدم السناپ شات / الفيس بوك في من يتابعون قصصه اليومية عبر السناپ شات / الفيس بوك بشكل كبير
١٣	٤	٩	ثقة مستخدم السناپ شات / الفيس بوك الكبيرة في قدرته على التحكم فيما يمكن مشاركته مع الآخرين وعدم معرفته أنه وعلى الرغم من هذا التحكم تزال هناك معلومات كثيرة متاحة للجميع وللتطبيق نفسه
٥	٠	٥	عدم حرص المستخدم على البيانات الشخصية له أو لغيره
٠	٠	٠	تلعب نوعية المضمون المنشور عبر السناپ شات / الفيس بوك دورا في انتهاك الخصوصية
٩٥	٤٥	٥٠	كل ما سبق
٠	٠	٠	أخرى تذكر
١٥٠	٧٠	٨٠	الإجمالي

قيمة كا<sup>٢</sup> = 10.189a / درجة الحرية = ٥ / مستوى المعنوية = ٠.٠٧٠ / الدلالة: غير دالة

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي: -

عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين (مصري-غير مصري) واتجاهاتهم نحو أسباب انتهاك الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناپ شات، حيث بلغت قيمة كاً (10.189a) بدرجة حرية (٥) عند مستوى معنوية (٠.٠٧٠) وهي قيمة أكبر من (٠.٠٥) وهي قيمة غير دالة إحصائياً وهو ما يدل على عدم تأثير متغير جنسية المبحوثين على اتجاهاتهم نحو أسباب انتهاك الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

١٧ - اتجاهات الجمهور نحو المخاطر التي قد يتسبب فيها انتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات / الفيس بوك: وهو ما يوضحه الجدول الآتي:

جدول رقم (١٦)

اتجاهات الجمهور نحو المخاطر التي قد يتسبب فيها انتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات / الفيس بوك

الاتجاه						العبارة
معارض		محايد		مؤيد		
%	ك	%	ك	%	ك	
6.0	9	14.7	22	79.3	119	نشر معلومات شخصية عن بعض الأشخاص على السناپ شات أو الفيس بوك قد يلحق به الضرر
8.7	13	8.7	13	82.7	124	تصوير الأشخاص ونشر صورهم دون علمهم قد يوقعهم في العديد من المشاكل
2.7	4	17.3	26	80.0	120	يجب الحذر من نشر تفاصيل الحياة الشخصية عبر السناپ شات أو الفيس بوك حتى وإن كانت للأصدقاء فقط
10.7	16	23.3	35	66.0	99	يحتفظ السناپ شات / الفيس بوك بالصور والفيديوهات الشخصية التي تم تصويرها عبر خاصية ( story ) عبر الموقع لذا يجب الحذر من استخدامه



7.3	11	19.3	29	73.3	110	تنتج جرائم انتهاك الخصوصية عبر السناب شات أو الفيس بوك من تساهل الأشخاص بنشر تفاصيل حياتهم بشكل يومي
5.3	8	26.0	39	68.7	103	تنشر عدد من صفحات السناب شات / الفيس بوك المشبوهة معلومات سياسية مغلوبة من شأنها إثارة الבלبله في المجتمع
6.7	10	18.7	28	74.7	112	تنشر عدد من صفحات السناب شات / الفيس بوك العديد من الشائعات عن المشاهير وغيرهم
9.3	14	26.0	39	64.7	97	تستغل بعض صفحات السناب شات / الفيس بوك في عرض محتوى إباحي وغير أخلاقي
					١٥٠	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي: -

أكدت نتائج الدراسة على ارتفاع نسبة تأييد الجمهور للعبارات التي تعبر عن المخاطر التي يتسبب فيها انتهاك الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناپ شات واتجاهاتهم نحوها، حيث جاءت نسبة تأييد الجمهور لعبارة تصوير الأشخاص ونشر صورهم دون علمهم قد يوقعهم في العديد من المشاكل في مقدمة العبارات التي تمثل أحد مخاطر انتهاك الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة (٨٢.٧%)، تلاها تأييد الجمهور لعبارة يجب الحذر من نشر تفاصيل الحياة الشخصية عبر السناپ شات أو الفيس بوك حتى وإن كانت للأصدقاء فقط وذلك بنسبة (٨٠%)، ثم تأييدهم لعبارة نشر معلومات شخصية عن بعض الأشخاص على السناپ شات أو الفيس بوك قد يلحق به الضرر وذلك بنسبة (٧٩.٣%)، تلاها تأييد الجمهور لعبارة تنشر عدد من صفحات السناپ شات / الفيس بوك العديد من الشائعات عن المشاهير وغيرهم وذلك بنسبة (٧٤.٧%)، ثم التأييد لعبارة تنتج جرائم انتهاك الخصوصية عبر السناپ شات أو الفيس بوك من تساهل الأشخاص بنشر تفاصيل



حياتهم بشكل يومي وذلك بنسبة (٧٣.٣%)، بينما جاءت عبارة تستغل بعض صفحات السناب شات / الفيس بوك في عرض محتوى إباحي وغير أخلاقي في المركز الأخير من بين العبارات التي يؤيدها أفراد العينة ويعتبرها أحد المخاطر التي تتسبب فيها انتهاك الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناب شات وذلك بنسبة (٦٤.٧%) من إجمالي أفراد العينة، وهو ما يؤكد على وعي الجمهور بمخاطر انتهاك الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

١٨ - اتجاهات الجمهور نحو موقعي السناب شات / الفيس بوك : وهو ما يوضحه الجدول الآتي :

جدول رقم (١٧)

اتجاهات الجمهور نحو موقعي السناب شات / الفيس بوك

الاتجاه										العبرة
معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2.7	4	12.7	19	32.7	49	26.7	40	25.3	38	يعد السناب شات / الفيس بوك موقعًا مناسبًا لنشر الصور والفيديوهات
2.0	3	12.7	19	23.3	35	40.0	60	22.0	33	يعد تطبيق السناب شات / الفيس بوك التطبيق الأنسب لنشر اليوميات ومشاركتها مع الآخرين
6.7	10	16.7	25	38.0	57	24.0	36	14.7	22	لا أجد خطورة



										في مشاركة يومياتي الشخصية مع الأصدقاء عبر تطبيق السناب شات / الفيس بوك
7.3	11	22.0	33	37.3	56	19.3	29	14.0	21	يوفر تطبيق السناب شات / الفيس بوك الأمان الكامل لمستخدميه
4.7	7	6.7	10	22.7	34	35.3	53	30.7	46	يعد السناب شات / الفيس بوك مدخلا خصباً لراغبي مراقبة الآخرين ومعرفة تفاصيل حياتهم
4.7	7	6.7	10	23.3	35	33.3	50	32.0	48	يعد السناب شات / الفيس بوك مدخلا خصباً لانتهاك الخصوصية الرقمية للأشخاص
١٥٠										الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي: -

