

إدارة الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقع فيسبوك

"دراسة فى المفهوم والممارسة"

د. عادة صلاح الدين النشار •

مقدمة:

مُنذ إطلاقه فى عام 2004، شكّل موقع فيسبوك منصّة هامة للتواصل الاجتماعى بين البشر فى مختلف أنحاء العالم؛ فخلال سنوات قليلة جداً استطاع الموقع -الذى كان الهدف الرئيسى من تأسيسه إتاحة التواصل بين طلاب جامعة هارفارد الأمريكية- اجتذاب ملايين المستخدمين من دول وجنسيات وثقافات شتى⁽¹⁾. وبفضل التطوير المستمر فى إمكاناته المتصلة بالمحتوى والتكنيك، نجح الموقع فى الوصول بعدد مستخدميه إلى ما يربو على المليار أغلبهم من المستخدمين النشيطين⁽²⁾.

وقد تميز موقع فيسبوك بكل ما يتّحه لمستخدميه من خواص تتعلق بنشر محتوى نصّي أو مصوّر (ثابت أو متحرك) وعرض الحالة الشخصية، وإنشاء ألبومات خاصة، ومشاركة الآخرين فيها والتعليق المتبادل عبر شبكات الصداقة التى تتكوّن من خلاله، وإبداء الإعجابات وغيرها من رموز التعبير عن المشاعر emotions التى تمت إضافتها مؤخراً. فضلا عن إمكانية إجراء محادثات فردية أو جماعية بشكل خاص، إلى غير ذلك مما يحرص فيسبوك على إضافته وتحديثه باستمرار.

غير أن هذه الإمكانيات الهائلة للتواصل التى وقّرها موقع فيسبوك قد أثارت مخاوف عدّة، لعل أهمها وأكثرها إلحاحاً ما يتصل بخصوصية المستخدمين عبر نطاقه الإلكتروني؛ فما يقوم المستخدم بنشره أو مشاركته أو إبدائه يصبح متاحاً للآخرين بالضرورة، حتى وإن ملك الفرد القدرة على تخصيص المحتوى والبيانات وتحديد من يحق لهم الإطلاع عليها. إذ ما يضمن ألا يقوم مستخدم من الأصدقاء المصرح لهم برؤية الإشعارات وملفات الصور والبيانات الشخصية بإعادة مشاركتها أو نشرها لآخرين غير مصرح لهم بالأمر نفسه، سواء كان الفعل يؤذى عن عمد أو عن عمد.

وإذا كان استخدام فيسبوك وغيره من وسائل التواصل الاجتماعى يعنى بشكل أو بآخر مشاركة جانب أو جزء من حياتنا الخاصة مع أشخاص آخرين، فإن الانتشار الواسع لفيسبوك يجعل موضوع الخصوصية فيه يأخذ أهمية كبرى، وهى أهمية

• مدرس بالمعهد الكندي العالى لتكنولوجيا الإعلام الحديث CIC

تتعاضم وتتزايد في ظل تنامي التهديدات والمخاطر التي أصبح المستخدمون يتعرضون لها من جراء ما يفصحون عنه من معلومات وآراء وبيانات، ومن ثم صارت إدارة الخصوصية ضرورة من ضرورات التعامل مع الوسائل والتطبيقات الإلكترونية الحديثة ذات الصلة بالإنترنت، وفي المقدمة منها مواقع التواصل الاجتماعي التي صار فيسبوك يشغل صدارتها في الوقت الراهن.

من هنا جاءت هذه الدراسة البحثية لتسعي إلى تسليط الضوء على ممارسات الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ممثلة في موقع فيسبوك.

مشكلة الدراسة:

في الثامن من يناير عام 2010 كتب مارك زوكربيرج Mark Zuckerberg مؤسس موقع فيسبوك على حسابه الخاص الإشعار التالي: "عندما بدأت في غرفة إقامتي بجامعة هارفارد، كان السؤال الذي وجّهه لى الكثير من الناس (لماذا يجب أن أضع معلوماتي على الإنترنت عمومًا؟ لماذا يجب أن يكون لى حساب على موقعك؟). لكن الآن وبعد مرور خمس أو ست سنوات، فقد اختفى التدوين بطريقة مثيرة، ومعه كل الخدمات المختلفة التي يتشارك الناس عبرها المعلومات". وكان بهذا يقصد ما جرى لتوجهات الناس العاديين من تغيرات بفعل تنامي مواقع الشبكات الاجتماعية بحيث صاروا أكثر ميلاً للإفصاح عبرها.

ويضيف زوكربيرج: "لقد حقّق الناس راحة حقيقية، ليس فقط لمشاركة معلومات أكثر ومن نوعيات مختلفة، ولكن أيضاً لمشاركة بحرية أكبر ومع أشخاص أكثر". وكان يشير بهذا التعليق إلى أن الخصوصية لم تعد عرفاً اجتماعياً، وأنها تطورت بمضي الزمن.

هذا الموقف الراهن الذي آل إليه واقع مستخدمي فيسبوك من ميل ملحوظ للإفصاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن أفكارهم ومعارفهم واتجاهاتهم ومشاعرهم بل وحتى أمورهم الشخصية قد توازى معه تنامي مطرد في جوانب التهديد والمخاطرة التي يمكن أن يقودهم إليه هذا الإفصاح، وهو ما شكّل بدوره معضلة ليس أمام المستخدمين فقط وإنما أيضاً للقائمين على موقع فيسبوك، الذين قاموا بدورهم خلال السنوات الخمسة الأخيرة بإضافة المزيد من إمكانيات التحكم في ضبط الخصوصية، بما يجعل المستخدمين أكثر شعوراً بالأمان، ومن ثم لا تتلاشى لديهم رغبة الإفصاح ومشاركة البيانات والمعلومات.

ولأن الموازنة بين الأمرين ليست سهلة، تسعى هذه الدراسة لتقصّي مفهوم الخصوصية لدى مستخدمي موقع فيسبوك، وذلك من خلال الوقوف على مدى وعيهم بإعدادات الأمان على الموقع، وحدود إفصاحهم من خلاله، ووضوح مخاطر هذا الإفصاح لديهم، وإلى أى مدى تؤثر خبراتهم السابقة على موقفهم منها، وعلاقة كل هذا باتجاهاتهم نحو فيسبوك.

أهمية الدراسة:

تكتسب الدراسة أهميتها من خطورة المفهوم الذي تتناوله وهو الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقع فيسبوك، فانتشار ممارسة الإفصاح عبر موقع فيسبوك بين المستخدمين من مختلف الأعمار والجنسيات والمستويات التعليمية والاقتصادية، وما يقترن بهذه الممارسة من إدارة لإعدادات الأمان عبر الموقع نفسه، لازمه بالضرورة خوف متنامٍ من مخاطر انتهاكات الخصوصية، وما يهدد المستخدمين خلال عملية استخدامه، ومن هنا تكتسب الدراسة أهميتها في شقها النظري، حيث توفر للباحثين الآخرين رؤية حديثة لمفهوم الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

أما تطبيقياً فتساعد الدراسة الحالية على تزويد قرائها من المستخدمين والمهتمين بتصوير رصدي لواقع ممارسة الخصوصية عبر موقع فيسبوك، ما يكسب استخدامهم له وعياً بالوسيلة وإدراكاً لمخاطرها، ومن ثمّ ترشيحاً لممارساتهم عبره.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة الحالية فيما يلي:

1- رصد مفهوم الخصوصية لدى المبحوثين عينة الدراسة من حيث إلمامهم بإعدادات الأمان على فيسبوك وممارستهم الإفصاح الذاتي عبره ووعيهم بمخاطره.

2- تقديم إطار تفسيري لممارسة الخصوصية على فيسبوك يساعد الباحثين والدراسة على رؤية المتغيرات الحاكمة والمؤثرة على هذه الممارسة.

مراجعة الدراسات السابقة:

شهدت السنوات الأخيرة قفزة واسعة ونوعية في مجال الدراسات التي صبّت اهتمامها على مواقع الشبكات الاجتماعية (SNS)⁽³⁾، وقد كان موقع فيسبوك في صدارة هذه المواقع باعتباره الأكثر شهرة واندماجاً في الحياة والممارسة اليومية لملايين الأفراد، وقد أثّرت في هذه الدراسات تساؤلات بخصوص طريقة تقديم الذات على الإنترنت وما يتصل بها من أمور تتعلق بخصوصية المستخدمين⁽⁴⁾

وفيما يلي تستعرض الباحثة الدراسات التي ركّزت على الخصوصية على موقع فيسبوك، وذلك من خلال تتبع المتغيرات ذات الصلة بمفهوم الخصوصية في هذه الدراسات، وذلك على النحو التالي:

شكّلت الخصائص العمرية لمستخدمي فيسبوك مُتغيّراً هاماً وذو دلالة عند دراسة إدارة الخصوصية، وقد ركزت أغلب الدراسات على فئتي المراهقين (خاصة أطفال المدارس) والشباب (لاسيما طلبة الجامعات)، من ذلك دراسة

Papathanassopoulos et al. (2016)⁽⁵⁾ التي تناولت كيفية إدارة طلبة جامعة أثينا لخصوصيتهم على موقع فيسبوك خلال تفاعلهم الاجتماعي مع المستخدمين الآخرين، واعتمدت على منهج المسح الميداني بتطبيق استمارة الاستبيان مقننة على عينة من الطلبة النظاميين بجامعة أثينا بلغ حجمها 291 طالب، وتراوحت أعمارهم بين 18 و26 سنة، وخلصت الدراسة إلى أن الطلاب يستفيدون من وسائل حماية الخصوصية التي يوفرها موقع فيسبوك، كما أن الموقع يسهم في تعزيز السياقات الاجتماعية الموجودة مسبقاً، كذلك فمستوى العلاقة يؤثر على الطريقة التي يتواصل بها المستخدمون سويّاً، وكشفت الدراسة أن مستخدمي فيسبوك يشعرون أنهم قادرون على استخدام معظم إعدادات الخصوصية لحماية بياناتهم الشخصية، ومع ذلك، فإنهم يشعرون بالقلق إزاء الكشف عن معلوماتهم الشخصية التي تعتبر مسؤوليتهم الأساسية، لكن على الرغم من هذه المخاوف، فإنهم يشعرون بالسيطرة على خصوصيتهم من خلال الخواص التي يوفرها الموقع، وتنتهي الدراسة إلى الاعتقاد أنه حتى لو كان الطلاب يدركون أنهم يفصحون عن بياناتهم الشخصية، فإن هذا لا يسبب قدرًا كبيرًا من الشعور بالأمن لديهم.

