

# استخدام تقنية التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بخصوصية المستخدم في مصر دراسة ميدانية

د. نهله زيدان الحوراني •

## الملخص:

يعد التلقين التلقائي أداة تكنولوجية على محادثات مواقع التواصل الاجتماعي تعمل بشكل آلي على حجب مضامين معينة والتوصية بأخرى للمستخدم، بناء على سياسة الموقع الإلكتروني الذي تتبعه المحادثة. يتعرض مستخدمو برامج محادثات التواصل الاجتماعي لمظاهر التلقين التلقائي، وتوجهها لهم الجهات المسؤولة عن تدفق المضمون عبر تلك المحادثات، مما يجعل هؤلاء المسؤولين فعليًا "حراس بوابة رقميون" يمارسون دورهم وفق معايير معينة. ينعكس ذلك بدوره على خصوصية مستخدمي برامج المحادثات، إذ يقوم حارس البوابة بحجب بعض المضامين، ويعمل على توجيهه بشكل مباشر أو غير مباشر نحو التعرض لأخرى أو تجنب الثالثة. بناء على ما سبق عملت هذه الدراسة على التعرف على العلاقة بين استخدام تقنية التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصية المستخدم في مصر، إذ أنها علاقة لها طابع خاص ولها تأثيراتها المختلفة على الخصوصية أيضًا. جمعت بيانات الدراسة من عينة قوامها 410 مفردة من مستخدمي برامج محادثات مواقع التواصل الاجتماعي في مصر. توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين يجدون الحد الأدنى مما يطمحون له في الاحتمالات التي تقدمها المحادثات، إلا أنهم شعروا أن تقنية التلقين التلقائي تهدد خصوصيتهم في معظم الحالات.

**الكلمات المفتاحية:** التلقين التلقائي، التواصل الاجتماعي، برامج المحادثات الإلكترونية، الخصوصية، حارس البوابة الرقمي.

• أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب، جامعة المنصورة.

## The Use of Auto-Indoctrination Technology in Social Media Conversations and its Relationship to User Privacy in Egypt.

### Field Study

Nahla Zidan ElHourani♦

#### Abstract:

The Auto-Indoctrination is a technological tool on the social media conversations that automatically blocks certain contents and recommends others to the user, Based on the policy of the website that the conversation belongs to. Users of Social media conversations programs are subjects to manifestations of Auto-Indoctrination that are directed to them by the authorities responsible for the flow of content through those conversations. Which makes these officials "Digital Gatekeepers" exercising their role according to certain standers. This is reflected to the privacy of conversation program users, as the gatekeeper blocks some contents and recommend some contents, directly or indirectly, towards exposure to others or avoiding a third. Based on the forgoing, this study worked to identify the relationship between the use of auto-Indoctrination technology in social media conversation and user privacy in Egypt, as it is a special relationship and has different effects on privacy as well. The data of the study were collected from a sample consists of 410 Egyptian adults using social media conversations programs. The study results found that, the respondents find the minimum level of what they aspire to in the possibilities offered by the conversations, but they found that the auto-Indoctrination technique threatens their privacy in the most of the time.

**Key Words:** auto-Indoctrination, Social Media, E-Conversations program, Privacy, Digital gatekeepers.

---

♦ Associated Professor of Public Relations and Advertisement in Department of Mass Communication, Faculty of Arts, Mansoura University.  
E=Mal: nahlazidan1@hotmail.com

## المقدمة:

يعد التلقين التلقائي أحد أدوات السيطرة على المضمون المتدفق عبر الإنترنت في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي. فهي أداة تكنولوجية تعمل بشكل آلي على حجب مضامين معينة والتوصية بأخرى للمستخدم، بناء على سياسة الموقع الإلكتروني الذي تتبعه المحادثة، أو بناء على اختيارات معينة طالب المستخدم بتطبيقها. مثل حجب الرسائل من أشخاص ينتمون لمجموعات معينة أو تم الإبلاغ عن خطورتهم أو هم دون السن القانونية لبعض أنواع المحادثات. يتم ذلك بشكل تلقائي أحياناً، ودون استشارة المستخدم مما يسبب له ما يعرف باضطراب الحدود بين ما يعتبره خاصاً لا يريد الكشف عنه، وما يعتبره عاماً يمكن للجميع أن يعرفه عنه.

أشار تقرير «موقف السوشيال ميديا بالشرق الأوسط 2021» الصادر عن مؤسسة Crowd Analyzer ، في مايو 2021م إلى أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدم في المحادثات في مصر هي على الترتيب: ( Whats App ثم Face book ثم Messenger ثم Viber ثم Telegram )<sup>1</sup>. وتمثلت مظاهر التلقين التلقائي المنتشرة بين المستخدمين في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي فيما يأتي:

### أولاً: مظاهر التلقين التلقائي الحاسمة<sup>2</sup> :

- 1- قطع الحديث بحجب المحادثة فجأة.
- 2- قطع الحديث بحجب المتحدث فجأة.
- 3- عدم السماح بالوصول للمتحدث من البداية.

### ثانياً: مظاهر التوجيه المباشر للتلقين التلقائي<sup>3</sup> :

- 1- رسائل التوصية بعدم التواصل مع أشخاص بعينهم.
- 2- التحذير من تبادل بعض المصطلحات أو الصور أو الرسائل أثناء المحادثة.
- 3- التحذير من التواصل مع بعض الأشخاص.
- 4- التوصية بالتواصل مع بعض الأشخاص.
- 5- التوصية باستخدام بعض المنتجات التي تدعم المحادثة.
- 6- حذف الرسائل أو إبطال إمكانية فتحها بعد فترة للمتحدثين.

### ثالثاً: مظاهر التوجيه الغير مباشر للتلقين التلقائي<sup>4</sup> :

- 1- إظهار علامة خاصة تدل على وضع المتحدث على موقع التواصل (أي إذا ما كان يملك عددًا كبيراً من الأصدقاء أو هو شخصية عامة أو غير ذلك).

2- إرسال رسائل على البريد الإلكتروني، وليس موقع المحادثة، بتحذيرات أو توصيات لكل ما سبق.

3- إرسال رسائل على الهاتف المحمول، وليس موقع المحادثة، بتحذيرات أو توصيات لكل ما سبق.

يتعرض مستخدمو برامج محادثات التواصل الاجتماعي لمظاهر التلقين التلقائي، وتوجهها لهم الجهات المسؤولة عن تدفق المضمون عبر تلك المحادثات، مما يجعل هؤلاء المسؤولين فعليًا "حراس بوابة رقميون" يمارسون دورهم وفق معايير معينة. ينعكس ذلك بدوره على خصوصية مستخدمو برامج المحادثات، إذ يقوم حارس البوابة بحجب بعض المضامين، ويعمل على توجيه المستخدم بشكل مباشر أو غير مباشر نحو التعرض لمضامين أخرى أو تجنب مضامين ثالثة. بناء على ما سبق عملت هذه الدراسة على التعرف على العلاقة بين استخدام تقنية التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصية المستخدم في مصر، إذ أنها علاقة لها طابع خاص، ولها تأثيراتها المختلفة على الخصوصية أيضًا.

#### الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة التي أمكن التوصل إليها في مجال الدراسة الحالية إلى محورين، من أجل عرضها بشكل أفضل، وذلك على النحو الآتي:

#### المحور الأول: الدراسات التي تناولت تقنيات المحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي:

ازدهرت هذه الدراسات مع بدايات النصف الثاني من العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين، إذ ازدهر إلى حد كبير استخدام المحادثات على الإنترنت وكذلك تطبيقاتها، وبالتالي ظهر مع ذلك ضرورة دراسة هذا الاستخدام بتقنياته التي تطورت إلى حد كبير. وكانت بداية هذه الدراسة مراجعات أدبية لطبيعة هذا الاستخدام وفق رؤى التراث البحثي المتوفر. إذ اعتمد عدد ليس بالقليل من دراسات هذا المحور في أعوام 2015م و2016م و2017م على منهج المسح من أجل مسح الأدبيات العلمية المتوفرة في هذا المجال، وظهر الاعتماد على إطار نظري غير منتشر في كثير من الأحيان، توصلت هذه الدراسات إلى أن البرامج التي استخدمت في المحادثات كانت تعتمد على جانبين، أحدهما يتحكم فيه المستخدم بشكل كامل وتراوح ما بين 80% و65% من المحادثة إجمالاً، أما الجانب الآخر فتمثل في التحكم والمراقبة الآلية من قبل موقع التواصل الاجتماعي، ومن ذلك أدوات التلقين التلقائي، كما أشارت لذلك دراسة كل من Bogdan Batrinca و Philip C. Treleven<sup>5</sup> عام 2015م، وتوصلت الدراسات في هذا الصدد أيضًا إلى أن تحليل المحادثات تأثر بتزامن تلك المحادثات وأثره على انتباه المستخدمين والتقنيات المستخدمة لتفعيل مزايا المحادثات وحل مشكلاتها، ومنها التلقين التلقائي الذي مثل في بعض الحالات ضغطًا سلبيًا على

المحادثة، كما أشارت لذلك دراسة كل من Amber N. و Trena M. Paulus و Warren و Jessica Nina Laster<sup>6</sup> عام 2016م، وانتهت الدراسات في هذا الصدد كذلك إلى أن التفاعل كان كبيراً من خلال عدد من تقنيات التفاعل عبر المحادثات، ومنها التوجيه الانتقائي المباشر وغير المباشر ثم التلقين التلقائي، كما وُجد في دراسة كل من Alfonso Javier Garcia و Facundo Froment و M. Rocio Bohorqez و Gonzalez<sup>7</sup> عام 2017م.

ثم توجهت دراسات المحور الأول للدراسات السابقة نحو دراسة عواقب تطبيق تقنيات مختلفة في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي كنتيجة لتعدد وتطور وتزايد استخدام هذه التقنيات، إلا أن الأطر النظرية لتحليل المحادثات بدأت في الانتشار داخل تلك الدراسات. اعتمدت هذه الدراسات على منهج المسح وتوصلت إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المدفوع أدى للابتكار في جوانب تنظيمية، واعتمد في جانب كبير منه على المحادثات المباشرة بين الشركة والعملاء، وكانت تقنيات التوجيه الضمني، والتلقين المباشر من أكبر التحديات التي واجهتها الشركات، لأنها كانت تصرف العملاء عنهم في بعض الأحيان، كما أشارت لذلك دراسة Jiwat و Ram و Siqui Lui<sup>8</sup> عام 2018م، وتوصلت الدراسات في هذا الصدد أيضاً إلى أن تحليل المحادثات يتطلب هياكل بناء الأدوار، وبناء تبادلات في الأدوار يساعد في إحكامها التلقين التلقائي وأدوات المساعدة الآلية المتاحة في كثير من الأحيان، مثل ما وُجد في دراسة Aurelius R. L. Teluma<sup>9</sup> عام 2019م، وانتهت الدراسات في هذا الحقل كذلك إلى أن التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي بلغ درجة كبيرة على المحادثات، إلا أن بعض التقنيات كانت تقلل من مقداره ومنها التلقين التلقائي، مثل ما توصلت إليه دراسة Matteo Farina<sup>10</sup> عام 2020م، وأن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها تأثيراً كبيراً في تفاعل المستخدمين بالاعتماد على عدد من تقنيات التعليم التعاوني في المحادثات، من ضمنها المعلومات الضمنية والتلقين التلقائي، كما أشارت لذلك دراسة كل من Nawab Ali و Jamal Abdul Nasir Ansari و Khan<sup>11</sup> عام 2020م، وتوصلت الدراسات في هذا الصدد بالإضافة لما سبق إلى أن أدوات الاتصال والمحادثة على مواقع التواصل الاجتماعي تمتعت بأهمية استراتيجية انطلاقاً من مبدأ ثقافة العلاقة، إذ أن الأدوات استطاعت أن تحفظ الاتصال من الكثير من التهديدات اعتماداً على تقنيات مثل التلقين التلقائي والتذكير الضمني، مثل ما أشارت إليه دراسة كل من Sara Fraccastoro و Mika Gabrielsson و Ellen و Bolman Pullins<sup>12</sup> عام 2021م.

**المحور الثاني: الدراسات التي تناولت خصوصية المستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي:**

تزايد في هذه الدراسات مع بدايات النصف الثاني من العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين ربط الخصوصية بالأمن، إذ تناسب ذلك مع تصاعد الاتجاه نحو إجراءات وموثيق اتفاقيات الأمن على مواقع محادثات التواصل الاجتماعي، تلاحظ

ذلك في عدد ليس بالقليل من الدراسات التي نشرت في أعوام 2015م و2016م و2017م. اعتمدت هذه الدراسات كلها على منهج المسح ، وقل فيها استخدام الأطر النظرية في غالبية الأحوال، إلا ما ندر منها الذي استخدم أصحابه كلاً من نظرية التبادل الاجتماعي ونموذج TAM ، مثل دراسة كل من Anil و Ashish Gupta و Dhami<sup>13</sup> عام 2015م، وهذه الدراسة هي الدراسة الوحيدة التي اعتمدت المنهج التجريبي في مجموعة تلك الدراسات. وتوصلت تلك الدراسات إلى أن المستخدمين الذين يتحكمون في تدفق المعلومات على صفحات Face Book الخاصة بهم، أو يشعرون بأن استخدام الإنترنت آمن، يتفون في موقع التواصل الاجتماعي، كما توصلت الدراسات في هذا الصدد إلى أن مخاوف الخصوصية لدى المستخدمين قليلة مع أن إجراءات الحفاظ على الخصوصية غير كافية لحمايتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وأن نسبة غير قليلة من المستخدمين يعانون من ندرة في التحسينات التقنية التي تزيد من حمايتهم حال وجودها، مثل ما وجد في دراسة كل من Kumar و N Senthil و K. Saravanakumar و K. Deepa<sup>14</sup> عام 2016م، أن خصوصيات مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي أخذة في التآكل بقوة، وتتأرجح بين الانتهاك والاختراق لفائدة هذه المواقع الاقتصادية، والتي تتمثل في استغلالها في الإعلان والتسويق، وتتعداها إلى جوانب أمنية أخرى، كما أشارت لذلك دراسة تومي فضيلة<sup>15</sup> عام 2017م.