أكدت نتائج الدراسة على تفوق الاتجاهات الإيجابية للجمهور نحو موقعي السناب شات والفيس بوك وذلك على النحو الآتي:

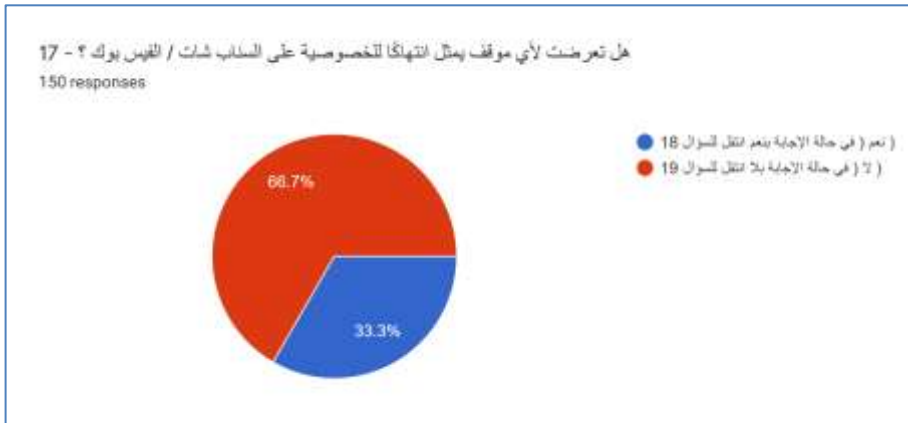
- حصلت العبارة يعد السناب شات / الفيس بوك مدخلا خصباً لانتهاك الخصوصية الرقمية للأشخاص على المركز الأول في اتجاه الموافقة بشدة لدى الجمهور بنسبة (٣٢%) وعلى المركز الثالث في اتجاه الموافقة وذلك بنسبة (٣٣.٣%) من إجمالي العينة.

- حصلت العبارة يعد تطبيق السناپ شات / الفيس بوك التطبيق الأنسب لنشر اليوميات ومشاركتها مع الآخرين على المركز الأول في اتجاه الموافقة لدى الجمهور بنسبة (٤٠%) وعلى المركز الرابع في اتجاه الموافقة بشدة وذلك بنسبة (٢٢%) من إجمالي العينة.

- بينما حصلت العبارة يوفر تطبيق السناپ شات / الفيس بوك الأمان الكامل لمستخدميه على المركز الأخير في اتجاهي الموافقة بشدة والموافقة لدى الجمهور وذلك بنسبة (١٤%) في الموافقة بشدة، (١٩.٣%) في الموافقة.

وهو ما يؤكد على الاتجاهات الإيجابية والمتمثلة في الموافقة بشدة والموافقة على العبارات التي تمثل قياساً لاتجاهات الجمهور نحو مواقع التواصل الاجتماعي والمتمثلة في السناپ شات والفيس بوك.

١٩ - مدى تعرض الجمهور لموقف / مواقف تمثل انتهاكاً للخصوصية على السناپ شات / الفيس بوك: وهو ما يوضحه الشكل الآتي:



شكل رقم (٩)

مدى تعرض المبحوثين لموقف يمثل انتهاكاً للخصوصية عبر موقعي السناپ شات/  
الفيس بوك



## توضح بيانات الشكل السابق:

تعرض نسبة قليلة من أفراد العينة لموقف من مواقف انتهاكات الخصوصية على موقعي السناپ شات و الفيس بوك وذلك بنسبة (٣٣.٣%) من إجمالي العينة.

٢٠ - الموقف/المواقف التي تعرض فيها الجمهور لانتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات / الفيس بوك: وهو ما يوضحه الجدول الآتي:

## جدول رقم (١٨)

الموقف/المواقف التي تعرض فيها الجمهور لانتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات / الفيس بوك

الموقف	ك	%
استخدام خاصية ( screen shot ) لقصة لي أو إحدى صوري الشخصية ومشاركتها عبر صفحة أخرى أو النقاش حولها أو الاحتفاظ بها دون الحصول على إذن مني	٢	٤
إضافة إلى مجموعات خاصة على السناپ / الفيس بوك دون أخذ الإذن مني	٨	١٦
التواصل من قبل أشخاص غير مرحب بهم عبر خاصة الدردشة ( chat )	٥	١٠
طلبات إضافة من أشخاص مجهولين وتكرار طلب الإضافة حتى مع رفض طلبات اضافتهم من قبلي	١١	٢٢
محاولة سرقة حسابي	٢	٤
تلقي طلبات إضافة من أشخاص وهميين	٥	١٠
كل ما سبق	٤١	٨٢
أخرى تذكر	٣	٦
الإجمالي	٥٠	١٠٠

\* الإجمالي هنا من عدد اللذين أجابوا بـ (نعم) لتعرضهم لموقف انتهاك خصوصية

## توضيح بيانات الجدول السابق:

أن أكثر أفراد العينة ممن أجابوا بنعم لتعرضهم لمواقف انتهاكات الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناپ شات قد أوضحوا أنهم قد تعرضوا لكل مواقف انتهاكات الخصوصية المذكورة وذلك بنسبة (٨٢%)، كما أوضحت بقية النسب تعرض المبحوثين لموقف من مواقف انتهاك الخصوصية، بينما عبر (٦%) من إجمالي العينة عن تعرضهم لبعض المواقف الأخرى التي تمثل انتهاكاً للخصوصية كإختراق الخصوصية من خلال محاولة التواصل مع أسرة الشخص والمضامين على صفحته، أخذ منشور بدون إذنه، وهو ما يؤكد على وعي وإدراك الجمهور بالمواقف التي تمثل انتهاكاً للخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٢١ - رد فعل الجمهور تجاه مواقف انتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات / الفيس بوك: وهو ما يوضحه الجدول الآتي:

## جدول رقم (١٩)

رد فعل الجمهور تجاه مواقف انتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات / الفيس بوك