وهناك دراسات تناولت الخصوصية من منظور جماعي وليس فردي، من ذلك دراسة **Baruh and Popescu** (2017)⁽⁶⁾ التي استعرضت التقنيات والأساليب المتاحة أمام الأفراد لحماية خصوصياتهم وإدارتها لاسيما في ظل الكم الهائل من البيانات الهائلة التي صارت تزخر بها مواقع الشبكات الاجتماعية، وهدفت الدراسة إلى بيان أن أنظمة حماية الخصوصية السائدة القائمة على الإدارة الشخصية للخصوصية على طريقة "لاحظ واختر" "notice and choice" لم تفشل فقط في حماية الخصوصية الفردية، وإنما أيضاً قللت من الخصوصية كخيار جماعي، ولتحقيق هذا الهدف طرحت الدراسة كيف أن الاستراتيجيات الفردية الممكنة لحماية الخصوصية – وهما الانسحاب من الموقع (avoidance) والاعتماد الكلي على طريق حماية الخصوصية التي يوفرها الموقع (assimilation) – ربما تسببت في تقليل خيارات الخصوصية المتاحة للمجتمع ككل، وتختتم الدراسة بمناقشة كيف يمكن أن يوفر البعد الجماعي للخصوصية بدائل أكثر أهمية لحماية الخصوصية.

وفي السياق نفسه هناك دراسة **Sarigol et al.** (2014)⁽⁷⁾ التي أشارت إلى أن مشكلة دراسة الخصوصية الإلكترونية تتمثل في اختزالها في القرارات الفردية بإخفاء أو كشف معلومات شخصية على مواقع الشبكات الاجتماعية، على الرغم من أهمية فهم دور مواقع الشبكات الاجتماعية في إفشاء بيانات شخصية لم يكشفها المستخدم طواعية، لاسيما في ظل كثافة استخدام الأفراد هذه المواقع، كما خلصت الدراسة إلى أن ميل الأفراد للإفصاح الذاتي على مواقع التواصل الاجتماعي يتناسب طردياً مع ميل المستخدمين الآخرين أيضاً للإفصاح، وإن انتشار عدوى الإفصاح عن المعلومات والبيانات الخاصة يدفع من لديهم ميل للإخفاء إلى التراجع عن موقفهم

ومسايرة الآخرين، أُجريت الدراسة التطبيقية على 3 مليون حساب شخصي على موقع فيسبوك قام الباحثون بتتبعها عبر تطبيق إلكتروني لجمع البيانات وتحليلها، واستطاع الباحثون تطوير ملفات إلكترونية من خلال ما يكشفه المبحوثون عن أنفسهم من بيانات وتفضيلات، هذه الملفات ساعدتهم على فهم التوجهات الجنسية للمستخدمين.

أما الإختلاف بين المراهقين وغيرهم في إدراك مفهوم الخصوصية ضمن السياق الاجتماعي، فقد أشارت دراسة **Marwick and Boyd (2014)** (8) إلى أن معظم الانتباه ينصرف إلى سلوكيات الخصوصية على موقع فيسبوك لدى صغار السن، في الوقت الذي فشلت النظريات الحالية للخصوصية في إدراك الطرق التي تُغيّر بها مواقع الشبكات الاجتماعية ممارسات مشاركة المعلومات وإفشائها، كذلك فالنماذج التقليدية للخصوصية تتعامل مع المستخدمين كأفراد دون اعتبار لمواقعهم ضمن السياق الاجتماعي، كما أن قدرة التكنولوجيات الاجتماعية التي تمكن الناس من تبادل المعلومات من الآخرين تحول دون السيطرة الفردية على الخصوصية، وعلى الرغم من ذلك، فإن تقنيات وسائل التواصل الاجتماعي تتبع في المقام الأول النماذج التقنية للخصوصية التي تفترض التحكم الفردي في المعلومات، وأجريت هذه الدراسة بطريقة المقابلة شبة المقننة مع 166 مراهق، وبطريقة الملاحظة بالمشاركة التي أجريت في 17 ولاية أمريكية كجزء من بحث إثنوجرافي إلكتروني أشمل. وخُصت الدراسة إلى أن المراهقين ليسوا أقل من غيرهم من الفئات العمرية دراية بأهمية الخصوصية، حتى وإن إتسمت ممارستهم لها بقدر أكبر من الثقة غير المُبررة. كما اقترحت نموذجًا شارجًا للخصوصية على الإنترنت.

وأجري **Wilson et. al. (2012)** (9) دراسة مسحية على عدد من الدراسات التي تناولت مفهوم الخصوصية على موقع فيسبوك، وتوصلت نتائجها إلى أن اتجاهات المستخدمين شهدت تحوّلًا جذريًا في تقييمهم لخصوصيتهم بمرور الوقت، فقد اتضح أن المستخدمين أصبحوا أكثر التفاتًا لمفهوم الخصوصية على فيسبوك، وأن هذا التحوّل يمكن تفسيره جزئيًا في ضوء التهديدات المتزايدة الناتجة عن الإفصاح عن معلومات شخصية؛ مثل التنقيب عن هذه المعلومات **Data Crawling** من جانب أطراف مجهولة، ومع ذلك فقد أظهرت الدراسات تفاوتًا بين مخاوف الخصوصية التي يبديها الأفراد وسلوكيات الخصوصية المرصودة، فمثلاً 16% من المستخدمين الذين أبدوا مخاوف كبيرة بشأن إمكانية معرفة الغرباء أماكن إقامتهم ودراساتهم أفصحوا عن هذه المعلومات على صفحاتهم الشخصية على موقع فيسبوك، وأرجعت الدراسة هذا التفاوت إلى أن المُحدّد الأكبر لمخاوف المستخدمين يتمثّل بشكل أساسي في الاحتمالية المُدركة للتعرّض لانتهاك الخصوصية بأكثر من تأثير توقّع الانتهاك

وهناك دراسات سعت إلى إظهار الروابط بين الخصوصية على الإنترنت وإدراك الهوية الشخصية مثل دراسة **Mariza Georgalou** (2016)⁽¹⁰⁾ فمن خلال توظيف المنهج الإثنوجرافي عبر الإنترنت بالتركيز على الخطاب *discourse-centred online ethnography* (وهو النهج الذي يمزج الإثنوجرافيا عبر الإنترنت مع تحليل الخطاب)، سعت الدراسة لاستكشاف كيفية تأثير الخصوصية على طريقة تقديم الذات عبر موقع فيسبوك، وتحقيقاً لهذه الغاية فقد قامت الباحثة بتحليل مجموعة من الحالات والتعليقات والروابط والصور والمقابلات مع خمسة مستخدمين يونانيين، وسلّطت النتائج الضوء على إبداع المستخدمين واهتمامهم بالمزاوجة بين الإلمام بالخصائص الإلكترونية للوسيلة من جانب والرموز اللغوية والممارسات النصية من جانب آخر في إدارة خصوصيتهم وتعزيز هويتهم

وفيما يخص تأثير أمن المعلومات على الخصوصية جاءت دراسة **Tamara Dinev** (2014)⁽¹¹⁾ التي أكّدت أنه على تعدّد الأوجه الملموسة للخصوصية، تبقى خصوصية المعلومات الشغل الشاغل لأغلب الباحثين الاجتماعيين، حتى صارت الخصوصية مرادفة لخصوصية المعلومات، وخلصت الدراسة إلى أنه في الوقت الذي يعتقد الأفراد أنهم يحمون ويهتمون بخصوصيتهم، فإنهم لا يفعلون هذا على نحو صحيح وكامل، كذلك فالأفراد وحتى المنظمات بل والحكومات لا يفهمون الخصوصية على نحو دقيق، أيضاً يقدّر الأفراد الخصوصية ويريدونها لكنهم لا يعرفون بشكل جيد المخاطر والتبعات المترتبة على افتقاد الخصوصية، وقد أجريت هذه الدراسة بالتطبيق على مواطني سبع دول أوروبية، حيث تم توظيف المنهج الكيفي في دراسة مفهوم الخصوصية لديهم.

وتطرقت دراسة **Beth Rogers** (2003)⁽¹²⁾ للتأثيرات التي أحدثتها تطور التسويق الإلكتروني على خصوصية الأفراد على الإنترنت، حيث وجدت أن العقوبات التشريعية التي كانت تعترض الشركات التجارية في الوصول للعملاء إلكترونياً قد زال أكثرها، بحيث أصبح متاحاً لها الحصول على بيانات العملاء الحاليين والمحتملين من مواقع التواصل الاجتماعي، وموافاتهم بإعلانات تجارية توافق خياراتهم وتفضيلاتهم، بما يجعل خصوصية الأفراد منقوصة حتى مع ما يوفره فيسبوك من إمكانيات تجاهل الإعلانات أو إخفاؤها وعدم ظهورها مُجدداً؛ حيث تظل عناصر الأمان غير متوافرة بالشكل الكافي، بما يضر ليس فقط المستخدم وإنما سمعة الشركات والموردين أيضاً.

أما فيما يتعلق بتأثير الثقافة السائدة على فهم الخصوصية وممارستها، فقد جاءت دراسة **Hai Liang, Fei Shen, King-wa Fu** (2017)⁽¹³⁾ لتوضح الاختلافات الثقافية في إعدادات الخصوصية والإفصاح عن الذات للموقع الجغرافي على تويتر، حيث أن الخصوصية ظاهرة محددة ثقافياً، وعلى الرغم من ذلك فإن مواقع التواصل الاجتماعي تمارسها على الصعيد العالمي، ومن هنا جاءت أهمية

الدراسة، وقد تم تطبيق الدراسة على 3.3 مليون حساب تويتر من أكثر من 100 مجموعة، وقد توصلت الدراسة إلى أن وضع الخصوصية في المجتمعات الجماعية أكثر فعالية في تشجيع الكشف الذاتي؛ في حين يبدو أنها أقل أهمية بالنسبة للمستخدمين في المجتمعات الفردية، كما أظهرت الدراسة أن انتشار الإنترنت أيضًا عاملاً هامًا في التنبؤ بكل من اعتماد الخصوصية وتحديد الموقع الجغرافي للكشف الذاتي. ومع ذلك، لم تجد الدراسة أي علاقات مباشرة بين القيم الثقافية والكشف الذاتي.