اتجه الكثير من دراسات هذا المحور مع عام 2018 م إلى دراسة سبل تطبيقية لحماية خصوصية المستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي، تزامن ذلك مع تصاعد وتنوع المخاطر التي تتعرض لها تلك الخصوصية، واعتمدت هذه الدراسات كلها على منهج المسح وندر فيها استخدام إطار نظري لها. توصلت هذه الدراسات إلى أن القضاء اعترف بوجود موافقة ضمنية من جانب بعض الأشخاص إزاء النشر بدون الحصول على إذن صريح من جانبهم، مما يمثل خطورة على الخصوصية، كما أشارت لذلك دراسة أحمد محمد المعداوي<sup>16</sup> عام 2018م، كما توصلت الدراسات في هذا الصدد إلى أن معتقدات الأشخاص الذين يشعرون بالخطر على مواقع التواصل الاجتماعي تتأثر بثلاثة مخاوف تتعلق بخصوصية وسائل التواصل الاجتماعي هي: (التجمع، والوقوع في أخطاء غير مقصودة، والوعي بالخطر) مثل ما توصلت له دراسة كل من Joanna و Alex Koohang و Johnathan Yerby و Paliszkievicz<sup>17</sup> عام 2019م، ورأت الدراسات في هذا الحقل أن المحادثات مع الروبوت هي أكثر حفاظاً على الخصوصية من حيث أن فقد المعلومات الخاصة يكون أقل عبر تطبيقات أكثر أماناً، أو استخدام روبوت مدرب على ذلك، كما ظهر في دراسة Debmalya Biswas وزملائها<sup>18</sup> عام 2020م، وأن مشكلات الإنترنت الأكثر إيذاء للمستخدمين تعلقت بحياة المؤلف على المواقع وسماته وأنظمة التوصية والخصوصية المتعامل بها على تلك المواقع، كما أشارت لذلك دراسة كل من Huan Liu و Ghazaleh Beigi<sup>19</sup> عام 2020م، وأن المستخدمين لا يتمتعون

بالخصوصية التي ترضيهم على مواقع التواصل الاجتماعي في معظم الأحوال، وتمثلت أهم المخاطر التي تهدد تلك الخصوصية لديهم في الحظر، ومخاطر التصميم، والتدفقات الضمنية للمعلومات، كما وُجد في دراسة Sakshi Rewaria<sup>20</sup> عام 2021.

### التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الإفادة منها:

1- **من حيث مناهج البحث المستخدمة:** استخدمت جميع الدراسات منهج المسح، ويتضح من الدراسات السابقة أن منهج المسح لائمه التعرف على استخدامات المبحوثين مسحبًا فيما يخص تعاملهم مع تقنيات المحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي، وظروف الخصوصية التي يتمتعون بها على تلك المواقع.

بناءً على ما سبق اعتمدت الدراسة الحالية منهج المسح إذ أنها تدور في فلك التعرف على التعامل مع تقنية التلقين التلقائي على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بخصوصية مستخدمي تلك المواقع.

2- **من حيث الأطر النظرية المستخدمة:** لم يستخدم معظم الدراسات السابقة إطارًا نظريًا يحكم إجراء الدراسة. إذ رأى عدد من هذه الدراسات أنه يدرس ظروفًا حديثة لها طابع جديد يستطلعها مثل دراسة كل من K. و Kumar N Senthil و Saravanakumar و K. Deepa<sup>21</sup>. إلا أن بعض الدراسات استخدمت إطارًا نظرية تعتمد على أسلوب تحليل المحادثات وفقًا لإطار نظرية معين، مثل دراسة Aurelius R. L. Teluma<sup>22</sup>.

بناءً على ما سبق تم اعتماد كل من: نظرية حارس البوابة الرقمي، ونظرية إدارة خصوصية الاتصال، ومنطق الاحتمالات للذكاء الاصطناعي متكاملين كإطار نظري للدراسة الحالية، إذ أن هذا الإطار النظري مثل قاعدة تمكن من تفسير تعامل المبحوثين مع التلقين التلقائي كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تمر بعدد من حراس البوابات حتى تصل لمستخدم يريد استخدام التلقين للحفاظ على خصوصيته على مواقع التواصل الاجتماعي. هذا الإطار النظري استفاد من تعامل الدراسات السابقة مع أطر نظرية لتحليل محادثات مواقع التواصل الاجتماعي.

3- **من حيث الموضوعات:** تنوعت موضوعات المحاور الأولى للدراسات السابقة بين تحليل المحادثات على الإنترنت مثل دراسة Aurelius R. L. Teluma<sup>23</sup>، وبين الاستخدام المتكامل للمحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي مثل دراسة كل من Sara Fraccastoro و Mika Gabrielsson و Ellen Bolman و Pullins<sup>24</sup>، بينما تنوعت موضوعات المحاور الثاني من محاور الدراسات السابقة بين استخدام تقنيات أيديولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالخصوصية مثل دراسة تومي فضيلة<sup>25</sup>، وتعامل المستخدمين مع تهديدات

خصوصيتهم على تلك المواقع مثل دراسة كل من Johnathan Yerby و Alex Koohang و Joanna Paliszkievicz<sup>26</sup>.

بناءً على ما سبق تم اختيار موضوع الدراسة الحالية بحيث يدرس تقنية هامة من تقنيات المحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي، التي تم التساؤل حول تأثيرها وهي تقنية التلقين التلقائي، وتدرس الدراسة تأثيرها على خصوصية المستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي.

### مشكلة الدراسة:

تعد المحادثات الإلكترونية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي أحد أشكال التواصل المميزة، ويعبرها المستخدمون اتصالاً خاصاً يحمل خصوصية لا يمكن معها أن يطلع عليه إلا أطراف المحادثة أنفسهم أو من يسمحون له بذلك. بناءً على ذلك تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بعدد من إجراءات التلقين ترى أنها تتناسب مع اتفاقية الخصوصية التي يوافق عليها المستخدم سلفاً حين يملك حساباً على صفحات تلك المواقع.

يعني هذا التلقين، الذي يُسمى تقنياً بـ "التلقين التلقائي"، أن يقوم برنامجاً آلياً أو أكثر يختاره الموقع بتوجيه إشارات تلقينية للمتلقين حول أطراف وأشكال ومضمون المحتوى الموصى بهم أو المحذر منهم بطرق مختلفة. تبدأ هذه الأشكال بمجرد الإشارات التي قد تصاحب ظهور اسم المستخدم، وتنتهي بحذف المحادثة أو المستخدم من المحادثة، وربما منع إرسال بعض الرسائل أو وصولها إليك قسراً. يتم كل ذلك بشكل تلقائي بناءً على تلقين مسبق للبرنامج من قبل الموقع بما يجب وما لا يجب أن يحدث على تلك المحادثات، مما يشكل فعلياً تدخلاً في خصوصية المستخدم<sup>27</sup>.

وفقاً لما سبق تمثلت مشكلة الدراسة في: التعرف على علاقة استخدام أدوات تقنية التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي بخصوصية المستخدم.

تعمل الدراسة في سبيل الوصول لدراسة مشكلتها على التعرف على مظاهر التلقين التلقائي محل الدراسة والعوامل المؤثرة عليه وعلى القائمين عليه كحراس بوابة رقميين، ومميزاته وعيوبه، وعلاقة كل ذلك بالاتصال الخاص الذي يقوم به المتلقي عبر المحادثات محل البحث، وبإصابته باضطراب الحدود من عدمه.

### أهداف الدراسة:

تستهدف هذه الدراسة تحقيق هدف رئيسي هو: (التعرف على أشكال استخدام أدوات تقنية التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بخصوصية المستخدم).



### يتفرع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية هي:

- 1- التعرف على شكل التفاوض حول الخصوصية وعناصره في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي بين تلك المواقع والمبجوثين.
- 2- رصد مظاهر التلقين التلقائي التي تظهر للمبجوثين في المحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- التعرف على أساليب تعامل المبجوثين مع التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي.
- 4- كشف العوامل المؤثرة على تحقق التلقين التلقائي من قبل حارس البوابة الرقمي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي.
- 5- التعرف على مميزات وعيوب التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبجوثين.
- 6- كشف أسباب ومظاهر حدوث اضطراب الحدود في الخصوصية لدى المبجوثين في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي.

### تساؤلات الدراسة:

- 1- ما معدل استخدام المبجوثين للمحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- من يحدد شكل التفاوض وعناصره حول الخصوصية في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي بين تلك المواقع والمبجوثين؟
- 3- ماهي مظاهر التلقين التلقائي التي تظهر للمبجوثين في المحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 4- كيف يتعامل المبجوثون مع التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 5- ما العوامل المؤثرة على تحقق التلقين التلقائي من قبل حارس البوابة الرقمي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 6- ما مميزات وعيوب التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبجوثين؟
- 7- هل يهدد الكشف عن المعلومات التي يقدمها المبجوثون عن أنفسهم خصوصيتهم في ظل التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 8- ما أسباب ومظاهر حدوث اضطراب الحدود في الخصوصية لدى المبجوثين في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي؟

### فروض الدراسة:

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباط إيجابي دالة إحصائيًا بين الاعتماد على العوامل المؤثرة على حارس البوابة الرقمي في التلقين التلقائي وتحقق خصوصية المبحوث.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباط إيجابي دالة إحصائيًا بين مظاهر التلقين التلقائي وتحقق خصوصية المبحوث.

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباط إيجابي دالة إحصائيًا بين مظاهر التلقين التلقائي وحدوث اضطراب الحدود في الخصوصية لدى المبحوث في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي.

**الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لتحقيق خصوصيتهم بالتلقين التلقائي وفقًا لاختلاف عواملهم الديموغرافية (السن، النوع، مستوى التعليم).

### الإطار النظري للدراسة:

#### أولاً: نظرية حارس البوابة الرقمي:

يرى Queen lewin أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف، توجه نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج<sup>28</sup>. ويُشير مفهوم حارس البوابة في الأدبيات التقليدية إلى الشخص الذي يُحدد الأخبار التي تصل إلى الجمهور ولا تصل إليه. وفي حال التقيد بذلك التعريف، يمكن القول أن مفهوم حراس البوابة تغير في العصر الرقمي، لأن غزارة قنوات الاتصال تقوّض فكرة وجود بوابات تمر عبرها المعلومات، وأحد أهم العوامل المفسّرة لحجم الانتشار من عدمه هو فهم الجهات التي تتحكم في قنوات الاتصال الأكثر، مثل التلفزيون والصحف ومنصات التواصل الاجتماعي. ويمكن تصور الجهات التي تتحكم في هذه القنوات على أنها حراس بوابات<sup>29</sup>.

واقترح العديد من الباحثين أطرافًا جديدة تقوم بعمل حراس للبوابات، كالمستخدمين والشركات المالكة على مواقع التواصل الاجتماعي، والمؤثرين على هذه المواقع الذين يتمتعون بقدرة على صياغة الرسائل وتمثيلها لقطاعات واسعة من الجماهير<sup>30</sup>.

#### العوامل المؤثرة على حارس البوابة الإعلامية<sup>31</sup> :

أولاً قيم المجتمع وتقاليد.

ثانيًا: المعايير الذاتية للقائم بالاتصال.

ثالثًا: المعايير المهنية للقائم بالاتصال.

رابعًا: معايير الجمهور.

### ثانياً: نظرية إدارة خصوصية الاتصال:

طورت Sandra Petronio هذه النظرية عام 1991م، وتستخدم Petronio "الحدود" كاستعارة لشرح عملية إدارة الخصوصية، فحدود الخصوصية ترسم التقسيمات بين المعلومات الخاصة والمعلومات العامة. تجادل هذه النظرية بأنه عندما يكشف الأشخاص عن معلومات خاصة، فإنهم يعتمدون على نظام إدارة قائم على القواعد للتحكم في مستوى إمكانية الوصول. يتحكم حد خصوصية الفرد في إفصاحه الذاتي. بمجرد إجراء الإفصاح، يلزم التفاوض بشأن قواعد الخصوصية بين الطرفين. يمكن أن ينشأ شعور مؤلم بـ "اضطراب حدودي" عند تحديد توقعات متضاربة لإدارة الخصوصية. يعد امتلاك الصورة الذهنية للحدود الوفاية أمراً أساسياً لفهم المبادئ الأساسية للنظرية<sup>32</sup>.

#### الأفكار الأساسية التي تقوم عليها النظرية<sup>33</sup>:

- (1) يعتقد الناس أنهم يمتلكون معلوماتهم الخاصة، وأن لديهم الحق في التحكم فيها.
- (2) يتحكم الأشخاص في معلوماتهم الخاصة من خلال استخدام قواعد الخصوصية الشخصية.
- (3) عندما يتم إخبار الآخرين أو منحهم حق الوصول إلى المعلومات الخاصة بشخص ما، يصبحون مالكيين مشاركين لتلك المعلومات.
- (4) يحتاج المالكون المشاركون للمعلومات الخاصة إلى التفاوض بشأن قواعد الخصوصية المتفق عليها بشكل متبادل حول إخبار الآخرين.
- (5) عندما لا يتفاوض مالكو المعلومات الخاصة بشكل فعال ويتبعون قواعد الخصوصية المتبادلة، فإن اضطراب الحدود هو النتيجة المحتملة.

#### منطق الاحتمالات للذكاء الاصطناعي:

هناك عدة أشكال شائعة الاستخدام للمنطق المستخدم في بحوث الذكاء الاصطناعي، وصممت عدة امتدادات للمنطق للتعامل مع مجالات محددة من المعرفة، أكثرها شيوعاً منطق الاحتمالات. ويعمل هذا المنطق على تحديد عدد من الاحتمالات التي تتناسب مع الحالة التي يتعامل معها بناء على تطبيقه لعوامل الذكاء الاصطناعي على المواقف العملية، وبالتالي الخروج برسائل مناسبة يوجهها للمتلقي النهائي بشكل عملي يتناسب مع أهدافه وأسلوب حياته<sup>34</sup>.