رد الفعل	ك	%
رفض طلبات الصداقة الغير مرغوب فيها	16	10.7
إلغاء صداقة وحظر الأصدقاء الوهميين من حسابي بشكل نهائي	11	7.3
إلغاء صداقة وحظر الأشخاص الذين يقومون بمشاركة محتويات غير أخلاقية عبر قصصهم الخاصة على السناپ شات / الفيس بوك	7	4.7
إلغاء متابعة الصفحات التي تقدم موضوعات غير مناسبة من وجهة نظري	7	4.7
إيقاف خاصية ( discover ) التي يتيحها السناپ لبعض الصفحات والحسابات التي أجدها غير مناسبة بالنسبة لي	2	1.3
تحذير أصدقائي من الأشخاص والصفحات التي تنتهك الخصوصية	3	2.0
كل ما سبق	103	68.7
أخرى تذكر	1	.7
الإجمالي	١٥٠	١٠٠



## توضيح بيانات الجدول السابق:

ارتفاع إدراك الجمهور بكيفية التعامل مع المواقف التي تمثل انتهاكاً للخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناپ شات، حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين اختاروا فئة ( كل ماسبق) والتي تجمع بين ردود الأفعال المختلفة تجاه مواقف انتهاك الخصوصية (٦٨.٧%) من إجمالي العينة، كما أثبتت أيضاً النتائج أن بقية أفراد العينة على وعي كامل بكيفية التعامل مع هذه المواقف، كما أوضحت نسبة (٠.٧%) من إجمالي العينة عن عدم إضافتها لأي شخص لا تعرفه في قائمة الأصدقاء كرد فعل تتخذه تجاه مواقف انتهاك الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٢٢ - اتجاهات الجمهور نحو أسباب استمرار انتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات / الفيس بوك: وهو ما يوضحه الجدول الآتي :

## جدول رقم (٢٠)

اتجاهات الجمهور نحو أسباب استمرار انتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات / الفيس بوك

الأسباب	ك	%
استخدام معلومات المستخدمين الشخصية وإنشاء علاقات ارتباطية بينها واستخدامها في عمليات التسويق الالكتروني	8	5.3
عدم وجود قوانين رادعة لمتهمي الخصوصية عبر تطبيق السناپ شات / الفيس بوك	21	14.0
كثرة ما يسمى بمشاهير السناپ شات / الفيس بوك واستفادتهم المادية من كثرة عدد المتابعين لما ينشرونه حتى وإن لم يكن هادفاً	7	4.7
عدم وجود قوانين تحكم مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها السناپ شات / الفيس بوك وما تنتشره أو تقدمه	10	6.7
امتلاك الشركات متعددة الجنسيات لمواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها السناپ شات / الفيس بوك يجعلها لا تخضع لأية موائيق أخلاقية إعلامية	6	4.0
كل ما سبق	98	65.3
الإجمالي	١٥٠	١٠٠

## توضيح بيانات الجدول السابق:

بينت نتائج الدراسة وعي الجمهور بأسباب استمرار انتهاك الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناپ شات حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين اختاروا فئة (كل ماسبق) والتي تجمع بين الأسباب المختلفة انتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات والفيس بوك (٦٥.٣%) من إجمالي العينة، كما أثبتت أيضاً النتائج أن بقية أفراد العينة على وعي كامل بسبب من أسباب استمرار انتهاك الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٢٣ - اتجاهات الجمهور نحو الإجراءات الواجب اتباعها للحد من انتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات / الفيس بوك : وهو ما يوضحه الجدول الآتي:

## جدول رقم (٢١)

اتجاهات الجمهور نحو الإجراءات الواجب اتباعها للحد من انتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات / الفيس بوك

الإجراءات	ك	%
ضرورة توعية المستخدمين للتطبيق وتثقيفهم بحقهم في الخصوصية وحمايته قانونياً	13	8.7
سن قوانين وموائق إعلامية جديدة تتناسب مع ما وصلت إليه وسائل الإعلام الجديد من تطور	11	7.3
على مستخدمي تطبيق السناپ شات / الفيس بوك قراءة بنود وشروط التسجيل وسياسات الخصوصية الخاصة بالتطبيق بشكل جيد قبل استخدامه	5	3.3
على الشخصيات العامة الانتباه لما ينشرونه من معلومات شخصية أو تحديد مواقعهم عبر تطبيق السناپ شات / الفيس بوك لحمايتهم من المتطفلين ومنتھكي الخصوصية	3	2.0
ينبغي على تطبيق السناپ شات / الفيس بوك تطبيق ضوابط حماية ورقابة صارمة تحمي مستخدميه من انتهاكات الخصوصية	5	3.3
على الدول اتخاذ الإجراءات التي تحمي خصوصية مجتمعاتها وأفرادها من انتهاكات الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها السناپ شات / الفيس بوك	7	4.7
كل ما سبق	106	70.7
الإجمالي	١٥٠	١٠٠



## توضيح بيانات الجدول السابق:

بينت نتائج الدراسة وعي الجمهور بالإجراءات الواجب اتباعها للحد من انتهاك الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناپ شات حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين اختاروا فئة (كل ماسيق) والتي تجمع بين الأسباب المختلفة انتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات والفيس بوك (٧٠.٧%) من إجمالي العينة، كما أثبتت أيضاً النتائج أن بقية أفراد العينة على وعي كامل بإجراء من إجراءات الحد من انتهاك الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٢٤ - لمعرفة الفروق بين الجنسيات المختلفة للمبحوثين واتجاهاتهم نحو انتهاك الخصوصية عبر تطبيقي السناپ شات / الفيس بوك تم إجراء اختبار **One Way Anova** والذي يوضحه الجدول الآتي :-

## جدول رقم (٢٢)

اختبار **One Way Anova**

لمعنوية الفروق بين الجنسيات المختلفة للمبحوثين واتجاهاتهم نحو انتهاك الخصوصية عبر تطبيقي السناپ شات / الفيس بوك

المتغير	الجنسية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية		قيمة (ف)	مستوي المعنوية
					داخـل المجموعات	بين المجموعات		
الاتجاه نحو ردود الأفعال تجاه الموقف/ المواقف التي تمثل انتهاك الخصوصية عبر تطبيقي السناپ شات / الفيس بوك	مصري	٨٠	٥.٧٠٠٠	٢.٢٠٧٠١	١	١٤٨	٠.١٨١	٠.٦٧١
	غير مصري	70	٥.٥٤٢٩	٢.٣١٣٧٠				