وفى نفس السياق هناك دراسة Payal Arora & Laura Scheiber Pontifícia Universidade Católica (2017)⁽¹⁴⁾ التي تناولت التصورات حول الخصوصية وسلوكيات الخصوصية على الإنترنت بين الشباب ذوي الدخل المنخفض في البرازيل والهند، وقد أجريت دراسة حالة على 22 مشاركًا تتراوح أعمارهم بين 14 و27 عامًا، والذين يعيشون في أماكن هامشية في مدينتين في البرازيل، ومشاركًا يعيشون في مناطق الضواحي الخارجية (المناطق شبه الحضرية) في الهند، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن في كلا البلدين قد كافح الشباب لتحديد مفهوم الخصوصية، وقد كشفت الدراسة أن هناك اختلافًا عميقًا بين الشباب الهندي والبرازيلي عندما يتعلق الأمر بمخاوف وممارسات الخصوصية، حيث أن البرازيليين أكثر حذرًا وغير واثقين من الإنترنت على عكس الهنود.

وتطرقت دراسة Michael A Beam et.al (2017)⁽¹⁵⁾ إلى التأثيرات الناتجة من تنوع الأصدقاء على الفيسبوك وزيادة قراءة الأخبار عبر الإنترنت ومشاركتها على إدارة الأفراد للخصوصية على الفيسبوك، حيث أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يستطيعون قراءة الأخبار ومشاركتها ومناقشتها عبر الإنترنت مع أشخاص آخرين كأفراد العائلة أو زملاء العمل أو الأصدقاء وغيرهم، وهذا يؤثر على إدارة الأفراد للخصوصية معلوماتهم على فيسبوك، وقد تم إجراء دراسة على 771 مستخدم إنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد اتضح أن الأشخاص الذين يقرأون الأخبار على الفيسبوك ويقومون بمشاركتها مع الآخرين هم أكثر انفتاحًا في ممارسات إدارة الخصوصية.

وفى السياق نفسه هناك دراسة Philipp K. Masur and Michael Scharkow (2016)⁽¹⁶⁾ التي أشارت إلى أن التفاعل والاتصال على مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من مخاطر انتهاكات الخصوصية، حيث قامت هذه الدراسة بالتحقيق في مدى إفصاح مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي عن معلوماتهم الشخصية في تحديثات الحالة أو محادثات الدردشة، ولتحقيق في ذلك تم تطبيق الدراسة على 316 مستخدم وتم اختيارهم عن طريق عينة كرة الثلج، وقد توصلت الدراسة إلى أن المستخدمين يقومون بتصنيف المعلومات وقنوات الاتصال حيث أنهم يقومون بالإفصاح عن المعلومات التي تعد بعيدة جدًا عن أي معلومة خاصة وقد تم

مراقبة هذا السلوك بدرجات متفاوتة خلال الدراسة، كما أن المعلومات التي يفصح عنها المستخدمون في محادثات الدردشة تكون أكثر حميمية من المعلومات التي يقومون بالافصاح عنها في تحديثات الحالة.

وتناولت دراسة Ufuoma & Ayesha L Bevan-Dye (2016)⁽¹⁷⁾ العلاقة بين الكشف عن المعلومات في الفيسبوك من قبل طلاب تتراوح أعمارهم بين (12 - 30) عامًا، وقد تم إجراء الدراسة على 281 طالبًا في جامعتين بمقاطعة غونتغ بجنوب أفريقيا، وقد توصلت الدراسة إلى أنه كلما زادت ثقة الأعضاء في الموقع زادت قدرتهم على الافصاح الذاتي على الفيسبوك.

وفي نفس السياق هناك دراسة Sujata & Pooja Pradeep Sriram (2016)⁽¹⁸⁾ التي سعت إلى التعرف على استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي في مومباي وخبراتهم وتصوراتهم، وقد تم تطبيق الدراسة على 121 مراهقًا تتراوح أعمارهم بين (13-18) سنة، وقد أوضحت هذه الدراسة أن مشاركة الوالدين وإشرافهم على إدارة الخصوصية لدى أبنائهم المراهقين ساعدتهم على التحكم في السلوك الخطير على الانترنت، كما أوضح المراهقون أن لهم تجارب أكثر إيجابية مع مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي السياق نفسه جاءت دراسة Semiral Oncu (2016)⁽¹⁹⁾ التي هدفت إلى معرفة عادات الفيسبوك بين المراهقين وتأثيرات تصورات الدعم الاجتماعي وأجهزة الكمبيوتر اللوحي على هذه العادات، وقد أجريت هذه الدراسة على المراهقين الذين هم أكثر عرضة للقيام بأنشطة الفيسبوك وأقل أمنًا، وتمثلت عينة الدراسة في 4261 طالبًا في المدارس المتوسطة والثانوية في تركيا، وقد أظهرت نتائج الدراسة إلى أن المراهقين الذين لديهم المزيد من الكمبيوتر اللوحي والكفاءات والمعتقدات كانوا أكثر عرضة للانخراط في أنشطة محفوفة بالمخاطر، ولكن قد أدى دعم الأسرة إلى الحد بشكل كبير من احتمال حدوث سلوكيات محفوفة بالمخاطر، ولذلك تدعو الدراسة إلى تعزيز دعم الأسرة ومراقبة عادات الكمبيوتر اللوحي، وإلى ضرورة تثقيف المراهقين حول تهديدات الشبكات الاجتماعية والخصوصية.

أجرى Marko M Skoric, et.al (2016)⁽²⁰⁾ دراسة مسحية على عدد من البحوث التجريبية المنشورة في الفترة من 2007 إلى 2013، وذلك بهدف توفير استنتاجات قوية حول العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومشاركة المواطنين، وقد تم تحليل 22 دراسة تناولت العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة، وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة إيجابية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة سواء كانت هذه المشاركة مشاركة سياسية أو مشاركة مدنية أو مشاركة في رأس المال الاجتماعي، وكما اتضح أيضًا عدم وجود علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كإداة للهوية أو الترفية ومشاركة المواطنين.

وتطرقت دراسة Mina Tsay-Vogel, James Shanahan (2016)⁽²¹⁾ لتأثيرات استخدام الفيسبوك على تصورات الخصوصية وسلوك الإفصاح الذاتي، وقد تم إجراء استبيان على شبكة الانترنت لمدة 5 سنوات من عام 2010 إلى عام 2015، ووصل عدد المبحوثين إلى 2789 شخص، وقد وجد أن الأشخاص كثيرون يستخدمون الفيسبوك زاد لديهم احساس المخاطر على الخصوصية على عكس الاشخاص قليلي استخدام الفيسبوك، كما ظهر تراجع في العلاقة السلبية بين مخاوف الخصوصية والافصاح عن الذات عبر الزمن.

ومن الدراسات التي تتناول سلوك الخصوصية في سياق استخدام الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت دراسة Mary Helen Millham & David Atkin (2016)⁽²²⁾ حيث قدمت هذه الدراسة نموذجاً يحكم سلوك الخصوصية في سياق استخدام الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت بين جيل الألفية، وتقيم هذه الدراسة الأفراد الذين هم الأكثر نشاطاً على الإنترنت (المواطنون الرقميون) ويشمل التركيز الخاص معتقدات خصوصية المشاركين؛ كيف يقيمون معلوماتهم الشخصية والخاصة؛ وما هي المخاطر التي ينظرون إليها من حيث الكشف عن هذه المعلومات على الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت، وقد اعتمدت هذه الدراسة على نظرية إدارة خصوصية الاتصالات، وقد تم جمع البيانات عن عمل استقصاء على الانترنت شارك فيه 697 فرداً من جامعة حكومية في شرق الولايات المتحدة الأمريكية، وتفيد نتائج هذه الدراسة أن اتجاهات الافراد نحو الشبكات الاجتماعية على الانترنت تشير إلى سلوكيات الخصوصية لهذه الافراد بمعنى آخر كلما أعطي الفرد قيمة كبيرة للمعلومات الشخصية والخاصة كلما كان أقل ميلاً للكشف والافصاح عن هذه المعلومات على الشبكات الاجتماعية على الانترنت.

وهناك دراسات تناولت كيفية حماية النفس على الانترنت عن طريق عرض نموذج ثلاثي من تجارب سلبية عن الخصوصية على الانترنت لتوضيح كيفية حماية البيانات على الانترنت، ومن هذه الدراسات دراسة Hongliang Chen, Christopher E. Beaudoin, and Traci Hong (2016)⁽²³⁾ حيث تم اختبار نموذجاً من ثلاث خطوات من تجارب الخصوصية السلبية عبر الإنترنت إلى الدافع لحماية الخصوصية عبر الإنترنت لسلوكيات حماية الخصوصية عبر الإنترنت على عينة قوامها 528 فرداً من مستخدمي الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة وكانت أعمارهم من 18 عاماً فأكثر، وقد أوضحت هذه الدراسة أن مستخدمي الاصح سناً كانوا أكثر عرضة للتجارب السلبية فيما يتعلق بالخصوصية، لذلك هم أكثر وعياً بالافصاح عن المعلومات عبر الانترنت وأكثر اعتماداً على أساليب حماية الخصوصية على الانترنت، وكذلك أتضح أن الأشخاص ذوي المستويات التعليمية العليا أكثر وعياً بالافصاح عن المعلومات عبر الانترنت وأكثر اعتماداً على أساليب حماية الخصوصية.

أما عن الدراسات التي تناولت هوية الخصوصية الشخصية فهناك دراسة Tabitha L. James et.al (2016) (24) التي أشارت إلى أن التغيرات التكنولوجية يمكن أن تؤثر على توقع الفرد للخصوصية، وذلك للتكيف مع استخدام الإنترنت، ولذلك سعت هذه الدراسة إلى اكتشاف هوية الخصوصية الداخلية للأفراد لدراسة السلوكيات الشخصية في سياق الإنترنت، وقد أجرت الدراسة عدة اختبارات تجريبية للمسح في عامي 2007 و2008، حيث في عام 2007 تم إجراء الاختبارات التجريبية على 183 فرداً، أما في عام 2008 تم إجراء هذه الاختبارات على 386 فرداً، وقد توصلت الدراسة إلى أن اعتقاد الأفراد بحقهم في التحكم في معلوماتهم يؤثر على ممارساتهم في الكشف عن هذه المعلومات، وأن إيمان الأفراد بحقهم في التحكم في التفاعل يؤثر على ممارساتهم في مشاركة المعلومات عبر الإنترنت، كما أظهرت النتائج عدم وجود علاقة بين عنصر إدارة التفاعل في هوية الخصوصية الشخصية وسلوك التفاعل عبر الإنترنت، ولكن توجد علاقة بين إدارة التفاعل وتبادل المعلومات عبر الإنترنت، كما تشير النتائج إلى أن سلوك التفاعل أكثر تعقيداً في سياق الإنترنت.