#### عوامل الذكاء الاصطناعي:

اتفق الكثير من الباحثين على عدد من العوامل الأساسية للذكاء الاصطناعي باعتبارها الأكثر تطبيقاً في تكوين مواده، ومنها إجراءات حماية الخصوصية للمتلقى،

وهذه العوامل هي: (اعتماد التفكير المستقبلي بالاقتراحات، اعتماد اللغة المشجعة، التركيز على الأفكار العامة، اعتماد الأسلوب الشخصي، التجزئة المنطقية) <sup>35</sup>.

### التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

#### التلقين التلقائي:

هو أداة تكنولوجية تستخدم المعلومات التي تتوفر لديها من خلال برنامج تشغيل موقع التواصل الاجتماعي عن كل المستخدمين، من أجل توجيههم بأشكال مختلفة نحو ما يفضل عمله وما يجب الحذر منه. مثل التوصية بالتواصل مع أحد الأصدقاء أو حذفه تلقائياً أو التحذير من مشاركة بعض أنواع المضامين.

#### محادثات مواقع التواصل الاجتماعي:

هي المحادثات التي تتم على برامج خاصة بالمحادثة، قد تكون جزءاً من موقع إلكتروني، وقد تكون مستقلة ببرامج خاصة بها. يتبادل من خلالها المستخدمون أشكال المضامين المختلفة من نصوص ووسائط متعددة وروابط إلكترونية.

#### خصوصية مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي:

هي المساحة التي يعتبرها المستخدم خاصة به، يكشف منها ما يريد ويخفي منها ما يريد بناءً على قراراته الخاصة وأجندة أولويات حياته. وهو يقدم منها بعض الأجزاء في اتفاقية الخصوصية مع موقع التواصل الاجتماعي، أو برنامج المحادثة الخاص به.

#### نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى مجال البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة وقائع الأحداث والظواهر والآراء، وتحليلها وتفسيرها بهدف الوصول إلى استنتاجات معينة " والوصول إلى معلومات واقعية وصحيحة عنها حول استخدام تقنية التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بخصوصية المستخدم.

#### منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي. يعد هذا المنهج جهداً علمياً منظماً من أجل مسح مصادر المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، وقد تم ذلك في إطار هذه الدراسة من خلال مسح التراث العلمي والبيانات الميدانية التي تم الحصول عليها من المستخدمين من أجل التعرف على استخدام تقنية التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بخصوصية المستخدم. إذ تتيح دراسة هذه البيانات والمعلومات وتحليلها ومعالجتها إحصائياً بالشكل المناسب الوصول إلى نتائج يمكن الوثوق بها ، وتعميمها بخصوص موضوع الدراسة.

## مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع هذه الدراسة من كل مستخدمي محادثات مواقع التواصل الاجتماعي في مصر. إذ هم المستهدفون بهذه الدراسة كما يظهر من عنوانها.

## عينة الدراسة:

تمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية قوامها 410 مفردة، وتم اختيار مفردات العينة بحيث تكون عمدية حرصًا على توافر الخصائص التي تتلاءم مع عنوان الدراسة في مفردات العينة، من حيث كون المبحوثين ممن يستخدمون محادثات مواقع التواصل الاجتماعي، وأجابوا بالإيجاب على تعرضهم لتقنية التلقين التلقائي بشكل مؤثر. وتم سحب العينة بشكل عشوائي عبر سؤال المبحوثين عن توفر مواصفات مفردات العينة فيهم من جملة الأفراد الذين أمكن التوصل إليهم وجهاً لوجه في المحيط الاجتماعي المباشر المتاح للباحثة. ويظهر الجدول رقم (1) خصائص العينة كما يأتي:

### جدول (1)

#### خصائص عينة الدراسة

المتغيرات	الفئات	ك	%
النوع	ذكر	220	53.7
	أنثى	190	46.3
	الإجمالي	410	100
السن	من 18 إلى أقل من 30 عامًا	142	34.6
	من 30 إلى أقل من 45 عامًا	172	42
	من 45 إلى أقل من 60 عامًا	76	18.5
	60 عامًا فأكثر	20	4.9
	الإجمالي	410	100
المؤهل الدراسي	مؤهل متوسط	42	10.2
	طالب جامعي	51	12.4
	جامعي	279	68
	دراسات عليا	38	9.3
	الإجمالي	410	100

## أدوات الدراسة:

### استمارة الاستقصاء:

وهي استمارة تم إعدادها لجمع البيانات بحيث تستثير الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء، أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة باستخدام تقنية التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بخصوصية المستخدم. وتم توزيعها على مفردات العينة ورقياً، وملؤها كتابياً.

### اختبارا صدق استمارة الاستقصاء:

1- تم عرض استمارة الاستقصاء على عدد من الأساتذة المتخصصين في مجالها<sup>36</sup> وتم تعديلها في إطار توجيهاتهم، من أجل الوصول لأكبر قدر من الصدق لها في قياس ما تهدف لدراسته.

### 2- حساب معامل الصدق الذاتي لاستمارة الاستقصاء:

تم حساب معامل الصدق الذاتي لاستمارة الاستقصاء من خلال القانون التالي:

معامل الصدق الذاتي = الجذر التربيعي لمعامل الثبات

$$\text{معامل الصدق الذاتي} = \sqrt{0.969} = 0.984$$

### اختبارا ثبات استمارة الاستقصاء:

### 1- حساب ثبات ألفا كرونباخ Alpha-Chornbach:

وتم حساب ثبات استمارة الاستقصاء عن طريق ألفا كرونباخ Alpha-Chornbach ، وذلك على عينة قوامها 45 مفردة، وقد جاءت قيمة الثبات للاستبانة ككل (0.969)، وهي قيمة مقبولة إحصائياً وتشير إلى ثبات مرتفع للاستبانة، وبذلك تعد ملائمة لأغراض البحث.

### 2- حساب معامل هولستي:

وقد تم حساب الثبات لاستمارة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة & Test Retest ، وذلك على عينة قوامها 45 مفردة تمثل 10% من حجم عينة الدراسة، وذلك بعد مرور خمسة عشر يوماً ، فقد تم تطبيق معادلة هولستي كما يلي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2}{(2ن + 1)}$$

حيث أن:

ت = عدد الحالات التي اتفق عليها

ن1 = عدد الحالات في المرة الأولى

ن2 = عدد الحالات في المرة الثانية

$$93.3\% = \frac{2 \times 42}{(45 + 45)}$$

فقد بلغت نسبة الثبات (93.3%) وهي نسبة مرتفعة وتدل على ثبات ووضوح الإستمارة وصلاحيته تطبيقياً.

### حدود الدراسة:

- 1- **الحدود الجغرافية:** ينتمي كل أفراد العينة إلى مواطني جمهورية مصر العربية المقيمين فيها.
- 2- **الحدود الزمانية:** تم تطبيق جمع البيانات عبر استمارة الاستقصاء من مفردات عينة الدراسة في الفترة من 1 نوفمبر 2021 حتى 20 نوفمبر 2021م.
- 3- **الحدود الموضوعية:** تم جمع البيانات في إطار حدود موضوع الدراسة حول استخدام تقنية التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بخصوصية المستخدم.

### نتائج الدراسة الميدانية:

تم عرض نتائج الدراسة الميدانية عبر تقسيمها إلى محاور على النحو الآتي:  
المحور الأول: معدل استخدام المبحوثين للمحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي:

#### جدول (2)

#### مرات التعرض لمحادثات مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	%	ك	مرات التعرض للمحادثات
1	97.6	400	يوميًا
2	1.2	5	من مرتين إلى خمس مرات أسبوعيًا
	-	-	مرة أسبوعيًا
2	1.2	5	حسب احتياجي لصفحتهم دون انتظام
	100	410	الإجمالي

يتضح من الجدول رقم (2) أن الغالبية العظمى من المبحوثين تتعرض لمحادثات مواقع التواصل الاجتماعي يوميًا، مما يوفر تواصلًا وتآلفًا شبه غير منقطع، وطبقًا لما يشير له منطقتا احتمالات الذكاء الاصطناعي تشير تلك النتيجة إلى أن المبحوثين يجدون الحد الأدنى مما يطمحون له في الاحتمالات التي تقدمها المحادثات محل الدراسة، لذا يتحقق احتمال عودتهم اليومية للمحادثة.

يتفق ذلك مع ما توصلت له نتائج دراسة Jiwat Ram و Siqui Lui من حيث كثافة التعرض لمحادثات مواقع التواصل الاجتماعي<sup>37</sup>.

#### جدول (3)

#### برامج المحادثات المستخدمة على مواقع التواصل الاجتماعي (ن=410)

الترتيب	%	ك	برامج المحادثات المستخدمة
1	98	402	Whats App
1	98	402	Book Messenger Face
2	59.5	244	Viber
3	50	205	Telegram

يتضح من الجدول رقم (2) أن الغالبية العظمى من المبحوثين يستخدمون كلاً من (Whats App و Face book Messenger) أكثر مما سواهما من محادثات مواقع التواصل الاجتماعي، وبالرجوع إلى طبيعة هذين التطبيقين نجد أن السرعة والارتباط برقم الهاتف الخاص بك هما أكثر ما يميزهما عما سواهما من برامج محادثات مواقع التواصل الاجتماعي<sup>38</sup>، مما يعني أن الإقبال على استخدامهما أكثر مما سواهما يحقق عامل الاعتماد على الأسلوب الشخصي من عوامل الذكاء الاصطناعي، إذ أن الاستخدام المتكرر بكثافة يصل لمرتبة الأسلوب الشخصي وفقاً لمنطق احتمالات الذكاء الاصطناعي، وهو ما تحقق في استخدام (Whats App و Face Book Messenger) هنا.

يتفق ما سبق مع ما توصلت له نتائج دراسة كل من Trena M. Paulus و Amber N. Warren و Jessica Nina Laster من حيث ترتيب محادثات مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً<sup>39</sup>.

#### جدول (4)

##### مدة التعرض للمحادثات في الزيارة الواحدة

الترتيب	%	ك	مدة التعرض للمحادثات في المرة
4	5.9	24	أقل من نصف ساعة
3	14.6	60	من نصف ساعة إلى أقل من ساعة
5	4.9	20	حوالي ساعة
2	25.4	104	أكثر من ساعة
1	49.3	202	لا ترتبط بزمان محدد
	100	410	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن المبحوثين يختلفون فيما بينهم من حيث مدة تعرضهم لمحادثات مواقع التواصل الاجتماعي في الزيارة الواحدة، إلا أن ما يقرب من نصفهم (49.3%) لا يرتبطون بزمان محدد في الزيارة الواحدة، مما يتفق مع نتائج الجدول رقم (3) التي تدعم فعالية عامل الاعتماد على الأسلوب الشخصي للذكاء الاصطناعي خلال المحادثات محل الدراسة. إذ أن المبحوث يتعامل مع المحادثات هنا دون تحديد وقت معين بشكل واضح، لأنها تتناسب مع ظروفه المختلفة وأسلوبه الشخصي.

#### جدول (5)

##### وسيلة التعرض لمحادثات مواقع التواصل الاجتماعي (ن=410)

%	ك	الوسيلة المفضلة للمحادثات
100	410	عبر تطبيقات الهاتف المحمول.
73.4	301	عبر الدخول من خلال جهاز كمبيوتر لموقع أو تطبيق المحادثات.
-	-	ليس هناك وسيلة محددة (حسب الظروف).



يتضح من الجدول السابق أن كل المبحوثين بلا استثناء يستخدمون المحادثات محل الدراسة عبر تطبيقات هواتفهم المحمولة، وما يقرب من ثلاثة أرباعهم (73.4% من المبحوثين) يستخدمون المحادثات محل الدراسة عبر الدخول من خلال جهاز كمبيوتر لموقع أو تطبيق لتلك المحادثات، ويمكن تفسير ذلك في ضوء تحقق منطوق الاحتمالات للذكاء الاصطناعي هنا، إذ يظهر أن المحادثات قدمت احتمالات الاستخدام التي يحتاجها المبحوث جميعها على الهاتف المحمول، واحتاج ثلاثة أرباع العينة لدعمها باستخدام جهاز كمبيوتر في حالات معينة.

تتفق نتائج الجدول السابق مع ما توصلت له نتائج دراسة Aurelius R. L. Teluma من حيث وسيلة التعرض لمحادثات مواقع التواصل الاجتماعي<sup>40</sup>.

### جدول (6)

#### مفهوم التلقين التلقائي لمحادثات مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين (ن=410)

الترتيب	%	ك	مفهوم التلقين التلقائي
1	75.6	310	تقنية التوجيه لما يجب وما لا يجب أن يكون أثناء المحادثات بأية طريقة.
2	66.8	274	تقنية التدخل في تشكيل وتوجيه المتحدث لأفعال معينة بكل شكل أثناء المحادثة لتحقيق أهداف شخصية للمتدخل.
3	49	201	تقنية المحافظة على خصوصية المستخدم وسلامة المحادثة أثناء الحديث عبر حماية المحادثة نفسها من كل ما يخرج عن الحدود.

يتضح من الجدول السابق أن ثلاثة أرباع المبحوثين (75.6%) يرون أن التلقين التلقائي هو تقنية التوجيه لما يجب وما لا يجب أن يكون أثناء المحادثات بأية طريقة، بينما يرى (66.8%) من المبحوثين أن التلقين التلقائي هو تقنية التدخل في تشكيل وتوجيه المتحدث لأفعال معينة بكل شكل أثناء المحادثة لتحقيق أهداف شخصية للمتدخل، وبما أن الفارق بين كلا الخيارين يقل عن (10%) من إجمالي المستجيبين، يمكن تفسير ذلك في ضوء أن المبحوثين يرون من يقوم بالتلقين التلقائي على المحادثات محل الدراسة مالكا مشاركا لمعلوماتهم، يقاسمهم التصرف فيها وفقاً لنظرية إدارة خصوصية الاتصال، إلا أن هذا المالك يمارس ضغوط التلقين بأشكال جاءت في المرتبة الأولى لمصلحة ما يجب وما لا يجب بشكل مثالي، ثم جاءت في المرتبة الثانية كانعكاس لأهداف المالك الشخصية، وهو ما يشير إلى أن إدارة الخصوصية هنا متواجدة وفعالة وظاهرة ولم تؤدي لقطع الاتصال بدليل استمراره في كثافة، رغم بعض الجوانب السلبية التي ظهرت لها وفقاً لنظرية إدارة الخصوصية (مثل خدمة المصلحة الشخصية للمالك المشارك).