٠.٩١٠	٠.٠١٣	١٤٨	١	١.٦٧٩١٧	٤.٨٧٥٠	٨٠	مصري	الاتجاه نحو أسباب استمرار انتهاك الخصوصية عبر تطبيقي السناب شات / الفيس بوك
				١.٨١٤٨٨	٤.٨٤٢٩	70	غير مصري	
٠.١٧٦	١.٨٤٦	١٤٨	١	١.٩٤٨٥٥	٦.٠٢٥٠	٨٠	مصري	الاتجاه نحو الإجراءات الواجب اتباعها للحد من انتهاك الخصوصية عبر تطبيقي السناب شات / الفيس بوك
				٢.٢٦٩١١	٥.٥٥٧١	70	غير مصري	

يتضح من بيانات الجدول السابق:

الاتجاه نحو ردود الأفعال تجاه الموقف/ المواقف التي تمثل انتهاك الخصوصية عبر تطبيقي السناب شات / الفيس بوك : عدم وجود فروق دالة إحصائية بين جنسية المبحوثين واتجاهاتهم نحو ردود أفعالهم تجاه الموقف / المواقف التي تمثل انتهاك للخصوصية عبر تطبيقي السناب شات / الفيس بوك وهو ما توضحه قيمة مستوى المعنوية والتي جاءت (٠.٦٧١) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

الاتجاه نحو أسباب استمرار انتهاك الخصوصية عبر تطبيقي السناب شات / الفيس بوك عدم وجود فروق دالة إحصائية بين جنسية المبحوثين واتجاهاتهم نحو أسباب استمرار انتهاك الخصوصية عبر تطبيقي السناب شات / الفيس بوك وهو ما توضحه قيمة مستوى المعنوية والتي جاءت (٠.٩١٠) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

الاتجاه نحو الإجراءات الواجب اتباعها للحد من انتهاك الخصوصية عبر تطبيقي السناب شات / الفيس بوك عدم وجود فروق دالة إحصائية بين جنسية المبحوثين





واتجاهاتهم نحو الإجراءات الواجب اتباعها للحد من انتهاك الخصوصية عبر تطبيقي السناب شات / الفيس بوك وهو ما توضحه قيمة مستوى المعنوية والتي جاءت (٠.١٧٦) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

## ملخص النتائج:

- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية حرص واهتمام الجمهور باقتناء حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث بلغت نسبة الاهتمام بالمتابعة (١٠٠ % ) من إجمالي العينة ، وهو ما يؤكد على ارتفاع مستوى وعي الجمهور بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي .

- أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين وتفضيلاتهم لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، حيث كانت قيمة مستوى المعنوية أقل من (٠.٠٥) وهي قيمة دالة إحصائياً، في ترتيبهم لأكثر مواقع التواصل الاجتماعي متابعة باستثناء موقعي الفيس بوك والسناب شات - النماذج التطبيقية التي أجريت عليها الدراسة- حيث أكدت نتائج الدراسة على وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين (مصري-غير مصري) وترتيبهم لمتابعة موقعي الفيس بوك والسناب شات.

فيالنسبة لعينة المصريين : جاء موقع الفيس بوك في الترتيبي الأول والثاني ، في مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر متابعة ، بينما جاء السناب شات في الترتيب السادس لدى أفراد عينة المصريين في المتابعة.

أما عن عينة غير المصريين: فقد جاء موقع السناب شات في الترتيبي الأول والثاني، في مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر متابعة ، بينما حصل الفيس بوك على الترتيبي الأول والسادس لدى أفراد عينة غير المصريين في المتابعة.



وهو ما يتفق مع نتائج الدراسات سابقة حيث أكدت دراسة (عبد النبي الطيب، فاطمة الزهراء، ٢٠١٨) أن الفيس بوك جاء في الصدارة من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً بين أفراد العينة، وذلك بنسبة (٢٥%) من أفراد العينة.

كما أكدت دراسة (مركز القرار للدراسات الإعلامية، ٢٠٢٠) أنه وفق شركة الأبحاث البريطانية Global Web Index، يحتل السعوديون المرتبة الثانية عالمياً بعد الأيرلنديين في استخدام التطبيق، ما يعني استحوازه على اهتمامات الجمهور في المملكة، وهو ما أدى إلى ظهور مجموعة من مستخدمي التطبيق، اتسمت بالقدرة على جذب عدد كبير من المتابعين، أطلق عليهم مشاهير سناب شات

• أكدت نتائج الدراسة على تعدد دوافع استخدام الجمهور العربي-عينة الدراسة- لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك- السناب شات) حيث بلغت نسبة من أجاب على عبارة كل ما سبق ( ٥٤.٧% ) من إجمالي العينة وهو ما يدل على وعي الجمهور بدوافع استخدامه ومتابعته لمواقع التواصل الاجتماعي ، بينما حدد عدد من أفراد العينة بلغت نسبتهم (٣.٣%) دوافع أخرى للاستخدام حدوها في الإجابة على عبارة أخرى تذكر حيث أوضح البعض منهم أنه يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التصوير، كما أوضح البعض الآخر أنه يستخدمها بدافع التعرف على أهم الأخبار التي تشغل الناس، والبعض الآخر يستخدمها بدافع البحث عن فرص شرائية معينة.

• عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين ودوافع استخدامهم لموقعي السناب شات / الفيس بوك، حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> ( 6.444<sup>a</sup> ) بدرجة حرية ( ٦ ) عند مستوى معنوية ( ٠.٣٧٥ ) وهي قيمة أكبر من (٠.٠٥) وهي قيمة غير دالة إحصائياً وهو ما يدل على عدم تأثير متغير النوع على دوافع الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة.



- حرص الجمهور على متابعة موقعي الفيس بوك والسناپ شات بشكل يومي حيث بلغت نسبة أفراد العينة الحريصين على متابعة مستجدات كورونا بشكل يومي (٥٤.٧%) وهو ما يدل على وعي الجمهور بأهمية التعرف على مستجدات الجائحة ، كما أوضحت النتائج أن معظم أفراد العينة يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعة وذلك بنسبة ( ٣٨.٧ % ) من إجمالي العينة، وهو ما يتوافق مع استمرارية المتابعة اليومية .
- أوضحت نتائج الدراسة أن أعلى نسبة كانت إضافة (أكثر من ٣٠٠ صديق) حيث بلغت نسبتها (٢٩.٣%) من إجمالي العينة، تلاها وبفارق بسيط نسبة إضافة (أقل من ١٠٠ صديق) وذلك بنسبة (٢٨%) ثم نسبة إضافة (من ١٠٠ إلى ٢٠٠ صديق) وذلك بنسبة (٢٥.٣%) من إجمالي العينة ثم جاءت نسبة إضافة (من ٢٠٠ إلى ٣٠٠ صديق) في المركز الأخير بنسبة (١٧.٣%) من إجمالي العينة، وهو ما يؤكد على اهتمام الجمهور بإضافة الأصدقاء على حساباتهم.
- كما أكدت العديد من الدراسات على أن عدد الأصدقاء على حسابات مواقع التواصل الاجتماعي يعد مؤشراً على كثافة الاستخدام لهذه المواقع من ناحية، ويعد مؤشراً على للعديد من الظواهر المرتبطة بأنشطة الأفراد على هذه المواقع من ناحية أخرى.
- بينت نتائج الدراسة أن أكثر الأنشطة التي يقوم بها أفراد العينة على السناپ شات والفيس بوك هي نشر العديد من القصص والمعلومات المتخصصة في مجال معين حيث بلغت نسبتها ( ٤٨ % ) تلاها متابعة قصص الأصدقاء الشخصية على السناپ شات أو الفيس بوك وذلك بنسبة ( ١٧.٣ % ) وتساوت معها في النسبة القيام بكل الأنشطة بينما جاء في المركز الأخير