وهناك دراسات تناولت اختلاف مفهوم الخصوصية والقلق بشأنها بين منتج المنشور ومستهلكه، ومن هذه الدراسات دراسة Yumi Jung & Emilee Rader (2016) (25) حيث تشير هذه الدراسة إلى أن مستخدم الفيسبوك الذي يقوم بمشاركة منشورًا ما مع الأصدقاء، فإن الأشخاص الذين يرون هذه المشاركة لديهم القدرة على نسخ الإشعار وإعادة مشاركته، ولكن هل لدى القارئ فهم مختلف للإشعار عن المنشئ، فإنه من الممكن أن يستخدم هذا الإشعار بطرق تتنافى مع نوايا المبدع الأصلي، ولذلك هدفت هذه الدراسة لمعرفة ما إذا كان منشئوا المحتوى (المنتجون) والقراء (المستهلكون) الذين لديهم أصدقاء في فيسبوك لديهم مستويات مماثلة من القلق بشأن الخصوصية حول كيفية استخدام الآخرين للمعلومات في مشاركات محددة، وكيف تتأثر اهتماماتهم المتعلقة بالخصوصية حول ما إذا كان الجمهور المتخيل يتكون من (الأصدقاء، أصدقاء الأصدقاء، الجمهور العام)، وقد أجريت هذه الدراسة على 41 زوجًا من أصدقاء الفيسبوك، ليصبح المجموع 82 مستخدمًا فردي من الفيسبوك وتم اختيار هذه العينة عن طريق عينة كرة الثلج، وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة أن كلا من المنتجين والمستهلكين لديهم مستويات مماثلة من القلق المتعلقة بالخصوصية، وأن المستهلكين يهتمون بخصوصية المنتجين.

وفيما يتعلق بإدارة المعلومات الخاصة بالتجارب المؤلمة جاءت دراسة Joshua R. Pederson and Rachel M. McLaren (2015) (26) التي سعت إلى معرفة كيف يدير أعضاء الشبكة الشخصية المعلومات المتعلقة بالخبرات المؤلمة، وقد استخدمت الدراسة نظرية إدارة خصوصية الاتصالات كإطار نظري لتحليل موضوعي لردود الإفصاح عن التجارب المؤلمة وحول كيفية إدارة المعلومات المتعلقة بتجربة مؤلمة، وكان الهدف من هذه الدراسة هو استكشاف كيف يمكن

للمفصحين عن التجارب المؤلمة تطوير الملكية المشتركة مع أعضاء الشبكة الشخصية، وكيف يمكن للمالكين المشاركين إدارة حدود الخصوصية المحيطة بهذه المعلومات، وقد تم تطبيق الدراسة على 190 طالبًا جامعيًا تم اختيارهم من دورات الاتصال في جامعة ميدوسترن، وتوصلت هذه الدراسة إلى لجوء بعض الأشخاص لتجنب المحادثات أو الكذب أحيانًا للحفاظ على خصوصية المعلومات.

وهناك دراسة الأميرة سماح فرج (2015)⁽²⁷⁾ التي سعت إلى التعرف على توجهات الجمهور المصري نحو متغيرين قد يتناقضا مع بعضهما البعض، ألا وهما كل من متغيري الإفصاح عن الذات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديدًا عبر فيس بوك، ومتغير الحفاظ على الخصوصية الشخصية للمستخدمين، وذلك في ظل مجموعة أخرى من المتغيرات الوسيطة المؤثرة على طبيعة العلاقة بين المتغيرين، وخلصت إلى أن الخصوصية والبوح رهينان لمجموعة من الأنماط والمعايير والدوائر الاجتماعية التي تحدد حجم ما يمكن أن يبوح به الفرد وحجم إدراكه للمخاطر المترتبة على ذلك من عدمها

أما عن فعالية إدارة خصوصية المستخدمين فقد جاءت دراسة Jennifer Jiyong Suh & Eszter Hargittai (2015)⁽²⁸⁾ التي هدفت إلى معرفة تأثير جوانب استخدام فيسبوك على كيفية مشاركة الأشخاص للمعلومات عبر الإنترنت، وأيضًا هدفت إلى تحليل مشاركات الشباب على الفيسبوك من خلال أجهزة مختلفة ومواقع مختلفة، وقد تم ذلك من خلال عقد مقارنة بين الجمهور المستهدف مع الجمهور الفعلي حيث تم إجراء مقابلات مع 30 شخصًا منهم 17 إناث و13 ذكورًا تراوحت أعمارهن بين (18، 25) عامًا، وتراوحت تجاربهم مع الفيسبوك من 3 إلى 8 سنوات، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن المشاركين يعربون عن الثقة في قدرتهم على إدارة معلوماتهم على موقع الفيسبوك، وأن معظم المشاركين يعتبرون أن الأجهزة غير المتنقلة أكثر موثوقية وملاءمة للاستخدام من الأجهزة المحمولة.

أجرى Evert Van den Broeck, Karolien Poels, and Michel Walrave (2015)⁽²⁹⁾ دراسة مسحية على 508 فرد من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تتراوح أعمارهن بين 18 إلى 65 عامًا لمعرفة العلاقة بين العمر والاهتمام بالخصوصية والحماية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم تقسيم عينة الدراسة إلى ثلاث مراحل عمرية وهي: المراهقين، الشباب، كبار السن، وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك تباينات واضحة بين اهتمام الخصوصية وحماية هذه الفئات العمرية حيث أن مجموعة كبار السن أكثر قلقًا بشأن خصوصيتهم بالمقارنة مع مرحلة المراهقين ومجموعة الشباب، كما أظهرت الدراسة أن المراهقين والشباب أكثر عرضة للخطر من حيث حماية الخصوصية عن مجموعة كبار السن.

وهناك دراسات تناولت الفوارق بين مفهوم وتصورات الخصوصية بين الكبار والصغار، وتعد دراسة Wouter M. P. Steijn & Anton Vedder (2015) (30) من هذه الدراسات، حيث تناولت الاختلافات المتعلقة بالخصوصية التي توجد غالبًا بين الشباب والكبار، وقد أضافت هذه الدراسة المراهقين أيضًا، وقد تم الحصول على البيانات المقدمة من خلال استبيان موزع على 1002 فردًا من بينهم مراهقين وشباب وكبار، وقد توصلت الدراسة إلى أن مفاهيم الخصوصية التي توجد لدى مراهقون تختلف بالفعل عن تلك التي يحتفظ بها الشباب والكبار .

وفى السياق نفسه هناك دراسة Tal Soffer and Anat Cohen (2014) (31) التي أشارت إلى مفهوم الخصوصية عند المراهقين حيث قامت هذه الدراسة بإجراء دراسة استكشافية على 1428 مراهقًا في ستة بلدان حيث تمثلت العينة كالتالي: 385 مراهقًا من ثلاث مدارس في ثلاث مناطق جغرافية مختلفة في إسرائيل؛ 177 مراهقًا من مدرسة نوكيا في فنلندا؛ 247 مراهقًا من خمس مدارس في منطقة برلين في ألمانيا؛ و 261 من المراهقين من مدرستين في نامور بلجيكا؛ 222 من المراهقين من مدرستين مختلفتين في مقاطعة النمسا السفلى؛ و 136 مراهقًا من أربع مدارس ثانوية عامة في منطقة لودز في بولندا؛ وقد اتضح أن المراهقين يهتمون جدًا بالخصوصية ويعارضون أى نشاط على شبكة الانترنت تحدى مصالحهم الشخصية، وقد أظهرت هذه الدراسة تناقضًا شديدًا بين اهتمام المراهقين بخصوصيتهم وأفعالهم على مواقع التواصل الاجتماعي؛ فعلى الرغم من هذا الاهتمام إلا أن أكثر من نصف عينة الدراسة شاركوا كلمة المرور مع شخص آخر، كما أن الطلاب أوضحوا أنهم لن يستطيعوا الإقلاع عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي رغم معرفتهم بعدم وجود أمن على المعلومات.

أما فيما يخص فكرة أن الخصوصية تختفي مع التطور التكنولوجي، فقد هدفت دراسة David Lewis Coss (2013) (32) إلى تحديد أهداف الخصوصية الفردية على شبكة الإنترنت، حيث تم إجراء هذه الدراسة على مرحلتين المرحلة الأولى اهتمت بفهم قيم الأفراد وأهداف الخصوصية الإلكترونية، وفى هذه المرحلة تم استخدام نهج فكر التركيز لتحديد قيم الخصوصية الفردية فيما يتعلق بتكنولوجيا الإنترنت وذلك لتطوير فهم أهداف الخصوصية الإلكترونية وقد تم ذلك من خلال إجراء مقابلات مع 90 فردًا لتحديد قيم الأفراد فيما يتعلق بالخصوصية الخاصة بهم على شبكة الإنترنت، أما المرحلة الثانية فقد اهتمت بوضع وتصميم إطار للتدقيق فى الخصوصية الإلكترونية، كما خلصت الدراسة إلى ستة أهداف رئيسية لضمان الخصوصية الإلكترونية وهى (زيادة الثقة مع مزود الخدمات الإلكترونية، تعظيم ضوابط إدارة الهوية، تعظيم مسئولية إدارة المعلومات، زيادة فهم الأفراد لوظائف الخدمات الإلكترونية إلى أقصى حد، تعظيم حماية حقوق الخصوصية، الحفاظ على سلامة البيانات)، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أنه كلما زاد فهم الفرد أو المنظمة

حول الخدمات التي تقدمها شبكة الإنترنت لحماية خصوصياتهم ستزداد الثقة لديهم بأن معلوماتهم الشخصية على شبكة الانترنت محمية بشكل كافي.

وتناولت دراسة SHUAI-FU LIN (2013)⁽³³⁾ سلوك إدارة الخصوصية في المجتمعات الافتراضية، حيث سعت الدراسة إلى التحقيق في كيفية توافق عضو المجتمع الظاهري (تجمع مركز من الأشخاص الذين يتفاعلون مع الآخرين من خلال شبكة الإنترنت) مع التهديدات لخصوصيته في مجتمع ظاهري، وقد تم تطبيق هذه الدراسة على 358 فرداً من أفراد المجتمع الظاهري، وتبين هذه الدراسة أن وضع تصور أكثر اكتمالاً للخصوصية في المجتمعات الافتراضية يجب أن يأخذ في الاعتبار كل من المعلومات وخصوصية الإقليم، وأن الإفصاح الخاص بالمعلومات والتنسيق الإقليمي هما سلوكان متكاملان لإدارة الخصوصية.