### جدول (7)

#### معدل التعرض للتلقين التلقائي لمحادثات مواقع التواصل الاجتماعي

معدل التعرض للتلقين التلقائي	ك	%
يوميًا	410	100
خمس مرات أسبوعيًا	-	-
مرتين أو ثلاث أسبوعيًا	-	-
حسب ظروف محادثاتي	-	-
الإجمالي	410	100

يتضح من الجدول السابق أن المبحوثين جميعًا يتعرضون للتلقين التلقائي على المحادثات محل البحث يوميًا، ويشير ذلك إلى أن حارس البوابة الرقمي يقوم بعمله يوميًا في هذا الصدد، إلا أن هذا الحارس تتعدد أشكاله بتعدد أشكال المحادثات ذاتها، كما وأن هذا الحارس لم يبعد المبحوثين عن استخدام تلك المحادثات يوميًا، مما يمكن تفسيره في أن هذا الحارس يقوم بعمله بمعايير مهنية لم تقلل من استخدام موقعه بصفة يومية وفقًا لنظرية حارس البوابة الرقمي.

تنفق نتائج الجدول السابق مع ما توصلت له دراسة كل من Johnathan Yerby و Alex Joanna Paliszkiewicz و Koohang<sup>41</sup> من حيث التعرض للتلقين التلقائي يوميًا.

### جدول (8)

#### ترتيب برامج المحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي

ترتيب برامج المحادثات	ك	ترتيب				عدد النقاط	ترتيب
		الأول	الثاني	الثالث	الرابع		
Whats App	ك	190	86	102	32	1254	2
Book Face Messenger	ك	284	66	44	16	1438	1
Viber	ك	113	75	95	127	994	3
Telegram	ك	80	54	66	210	824	4

يتضح من الجدول السابق أن كلاً من Face Book Massenger جاء في المرتبة الأولى ثم جاء Whats App في المرتبة الثانية من حيث ترتيب استخدام المبحوثين للمحادثات محل الدراسة، يتفق ذلك مع نتائج الجدول رقم (2) في الدراسة الراهنة من حيث استخدام غالبية المبحوثين لذات التطبيقين أكثر مما سواهما، ويؤكد ذلك على اتفاق الطبيعة السريعة العملية لهذين التطبيقين مع أسلوب حياة المبحوثين أكثر مما سواهما<sup>42</sup>، كما يشير لذلك استخدام كل من عاملين: (التركيز على الأفكار العامة للمبحوث، واعتماد الأسلوب الشخصي له) في تقنية الذكاء الاصطناعي المستخدمة هنا، لأنهما عاملان التوافق مع الأسلوب الشخصي في منطق احتمالات الذكاء الاصطناعي، مما جذب المبحوثين للتطبيقين أكثر مما سواهما.

## جدول (9)

الفترات التي يزيد فيها التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي (ن=410)

الترتيب	%	ك	فترات زيادة التلقين التلقائي في المحادثات
4	19.8	81	فترات التغييرات السياسية (مثل الانتخابات والاحتجاجات).
3	30.7	126	فترات رواج المبادرات الصحية والاجتماعية (مثل مبادرات لا للتنمر والقضاء على مرض).
2	32.7	134	فترات زيادة كمية الإعلانات التجارية المصاحبة للمحادثة.
-	-	-	فترات الأجازات الرسمية.
-	-	-	فترات الأعياد والمناسبات الدينية والوطنية.
1	51.2	210	تتغير كثافة التلقين حسب ظروف المحادثة وليس بحسب ظروف فترات تبادل المحادثة.
5	12.2	50	كثافة التلقين ثابتة ولا تتأثر بشيء.

يتضح من الجدول السابق أن خيار تغيير كثافة التلقين التلقائي حسب ظروف المحادثة وليس بحسب ظروف فترات تبادل المحادثة، جاء في مقدمة الخيارات التي استجاب لها المبحوثين (51.2%) بفارق ملحوظ عما سواه، يمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية إدارة خصوصية الاتصال بأن التفاوض بشأن قواعد الخصوصية المتفق عليها، من حيث توقيت التلقين، لم يتم بشكل محدد، بل تم الاتفاق ضمناً من الناحية العملية على أن يتم التلقين التلقائي حسب الظروف حتى لو لم يتم التصريح بذلك لدى معظم المبحوثين، يؤكد ذلك أن فترات زيادة الإعلانات جاءت في المرتبة الثانية وهو أمر لا يذكر في اتفاقيات الخصوصية من حيث توقيت ظهور التلقين، مما يعني أن الأمر يسير لدى معظم المبحوثين وفق الظروف الضمنية الغير مصرح بها.

## جدول (10)

المجالات التي يكثر فيها التلقين التلقائي في المحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	%	ك	المجالات التي يكثر فيها التلقين التلقائي في المحادثات
12	5.1	21	المجالات الدينية
1	12.9	53	المجالات الاجتماعية
10	6.1	25	المجالات الاقتصادية
6	7.8	32	المجالات السياسية
3	10.2	42	المجالات الصحية
2	12.4	51	المجالات الثقافية
9	6.8	28	المجالات الفنية
4	9.3	38	المجالات الرياضية
11	5.4	22	المجالات البيئية
7	7.6	31	المجالات العلمية التطبيقية
8	7.3	30	المجالات الأدبية
5	9	37	مجالات الخدمة العامة للمجتمع
	100	410	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن استجابات المبحوثين حول المجالات التي يكثر فيها التلقين التلقائي على المحادثات محل الدراسة جاءت متقاربة من حيث ترتيب استجاباتهم لها، وجاءت المجالات الاجتماعية والثقافية في المقدمة بشكل واضح نسبياً في ضوء ذلك، يمكن تفسير ذلك وفق العوامل المؤثرة على عمل حارس البوابة الرقمي من حيث أن معايير قيم المجتمع وتقاليدته تقدمت على ما سواها هنا، إذ تدخل التلقين التلقائي في الموضوعات التي تمس المجتمع وثقافته أكثر مما سواهما. يشير ذلك إلى أن التلقين التلقائي يتبنى وجهة نظر المجتمع أكثر مما سواه في اختيار مجالات ظهوره.

تتفق نتائج الجدول السابق مع ما توصلت له دراسة Sakshi Rewaria<sup>43</sup>، من حيث اهتمام تقنية التلقين التلقائي برؤية المجتمع.

**المحور الثاني: شكل وعناصر التفاوض حول الخصوصية في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي بين تلك المواقع والمبحوثين:**

### جدول (11)

شكل الاتفاق على مبادئ خصوصية المحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	%	ك	شكل الاتفاق على مبادئ خصوصية المحادثات
6	7.6	31	مرة واحدة حين أقوم بإنشاء حساب في البداية فقط.
4	10.2	42	تظهر لي رسائل بشكل يومي أو أسبوعي حول كل متحدث أحدثت معه لأوافق عليها.
5	7.8	32	تحدث إجراءات التلقين التلقائي دون الاتفاق المسبق.
2	18.5	76	تحدث إجراءات تلقين تلقائي لم أوافق عليها في اتفاقية خصوصية بداية إنشاء الحساب.
3	15.4	63	حين يحدث ما يستحق بشكل مناسب، كما يحدث قبل أن أحظر أحدًا مثلاً.
1	36.3	149	لا يوجد وقت أو شكل معين لذلك.
7	4.1	17	لم يتم الاتفاق معي على أية إجراءات خصوصية.
	100	410	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن شكل الاتفاق على مبادئ خصوصية الاتصال في المحادثات محل الدراسة جاء في المرتبة الأولى لدى المبحوثين (دون تحديد وقت أو شكل معين لهذا الاتفاق)، مما يعني أن إدارة الخصوصية تمت هنا بشكل ضمني غير محدد في التلقين التلقائي وفقاً لنظرية إدارة خصوصية الاتصال، ويشير ذلك إلى أن انعدام التحديد هنا يزيد من مخاطر حدوث اضطراب الحدود، فحدود الخصوصية معروفة ضمناً دون تحديد بين المستخدم والمالك المشارك "الذي يقوم بالتلقين وهو هنا حارس البوابة" وحين يحدث تهديد للخصوصية سيصعب أيضاً تحديد سبب هذا التهديد، تبعاً لأن حدود الخصوصية غير محددة في اتفاق مصرح به مسبقاً. دعم تقدم غياب حدود واضحة للخصوصية في الخيار الأول أن الخيار الذي تلاه لدى

المبجوثين هو حدوث إجراءات تلقين تلقائي لم أوافق عليها في اتفاقية خصوصية بداية إنشاء الحساب، كتعبير عن غياب هذا الاتفاق في الممارسة الفعلية، وعلى الرغم من تقدم هذه الخيارات على ما سواها هنا بفارق ملحوظ، إلا أن كثافة استخدام المبجوثين للمحادثات محل الدراسة جاءت يومية وعالية نسبية كما اتضح من النتائج السابقة، وبم تتأثر يغياب وضوح حدود الخصوصية لدى كثير من المبجوثين.

**المحور الثالث: مظاهر التلقين التلقائي التي تظهر للمبجوثين في المحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي:**

### جدول (12)

**مظاهر التلقين التلقائي التي تظهر للمبجوثين في المحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي (ن=410)**

الاتجاه	الترتيب	الاتجاه	الوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		العبرة	مظاهر التلقين
				%	ك	%	ك	%	ك		
محايد	3	معارض	1.37	72.2	296	18	74	9.8	40	حجب المحادثة فجأة.	مظاهر حاسمة
		محايد	2.24	31.7	130	12.2	50	56.1	230	حجب المتحدث فجأة.	
		موافق	2.36	27.3	112	9.8	40	62.9	258	عدم السماح بالوصول للمتحدث.	
موافق	2	موافق	2.59	16.6	68	7.8	32	75.6	310	رسائل التوصية بالتواصل أو عدم التواصل مع أشخاص بعينهم.	مظاهر التوجيه المباشر
		موافق	2.53	18.8	77	9	37	72.2	296	التحذير من تبادل بعض المصطلحات أو الصور أو الرسائل أثناء المحادثة.	
		محايد	2.19	35.4	145	10	41	54.6	224	التحذير من التواصل مع بعض الأشخاص.	
		محايد	2.31	30.7	126	7.8	32	61.5	252	التوصية بالتواصل مع بعض الأشخاص.	
		موافق	2.46	24.4	100	5.1	21	70.5	289	التوصية باستخدام بعض المنتجات التي تدعم المحادثة.	
		محايد	2.17	36.3	149	10	41	53.7	220	حذف الرسائل أو إبطال إمكانية فتحها بعد فترة للمتحدثين.	
موافق	1	موافق	2.83	7.3	30	2.4	10	90.2	370	إظهار علامة خاصة تدل على وضع المتحدث على موقع التواصل.	مظاهر التوجيه غير المباشر
		موافق	2.96	1.2	5	1.2	5	97.6	400	إرسال رسائل على البريد الإلكتروني.	
		موافق	2.54	15.6	64	14.9	61	69.5	285	إرسال رسائل على الهاتف المحمول.	

تراوحت في بيانات الجدول السابق قيم الوسط الحسابي في آراء المبحوثين حول مظاهر التلقين التلقائي بين (1.37: 2.96)، أي أن آراء المبحوثين قوية حول هذه الأبعاد ومدى موافقتهم عليها، وقد بلغ الوسط الحسابي لجميع عبارات مظاهر التلقين (2.38) أي أن عينة الدراسة موافقين، وقد بلغ الوسط الحسابي لعبارات مظاهر حاسمة (1.99) أي أن عينة الدراسة محايدين، وقد بلغ الوسط الحسابي لعبارات مظاهر التوجيه المباشر (2.38) أي أن عينة الدراسة موافقين، وقد بلغ الوسط الحسابي لعبارات مظاهر التوجيه غير المباشر (2.78) أي أن عينة الدراسة موافقين.

يتضح من الجدول السابق أن مظاهر التوجيه الغير مباشر جاءت في المرتبة الأولى من بين مظاهر التلقين التلقائي التي تظهر للمبحوثين في المحادثات محل الدراسة، تلتها مظاهر التوجيه المباشر، ثم المظاهر الحاسمة. يمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية إدارة خصوصية الاتصال، بحيث أن المالك المشارك هنا "يمثله حارس البوابة الرقمي" قدم للمبحوث مظاهر توجيه غير مباشرة أكثر مما سواها، مما يعني أن المالك المشارك استخدم عوامل الذكاء الاصطناعي: (التركيز على الأفكار العامة واعتماد الأسلوب الشخصي) كما سبق ذكره، فاتفق ذلك مع أسلوب حياة المبحوث قدر الإمكان، إلا أن النتائج هنا تشير إلى استخدام عامل "التجزئة المنطقية" أيضاً، إذ أن كل مظهر من مظاهر التلقين يرتبط بجزء من تواتر المعلومات على التطبيق تقنياً 44 ، لذا يجب أن يتم تجزئة البيانات الواردة منطقياً حتى يتم توجيه مظهر لكل منها بشكل يناسب أسلوب حياة المبحوث، فيحدث التلقين بما يتناسب مع تفاصيل حياته بشكل غير مباشر في المرتبة الأولى، وهو ما حدث هنا.

يظهر في نتائج الجدول السابق أن المظاهر الأكثر حدة للتلقين التلقائي كانت هي الأقل ظهوراً، إذ لم يعارض المبحوثون مثلاً إلا خيار "حجب المحادثات فجأة" وهو المظهر الأكثر حدة في المظاهر الحاسمة، وتباينت ردود أفعالهم بعد ذلك ما بين موافق ومحايد فيما يخص المظاهر المباشرة وغير المباشرة. يمكن تفسير ذلك في ضوء أن حارس البوابة الرقمي استطاع أن يقدم تلقياً هادئاً ليس حاسماً في معظم الأحوال، وردود أفعال المبحوثين تدل على اهتمامه بمعايير الجمهور.