القيام بمجموعة أنشطة أخرى كالتصوير، الحصول على بعض المعلومات العامة من المشاهير، و متابعة أهم الأخبار و آراء الناس حولها وذلك بنسبة (٢%) من إجمالي أفراد العينة، وهو ما يدل على وعي الجمهور بما يقوم به من أنشطة أثناء استخدامه لموقعي الفيس بوك والسناپ شات.

• وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين والأنشطة التي يقوموا بها على موقعي السناپ شات / الفيس بوك، حيث بلغت قيمة كا ( 14.571a ) بدرجة حرية ( ٧ ) عند مستوى معنوية ( ٠.٠٤٢ ) وهي قيمة أقل من (٠.٠٥) وهي قيمة دالة إحصائياً وهو ما يدل على تأثير متغير النوع على نوعية الأنشطة التي يقوم بها أفراد العينة أثناء استخدامهم لموقعي الفيس بوك والسناپ شات.

• ارتفاع إدراك الجمهور لمفهوم الخصوصية الرقمية حيث بلغت نسبة المبحوثين اللذين اختاروا فئة (كل ما سبق) والتي تجمع بين المفاهيم المختلفة للخصوصية الرقمية (٥٢.٠%) من إجمالي العينة بينما بلغت نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بعدم معرفتهم بمفهوم الخصوصية الرقمية نسبة ضئيلة بلغت نسبتها (١.٣%) من إجمالي أفراد العينة، كما أثبتت أيضاً النتائج أن بقية أفراد العينة على وعي كامل بمفهوم من مفاهيم الخصوصية الرقمية، وهو ما يؤكد على وعي وإدراك الجمهور لمفهوم الخصوصية الرقمية.

• ارتفاع إدراك الجمهور لصور انتهاك الخصوصية الرقمية حيث بلغت نسبة المبحوثين اللذين اختاروا فئة (كل ما سبق) والتي تجمع بين الصور المختلفة للخصوصية الرقمية (٦٤.٧%) من إجمالي العينة بينما بلغت نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بعدم معرفتهم بصور انتهاك الخصوصية الرقمية نسبة ضئيلة بلغت نسبتها (١.٣%) من إجمالي أفراد العينة، كما أثبتت أيضاً



النتائج أن بقية أفراد العينة على وعي كامل بصورة من صور انتهاك الخصوصية الرقمية، وهو ما يؤكد على وعي وإدراك الجمهور بصور انتهاك الخصوصية الرقمية.

• تفوق الاتجاهات الإيجابية للجمهور في التعامل مع إعدادات الأمان الخاصة بموقعي الفيس بوك والسناپ شات، حيث حصلت عبارة أحرص على التحكم بشكل جيد في إعدادات الأمان الخاصة بي على السناپ شات أو الفيس بوك على أعلى نسبة موافقة لدى أفراد العينة وذلك بنسبة (٤٦%) تلاها وبنسبة متساوية في الموافقة الشديدة عبارتي لقد كنت أعي إعدادات الأمان الخاصة بالسناپ شات / الفيس بوك فور استخدامه، أتابع باستمرار إعدادات الخصوصية الخاصة بي على السناپ شات أو الفيس بوك حيث بلغت النسبة (٣٤.٧%) من إجمالي العينة لكل عبارة، وهو ما يدل على وعي الجمهور بأهمية اتخاذ كافة إجراءات الأمان أثناء التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.

• أكدت نتائج الدراسة على أن النسبة الأعلى لمدى تعرض أفراد العينة لانتهاكات الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناپ شات كانت في صالح عدم التعرض حيث حصل الاختيار لا على أعلى النسب في قياس اتجاهات الجمهور نحو التعرض لانتهاكات الخصوصية فقد جاءت نسبة الإجابة بلا عن العبارة لقد تم تصويري / تصوير أحد أصدقائي أثناء تواجدنا في أحد الأماكن من قبل آخرين ونشر الصورة على حسابهم دون إذن مسبق مني / منهم (٧٤%) من إجمالي أفراد العينة تلاها نسبة الإجابة بلا عن العبارة تعرض أحد أصدقائي لإساءة استخدام البيانات الشخصية المنشورة على السناپ شات أو الفيس بوك والتي بلغت (٧٢%) من إجمالي أفراد العينة، ثم نسبة الإجابة بلا عن العبارة نشرت / نشر أحد أصدقائي

صور أو فيديوهات تسببت لأذى أو حرج لنا أو للآخرين والتي بلغت (٦١.٣%) من إجمالي أفراد العينة، وكذلك ارتفاع نسبة الإجابة بلا لدى أفراد العينة على العبارات التي تعبر عن مدى تعرض الجمهور لانتهاكات الخصوصية المختلفة، وهو ما يتوافق مع النتائج التي أثبتتها الدراسة الراهنة حيث أكدت على وعي الجمهور بأهمية اتخاذ كافة إجراءات الأمان أثناء التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.