وفي السياق نفسه هناك دراسة Ki Jung Lee (2013)⁽³⁴⁾ تناولت تطوير وتحليل نماذج إدارة الخصوصية في الشبكات الاجتماعية على الانترنت، حيث أشارت هذه الدراسة إلى أن هناك تناقضاً جوهرياً بين الطريقة الطبيعية لتجربة خصوصية المستخدم وتصميم الخصوصية القابلة للاستخدام في الشبكات الاجتماعية على الانترنت، حيث أن المستخدمين يتوقعون تجربة إدارة الخصوصية كما يفعلون في الحياة الحقيقية ولكن هذا لا يحدث في مناسبات متنوعة تؤدي إلى انتهاك خصوصيتهم، فعلى سبيل المثال: المحادثة المنشورة، والكشف العام عن معلوماتهم الشخصية، والحدود المفتوحة لمجموعات اجتماعية متميزة داخل شبكتهم الاجتماعية، ولذلك سعت هذه الدراسة إلى فهم كيفية اتخاذ الناس قرارات إدارة خصوصيتهم في الشبكات الاجتماعية على الانترنت، وذلك من خلال تحديد بناء البحوث وتطوير نماذج من سلوك إدارة الخصوصية للمستخدم، واختبار البناء والنماذج على أساس فرضيات هادفة. وقد اعتمدت هذه الدراسة على نظرية إدارة خصوصية الاتصالات، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن المستخدمين ذوي السمات الجماعية أقل عرضة لإدارة الخصوصية في الشبكات الاجتماعية على الانترنت في حين أنه لا توجد فروق بين المستخدمين الذكور والإناث، وأن المستخدمين أكثر عرضة لإدارة الخصوصية عندما يتعلق سياق إدارة الخصوصية بزيادة عدم الرغبة في التواصل والإفصاح الذاتي الأكثر نشاطاً.

وهناك دراسات تناولت الخصوصية من منظور قانوني، ومن هذه الدراسات دراسة Rebekah Abigail Pure (2013)⁽³⁵⁾ التي استعرضت تعديل التشريع الرابع الخاص بالدور الذي تلعبه توقعات الخصوصية في الحماية الدستورية للخصوصية الشخصية بشكل عام، حيث أنه من أجل الحماية القانونية للخصوصية الشخصية بموجب التعديل الرابع، يجب أن يكون لدى الشخص ما تسميه المحاكم "توقع معقول للخصوصية". ولكي يعتبر توقع الخصوصية في سياق معين معقولاً، يجب على المجتمع أن يعتبر هذا التوقع معقولاً، لم يستكشف أي بحث تجريبي ما

يعتبره المجتمع توقعًا معقولاً للخصوصية في سياقات الإنترنت، وقد تم تطبيق الدراسة على 1156 شخصًا يستخدمون فيسبوك في الولايات المتحدة ممن تتراوح أعمارهم بين (18 و86) عامًا، وقد توصلت هذه الدراسة إلي أن الناس لديهم توقعات أقل بالخصوصية عندما يعتقدون أن معلوماتهم يمكن ملاحظتها بسهولة أكبر، وأن في شبكات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص طبيعة توقعات الخصوصية معقدة، وأن بعض سلوكيات حماية الخصوصية (تنفيذ إعدادات الخصوصية) تؤثر على توقعات الخصوصية وحول مدى إمكانية وصول مستخدمي الشبكات الاجتماعية الآخرين إلى معلوماتهم الشخصية، وأن سلوكيات حماية الخصوصية الأخرى (قراءة سياسات خصوصية الموقع) تؤثر على توقعات الخصوصية بشأن المعلومات التي يتوقع الناس أن يكون موظفو إنفاذ القانون قادرين على الوصول إليها في شبكات التواصل الاجتماعي.

وفيما يتعلق بسياسات الخصوصية للمحتوى المشترك في مواقع الشبكات الاجتماعية فهناك دراسة Anna C. Squicciarini, Mohamed Shehab, Joshua Wede (2010)⁽³⁶⁾ التي أشارت إلى أن الشبكات الاجتماعية تعد شكلا من أشكال التعبير الذاتي للمستخدمين وتساعدهم على التواصل الاجتماعي ومشاركة المحتوى مع مستخدمين آخرين، وعلى الرغم من أن مشاركة المحتوى تمثل أحد السمات البارزة لمواقع الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أنها لا توفر أية آليات للإدارة الجماعية لإعدادات الخصوصية للمحتوى المشترك، ولذلك سعت هذه الدراسة إلى تقديم نموذج مشكلة الإنفاذ الجماعي لسياسات الخصوصية على البيانات المشتركة، حيث أنه يقترح في هذا النموذج حلاً يوفر طرقاً آلية لتبادل الصور استناداً إلى فكرة موسعة لملكية المحتوى، كما أنه تحرر المستخدمين من عبء اختيار تفضيلات الخصوصية يدويًا لكل صورة .

وهناك دراسات سعت إلى تعريف مفهوم دورة حياة الخصوصية من منظور المستخدم مثل دراسة Dawn N. Jutla (2010)⁽³⁷⁾ وقد ساهمت هذه الدراسة في نظرية التصنيف لإدارة الخصوصية على الإنترنت والتكنولوجيا، وتؤكد هذه الدراسة على أن معرفة المستخدمين لقضايا الخصوصية والاستعداد للعمل على حماية تغيير الخصوصية مع مرور الوقت يطرح تحديات مختلفة وفرص متغيرة في بيئة الإنترنت، وأن حماية الخصوصية تتطلب استراتيجيات وأدوات مختلفة، ولكنها متداخلة أحياناً في كل دورة من مراحل دورة الحياة، وأن تستمر حماية خصوصية المستخدم إلى ما لا نهاية، وبالتالي فإن المراحل سوف تدور أو تتكرر باستمرار طوال حياتها / حياته.

وتناولت دراسة Jeffrey Todd Child (2007)⁽³⁸⁾ استكشاف إفصاحات المدونات وكذلك تطوير قواعد الخصوصية وإدارتها بين المدونين الشباب البالغين، حيث أن مدونات الويب يمكن أن يضع الناس في الحالات التي يمكن للآخرين بسهولة

التأكد من معلومات هامة عنهم فقط من خلال قراءة إفصاحات المدونات الشخصية؛ إذ المدونات لا تضمن تدابير السلامة المناسبة، وتم جمع بيانات هذه الدراسة على مرحلتين المرحلة الأولى تم تطبيقها على 176 مفردة أما المرحلة الثانية على 237 مفردة، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن النساء حافظن على قواعد الخصوصية أكثر من الرجال.

الإطار النظري للدراسة:

بالبحث في الأطر النظرية الموطّفة في دراسة إدارة الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي، اتضح أن هذه الأطر تتعامل مع الخصوصية دون مراعاة الفوارق الجوهرية بين مفهوم الخصوصية في الواقع الفعلي وتطبيقاته في الواقع الافتراضي، كذلك فأغلب نظريات إدارة الخصوصية تنطلق من التعامل مع الإنسان الفرد ذي البيئة المحددة والمعروفة لا الفرد المتفاعل مع سياق اجتماعي قد لا تكون أبعاده وحدوده واضحة له بالكامل كالسياق التفاعلي على الإنترنت.

هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى توزعت النماذج النظرية للخصوصية بين نماذج تركز على البعد التقني من حيث إلمام مستخدم فيسبوك بإعدادات الأمان عليه⁽³⁹⁾، وأخرى تهتم بالبعد الشخصي الذي يُقصد به تحديد المستخدم لما يختار أن يُفصح عنه وما يقرّر إخفاءه⁽⁴⁰⁾.

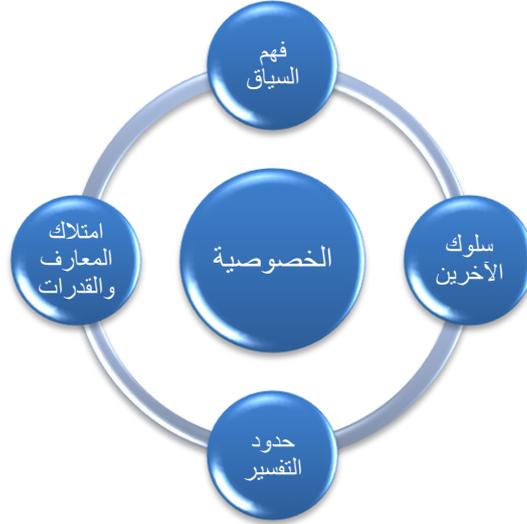
وفي محاولة لتجاوز هذه العقبات، جاء نموذج "الخصوصية الإلكترونية *Networked privacy*" الذي صاغه كل من *Marwick and Boyd* في دراستهم المنشورة عام 2014⁽⁴¹⁾، حيث سعيا لتقديم فهم أشمل لمفهوم الخصوصية لا يقف عند حدود النظر إليه باعتباره أمر فردي تقني، وإنما يراه ضمن سياقه الاجتماعي الأوسع والحاكم.

وانطلق نموذج الخصوصية الإلكترونية من فرضية أن فهم كيفية تحقُّق الخصوصية على شبكة الإنترنت يستدعي أن يراعى النموذج المُفسّر لها طبيعة الوسيلة وخصائصها، فالخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي لا يمكن تأسيسها وتوفيرها بشكل كامل عن طريق الأفراد؛ ذلك أنها لا تعتمد بشكل كلي على خيارات المستخدمين أو تحكُّمهم في البيانات، فالسياق الإلكتروني يتم تحديده من خلال تركيبة مؤلّفة من الجمهور *audience* والآليات الفنية *technical mechanisms* والأعراف الاجتماعية *social norms* ولأن السياقات تتبدّل وتتداخل، فالخصوصية ممارسة مستمرة ونشطة. ويعتمد تحقيق الأفراد للخصوصية ليس فقط على قدراتهم التكنولوجية وإنما أيضاً على فهمهم الكامل للسياق الذي يتعاملون فيه، وتأثير سلوكيات الآخرين، وتصورهم لحدود تفسير ما يعرضونه من معلومات، وامتلاك المعارف والقدرات اللازمة للتأثير المباشر على كيفية تدفق المعلومات وتفسيرها داخل هذا السياق. وبعبارة أخرى يجب أن يمتلك الأفراد قدرة الفعل، فالجمهور

الإلكتروني يُعَدُّ الخصوصية تحديًا لأنهم يغيِّرون المواقف الاجتماعية بطرق يصبح معها امتلاك القوة والمعارف والمهارات أمرًا غير مضمون.