**المحور الثالث: عوامل الذكاء الاصطناعي المستخدمة لتقديم احتمالات التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي:**

**جدول (13) عوامل الذكاء الاصطناعي المستخدمة لتقديم التلقين التلقائي في المحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي (ن=410)**

عوامل الذكاء	العبارة	موافق		محايد		معارض		الوسط الحسابي	الاتجاه	الترتيب	الاتجاه
		%	ك	%	ك	%	ك				
اعتماد التفكير المستقبلي بالافتراضات	يقدم لي التلقين التلقائي توصيات لمحادثات مستقبلية تحمي خصوصي. يستطيع التلقين التلقائي أن يقرأ مستقبل محادثاتي بتحذيرات من انتهاك الخصوصية قبل حدوثها.	54.9	225	5.4	22	39.8	163	2.15	محايد	4	محايد
		51.2	210	12.9	53	35.9	147	2.16	محايد		
اعتماد اللغة المشجعة	يعتمد التلقين التلقائي أكثر من لغة لتقديم تلقين يحمي خصوصيتي. يتم توجيه التلقينات في التلقين التلقائي بطرق سهلة لا تمثل عبئاً على خصوصية المحادثات.	97.8	401	1.2	5	1	4	2.97	موافق	3	محايد
		24.6	101	12.7	52	62.7	257	1.62	معارض		
التركيز على الأفكار العامة	يستطيع التلقين التلقائي في المحادثات أن يحمي خصوصيتي في إطار افكاري حولها. يقوم التلقين التلقائي في المحادثات بعمل توجيهات مفهومة للجميع فيما يخص الخصوص.	21.7	89	20	82	58.3	239	1.63	معارض	5	محايد
		78	320	7.6	31	14.4	59	2.64	موافق		
اعتماد الأسلوب الشخصي	يتحدث الي التلقين التلقائي كصديق شخصي أثناء المحادثات. يتناسب التلقين التلقائي في المحادثات مع أسلوب الحياة الذي أختاره لخصوصيتي.	66.8	274	20	82	13.2	54	2.54	موافق	2	موافق
		47.6	195	47.6	195	4.9	20	2.43	موافق		
التجزئة المنطقية	يتم تقديم التلقينات في شكل مجموعات يناسب كل منها خصوصية ما تقدم له. (مثل التلقينات التي تقدم عنى تختلف عن تلك التي تقدم عن من أحنه). تختلف طريقة تقديم التلقينات في المحادثات باختلاف درجة أهميتها وخطورتها فيما يخص حماية خصوصيتي. تعمل التلقينات على تجزئة المحادثات وتقسيمها بطرق مختلفة أحياناً حتى دون وجود ما يهدد الخصوصية.	59.3	243	22.9	94	17.8	73	2.41	موافق	1	موافق
		75.6	310	15.1	62	9.3	38	2.66	موافق		
		77.1	316	16.1	66	6.8	28	2.70	موافق		

تراوحت في بيانات الجدول السابق قيم الوسط الحسابي في آراء المبحوثين حول عوامل الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التلقين التلقائي بين (1.62: 2.97)، أي أن آراء قوية حول هذه الأبعاد ومدى موافقتهم عليها، وقد بلغ الوسط الحسابي لجميع عبارات عوامل الذكاء (2.36) أي أن عينة الدراسة موافقين، وقد بلغ الوسط الحسابي لعبارات اعتماد التفكير المستقبلي بالافتراضات (2.15) أي أن عينة الدراسة محايدين، وقد بلغ الوسط الحسابي لعبارات اعتماد اللغة المشجعة (2.29) أي أن عينة الدراسة محايدين، وقد بلغ الوسط الحسابي لعبارات التركيز على الأفكار العامة (2.13) أي أن عينة الدراسة محايدين، وقد بلغ الوسط الحسابي لعبارات اعتماد الأسلوب الشخصي (2.48) أي أن عينة الدراسة موافقين، وقد بلغ الوسط الحسابي لعبارات التجزئة المنطقية (2.59) أي أن عينة الدراسة موافقين.

يتضح من الجدول السابق أن كل من عاملي (التجزئة المنطقية واعتماد الأسلوب الشخصي) جاءا في المرتبة الأولى في استجابات المبحوثين نحو عوامل الذكاء

الاصطناعي المستخدمة في التلقين التلقائي على المحادثات محل الدراسة، وكانا هما العاملان الوحيدان الذين كان الاتجاه نحوهما بالموافقة، مما يعني أن هذين العاملين كانا الأكثر ظهوراً في تعامل المبحوثين مع التلقين التلقائي، وينتمي هذين العاملين لأسلوب حياة المبحوث، إذ أن تجزئة المضمون منطقيًا تأتي وفقًا لحركة المبحوث على المحادثات محل الدراسة وفقًا لأسلوب حياته وبصمته الشخصية<sup>45</sup>، وهو ما لاحظته المبحوثون وعبروا عنه. يمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية حارس البوابة الرقمي بأن التلقين التلقائي الظاهر للمبحوث هنا اتفق مع معايير كجمهور لاتقائه مع أسلوب حياته، ومع معايير المالك المشارك "حارس البوابة الرقمي" المهنية من حيث التجزئة المنطقية للمضمون المقدم للمبحوث. كانت اتجاهات المبحوثين نحو وجود باقي عوامل الذكاء الاصطناعي في التلقين التلقائي على المحادثات محل البحث محايدة، مما يعني أنها تحتاج للمزيد من العمل عليها، أو أنها لم تكن تعني المالك أو المالك المشارك بشكل كبير وفقًا لنظرية إدارة خصوصية الاتصال.

اتجه المبحوثون في الجدول السابق للموافقة على الخيارات التي تعتمد على وضوح التلقين وحديثه المباشر معهم بشكل صديق غير حاسم، إذا جاء في المرتبة الأولى لاختياراتهم خيار "يعتمد التلقين التلقائي أكثر من لغة لتقديم تلقين يحمي خصوصيتي" ثم تلاه خيار "تعمل التلقينات على تجزئة المحادثات وتقسيمها بطرق مختلفة أحيانًا حتى دون وجود ما يهدد الخصوصية" فالتلقين هنا يتوجه للمبحوث بوضوح دون إجبار. ويتفق ذلك مع نتائج الجدول رقم (13) كما سبق ذكره. يمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية إدارة خصوصية الاتصال بأن المالك المشارك يحقق أفضل نتائج حماية الخصوصية حين يكون تفاوضه مع صاحب المعلومات واضحًا وغير مربك وصديق، وهو ما عبرت عنه اختيارات المبحوثين هنا.

**المحور الرابع: أساليب تعامل المبحوثين مع التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي:**

#### جدول (14)

مكونات صورة إدارة الخصوصية المُلقنة على محادثات مواقع التواصل الاجتماعي (ن=410)

الاتجاه	الترتيب	الوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		العبارة	مكونات صورة إدارة الخصوصية المُلقنة
			%	ك	%	ك	%	ك		
معارض	5	1.35	74.6	306	16.1	66	9.3	38	لا يشكل التلقين خطرًا على خصوصيتي من الأساس. فأنا وافقت على شروط خصوصية ذلك في البداية.	مكونات معرفية
معارض	6	1.33	75.6	310	15.9	65	8.5	35	تتناسب رسائل التلقين مع رؤيتي للخصوصية.	
معارض	7	1.32	75.6	310	16.6	68	7.8	32	أشعر بأنها أداة لا تراقبني.	
معارض	1	1.66	57.3	235	20	82	22.7	93	أحب تواجد هذه الإجراءات لحماية خصوصيتي.	مكونات عاطفية
معارض	2	1.65	57.1	234	20.7	85	22.2	91	أشعر بالأمان وإن هناك من يهتم بسلامة اتصالي.	
معارض	3	1.56	66.8	274	10	41	23.2	95	أجد أن إدارة التلقين للخصوصية هنا يتناسب مع أسلوب الحياة الذي أتبعه.	مكونات سلوكية
معارض	4	1.47	70.7	290	11.5	47	17.8	73	يقوم بنور مساعد جيد لإدارة خصوصيتي.	
معارض	8	1.31	80.5	330	7.3	30	12.2	50	أتمنى المزيد من إجراءات الخصوصية المشابهة.	



تراوحت في بيانات الجدول السابق قيم الوسط الحسابي لردود أفعال الباحثين حول مكونات صورة إدارة الخصوصية المُلقنة على المحادثات محل الدراسة تراوحت بين (1.31: 1.66) أى اتجاه الباحثين كان معارضاً، إذ بلغ الوسط الحسابي لجميع عبارات مكونات صورة إدارة الخصوصية المُلقنة (1.46) أى أن عينة الدراسة معارضين، وبلغ الوسط الحسابي لعبارات مكونات معرفية (1.34) أى أن عينة الدراسة معارضين، وبلغ الوسط الحسابي لعبارات مكونات عاطفية (1.54) أى أن عينة الدراسة معارضين، وبلغ الوسط الحسابي لعبارات مكونات سلوكية (1.45) أى أن عينة الدراسة معارضين. ويعني ذلك أن صورة التلقين الذهنية لديهم صورة غير مقبولة وإن أُجبروا على التعامل معها بكل مكوناتها، لا سيما وأن كافة عبارات المقياس صممت بحيث تكون إيجابية لصالح الصورة الذهنية، مما يعني أن رفضها يأتي في صالح سلبية اتجاه الباحثين نحو ذلك.

عارض الباحثون جميعاً في الجدول السابق ظهور مكونات الصورة الذهنية الإيجابية للتلقين التلقائي كلها، ويمكن تفسير نتائج الجدول السابق في ضوء ما تشير له نظرية إدارة الخصوصية بأن اضطراب الحدود ظهر في شكل عدم وضوح الحدود في تصرفات المالك المشارك "حارس البوابة الرقمي هنا" بين ما يقوم به لحماية الخصوصية وبين ما يقيد تلك الخصوصية أو يضرها، لذا يظهر اضطراب الحدود هنا بشكل طبيعي في شكل معارضة لعملية إدارة الخصوصية من قبل المالك المشارك وفقاً لنظرية إدارة خصوصية الاتصال، وهو ما ظهر في نتائج الجدول رقم (14) كنتيجة محتملة طبيعية لاضطراب الحدود، مما يؤكد وجود نسبة كبيرة من هذا الاضطراب بالفعل.

### جدول (15)

أساليب التعامل مع التلقين التلقائي في المحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي  
ن=410

الترتيب	%	ك	أساليب التعامل مع التلقين التلقائي في المحادثات
8	8.3	34	أنتقل وأوافق على ما يتم تلقيني به لأنه يحمي خصوصيتي.
2	83.7	343	أنتقي ما يناسب خصوصيتي مما يتم تلقيني به.
7	25.6	105	لا أقرأ ما يتم تلقيني به، بل أختار الموافقة حتى تتم عملية المحادثة بشكل أسرع.
9	5.1	21	أقوم بإبلاغ الموقع كثيراً عن تلقين ينتهك خصوصيتي ويستجيب لي.
4	56.3	231	أقوم بإبلاغ الموقع كثيراً عن تلقين ينتهك خصوصيتي لكنه لا يستجيب لي.
3	66.6	273	عادة لا أستخدم المحادثات التي يكثر عليها التلقين.
1	97.8	401	أشعر بانتهاك لخصوصيتي وأنني مراقب لكنني أستمّر في استخدام المحادثات لعدم وجود بديل.
5	41.5	170	عدت لاستخدام محادثات الهاتف التقليدية حفاظاً على خصوصيتي.
6	29.5	121	أكتفي باستخدام البريد الإلكتروني حفاظاً على خصوصيتي.

يتضح من الجدول السابق أن الشعور بانتهاك الخصوصية جاء في مقدمة أساليب تعامل المبحوثين مع التلقين التلقائي على المحادثات محل الدراسة (97.8% من المبحوثين)، تلاه خيار انتقاء ما يتناسب مع خصوصية المبحوث مما يتم التلقين به (83.7% من المبحوثين)، بفارق كبير عما تلا هذين الخيارين. يمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية إدارة خصوصية الاتصال بأن المبحوثين يتعاملون مع المالك المشارك "حارس البوابة الرقمي" بأنه غير موكل بتقديم تلقينات يستخدمونها جميعاً، بل إنهم يعيدون لفترة تلك التلقينات، بدليل تقدم الشعور بالتهديد للخصوصية ثم تلاه الانتقاء الواعي من المتاح، مما يعني أن اتفاقية الخصوصية لم تحقق نجاحاً كاملاً للمالك المشارك في كسب توكيل بإدارة الخصوصية على المحادثات محل الدراسة. يؤكد ذلك أن الخيار الذي تلا الخيارين السابقين بفارق ملحوظ كان "عادة لا أستخدم المحادثات التي يكثر عليها التلقين" باستجابة 66.6% من المبحوثين، ثم خيار "أقوم بإبلاغ الموقع كثيراً عن تلقين ينتهك خصوصيتي لكنه لا يستجيب لي" باستجابة 56.3% من المبحوثين، أي أن المبحوثين يلجأون بعد محاولة التعايش مع الخصوصية المتاحة للتنبه بطرق مختلفة عن وجود تهديد للخصوصية يقوم به التلقين التلقائي. إذن هم مديرون فعالون للخصوصية هنا أيضاً بردود أفعال واضحة في مرحلة ما من الاتصال جاءت هنا في المرتبتين الثالثة والرابعة في ردود أفعالهم.

تتفق نتائج الجدول السابق من حيث تهديد التلقين التلقائي لخصوصية المبحوثين مع النتائج التي توصلت لها في هذا الصدد دراسة كل من Sara Fraccastoro و Mika Gabriellson و Ellen Bolman Pullins<sup>46</sup>.