- أكدت نتائج الدراسة على حرص أفراد العينة على كتابة أسمائهم الحقيقية وبياناتهم على صفحاتهم على الفيس بوك والسناپ شات أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث حصلت عبارة أكتب اسمي الحقيقي وبياناتي الحقيقية على صفحتي على السناپ شات أو الفيس بوك على أعلى نسبة في الموافقة الشديدة والتي بلغت (٦٤%) من إجمالي العينة.
- كما أكدت نتائج الدراسة على أن أفراد العينة وجدوا أن موقعي الفيس بوك والسناپ شات يتيح لهم أحياناً الفرصة في التعبير عن مشاعرهم وأفكارهم الشخصية وذلك بنسبة (٥٠%) بينما ترى نسبة (٣٥.٣%) من أفراد العينة أنها تتيحها لهم بشكل دائم وذلك في الإجابة على عبارة يتيح لي السناپ شات أو الفيس بوك التعبير عن مشاعري وأفكاري الشخصية بشكل كبير
- أوضحت نتائج الدراسة أيضاً مواظبة نسبة من أفراد العينة في بعض الأحيان على نشر يومياتهم ومشاركة حياتهم الشخصية مع المضافين عندهم بالسناپ شات أو الفيس بوك والتي بلغت (٥٤.٧%) من إجمالي العينة تلاها نسبة من يواظب على نشر اليوميات بشكل دائم وذلك بنسبة (٢٦%) من إجمالي العينة.



- أكدت نتائج الدراسة أيضاً على عدم المتابعة المستمرة ليوميّات مشاهير السناب شات والفيّس بوك ومشاركتها مع أصدقائهم وذلك بنسبة (٤٤.٧%) تلاها المتابعة أحياناً وذلك بنسبة (٣٦.٧%) ثم المتابعة الدائمة وذلك بنسبة (١٨.٧%) من إجمالي أفراد العينة.
- بينت نتائج الدراسة على استخدام خاصية (القصة الخاصة) أحياناً لدى بعض أفراد العينة وذلك بنسبة (٤٨.٧%) تلاها الحرص الدائم لدى بعض أفراد العينة على خاصية القصة الخاصة وذلك بنسبة (٢٦.٧%)، تلاها عدم استخدام الخاصية لدى نسبة (٢٤.٧%) من إجمالي أفراد العينة.
- عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (ذكر-أنثى) وطبيعة استخدامهم لموقعي الفيس بوك والسناب شات، حيث كانت قيمة مستوى المعنوية أكبر من (٠.٠٥) وهي قيمة غير دالة إحصائياً، باستثناء عبارتين وجد علاقة دالة إحصائية بينهما وبين نوع المبحوثين وارتفعت فيها نسبة الإناث عن الذكور في الاستخدام المنتظم والدائم وهما:
 

يتيح لي السناب شات أو الفيس بوك التعبير عن مشاعري وأفكاري الشخصية بشكل كبير، حيث بلغت قيمة كآ<sup>٢</sup> (13.715a) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٠١) و عبارة أتابع باستمرار يوميّات مشاهير السناب شات أو الفيس بوك وأشارك يوميّاتهم مع الأصدقاء حيث بلغت قيمة كآ<sup>٢</sup> (8.508a) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١٤).
- ارتفاع إدراك الجمهور بأسباب انتهاك الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناب شات حيث بلغت نسبة المبحوثين اللذين اختاروا فئة (كل ماسبق) والتي تجمع الأسباب المختلفة لانتهاك الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٦٣.٣%) من إجمالي العينة، كما أثبتت أيضاً النتائج أن

بقية أفراد العينة على وعي كامل بسبب من أسباب انتهاك الخصوصية، حيث جاءت عدم معرفة الشخص بقواعد وإجراءات الأمان المختلفة الواجب اتباعها عند استخدام السنااب شات / الفيس بوك في المركز الثاني كسبب من أسباب انتهاك الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسنااب شات وذلك بنسبة (١٢.٧%) ، تلاها تأثير الأقران حيث يشجع الأصدقاء بعضهم البعض على مشاركة تفاصيل حياتهم الشخصية بشكل يومي على السنااب شات / الفيس بوك وذلك بنسبة (٩.٣%) من إجمالي أفراد العينة، وهو ما يؤكد على وعي وإدراك الجمهور بأسباب انتهاك الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين (مصري-غير مصري) واتجاهاتهم نحو أسباب انتهاك الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسنااب شات، حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> (10.189a) بدرجة حرية (٥) عند مستوى معنوية (٠.٠٧٠) وهي قيمة أكبر من (٠.٠٥) وهي قيمة غير دالة إحصائياً وهو ما يدل على عدم تأثير متغير جنسية المبحوثين على اتجاهاتهم نحو أسباب انتهاك الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- أكدت نتائج الدراسة على ارتفاع نسبة تأييد الجمهور للعبارات التي تعبر عن المخاطر التي يتسبب فيها انتهاك الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسنااب شات واتجاهاتهم نحوها، حيث جاءت نسبة تأييد الجمهور لعبارة تصوير الأشخاص ونشر صورهم دون علمهم قد يوقعهم في العديد من المشاكل في مقدمة العبارات التي تمثل أحد مخاطر انتهاك الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة (٨٢.٧%)، تلاها تأييد الجمهور لعبارة يجب الحذر من نشر تفاصيل الحياة الشخصية عبر السنااب شات أو الفيس بوك حتى وإن كانت للأصدقاء فقط وذلك بنسبة (٨٠%)، ثم تأييدهم





عبارة نشر معلومات شخصية عن بعض الأشخاص على السناوب شات أو الفيس بوك قد يلحق به الضرر وذلك بنسبة (٧٩.٣%)، تلاها تأييد الجمهور لعبارة تنشر عدد من صفحات السناوب شات / الفيس بوك العديد من الشائعات عن المشاهير وغيرهم وذلك بنسبة (٧٤.٧%)، ثم التأييد لعبارة تنتج جرائم انتهاك الخصوصية عبر السناوب شات أو الفيس بوك من تساهل الأشخاص بنشر تفاصيل حياتهم بشكل يومي وذلك بنسبة (٧٣.٣%)، بينما جاءت عبارة تستغل بعض صفحات السناوب شات / الفيس بوك في عرض محتوى إباحي وغير أخلاقي في المركز الأخير من بين العبارات التي يؤيدها أفراد العينة ويعتبرها أحد المخاطر التي تتسبب فيها انتهاك الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناوب شات وذلك بنسبة (٦٤.٧%) من إجمالي أفراد العينة، وهو ما يؤكد على وعي الجمهور بمخاطر انتهاك الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- أكدت نتائج الدراسة على تفوق الاتجاهات الإيجابية للجمهور نحو موقعي السناوب شات والفيس بوك وذلك على النحو الآتي:

- حصلت العبارة يعد السناوب شات / الفيس بوك مدخلًا خصبًا لانتهاك الخصوصية الرقمية للأشخاص على المركز الأول في اتجاه الموافقة بشدة لدى الجمهور بنسبة (٣٢%) وعلى المركز الثالث في اتجاه الموافقة وذلك بنسبة (٣٣.٣%) من إجمالي العينة.