شكل رقم (1)

مُحدِّدات الخصوصية الإلكترونية



تستدعي الخصوصية الإلكترونية مجموعة من ديناميكيات الجمهور، والأعراف الاجتماعية، والوظائف الفنية التي تؤثر على عمليات الكشف عن المعلومات، والإخفاء، والغموض، والتفسير لدى الجمهور الإلكتروني، وإذا كانت الخصوصية بصفة عامة تُفهم أحيانًا على أنها محض إدارة للحدود، فإن الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي مفاوضات مستمرة للسياقات في النظام البيئي الشبكي حيث السياقات تُطمس وتتهار بشكل منتظم، ما يعني أن الخصوصية الإلكترونية لا تتحقَّق ببساطة بمجرد التحكم في المعلومات عرضًا أو إخفاءً، فهي تتطلب سيطرة ذات مغزى على السياقات الشبكية التي تندفق فيها هذه المعلومات، أي أن تحقيق الخصوصية يتطلب أن يمتلك المستخدمين فهمًا لـ وتأثيرًا على تشكيل السياق الذي يجرى فيه تفسير المعلومات، ويمكن أن يتم هذا من خلال التشارك في تأسيس بنية الأنظمة، أو يمكن أن يتم بتضمين المعنى والسياق في المحتوى نفسه.

في نهاية المطاف فإن محاولات تفحص الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي تكشف الديناميكيات التفاعلية الكامنة في ممارسات الخصوصية، كما تُظهر أن النموذج الفردي للخصوصية لا يناسب تمامًا السلوك البشري، فالأفراد يعيشون في السياقات الاجتماعية، وأفعالهم تتداخل سويًا داخل المجتمع الشبكي،

ويُخَلَّص النموذج إلى أن الالتزام بالأعراف الاجتماعية خلال عملية تشارك البيانات الوسيلة الأفضل لحفظ الخصوصية الإلكترونية.

وهكذا فإن التعامل مع الخصوصية في إطارها الشبكي يُسَلِّط الضوء على الصعوبات الخاصة بتعريف أو حتى فهم السياقات الاجتماعية بحكم أن الجميع يتشارك في تأسيسها، كما أنها تتشكّل بواسطة ما يتيحها فيسبوك من إمكانيات للفعل.

ولتوضيح ما سبق، طلب *Marwick an Boyd* (42) من الطلاب انتهاك قاعدة اجتماعية غير معلنة على الإنترنت، فاختر البعض التعليق على صور قديمة لأصدقائهم، غير أن التعليق على صور قديمة يمكن أن يكون من الأمور غير المحببة بين طلبة الجامعات الذين يحتفظون في ألبومات خاصة على فيسبوك بصور قد تكون مُخرجة للبعض وتعود لمرحلة المدرسة، وبالرغم من أن هذه الصور قد تكون متاحة لكل أصدقاء فيسبوك، فإن فعل التعليق يعيدها من جديد إلى مجال الإهتمام العام على الإنترنت، أي أن فعل التعليق يصبح عملاً ترويجياً، (فهذه الصور التي يُعاد نشرها تحوي أشخاصاً ربما تكون قد انتهت علاقتهم ولم يعودوا أصدقاء، أو أن بعضهم ظهر في وضعية غير لائقة ولا تتناسب مع وضعه الحاضر، وما إلى ذلك). وبالتالي فقواعد المعلومات المعقدة في فيسبوك لم تكن حول ما إذا كانت الصور عامة أو خاصة، ولكن ما إذا كان يتم ترويجها أم لا، إن حقيقة أن هذه الديناميكية قد تعرضت لانتهاك الخصوصية تشير إلى كيفية ارتباط السياق والمعايير بالخصوصية على الإنترنت.

وهكذا فحين تفترض التصورات التقنية والشخصية للخصوصية على الإنترنت أن الأفراد يمكن ويجب أن يديروا خصوصيتهم، فإن نموذج الخصوصية على الإنترنت *Networked privacy* يقدّم تصوّراً مختلفاً لفهم ممارسات الخصوصية في عصر الشبكات، أيضاً فنموذج الخصوصية على الإنترنت يتحدى نموذج قائمة التحكم بالوصول *the access-control list model* الذي يقترح أن الخصوصية يمكن أن تُدار من خلال تحديد المعلومات المسموح للأخريين بالإطلاع عليها ومعرفتها، بينما يفترض نموذج الخصوصية على الإنترنت أن المعلومات تمر عبر شبكة الإنترنت، وأن الخصوصية يمكن بسهولة أن ينتهكها أي شخص مُتّصل بالمستخدم، وتبقى الأعراف والروابط الاجتماعية الضمانة الوحيدة لعدم التّعريض لمثل هذه الانتهاكات، فحتى إذا كان المستخدم يجعل صورة ما متاحة لثلاثة أصدقاء فقط، يمكن لهؤلاء الأصدقاء نشرها بسهولة للكثيرين، وتتوقف مسألة ما إذا كانوا سيفعلون هذا أم لا ليس فقط على إمكانية دخولهم للصورة، ولكن بالأساس على معاييرهم الاجتماعية المشتركة وعلاقتهم بناشر الصورة.

كذلك يختلف نموذج الخصوصية على الإنترنت عن نظرية سلامة السياق *Contextual Integrity* التي طوّرها الباحث الأمريكي *Nissenbaum*، والتي

تفترض أن بوسع الفرد أن يفهم بسهولة السياق الذي يجري فيه نشر المعلومات، وأن هذه السياقات ثابتة ومستقلة، وأن انتهاكات الخصوصية تحدث فقط بمجرد انتقال المعلومات إلى سياق مختلف بأعراف مغايرة متعلقة بالمعلومات. بينما يذهب نموذج الخصوصية على الإنترنت إلى أبعد حيث يقترح أن المشاركين على مواقع التواصل الاجتماعي يشتركون سويًا في بناء السياقات والأعراف المتعلقة بالمعلومات، وأن هذه الأخيرة عادة ما تتغير. كما أن هناك مستويات مختلفة من المهارة لفهم السياق وتغييراته وتحولاته وفقًا لتبدل المعايير الاجتماعية والقدرات التكنولوجية. علاوة على هذا فالسياقات ليس بالضرورة مُحددة بشكل صارم، كما أن الأعراف ليست ثابتة. بل يتشارك الأفراد في تأسيس الموافقات.

كما أن نظرية سلامة السياق تفترض أن السياق معروف، بينما يأخذ نموذج الخصوصية على الإنترنت في الاعتبار أن الأفراد ربما يفسروا السياق بصعوبة، وأن هذه السياقات ربما تتحرك أو تنهار، أو أن أشخاصًا آخرين قد يسيطرون على السياق بطرق تتجاوز صلاحيات الفرد (مثل المراقبة أو تسريب المعلومات أو التنقيب في البيانات).

وتشير نظرية الخصوصية على الإنترنت إلى أنه من الواجب إعادة تصوّر أضرار الخصوصية. فبدلاً من التفكير في أضرار الخصوصية من زاوية الأفراد أو الجماعات، نحتاج إلى التفكير فيها من زاوية الشبكات أو العلاقات بين الناس. وتُسلط مواقع التواصل الاجتماعي الضوء على تشابك البيانات في جوهرها. فالصور الفوتوغرافية تتضمن أشخاص عديدين، والرسائل تدور بين مرسل ومستقبل، ويشارك الناس معلومات قد تخص الآخرين. ولا يمكن حل هذه التعقيدات من خلال نماذج الملكية التي تعتمد على الحقوق المشتركة. وبدلاً من هذا تقتضى فعالية النماذج احترام أن شبكات الأفراد تتصل بمعلومات تنم مشاركتها في عالم مُتشابك اجتماعيًا. ففي عالم أصبحت الخصوصية عبر الإنترنت ذات طابع عام، يجب أن تتكيف الأنظمة القانونية والتقنية حول خصوصية المعلومات لتعكس بشكل أفضل واقع المعلومات الاجتماعية الشبكية.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح، ووظفت أسلوب المسح بالعينة، وذلك بتطبيق استمارة استبيان مقننة بغرض جمع البيانات من المبحوثين.

مجتمع الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة الميدانية في المصريين من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك ممن تبلغ أعمارهم 18 سنة فأكثر، حتى يكون باستطاعتهم الإجابة عن أسئلة الاستبيان، فضلاً عن كونها الفئة العمرية التي يسمح لها موقع فيسبوك بامتلاك حساب عليه.

عينة الدراسة:

تتنمى عينة الدراسة الحالية إلى نوع العينات غير العشوائية، ويرجع هذا لصعوبة اختيار عينة عشوائية في ظل غياب قوائم معينة بمستخدمي موقع فيسبوك يمكن للباحثين الاعتماد عليها في سحب العينة⁽⁴³⁾.

وقد تم الاعتماد على عينة حصرية قوامها 400 مبحوث من مستخدمي موقع فيسبوك، وقد تم ملء الاستمارات منهم إلكترونياً بعد تصميم استمارة الاستبيان على موقع Survey Monkey لضمان الحصول على استجابة واحدة لا أكثر من كل مبحوث.

وفيما يخص زمن تطبيق استمارة الاستبيان، فقد تم هذا خلال الفترة بداية من 1 ديسمبر وبنهاية الشهر اكتمل العدد المطلوب للعينة وذلك بعد استبعاد بعض الاستجابات لملئها من مستخدمين دون السن.

الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة:

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة (ن=400)

خصائص العينة		ك	%
النوع	ذكور	210	52.5%
	إناث	190	47.5%
السن	من 18 لأقل من 35 سنة	145	36.2%
	من 35 أقل من 50 سنة	132	33%
	50 سنة فأكثر	123	30.8%
المستوى التعليمي	أقل من المتوسط	35	8.8%
	تعليم متوسط	41	10.3%
	تعليم جامعي	203	50.7%
	دراسات عليا	121	30.2%
الحالة الاجتماعية	أعزب	153	38.2%
	متزوج	223	55.8%
	مطلق/أرمل	24	6%
الحالة المهنية	طالب	125	31.3%
	أعمل	146	36.4%
	لا أعمل	129	32.3%
المستوى الاقتصادي والاجتماعي	منخفض	119	29.8%
	متوسط	168	42%
	مرتفع	113	28.2%

فيما يخص متغير النوع، توزعت عينة الدراسة بين ذكور بنسبة 52.5% وإناث بنسبة 47.2%.

وبالنسبة لمتغير السن، فقد كانت أكثرية العينة بنسبة 36.2% في فئة الشباب (من 18 لأقل من 35 سنة)، يليهم المبحوثون في الفئة العمرية (من 35 أقل من 50 سنة) بنسبة 33%، ثم أخيراً المبحوثون في الفئة العمرية من (50 سنة فأكثر) بنسبة 30.8% من إجمالي العينة.

وبالنسبة لمتغير المستوى التعليمي، فقد كان غالبية المبحوثين بنسبة 50.7% من ذوى التعليم الجامعي، يليهم المبحوثون ممن يستكملون دراستهم العليا أو أتموها بالفعل بنسبة 30.2%، ثم جاء المبحوثون الحاصلون على تعليم فوق المتوسط بنسبة 10.3%، وأخيراً المبحوثون الحاصلون على 8.8% من إجمالي عينة الدراسة.