**المحور الخامس: العوامل المؤثرة على تحقق التلقين التلقائي من قبل حارس البوابة الرقمي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي:**

### جدول (16)

تشخيص المبحوثين لحارس البوابة الرقمي القائم بالتلقين التلقائي في المحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	%	ك	حارس البوابة الرقمي للتلقين التلقائي في المحادثات
1	44.1	181	إدارة موقع التواصل.
4	12.4	51	أنا بتحديث خيارات الخصوصية كل مرة.
2	24.9	102	كل مشارك في المحادثة، إذ تعد تصرفات الجميع موجهاً للتلقين التلقائي بتغذيته.
3	18.5	76	نظام قبول مواد الإنترنت داخل كل مكان وفق حدود برامج التشغيل.
	100	410	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن 44.1% من المبحوثين يرون أن حارس البوابة على المحادثات محل الدراسة هو إدارة موقع التواصل الاجتماعي بفارق كبير عن الاستجابات التي تلت هذه الاستجابة، مما يعني أن هذه الإدارة هي واجهة التلقين

التلقائي، ومن ثم تتحمل اللوم والشكوى معظم الوقت حتى لو لم تكن هي الفاعل الحقيقي لكثير من الأفعال، يمكن تفسير ذلك وفقاً لنظرية حارس البوابة الرقمي في أن إدارة مواقع التواصل الاجتماعي كانت لدى معظم المبحوثين هي العضو القادر على صياغة رسائل التلقين وتمريرها إلى قطاعات واسعة من المستخدمين بشكل يسمح له بأن يقوم بالتلقين التلقائي، مما يعني أن قوتها لديهم كبيرة في هذا الصدد مقارنة ببقية أعضاء الاتصال على المحادثات محل الدراسة.

### جدول (17)

#### العوامل المؤثرة على حارس البوابة الرقمي في تحديد إجراءات التلقين التلقائي على محادثات مواقع التواصل الاجتماعي (ن=410)

العوامل المؤثرة على حارس البوابة الرقمي	العبارة	موافق		محايد		معارض		الترتيب	الاتجاه
		ك	%	ك	%	ك	%		
قيم المجتمع وتقاليده	يتناسب التلقين التلقائي مع قيم المجتمع وتقاليده	103	25.1	41	10	266	64.9	9	معارض
	يمثل التلقين التلقائي حامياً للعلاقات من الانحراف عن عادات المجتمع.	107	26.1	38	9.3	265	64.6	8	معارض
المعايير الذاتية للحارس	تتوافق معايير التلقين مع مكاسب من يقوم به.	350	85.4	41	10	19	4.6	1	موافق
	يتناسب التلقين التلقائي مع أهواء من يقوم به.	341	83.2	38	9.3	31	7.6	2	موافق
المعايير المهنية للحارس	يتسبب التلقين التلقائي في سيادة ثقافة من يقوم به.	210	51.2	120	29.3	80	19.5	4	محايد
	يتناسب التلقين التلقائي مع قواعد مشاركة الرسائل المتعارف عليها.	185	45.1	91	22.2	134	32.7	5	محايد
معايير الجمهور	يوجه التلقين التلقائي المحادثات في مسارها الاتصالي الصحيح من حيث الاتصال المسموح به على مواقعها.	310	75.6	59	14.4	41	10	3	موافق
	يمثل التلقين التلقائي اتجاهات وما أريد في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي.	61	14.9	177	43.2	172	42	7	محايد
	يحمي التلقين التلقائي من أشخاص خطرين ومضامين خطيرة بالنسبة لي.	131	32	175	42.7	104	25.4	6	محايد
	أويد إجراءات التلقين التلقائي وأريد المزيد منها.	61	14.9	43	10.5	306	74.6	10	معارض

تراوحت في بيانات الجدول السابق قيم الوسط الحسابي بين (1.4 و 2.81)، وبلغ الوسط الحسابي لجميع عبارات العوامل المؤثرة على حارس البوابة الرقمي (2.11) أى أن عينة الدراسة محايدتين، وبلغ الوسط الحسابي لعبارات قيم المجتمع وتقاليده

(1.61) أى أن عينة الدراسة معارضين، وبلغ الوسط الحسابي لعبارات المعايير الذاتية للحارس (2.63) أى أن عينة الدراسة موافقين، وبلغ الوسط الحسابي لعبارات المعايير المهنية للحارس (2.39) أى أن عينة الدراسة موافقين، وبلغ الوسط الحسابي لعبارات معايير الجمهور (1.73) أى أن عينة الدراسة معارضين.

يتضح من الجدول السابق أن اتجاه المبحوثين كان موافقاً على وجود عاملين أثرا على حارس البوابة الرقمي أثناء التلقين التلقائي، هما المعايير الذاتية لحارس البوابة في المرتبة الأولى ثم المعايير المهنية له في المرتبة الثانية، بفارق بسيط في قيمة الوسط الحسابي لكل منهما. يمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية حارس البوابة الرقمي بأن حارس البوابة يستمد قدرته على العمل من خلال القوة الاتصالية التي يملكها، وتأتي هذه القوة عادة من العوامل الذاتية والمهنية له<sup>47</sup>، وهو ما عبر المبحوثين عن وجوده أكثر مما سواه في التلقين التلقائي، مما يعني أن تلك العوامل ظاهرة وقوية في التلقين، وبالتالي تقف وفقاً لنظرية إدارة خصوصية الاتصال وراء ظاهرة اضطراب الحدود التي ظهرت في التعامل مع التلقين التلقائي في المحادثات محل الدراسة في أكثر من جدول سابق.

تتفق نتائج الجدول السابق مع ما توصلت له دراسة كل من Johnathan Yerby و Alex Koohang و Joanna Paliszkiwicz<sup>48</sup> من حيث أن المعايير المهنية لإدارة مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على خصوصية المستخدمين بطرق مختلفة. المحور السادس: مميزات وعيوب التلقين التلقائي في الحفاظ على خصوصية محادثات مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين:

#### جدول (18)

مزايا التلقين التلقائي في الحفاظ على خصوصية المحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي (ن=410)

الاتجاه	الترتيب	الوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	4	1.89	29.3	120	43.2	177	27.6	113	أنها تمثل حماية نسبية لخصوصيتي من الأشخاص الخطرين على مواقع التواصل الاجتماعي.
محايد	5	1.87	30.7	126	51.2	210	18	74	تنظم العلاقات الخاصة بين المتحدثين بشكل لائق أخلاقياً.
محايد	3	1.91	29.3	120	50	205	20.7	85	تحافظ على المعلومات التي لا أريد الكشف عنها.
موافق	1	3.06	22.4	92	48.8	200	28.8	118	تساعدني على اختيار قواعد التعرف على الأفراد والمضامين المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بما يجعلني أكشف عن معلوماتي الخاصة بأمان.
محايد	2	1.92	30.2	124	47.3	194	22.4	92	تعطيني الإحساس بأن هناك من يعمل على ضمان حمايتي وأمني.

تراوحت قيم الوسط الحسابي في بيانات الجدول السابق بين (1.87 و 2.06) وبلغ الوسط الحسابي لجميع عبارات مزايا التلقين التلقائي (1.95) أى أن مفردات عينة الدراسة محايدتين في هذا الصدد. يمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية إدارة الخصوصية بأن مزايا إعطاء حق المشاركة في إدارة الخصوصية لمالك مشارك بالتلقين كان رد فعل المبحوثين نحوها غير محدد، مما يعني أن اضطراب الحدود موجود هنا بالفعل إذ لم يحدد المبحوثون اتجاهًا موافقًا أو معارضًا نحو مزايا التلقين التلقائي، بل وقفوا منها على الحياد، فليس هناك ميزة تحققت أو لم تتحقق فيما يخص الاتجاه العام للمبحوثين، وعلى الرغم من هذا الاتجاه العام المحايد وافق المبحوثون على تحقق ميزة المساعدة على اختيار قواعد التعرف على الأفراد والمضامين المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بما يجعل الكشف عن المعلومات الخاصة آمنًا. ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الميزة هي الأقرب لتحقيق تأثير العوامل الذاتية والمهنية لحارس البوابة الرقمي أثناء التلقين محل الدراسة، وقد وافق المبحوثين على التأثير الواضح لهدين العملية في الجدول رقم (17)، مما يعني أن المبحوثين يدعمون أن تمتع حارس البوابة الرقمية بتأثير هذين العاملين يكسبه قوة في حماية الخصوصية، لذا وافقوا على توفر الميزة المعبرة عنهما من مزايا التلقين محل الدراسة.

**المحور السابع: أسباب ومظاهر حدوث اضطراب الحدود في الخصوصية لدى المبحوثين في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي:**

### جدول (19)

أسباب تهديد الخصوصية في إطار التلقين التلقائي في المحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي ن = 410

الترتيب	%	ك	أسباب تهديد الخصوصية في إطار التلقين التلقائي في المحادثات
3	53.2	218	أن اتفاقية الخصوصية التي أقبلها في بداية تسجيلي لاستخدام المحادثات لا يتم تطبيق كل بنودها.
4	39.5	162	تفاجئني بعض إجراءات التلقين التلقائي بحيث تكون رؤيتها لمباييء الخصوصية مختلفة عن رؤيتي رغم اتفاقنا على مسميات واحدة.
2	77.6	318	بعد الاتفاق على مباييء خصوصية المحادثات أشعر بأنني تحت المراقبة.
1	83.2	341	بعد الاتفاق على مباييء خصوصية المحادثات أشعر أنني لا أديرها.
5	38.8	159	أنني أوافق على اتفاقية مباييء الخصوصية دون أن أقرأها.
6	34.6	142	تسيطر علي دائمًا فكرة أنني وهبت معلومات كثيرة أكثر مما يجب عن نفسي لمن يقوم بالتلقين.

يتضح من الجدول السابق أن خيار "بعد الاتفاق على مباييء خصوصية المحادثات أشعر أنني لا أديرها" جاء في مقدمة استجابات المبحوثين بنسبة 83.2% من استجابات المبحوثين نحو أسباب تهديد الخصوصية في إطار التلقين التلقائي في المحادثات محل الدراسة، تلاه بفارق بسيط نسبيًا خيار "بعد الاتفاق على مباييء خصوصية المحادثات أشعر بأنني تحت المراقبة" بنسبة 77.6% من استجابات

المبجوثين. يمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية إدارة خصوصية الاتصال بأن التفاوض حول مباديء الخصوصية لا يتم بشكل فعال هنا بين المبحوث والمالك المشارك "حارس البوابة" بدليل ظهور ملمحين لاضطراب الحدود هما (تجاهل مباديء الخصوصية المتفق عليها، والشعور بالمراقبة) وبما أن الخيارين المرتبطين بهذين الملمحين تقدما على ما سواهما بفارق كبير نسبياً، فإن ذلك يعني أن أساليب التفاوض حول الخصوصية بحاجة لمراجعة. ووفقاً لنظرية حارس البوابة الرقمي نجد هنا أن المبحوث يشعر بأن المالك المشارك يراقبه ويفرض عليه قوانينه، وهو أمر يضعف من التزام المالك المشارك بمعايير الجمهور أثناء حمايته لخصوصيتهم.

### جدول (20)

#### مظاهر اضطراب الحدود في الخصوصية على محادثات مواقع التواصل الاجتماعي (ن=410)

العبارة	موافق		محايد		معارض		الوسيط الحسابي	الترتيب	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%			
أوتّر في أثناء المحادثات.	187	45.6	151	36.8	72	17.6	2.28	7	محايد
يزداد لدي الشعور بعدم الأمان حتى أنني لا أكون في كامل لياقتي أثناء المحادثة.	234	57.1	132	32.2	44	10.7	2.46	5	موافق
لا تكون المحادثة وقتاً ترفيهاً بالنسبة لي.	310	75.6	58	14.1	42	10.2	2.65	4	موافق
لا أدعو الآخرين لاستخدام تلك المحادثات.	172	42	150	36.6	88	21.5	2.20	8	محايد
لا أتبادل معلومات خاصة إلا للضرورة القصوى عبر تلك المحادثات.	400	97.6	4	1	6	1.5	2.96	1	موافق
أحاول تعديل بعض شروط خصوصية المحادثة.	381	92.9	11	2.7	18	4.4	2.88	3	موافق
أبلغ المسؤولين في موقع التواصل عن ذلك ولا أتوقف عن الشكوى.	151	36.8	110	26.8	149	36.3	2.00	9	محايد
أقضي وقتاً أقل في المحادثات وربما لا أستخدمها إلا للضرورة.	243	59.3	109	26.6	58	14.1	2.45	6	موافق
أعزل المحادثات.	52	12.7	31	7.6	327	79.8	1.33	10	معارض
أنتقل بين محادثات مواقع تواصل مختلفة للاستفادة من مزايا خصوصية كل محادثة.	391	95.4	12	2.9	7	1.7	2.94	2	موافق

تراوحت قيم الوسيط الحسابي في بيانات الجدول السابق بين (1.33 و 2.96) ، ويشير ذلك إلى أن الآراء قوية حول هذه الأبعاد ومدى موافقة المبحوثين عليها، وبلغ الوسيط الحسابي لجميع عبارات مظاهر اضطراب الحدود في الخصوصية (2.42) أي أن مفردات عينة الدراسة موافقين في هذا الصدد.

يتضح من الجدول السابق أن المبحوثين موافقين على وجود مظاهر اضطراب الخصوصية كلها إجمالاً في عملية التلقين التلقائي محل الدراسة، مما يؤكد أن المالك المشارك "حارس البوابة" وفقاً لنظرية إدارة خصوصية الاتصال لم يتبع قواعد الخصوصية المتعارف عليها بشكل أو بآخر بينه وبين المبحوثين إجمالاً، فتحققت مظاهر اضطراب الحدود كلها، فيما عدا مظهرًا واحدًا عارض المبحوثين ظهوره وهو (اعتزال المحادثات). مما يعني ارتباط المستخدم بالعمل الاتصالي رغم اضطراب حدود خصوصية الاتصال لديه. يمكن تفسير ذلك بأن هذا الاضطراب لم يكن حاداً لدرجة هجر العملية الاتصالية، وأن الموافقة على ظهور الأغلب الأعم من مظاهره لم يصل لحد جعل المحادثات عديمة النفع للمستخدم، وبالتالي مازال يجد أن فائدة تحمل اضطراب الحدود أكبر من فائدة اعتزال المحادثة المرتبطة به<sup>49</sup>.