- حصلت العبارة يعد تطبيق السناوب شات / الفيس بوك التطبيق الأنسب لنشر اليوميات ومشاركتها مع الآخرين على المركز الأول في اتجاه الموافقة لدى الجمهور بنسبة (٤٠%) وعلى المركز الرابع في اتجاه الموافقة بشدة وذلك بنسبة (٢٢%) من إجمالي العينة.

- بينما حصلت العبارة يوفر تطبيق السناپ شات / الفيس بوك الأمان الكامل لمستخدميه على المركز الأخير في اتجاهي الموافقة بشدة والموافقة لدى الجمهور وذلك بنسبة (١٤%) في الموافقة بشدة، (١٩.٣%) في الموافقة.

وهو ما يؤكد على الاتجاهات الإيجابية والتمثلة في الموافقة بشدة والموافقة على العبارات التي تمثل قياساً لاتجاهات الجمهور نحو مواقع التواصل الاجتماعي والتمثلة في السناپ شات والفيس بوك.

• تعرض نسبة قليلة من أفراد العينة لموقف من مواقف انتهاكات الخصوصية على موقعي السناپ شات والفيس بوك وذلك بنسبة (٣٣.٣%) من إجمالي العينة.

• أن أكثر أفراد العينة ممن أجابوا بنعم لتعرضهم لمواقف انتهاكات الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناپ شات قد أوضحوا أنهم قد تعرضوا لكل مواقف انتهاكات الخصوصية المذكورة وذلك بنسبة (٨٢%)، كما أوضحت بقية النسب تعرض المبحوثين لموقف من مواقف انتهاك الخصوصية، بينما عبر (٦%) من إجمالي العينة عن تعرضهم لبعض المواقف الأخرى التي تمثل انتهاكاً للخصوصية كاختراق الخصوصية من خلال محاولة التواصل مع أسرة الشخص والمضامين على صفحته، أخذ منشور بدون إذنه، وهو ما يؤكد على وعي وإدراك الجمهور بالمواقف التي تمثل انتهاكاً للخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

• ارتفاع إدراك الجمهور بكيفية التعامل مع المواقف التي تمثل انتهاكاً للخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناپ شات، حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين اختاروا فئة ( كل ماسبق) والتي تجمع بين ردود الأفعال المختلفة تجاه مواقف انتهاك الخصوصية (٦٨.٧%) من إجمالي العينة، كما



أثبتت أيضاً النتائج أن بقية أفراد العينة على وعي كامل بكيفية التعامل مع هذه المواقف، كما أوضحت نسبة (٠.٧%) من إجمالي العينة عن عدم إضافتها لأي شخص لا تعرفه في قائمة الأصدقاء كرد فعل تتخذه تجاه مواقف انتهاك الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- بينت نتائج الدراسة وعي الجمهور بأسباب استمرار انتهاك الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناپ شات حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين اختاروا فئة (كل ماسبق) والتي تجمع بين الأسباب المختلفة انتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات والفيس بوك (٦٥.٣%) من إجمالي العينة، كما أثبتت أيضاً النتائج أن بقية أفراد العينة على وعي كامل بسبب من أسباب استمرار انتهاك الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- بينت نتائج الدراسة وعي الجمهور بالإجراءات الواجب اتباعها للحد من انتهاك الخصوصية عبر موقعي الفيس بوك والسناپ شات حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين اختاروا فئة (كل ماسبق) والتي تجمع بين الأسباب المختلفة انتهاك الخصوصية عبر موقعي السناپ شات والفيس بوك (٧٠.٧%) من إجمالي العينة، كما أثبتت أيضاً النتائج أن بقية أفراد العينة على وعي كامل بإجراء من إجراءات الحد من انتهاك الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- لمعرفة الفروق بين الجنسيات المختلفة للمبحوثين واتجاهاتهم نحو انتهاك الخصوصية عبر تطبيقَي السناپ شات / الفيس بوك تم إجراء اختبار One Way Anova بينت نتائج الدراسة الآتي:

الاتجاه نحو ردود الأفعال تجاه الموقف/ المواقف التي تمثل انتهاك الخصوصية عبر تطبيقَي السناپ شات / الفيس بوك : عدم وجود فروق دالة إحصائية بين جنسية



المبحوثين واتجاهاتهم نحو ردود أفعالهم تجاه الموقف / المواقف التي تمثل انتهاك الخصوصية عبر تطبيقي السناب شات / الفيس بوك وهو ما توضحه قيمة مستوى المعنوية والتي جاءت (٠.٦٧١) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

الاتجاه نحو أسباب استمرار انتهاك الخصوصية عبر تطبيقي السناب شات / الفيس بوك عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين واتجاهاتهم نحو أسباب استمرار انتهاك الخصوصية عبر تطبيقي السناب شات / الفيس بوك وهو ما توضحه قيمة مستوى المعنوية والتي جاءت (٠.٩١٠) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

الاتجاه نحو الإجراءات الواجب اتباعها للحد من انتهاك الخصوصية عبر تطبيقي السناب شات / الفيس بوك عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين واتجاهاتهم نحو الإجراءات الواجب اتباعها للحد من انتهاك الخصوصية عبر تطبيقي السناب شات / الفيس بوك وهو ما توضحه قيمة مستوى المعنوية والتي جاءت (٠.١٧٦) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

## توصيات الدراسة:

ومن خلال ما سبق توصي الدراسة بالآتي: -

١ - سن قوانين ومواثيق إعلامية جديدة تتناسب مع ما وصلت إليه وسائل الإعلام الجديد من تطور.

٢ - على الدول اتخاذ الإجراءات التي تحمي خصوصية مجتمعاتها وأفرادها من انتهاكات الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها السناب شات / الفيس بوك.



٣ - العمل على تكثيف الحملات الإعلامية التي تهدف إلى التعريف بالخصوصية الرقمية وسبل مواجهة استمرار انتهاكات الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها الفيس بوك والسناپ شات.

## قائمة المراجع :

### أولاً : المراجع العربية

١. أحمد بن مرسل: " مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال "، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ٢٠٠٣.
٢. أشرف جابر سيد & خالد بن عبد الله الشافي: " حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة انتهاك الخصوصية في موقع فيس بوك: دراسة مقارنة في ضوء النظام السعودي"، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة حلوان، جمهورية مصر العربية، ٢٠١٣.
٣. أمجد عمر عصفوري: " الشباب الأردني وانتهاك خصوصية الآخرين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية" مجلة أنساق، دار نشر جامعة قطر، المجلد ٠٣، العدد ٠٢، ٢٠١٩.
٤. إيان كريب: ترجمة محمد حسين غلوم، مراجعة محمد عصفور: النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابرماس، سلسلة عالم المعرفة، العدد (٢٤٤)، الكويت، ١٩٩٩.
٥. بشير العلاق: " نظريات الاتصال: مدخل متكامل " الطبعة الأولى، عمان، الأردن، دار اليازوري العلمية، ٢٠١٠.
٦. خلفان الناصري: " مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في الحقوق الرقمية لدى طلبة التعليم ما بعد الأساسي (١١-١٢) بمدارس سلطنة عمان "، وزارة التربية والتعليم، سلطنة عمان، ٢٠١٩.