وفيما يخص متغير الحالة الاجتماعية، فقد بلغت نسبة المبحوثين المتزوجين بين عينة الدراسة 55.8%، يليهم غير المتزوجين بنسبة 38.2%، ثم المبحوثين ذوى الحالة الاجتماعية أعزب أو مطلق بنسبة 6% من إجمالي عينة الدراسة.

وبالنسبة لمتغير الحالة المهنية، فقد بلغت نسبة المبحوثين الذين يعملون 36.4%، يليهم المبحوثون غير العاملين بنسبة 32.3%، ثم الطلاب بنسبة 31.3% من إجمالي عينة الدراسة.

وأخيراً فيما يخص متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي، فقد بلغت نسبة المبحوثين ذوى المستوى المتوسط 42%، يليهم المبحوثون ذوى المستوى المنخفض بنسبة 29.8%، ثم المبحوثون ذوى المستوى المرتفع بنسبة 28.2% من إجمالي عينة الدراسة.

متغيرات الدراسة وطرق القياس وإجراءات الصدق والثبات:

(1) كثافة استخدام موقع فيسبوك: (M=7.12, SD=1.356)

تم قياس هذا المتغير من خلال سؤالين، أولهما يقيس عدد أيام الدخول على موقع فيسبوك أسبوعياً في المتوسط، وتمثلت بدائل الإجابة عنه في يوم واحد أسبوعياً (يُعطى المبحوث درجة واحدة) ومن يومين لثلاثة أيام أسبوعياً (يُعطى المبحوث درجتين) ومن أربعة أيام لخمسة أيام أسبوعياً (يُعطى المبحوث 3 درجات) ومن خمسة أيام لستة أيام أسبوعياً (يُعطى المبحوث 4 درجات) ويومياً (يُعطى المبحوث 5 درجات). بينما يقيس السؤال الآخر عدد ساعات استخدام موقع فيسبوك يومياً في المتوسط، وتمثلت بدائل الإجابة عنه في أقل من ساعة يومياً (يُعطى المبحوث درجة واحدة) ومن ساعة لأقل من ساعتين (يُعطى المبحوث درجتين) وساعتين لأقل من 3 ساعات (يُعطى المبحوث 3 درجات) و3 ساعات فأكثر (يُعطى المبحوث 4 درجات). لتتراوح درجات المقياس بين (2-9)، توزعت علي النحو التالي:

- استخدام منخفض (2-4 درجات).

- استخدام متوسط (5-6 درجات).

- استخدام مرتفع (7-9 درجات).

(2) مدى الانغماس في موقع فيسبوك: (M=24.65, SD=3.670)

تم قياس هذا المتغير من خلال ست عبارات هي على النحو التالي:

- 1- يمثل الدخول على موقع فيسبوك نشاطاً مهماً أمارسه في حياتي الاعتيادية
 - 2- يوفر لي موقع فيسبوك صديقاً أُلجا إليه في أوقات فراغي
 - 3- يمكن أن أتوقف عن ممارسة عمل أقوم به كي أراجع أحدث ما نُشر على فيسبوك
 - 4- أراجع ما ينشره ويشاركه أصدقائي على فيسبوك بشكل دوري
 - 5- عادة ما أشارك في النشاطات والنقاشات التي تجري على فيسبوك
 - 6- أحرص على مراجعة الإشعارات التي تصلني أولاً بأول
- ويحدّد المبحوث موقفه منها علي مقياس ليكرت الخماسي (موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض جداً) وتم وضع درجة لكل اختيار كما يلي: (موافق بشدة 5 درجات)، (موافق 4 درجات)، (محايد 3 درجات)، (معارض درجتان)، (معارض جداً درجة واحدة)، وتراوحت درجات المقياس بين (6-30)، توزّعت علي النحو التالي:

- انغماس منخفض (6-13 درجة).
- انغماس متوسط (14-22 درجة).
- انغماس مرتفع (23-30 درجة).

اختبارات صدق المقياس وثباته:

أولاً: صدق المقياس:

تم التحقق من صدق المقياس بحساب الاتساق الداخلي للمقياس Internal consistency، حيث تم عمل مصفوفة الارتباطات Correlation Matrix بين العبارات الست المكونة لمقياس مدى الانغماس في موقع فيسبوك لاختبار مدى ارتباط العبارات ببعضها، ودلالة هذا الارتباط، تم الحصول على النتائج التي يجملها الجدول التالي:

جدول رقم (2)

عبارة 6	عبارة 5	عبارة 4	عبارة 3	عبارة 2	العبارات
**295.	**344.	**404.	**385.	**503.	عبارة 1
000.	000.	000.	000.	000.	معامل بيرسون
**423.	**363.	**453.	**513.		مستوي المعنوية
000.	000.	000.	000.		عبارة 2
**319.	**354.	**436.			معامل بيرسون
000.	000.	000.			مستوي المعنوية
**409.	**455.				عبارة 3
000.	000.				معامل بيرسون
**439.					مستوي المعنوية
000.					عبارة 4
					معامل بيرسون
					مستوي المعنوية
					عبارة 5
					معامل بيرسون
					مستوي المعنوية

** دال عند مستوى معنوية 0.01

كما تم إجراء مصفوفة ارتباطات أخرى بين كل عبارة والدرجة الكلية لمقياس مدى الانغماس في موقع فيسبوك، وكانت نتائج الارتباطات على النحو التالي:

جدول رقم (3)

الارتباط بين عبارات المقياس والدرجة الكلية لمقياس مدى الانغماس في موقع فيسبوك

رقم العبارة	الارتباط بالمقياس الكلي	مستوى المعنوية
1	**0.662	0.000
2	**0.319	0.001
3	**0.680	0.000
4	**0.747	0.000
5	**0.498	0.000
6	**0.594	0.000

** دال عند مستوى معنوية 0.01

يتضح من بيانات الجدول أن كل العبارات مرتبطة ارتباطاً دالاً بالدرجة الكلية للمقياس، وأن هذه الارتباطات دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وهو ما يؤكد صدق المقياس.

ثانياً: ثبات المقياس:

تم حساب معامل Alpha لثبات مقياس مدى الانغماس في موقع فيسبوك، حيث بلغت قيمته (0.732)، وهي قيمة ثبات عالية يمكن في ضوءها قبول نتائج المقياس.

(3) فهم إعدادات الأمان: (M=23.27, SD=4.302)

تم قياس هذا المتغير أيضاً عن طريق ست عبارات هي على النحو التالي:

- 1- كنت على وعي بإعدادات الأمان منذ وقت مبكر لاستخدامي فيسبوك
- 2- أحرص على التحكم بشكل جيد في إعدادات الأمان الخاصة بي على فيسبوك
- 3- أعيد النظر عادة في إعدادات الأمان الخاصة بي على فيسبوك كي أحمي خصوصيتي
- 4- يمكن أن أصف فهمي لإعدادات الأمان على فيسبوك بغير الكافي
- 5- تحديد من له حق رؤية مشاركاتي وبوسناتي على فيسبوك أمر لا يشغلني كثيراً
- 6- أفتقد الدافع لإعطاء الاهتمام الكافي لإعدادات الأمان الخاصة بي

ويحدّد المبحوث موقفه منها علي مقياس ليكرت الخماسي (موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض جداً) وتم وضع درجة لكل اختيار كما يلي: (موافق بشدة 5 درجات)، (موافق 4 درجات)، (محايد 3 درجات)، (معارض درجتان)، (معارض جداً درجة واحدة)، هذا في العبارات من 1 إلى 3. أما في العبارات من 4 إلى 6 فقد تم عكس التوكيد. وتراوحت درجات المقياس بين (6-30)، توزّعت علي النحو التالي:

- فهم منخفض (6-13 درجة).
- فهم متوسط (14-22 درجة).
- فهم مرتفع (23-30 درجة).

اختبارات صدق المقياس وثباته:

أولاً: صدق المقياس:

تم التحقق من صدق المقياس بحساب الاتساق الداخلي للمقياس Internal consistency، حيث تم عمل مصفوفة الارتباطات Correlation Matrix بين العبارات الستة المكونة لمقياس فهم إعدادات الأمان لاختبار مدى ارتباط العبارات ببعضها، ودلالة هذا الارتباط، تم الحصول على النتائج التي يجملها الجدول التالي:

جدول رقم (4)

العبارات		عبارة 2	عبارة 3	عبارة 4	عبارة 5	عبارة 6
عبارة 1	معامل بيرسون	.367**	.320**	.302**	.313**	.263**
	مستوي المعنوية	.000	.000	.000	.000	.000
عبارة 2	معامل بيرسون		.460**	.453**	.312**	.327**
	مستوي المعنوية		.000	.000	.000	.000
عبارة 3	معامل بيرسون			.566**	.466**	.326**
	مستوي المعنوية			.000	.000	.000
عبارة 4	معامل بيرسون				.520**	.485**
	مستوي المعنوية				.000	.000
عبارة 5	معامل بيرسون					.544**
	مستوي المعنوية					.000

** دال عند مستوى معنوية 0.01

كما تم إجراء مصفوفة ارتباطات أخرى بين كل عبارة والدرجة الكلية لمقياس فهم إعدادات الأمان، وكانت نتائج الارتباطات على النحو التالي:

جدول رقم (5)

الارتباط بين عبارات المقياس والدرجة الكلية لمقياس فهم إعدادات الأمان

رقم العبارة	الارتباط بالمقياس الكلي	مستوى المعنوية
1	**0.701	0.000
2	**0.744	0.000
3	**0.700	0.000
4	**0.651	0.000
5	**0.665	0.000
6	**0.701	0.000

** دال عند مستوى معنوية 0.01

يتضح من بيانات الجدول أن كل العبارات مرتبطة ارتباطاً دالاً بالدرجة الكلية للمقياس، وأن هذه الارتباطات دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وهو ما يؤكد صدق المقياس.

ثانياً: ثبات المقياس:

تم حساب معامل Alpha لثبات مقياس فهم إعدادات الأمان، حيث بلغت قيمته (0.802)، وهي قيمة ثبات عالية يمكن في ضوءها قبول نتائج المقياس.