#### اختبار صحة فروض الدراسة:

#### 1- اختبار صحة الفرض الأول:

ينص الفرض الأول على أنه توجد علاقة ارتباط إيجابي دالة إحصائياً بين الاعتماد على العوامل المؤثرة على حارس البوابة الرقمي في التلقين التلقائي وتحقق خصوصية المبحوث.

#### جدول (21)

#### العلاقة بين العوامل المؤثرة على حارس البوابة الرقمي في التلقين التلقائي وتحقق خصوصية المبحوث

تحقق الخصوصية		العوامل المؤثرة على حارس البوابة الرقمي
معامل الارتباط (بيرسون)	الدالة	
**0.818	دالة 0.01	قيم المجتمع وتقاليد
**0.733	داله 0.01	المعايير الذاتية للحارس
**0.874	دالة 0.01	المعايير المهنية للحارس
**0.936	دالة 0.01	معايير المبحوث
**0.950	دالة 0.01	مجموع الاختبار

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباط إيجابي قوية دالة إحصائياً بين الاعتماد على كافة العوامل المؤثرة على حارس البوابة الرقمي وتحقق خصوصية المبحوث، عند مستوى دلالة (0.01)، وبذلك يقبل الفرض. يمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية إدارة خصوصية الاتصال في أن المبحوثين يعتمدون على نظام إدارة قائم على قواعد للتحكم في مستوى إمكانية الوصول للمعلومات ذات الخصوصية بالنسبة للمبحوث، تمثل هذا النظام بأحد أوجهه في ارتباط مجموعة من العوامل

بتحقق الخصوصية. يمكن البناء على ذلك في تطوير وتعديل نظام حماية الخصوصية بشكل يتلاءم مع المبحوثين أكثر.

### 2- اختبار صحة الفرض الثاني:

ينص الفرض الثاني على أنه توجد علاقة ارتباط إيجابي دالة إحصائيًا بين مظاهر التلقين التلقائي وتحقق خصوصية المبحوث.

#### جدول (22)

#### العلاقة بين مظاهر التلقين التلقائي وتحقق خصوصية المبحوث

تحقق الخصوصية		مظاهر التلقين التلقائي
الدالة	معامل الارتباط (بيرسون)	
دالة 0.01	**0.942	مظاهر حاسمة
داله 0.01	**0.866	مظاهر التوجيه المباشر
دالة 0.01	**0.684	مظاهر التوجيه غير المباشر
دالة 0.01	**0.891	مجموع الاختبار

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباط إيجابي قوية دالة إحصائيًا بين كافة مظاهر التلقين التلقائي وتحقق خصوصية المبحوث، عند مستوى دلالة (0.01)، وبذلك يقبل الفرض. يمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية حارس البوابة الرقمي بأن عمل حارس البوابة الرقمي "المالك المشارك" في التلقين التلقائي يؤثر في نظام الخصوصية بناءً على نشاطه الدائم، وتواجده بشكل مؤثر بكافة أشكال العمل المتاحة له في كل مظاهر التلقين التلقائي، مما يعني أنه يتدخل بالفعل في وضع أسس إدارة العمل ويوجهها نسبيًا.

### 3- اختبار صحة الفرض الثالث:

ينص الفرض الثالث على أنه توجد علاقة ارتباط إيجابي دالة إحصائيًا بين مظاهر التلقين التلقائي وحدوث اضطراب الحدود في الخصوصية لدى المبحوث في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي.

#### جدول (23)

#### العلاقة بين مظاهر التلقين التلقائي وحدوث اضطراب الحدود في الخصوصية لدى المبحوث

اضطراب الحدود في الخصوصية		مظاهر التلقين التلقائي
الدالة	معامل الارتباط (بيرسون)	
دالة 0.01	**0.916	مظاهر حاسمة
داله 0.01	**0.917	مظاهر التوجيه المباشر
دالة 0.01	**0.869	مظاهر التوجيه غير المباشر
دالة 0.01	**0.946	مجموع الاختبار

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباط إيجابي قوية دالة إحصائيًا بين كافة مظاهر التلقين التلقائي وحدوث اضطراب الحدود في الخصوصية لدى المبحوث في



محادثات مواقع التواصل الاجتماعي، عند مستوى دلالة (0.01)، وبذلك يقبل الفرض. يمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية إدارة خصوصية الاتصال بأن مظاهر التلقين التلقائي هنا لم تتبع حدوداً متفقاً عليها للخصوصية بين المبحوث والمالك المشارك، وبالتالي ارتبطت باضطراب الحدود وسببته. يتفق ذلك مع موافقة المبحوثين على وجود اضطراب الحدود في كثير من بيانات الجداول السابقة.

#### 4- اختبار صحة الفرض الرابع:

ينص الفرض الرابع على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لتحقيق خصوصيتهم بالتلقين التلقائي وفقاً لاختلاف عواملهم الديموغرافية (السن، النوع، مستوى التعليم).

وتم اختبار صحة هذا الفرض كما يأتي:

أ- اختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لتحقيق خصوصيتهم بالتلقين التلقائي وفقاً لاختلاف النوع:

#### جدول (24)

قيمة ت ودلالاتها الإحصائية للفروق بين المبحوثين في رؤيتهم لتحقيق خصوصيتهم بالتلقين التلقائي وفقاً للنوع

النوع	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة ت	مستوى الدلالة
ذكور	220	1.949	0.7285	0.067	0.947 غير دالة
الإناث	190	1.954	0.6528		

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لتحقيق خصوصيتهم بالتلقين التلقائي وفقاً للنوع، حيث تبين أن قيمة "ت" بلغت (0.067) وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أكبر من 0.05 ، وعلى هذا يمكن القول بعدم ثبوت صحة الفرض الرابع جزئياً هنا.

ب- اختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لتحقيق خصوصيتهم بالتلقين التلقائي وفقاً لاختلاف السن:

#### جدول (25)

تحليل التباين ودلالاتها الإحصائية للفروق بين المبحوثين في رؤيتهم لتحقيق خصوصيتهم بالتلقين التلقائي وفقاً للسن

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسطات المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين المجموعات	12.620	3	4.207	9.274	0.000 دالة
داخل المجموعات	184.164	406	0.454		
الدرجة الكلية	196.784	409			

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لتحقيق خصوصيتهم بالتلقين التلقائي وفقاً للسن ، حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت (9.274) وهي قيمة دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أقل من 0.05 ، وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الرابع جزئياً هنا.

### جدول (26)

اختبار شيفيه للفروق بين المبحوثين في رؤيتهم لتحقيق خصوصيتهم بالتلقين التلقائي وفقاً للسن

فروق المتوسطات				السن	المتوسط
4	3	2	1		
0.6327*	0.0311	0.2976*	-	من 18 إلى أقل من 30 عاماً	2.11
0.3351	0.2665*	-	-	من 30 إلى أقل من 45 عاماً	1.82
0.6016*	-	-	-	من 45 إلى أقل من 60 عاماً	2.08
-	-	-	-	60 عاماً فأكثر (4)	1.95

\*دال احصائياً عند مستوى معنوية 0.05

يتضح من الجدول السابق أن الفروق الدالة إحصائياً في تأثير المبحوثين رؤيتهم لتحقيق خصوصيتهم بالتلقين التلقائي وفقاً للسن، تعود إلى الفئة العمرية الأكبر في المتوسط (من 18 إلى أقل من 30 عاماً) والفئات العمرية الأقل منها بفارق معنوي 0.2976 عن الفئة العمرية (من 30 إلى أقل من 45 عاماً) وفارق معنوي 0.6327 عن الفئة العمرية (60 عاماً فأكثر). بينما الفئة العمرية (من 45 إلى أقل من 60 عاماً) غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من 0.05.

ج- اختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لتحقيق خصوصيتهم بالتلقين التلقائي وفقاً لاختلاف المؤهل الدراسي:

### جدول (26)

تحليل التباين ودلالاتها الإحصائية للفروق بين المبحوثين في رؤيتهم لتحقيق خصوصيتهم بالتلقين التلقائي وفقاً للمؤهل الدراسي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسطات المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين المجموعات	2.598	3	0.866	1.810	0.145 غير دالة
داخل المجموعات	194.187	406	0.478		
الدرجة الكلية	196.784	409			

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لتحقيق خصوصيتهم بالتلقين التلقائي وفقاً للمؤهل الدراسي، حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت (1.810) وهي قيمة غير دالة

إحصائياً لأنها عند مستوى أكبر من 0.05 ، وعلى هذا يمكن القول بعدم ثبوت صحة الفرض الرابع جزئياً هنا.

يتضح مما سبق أن الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لتحقق خصوصيتهم محل الدراسة ظهرت تبعاً لاختلاف السن فقط. يمكن تفسير ذلك في ضوء منطوق الاحتمالات للذكاء الاصطناعي بأن الأسلوب الشخصي هنا للأفراد في التعامل مع خصوصيتهم تدخل في تكوين رؤية مختلفة لديهم حولها، لأن الأسلوب الشخصي هو العامل الأكثر تأثيراً بالسن وفقاً لمنطوق الاحتمالات<sup>50</sup>.

#### خاتمة الدراسة وتوصياتها:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أشكال استخدام أدوات تقنية التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بخصوصية المستخدم، واعتمدت في إجراءاتها المنهجية على منهج المسح الإعلامي. اعتمدت في جمع بياناتها على استمارة استقصاء وزعت على عينة قوامها 410 مفردة من المصريين المستخدمين لمحادثات مواقع التواصل الاجتماعي الذين أجابوا بالإيجاب على تعرضهم لتقنية التلقين التلقائي بشكل مؤثر، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

1- أن المبحوثين يجدون الحد الأدنى مما يطمحون له في الاحتمالات التي تقدمها المحادثات محل الدراسة وفقاً لمنطوق الاحتمالات في الذكاء الاصطناعي، لذا تتعرض الغالبية العظمى من المبحوثين لمحادثات مواقع التواصل الاجتماعي يومياً، كما أن الغالبية العظمى من المبحوثين يستخدمون كلاً من (Whats App و Face Book Messenger) أكثر مما سواهما في هذا الصدد استخداماً وصل لمرتبة الأسلوب الشخصي. إلا أنه لا يوجد زمن محدد لزيارة المبحوث للمحادثات محل الدراسة، وثلاثة أرباع المبحوثين تقريباً يتعرضون لتلك المحادثات عبر تطبيقات الهاتف المحمول، مما يفسر في ضوء توفيرها للاحتمالات الاستخدام التي يحتاجها المبحوثون أكثر مما سواها.

2- يرى حوالي ثلاثة أرباع المبحوثون أن التلقين التلقائي هو تقنية التوجيه لما يجب وما لا يجب أن يكون أثناء المحادثات بأية طريقة، ويتعرض المبحوثون لهذا التلقين جميعاً يومياً، مما يشير إلى أن حارس البوابة الرقمي يقوم بعمله يومياً هنا لكن بأشكال مختلفة، كما يرى المبحوثون أن التلقين التلقائي تتغير كثافته بتغير ظروف المحادثة ذاتها، مما يشير إلى أن التفاوض بشأن قواعد الخصوصية المتفق عليها، من حيث توقيت التلقين، لم يتم بشكل محدد، وجاءت المجالات الاجتماعية والثقافية في مقدمة استجابات المبحوثين حول المجالات التي يكثر فيها التلقين التلقائي.

3- يرى ما يقرب من ثلث المبحوثين أن شكل الاتفاق على مبادئ خصوصية الاتصال في المحادثات محل الدراسة يكون دون تحديد وقت أو شكل معين لهذا

الاتفاق، مما يعني أن إدارة الخصوصية تمت هنا بشكل ضمني غير محدد في التلقين التلقائي.

4- جاءت مظاهر التوجيه الغير مباشر في مقدمة مظاهر التلقين التلقائي التي تظهر للمبحوثين في المحادثات محل الدراسة من قبل المالك المشارك، مما يعني أن المالك المشارك هنا استخدم عاملين من عوامل الذكاء الاصطناعي، وهما: (التركيز على الأفكار العامة واعتماد الأسلوب الشخصي).

5- جاء كل من عاملي (التجزئة المنطقية واعتماد الأسلوب الشخصي) في المرتبة الأولى في استجابات المبحوثين نحو عوامل الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التلقين التلقائي على المحادثات محل الدراسة، ووفقاً لنظرية حارس البوابة الرقمي يتفق التلقين التلقائي الظاهر للمبحوث هنا مع معايير كجمهور لاتفاقه مع أسلوب حياته، ومع معايير المالك المشارك "حارس البوابة الرقمي" المهنية من حيث التجزئة المنطقية للمضمون المقدم.

6- عارض المبحوثون جميعاً ظهور مكونات الصورة الذهنية الإيجابية للتلقين التلقائي كلها، ويمكن تفسير ذلك بأن اضطراب الحدود ظهر في شكل عدم وضوح الحدود في تصرفات المالك المشارك "حارس البوابة الرقمي هنا" بين ما يقوم به لحماية الخصوصية وبين ما يقيد تلك الخصوصية أو يضرها.

7- أن الشعور بانتهاك الخصوصية جاء في مقدمة أساليب تعامل المبحوثين مع التلقين التلقائي على المحادثات محل الدراسة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية إدارة خصوصية الاتصال بأن المبحوثين يتعاملون مع المالك المشارك "حارس البوابة الرقمي" بأنه غير موكل بتقديم تلقينات يستخدمونها جميعاً، بل إنهم يعيدون فترة تلك التلقينات في كثير من الأحيان.

8- يرى 44.1% من المبحوثين أن حارس البوابة على المحادثات محل الدراسة هو إدارة موقع التواصل الاجتماعي، ووافق المبحوثون على أن حارس البوابة الرقمي يتأثر في أدائه لمهام التلقين التلقائي بكل من معايير الذاتية ثم معايير المهنية، مما يعني أن تلك العوامل ظاهرة وقوية في التلقين التلقائي، وبالتالي تقف وفقاً لنظرية إدارة خصوصية الاتصال وراء ظاهرة اضطراب الحدود التي ظهرت في استجابات المبحوثين أكثر من مرة.