٧. رائد محمد النمر: " حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على ضوء التشريعات في مملكة البحرين"، بحث منشور في كتاب أعمال المؤتمر الدولي المحكم حول الخصوصية في مجتمع المعلوماتية، العام ٧، العدد ٢٦، ٢٠١٩، طرابلس، لبنان.
٨. سالي سعد جودة إبراهيم: دور المعلوماتية في التسويق السياحي لمصر الفيس بوك نموذجاً، بحث منشور في مجلة البحث العلمي في الآداب، المجلد الرابع، العدد العشرون، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، القاهرة، جمهورية مصر العربية، ٢٠١٩.
٩. عبد الأمير الفيصل، إسراء هاشم: " انتهاك الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي"، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي، المجلد ٩، العدد ٣٦، ٢٠١٧.
١٠. عبد الباسط عبد المعطي: في النظرية المعاصرة لعلم الاجتماع، ب.د.ن، القاهرة، ٢٠٠١.
١١. عبد الحليم موسى، مصطفى عوض: " دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتهاك خصوصية وحريات المستخدمين: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي السعودي"، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد ٠٨، العدد ٤١، ٢٠١٤.
١٢. عبد النبي الطيب، فاطمة الزهراء: اتجاهات الشباب السوداني نحو استغلال وسائل التواصل الاجتماعي في انتهاك خصوصية الأفراد، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد الخامس، العدد الثالث، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، ٢٠١٨.
١٣. عبير محمد، سماح عيد: " إيمان الطلاب على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالأمن النفسي والتورط في الجرائم السيبرانية"، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد ٦، العدد ٢، ٢٠١٩.



١٤. غادة صلاح الدين النشار: إدارة الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقع فيسبوك، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد ٠٦، العدد ١٤، ٢٠١٨.
١٥. فاطمة الزهراء، حنان بوطر: " انتهاك الخصوصية بالفضاء الإلكتروني - الواقع والتحديات"، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، المجلد ١٣، العدد ٢، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، ٢٠٢٠.
١٦. مارك بالنافاز، وآخرون، ترجمة: عاطف حطبية، مراجعة: منال أبو الحسن: " نظريات ومناهج الإعلام"، الطبعة الأولى، مصر، دار النشر للجامعات، ٢٠١٧.
١٧. محمد سامي: " اعتماد المراهقين على الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في توعيتهم بمخاطر انتهاك الخصوصية على شبكة الإنترنت"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد ١٨، العدد ٤، ٢٠١٩.
١٨. محمد عبد الحميد: " الاتصال والإعلام على شبكات الإنترنت" الطبعة الثالثة، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٩.
١٩. محمود اسماعيل: " مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير"، الطبعة الأولى، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣.
٢٠. مصطفى علي سيد: " الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والاشباع"، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد (٢٣)، يوليو ٢٠١٩.
٢١. هند مختار، هبة نور الدين: " أثر وسائل التواصل الاجتماعي على النسق القيمي للشباب الريفي الجامعي" مجلة الإسكندرية للتبادل العلمي، المجلد ٤٢، العدد ٢، الإسكندرية، مصر، ٢٠٢١.



### ثانياً : المراجع الأجنبية

1. Grishma R.Pardeshi. "A Critical Review of Detection of Privacy Violation in Online Social Network". International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET), 2016, Vol.03, Issue.12.
2. Hiremath Veerabasayya Rudrayya: Uses and Gratification of Internet among College Students: A Study in Karnataka State, Doctor of Philosophy in Communication and Journalism, University of Mysore, Karnataka, India, March 2013.
3. Hongliang Chen, Christopher E. Beaudoin, and Traci Hong . Protecting Oneself Online: The Effects of Negative Privacy Experiences, on Privacy Protective Behaviors, Journalism & Mass Communication Quarterly, 2016, Vol. 93(2).
4. Katharine Sarikakis & Lisa Winter. "Social Media Users' Legal Consciousness about Privacy". Social Media & Society, 2017.
5. Madan Lal Bhasin., " Challenge of guarding online privacy: role of privacy seals, government regulations and technological solutions", Social'no-ekonomični Problemì i Deržava, 15 (02), 2016.

### ثالثاً: مراجع الانترنت

- ١ راند محمد فليح النمر ( : " حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على ضوء التشريعات في مملكة البحرين " ، @ available on line <https://cutt.us/NW8z9> , access on 20-07-2021
- 2 ربيعة ميمون ( : " انتهاك الخصوصية على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك دراسة ميدانية لعينة من تلاميذ ثانويات بمدينة المسيلة " available (2019) , on line @ <http://dspace.univ-msila.dz:8080/xmlui/handle/123456789/17130>, access on 29-06-2021.





- 3 مركز القرار للدراسات الإعلامية ( ) : " مشاهير " سناب شات " في السعودية المصادقية والتأثير : دراسة تحليلية " ، @ available on line ، access on <https://alqarar.sa/1410> ، ٢٩ -5-2021.
- 4 محمد عيد عبد الهادي القحطاني ( ) : " حماية الخصوصية الشخصية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي " @ available on line (2015) ، <https://repository.nauss.edu.sa/handle/123456789/62524> ، access on ٢٩ -06-2021.
- 5 مهند حميد ( " مظاهر إدمان الشباب على استخدامات وسائل الإعلام الجديد " ، Journal of Al-Frahedis Arts, Vol (12) , Issue (42), Part I, 2020, pp (463-488), available on line @ <http://www.jaa.tu.edu.iq> ، access on ٢٩ -06-2021.
- 6 ) kaspersky report ، "The true value of digital privacy: are consumers selling themselves short?"، available on line @ <https://www.kaspersky.com/blog/privacy-report-2019/> ، access on 15-07-2021. 7 ) The Kaspersky Lab Global Privacy Report(2019)." The true value of digital privacy: are consumers selling themselves short?"، available on line@ <https://www.kaspersky.com/blog/privacy-report-2019/> ، access on 29-5-2021.