9- لم يحدد المبحوثون اتجاهاً موافقاً أو معارضاً نحو مزايا التلقين التلقائي، بل وقفوا منها على الحياد، مما أظهر اضطراب الحدود مرة أخرى، وجاء غياب قدرة المبحوث على إدارة خصوصيته بعد الاتفاق على أساليب الإدارة مع المالك المشارك، في مقدمة أسباب ظهور اضطراب الحدود. مما يعني أن التفاوض حول مبادئ الخصوصية لا يتم بشكل فعال هنا بين المبحوثين والمالك المشارك. ويؤكد ما سبق موافقة المبحوثين على وجود مظاهر اضطراب الحدود جميعها.

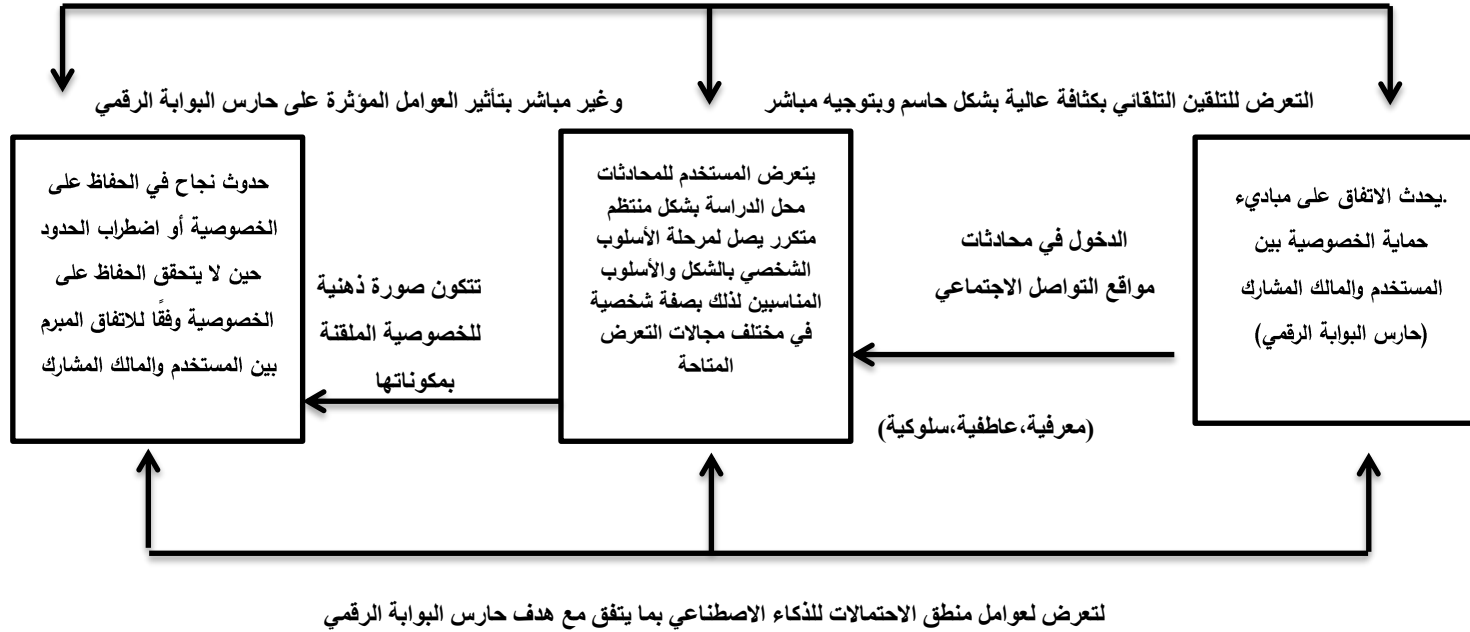
10- وُجدت علاقة ارتباط إيجابي قوية دالة إحصائياً بين الاعتماد على كافة العوامل المؤثرة على حارس البوابة الرقمي وتحقق خصوصية المبحوث، مما دل على وجود نظام إدارة قائم على القواعد للتحكم في مستوى إمكانية الوصول للمعلومات ذات الخصوصية بالنسبة للمبحوث، كما وُجدت علاقة ارتباط إيجابي قوية دالة إحصائياً بين كافة مظاهر التلقين التلقائي وتحقق خصوصية المبحوث، ودل ذلك على النشاط الدائم لحارس البوابة الرقمي في كل مظاهر التلقين التلقائي. وُجدت أيضاً علاقة ارتباط إيجابي قوية دالة إحصائياً بين كافة مظاهر التلقين التلقائي وحدوث اضطراب الحدود في الخصوصية لدى المبحوث في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي، مما أشار إلى أن مظاهر التلقين التلقائي هنا لم تتبع حدوداً متفقاً عليها للخصوصية بين المبحوثين والمالك المشارك.

11- وُجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لتحقيق خصوصيتهم محل الدراسة تبعاً لاختلاف السن، ويمكن إرجاع ذلك لاختلاف أسلوبهم الشخصي في التعامل مع مظاهر التلقين التلقائي على المحادثات محل الدراسة باختلاف سنهم.

قامت الباحثة بوضع نموذج لاستخدام تقنية التلقين التلقائي في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بخصوصية المستخدم في مصر، وهو موضح في الشكل رقم (1) على النحو الآتي:

شكل (1) يوضح نموذج استخدام تقنية التلقين التلقائي

في محادثات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بخصوصية المستخدم في مصر



## المراجع:

- 1 Crowd Analyzer, **Social Media Situation in the Middle East 2021**, May 2021, Available at:  
<https://www.crowdanalyzer.com/ar/>
- 2 Godin, Gary and Kennedy, Allan, **Social Media Marketing**, N. Y., Mortons, 2021, Pp. 138.
- 3 Johnson, Miriam J., **Books and Social Media**, London, Routledge, 2022, Pp. 85.
- 4 Ortiz, Clear Diaz, **Social Media Success for Every Brand**, N. Y., Millers, 2019, Pp. 192.
- 5 Batrinca, Bogdan and Treleven, Philip C., Social Media Analytics: A Survey of Techniques, Tools and Platforms, **AI and Society**, Vol. 30, 2015, Pp.89 – 116.
- 6 Paulus, Trena M., Warren, Amber N. and Laster, Jessica Nina, Applying Conversation Analysis to online talk: A literature review, **Context and Media**, Vol. 12, 2016, Pp. 10 – 18.
- 7 Froment, Facundo, Javier, Alfonso and Bohorquez, Rocio, The Use of Social Networks as a communication Tool between Teachers and Students: A Literature Review, **The Turkish Online Journal of Educational Technology**, Vol. 16, Issue 4, 2018, Available online:  
[https://www.researchgate.net/publication/320324118\\_The\\_Use\\_of\\_Social\\_Networks\\_as\\_a\\_Communication\\_Tool\\_between\\_Teachers\\_and\\_Students\\_A\\_Literature\\_Review](https://www.researchgate.net/publication/320324118_The_Use_of_Social_Networks_as_a_Communication_Tool_between_Teachers_and_Students_A_Literature_Review)
- 8 Ram, Jiwa and Lui, Siqi, Social Media Driven Innovation: An Exploratory Study in China, **Journal of Innovation Economic and Management**, Vol. 27, 2018, Pp. 120 – 127.
- 9 Teluma, Aurelius R. L., Online Conversation Analysis as the Research Method of Social Media Texts: Rationale, Steps and Example, **Journal of Media and Communication Science**, Vol. 2, No.1, 2019, Pp. 51 – 63.
- 10 Farina, Matteo, Using Conversation Analysis for Examining Social Media Interactions, **Artificial Intelligence**, Vol. 31. 2020, Pp. 10 – 32 .
- 11 Ansari, Jamal Abdul Nasir and Khan, Nawab Ali, Eploring the Role of Social Media in Collaborative learning the New Domain of Learning, **Smart Learning Environment**, Vol. 9, 2020, Pp.134 – 152.
- 12 Fraccastoro, Sara, Gabrielsson, Mika and Pullins, Ellen Bolman, The Integrated Use of Social Media, Digital, and Traditional Communication and Conversation Tools in B2B Sales Process of International SMEs, **International Business Review**, Vol. 30, Issue 4, 2021, Pp. 71 – 78.
- 13 Gupta, Ashish, Dhama, Anil, Measuring the impact of security, trust and privacy in information sharing: A study on social networking sites, **Journal of Direct Data and Digital Marketing Practice**, Vol. 17, 2015, Pp. 17 – 34.
- 14 Senthil, Kumar N, Saravanakumar, K. and Deepa, K., On Privacy and Security in Social Media – A Comprehensive Study, **International Conference on Information Security & Privacy (ICISP2015)**, 11-12 December 2015, Nagpur, INDIA, 2016, Pp. 114 – 119.

- 15 تومي فضيلة، إيديولوجيا الشبكات الاجتماعية وخصوصية المستخدم بين الانتهاك والاختراق، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، العدد 30، سبتمبر 2017م، ص 41 – 50.
- 16 أحمد محمد المعداوي، حماية الخصوصية المعلوماتية للمستخدم عبر شبكات مواقع التواصل الاجتماعي – دراسة مقارنة، *مجلة كلية الشريعة والقانون، جامعة الأزهر، طنطا، العدد 4، المجلد 33، 2018م، 1926، 2057.*
- 17 Yerby, Johnathan, Koohang, Alex and Paliszkievicz, Joanna, Social media privacy concerns and risk beliefs, **Applied Knowledge Management**, Vol. 14, 2019, Pp. 10 – 36.
- 18 Biswas, Debmalya, Privacy Preserving Chatbot Conversations, **IEEE, Third International Conference on Artificial Intelligence and Knowledge Engineering (AIKE)**, Dec. 2020, Pp. 6 – 10.
- 19 Beigi, Ghazaleh and Lui, Huan, Privacy in Social Media: Identification, **Mitigation and Applications, Transaction on Data Science**, Vol. 1, Issue 1, 2020, Pp. 33 – 43.
- 20 Rewaria, Sakshi, Data Privacy in Social Media Platform: Issues and Challenges. **Social Science**, March 2021, Pp. 5 -32 .
- 21 Senthil, Kumar N, Saravanakumar, K. and Deepa, K., **Opcit**, Pp. 114 – 119.
- 22 Teluma, Aurelius R. L., **Opcit**, Pp. 51 – 63.
- 23 Teluma, Aurelius R. L., **Opcit**, Pp. 51 – 63.
- 24 Fraccastoro, Sara, Gabriellson, Mika and Pullins, Ellen Bolman, **Opcit**, Pp. 71 – 78.
- 25 تومي فضيلة، مرجع سابق، ص 41 – 50.
- 26 Yerby, Johnathan, Koohang, Alex and Paliszkievicz, Joanna, **Opcit**, Pp. 10 – 36.
- 27 Hughes, Tim and Reynoldds, **Matt Social Selling**, N. Y., Millers, 2016, Pp. 154.
- 28 Martin, Florence, Betryst, Anthony Karl and Suger, **William, Digital Media for Learning: Theories, Processes and Solutions**, N. Y., Springer, 2020, Pp. 124.
- 29 Lind, Rebecca Ann, Producing Theory in a Digital World 3.0, **The Intersection of Audiences and Production in Contemporary Theory**, Vol. 3, N. Y., Peter Lang, 2020, Pp. 152.
- 30 Ruddock, Andy, **Digital Media Influence: A cultivation Approach**, Sidney, Swift, 2020, Pp. 158.
- 31 MCAdams, Mira, **Media In the Digital Age Theory**, N. Y., Sanders, 2021, Pp. 129.
- 32 Petronio, Sandra, **Communication Privacy Management Theory**, L. A., Orbans, 2015, 42.
- 33 Petronio, Sandra, Child, Jeffrey T., Conceptualization and Operationalization: Utility of Communication Privacy Management Theory, **Curr Opin**, Vol. 31, 2020, Pp. 24.
- 34 Schaeffer, Jonathan, **Checkers is solved**, N. Y. , Science, 2007, Pp.130.
- 35 Neapolitan, Richard E.& Jiang, Xia, **Artificial Intelligence with an introduction to machine learning, Second Edition**, N.Y., Chapman and Hall, 2018, Pp. 114.

36 تم عرض استمارة الاستقصاء الخاصة بهذه الدراسة على المحكمين الآتيين:  
- أ.د/ رزق سعد أستاذ العلاقات العامة والإعلان بجامعة مصر الدولية.



- أ.د/ علي عجوة أستاذ العلاقات العامة والإعلام بإعلام القاهرة.
  - أ.د/ عبد العزيز السيد أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام جامعة بني سويف.
  - أ.د/ محمد محفوظ أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة جنوب الوادي.
  - أ.د/ محمود عبد العاطي أستاذ الإذاعة بكلية الإعلام جامعة الأزهر بنين.
- 37 Ram, Jiwa and Lui, Siqi, **Opcit**, Pp. 125.
- 38 Anderson, Mark, **The Age of Social Media**, N. Y., Buplics, 2022, Pp. 201.
- 39 Paulus, Trena M., Warren, Amber N. and Laster, Jessica Nina, **Opcit**, Pp. 17.
- 40 Teluma, Aurelius R. L., **Opcit**, Pp. 61.
- 41 Yerby, Johnathan, Koohang, Alex and Paliszkievicz, Joanna, **Opcit**, Pp. 34.
- 42 Anderson, Mark, **Opcit**, Pp. 205.
- 43 Rewaria, Sakshi, **Opcit**, Pp. 30 .
- 44 Edwards, George, **Artificial Intelligence**, N. Y., Didson Pub, 2022, Pp. 184.
- 45 Anderson, Jaimy, **Media Age with Social**, N. Y., Didson Pub, Pp. 57.
- 46 Fraccastoro, Sara, Gabrielsson, Mika and Pullins, Ellen Bolman, **Opcit**, Pp. 77.
- 47 Arad, Jenny, **Media Methods and More**, Buplics, 2021, Pp.204.
- 48 Yerby, Johnathan, Koohang, Alex and Paliszkievicz, Joanna, **Opcit**, Pp. 35.
- 49 Petronio, Sandra, Child, Jeffrey T., **Opcit**, Pp. 24.
- 50 Neapolitan, Richard E.& Jiang, Xia, **Opcit**, Pp. 63.