(4) الخبرات السلبية السابقة: (M=12.39, SD=2.032)

تم قياس هذا المتغير عن طريق أربع عبارات هي على النحو التالي:

- 1- مررت أو مر أحد أصدقائي بتجربة سرقة حساب فيسبوك أو محاولة سرقة
- 2- سمعت عن أشخاص تعرضوا لمواقف محرجة بسبب ما ينشرونه على فيسبوك
- 3- تعرضت أو أحد أصدقائي لإساءة استخدام بياناتي الشخصية المنشورة على فيسبوك
- 4- حدث أن نشرت على فيسبوك آراءً أو صوراً أو فيديوهات أضرت بي فعلياً

ويحدّد المبحوث موقفه منها علي مقياس رباعي (دائمًا، وأحيانًا، ونادرًا، ولا) وتم وضع درجة لكل اختيار كما يلي: (دائمًا 4 درجات)، (أحيانًا 3 درجات)، (نادرًا درجتان)، (لا درجة واحدة). وتراوحت درجات المقياس بين (4- 16)، توزعت علي النحو التالي:

- خبرات منخفضة (4-7 درجة).
- خبرات متوسطة (8-12 درجة).
- خبرات مرتفعة (13-16 درجة).

اختبارات صدق المقياس وثباته:

أولاً: صدق المقياس:

تم التحقق من صدق المقياس بحساب الاتساق الداخلي للمقياس Internal consistency، حيث تم عمل مصفوفة الارتباطات Correlation Matrix بين العبارات الأربع المكونة لمقياس الخبرات السلبية السابقة لاختبار مدى ارتباط العبارات ببعضها، ودلالة هذا الارتباط، تم الحصول على النتائج التي يجملها الجدول التالي:

جدول رقم (6)

عبارات	عبارة 2	عبارة 3	عبارة 4
عبارة 1	معامل بيرسون مستوي المعنوية	**418. 000.	**262. 000.
عبارة 2	معامل بيرسون مستوي المعنوية	**196. 000.	**212. 000.
عبارة 3	معامل بيرسون مستوي المعنوية		**211. 000.

** دال عند مستوى معنوية 0.01

كما تم إجراء مصفوفة ارتباطات أخرى بين كل عبارة والدرجة الكلية لمقياس الخبرات السلبية السابقة، وكانت نتائج الارتباطات على النحو التالي:

جدول رقم (7)

الارتباط بين عبارات المقياس والدرجة الكلية لمقياس الخبرات السلبية السابقة

رقم العبارة	الارتباط بالمقياس الكلي	مستوى المعنوية
1	**0.587	0.000
2	**0.524	0.000
3	**0.572	0.000
4	**0.407	0.000

** دال عند مستوى معنوية 0.01

يتضح من بيانات الجدول أن كل العبارات مرتبطة ارتباطاً دالاً بالدرجة الكلية للمقياس، وأن هذه الارتباطات دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وهو ما يؤكد صدق المقياس.

ثانياً: ثبات المقياس:

تم حساب معامل Alpha لثبات مقياس الخبرات السلبية السابقة، حيث بلغت قيمته (0.772)، وهي قيمة ثبات عالية يمكن في ضوءها قبول نتائج المقياس.

(5) مدى الإفصاح عبر فيسبوك: (M=11.79, SD=1.365)

تم قياس هذا المتغير عن طريق أربع عبارات هي على النحو التالي:

- 1- أواظب على نشر بوستات أو مشاركتها على صفحتي
- 2- أحرص على مشاركة الآخرين أفكارى ومشاعري وأنشطتي المختلفة
- 3- تمثل الكتابة على فيسبوك نشاطاً أحرص عليه حرصى على أنشطة الحياة الأخرى
- 4- يتيح لى فيسبوك مجالاً رحباً للتعبير عن نفسي ونشر خواطرى

ويحدّد المبحوث موقفه منها علي مقياس رباعي (دائمًا، وأحيانًا، ونادرًا، ولا) وتم وضع درجة لكل اختيار كما يلي: (دائمًا 4 درجات)، (أحيانًا 3 درجات)، (نادرًا درجتان)، (لا درجة واحدة). وتراوحت درجات المقياس بين (4- 16)، توزّعت علي النحو التالي:

- إفصاح منخفض (4-7 درجات).
- إفصاح متوسط (8-12 درجة).
- إفصاح مرتفع (13-16 درجة).

اختبارات صدق المقياس وثباته:

أولاً: صدق المقياس:

تم التحقق من صدق المقياس بحساب الاتساق الداخلي للمقياس Internal consistency، حيث تم عمل مصفوفة الارتباطات Correlation Matrix بين العبارات الأربع المكونة لمقياس مدى الإفصاح عبر فيسبوك لاختبار مدى ارتباط العبارات ببعضها، ودلالة هذا الارتباط، تم الحصول على النتائج التي يجملها الجدول التالي:

جدول رقم (8)

عبارة 4	عبارة 3	عبارة 2	العبارات	عبارة 1
**213.	**201.	**172.	معامل بيرسون	عبارة 1
000.	000.	001.	مستوي المعنوية	
**418.	**356.		معامل بيرسون	عبارة 2
000.	000.		مستوي المعنوية	
**409.			معامل بيرسون	عبارة 3
000.			مستوي المعنوية	

** دال عند مستوى معنوية 0.01

كما تم إجراء مصفوفة ارتباطات أخرى بين كل عبارة والدرجة الكلية لمقياس مدى الإفصاح عبر فيسبوك، وكانت نتائج الارتباطات على النحو التالي:

جدول رقم (9)

الارتباط بين عبارات المقياس والدرجة الكلية لمقياس مدى الإفصاح عبر فيسبوك

رقم العبارة	الارتباط بالمقياس الكلي	مستوى المعنوية
1	**0.659	0.000
2	**0.649	0.000
3	**0.621	0.000
4	**0.570	0.000

** دال عند مستوى معنوية 0.01

يتضح من بيانات الجدول أن كل العبارات مرتبطة ارتباطاً دالاً بالدرجة الكلية للمقياس، وأن هذه الارتباطات دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وهو ما يؤكد صدق المقياس.

ثانياً: ثبات المقياس:

تم حساب معامل Alpha لثبات مقياس مدى الإفصاح عبر فيسبوك، حيث بلغت قيمته (0.692)، وهي قيمة ثبات عالية يمكن في ضوءها قبول نتائج المقياس.

(6) فهم مخاطر الإفصاح: (M=17.49, SD=2.201)

تم قياس هذا المتغير أيضاً عن طريق أربع عبارات هي على النحو التالي:

- 1- قد يتسبب نشر معلومات أو صور شخصية على فيسبوك في الإضرار بصاحبها
- 2- ينتشر بين مستخدمي فيسبوك المتصلصون وراغبي الإيقاع بالآخرين
- 3- يجب الحذر في الإفصاح عن الأمور الشخصية على فيسبوك حتى للأصدقاء
- 4- كثير من وقائع انتهاك الخصوصية سببها تساهل المستخدمين في إنشاء معلوماتهم وبياناتهم الخاصة

ويحدّد المبحوث موقفه منها علي مقياس ليكرت الخماسي (موافق جداً، موافق، محايد، معارض، معارض جداً) وتم وضع درجة لكل اختيار كما يلي: (موافق جداً 5 درجات)، (موافق 4 درجات)، (محايد 3 درجات)، (معارض درجتان)، (معارض جداً درجة واحدة). وتراوحت درجات المقياس بين (4-20)، توزّعت علي النحو التالي:

- فهم منخفض (4-9 درجات).
- فهم متوسط (10-14 درجة).
- فهم مرتفع (15-20 درجة).

اختبارات صدق المقياس وثباته:

أولاً: صدق المقياس:

تم التحقق من صدق المقياس بحساب الاتساق الداخلي للمقياس Internal consistency، حيث تم عمل مصفوفة الارتباطات Correlation Matrix بين العبارات الأربع المكونة لمقياس فهم مخاطر الإفصاح لاختبار مدى ارتباط العبارات ببعضها، ودلالة هذا الارتباط، تم الحصول على النتائج التي يجملها الجدول التالي:

جدول رقم (10)

عبارة 4	عبارة 3	عبارة 2	العبارات	عبارة 1
**431.	**474.	**453.	معامل بيرسون	عبارة 1
000.	000.	000.	مستوى المعنوية	
**313.	**372.		معامل بيرسون	عبارة 2
000.	000.		مستوى المعنوية	
**578.			معامل بيرسون	عبارة 3
000.			مستوى المعنوية	

** دال عند مستوى معنوية 0.01

كما تم إجراء مصفوفة ارتباطات أخرى بين كل عبارة والدرجة الكلية لمقياس فهم مخاطر الإفصاح، وكانت نتائج الارتباطات على النحو التالي:

جدول رقم (11)

الارتباط بين عبارات المقياس والدرجة الكلية لمقياس فهم مخاطر الإفصاح

رقم العبارة	الارتباط بالمقياس الكلي	مستوى المعنوية
1	**0.718	0.000
2	**0.690	0.000
3	**0.664	0.000
4	**0.638	0.000

** دال عند مستوى معنوية 0.01

يتضح من بيانات الجدول أن كل العبارات مرتبطة ارتباطاً دالاً بالدرجة الكلية للمقياس، وأن هذه الارتباطات دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وهو ما يؤكد صدق المقياس.

ثانياً: ثبات المقياس:

تم حساب معامل Alpha لثبات مقياس فهم مخاطر الإفصاح، حيث بلغت قيمته (0.835)، وهي قيمة ثبات عالية يمكن في ضوءها قبول نتائج المقياس.

(7) تأثير الأقران: (M=14.30, SD=1.063)

تم قياس هذا المتغير أيضاً عن طريق أربع عبارات هي على النحو التالي:

1- ما ينشره أصدقائي على فيسبوك من معلومات وأمور شخصية يشجعني على فعل الشيء نفسه

2- أفعل ما يفعله أصدقائي من مشاركة الآخرين على فيسبوك تجاربهم الخاصة

3- لو كان في نشر الأمور الشخصية على فيسبوك خطورة كبيرة ما فعله أصدقائي

4- جري العرف بين الأصدقاء على فيسبوك على نشر المعلومات والأفكار والصور الخاصة بلا خوف

ويحدّد المبحوث موقفه منها علي مقياس ليكرت الخماسي (موافق جداً، موافق، محايد، معارض، معارض جداً) وتم وضع درجة لكل اختيار كما يلي: (موافق جداً 5 درجات)، (موافق 4 درجات)، (محايد 3 درجات)، (معارض درجتان)، (معارض جداً درجة واحدة). وتراوحت درجات المقياس بين (4- 20)، توزّعت علي النحو التالي:

- تأثير منخفض (4-9 درجات).
- تأثير متوسط (10-14 درجة).
- تأثير مرتفع (15-20 درجة).

اختبارات صدق المقياس وثباته:

أولاً: صدق المقياس:

تم التحقق من صدق المقياس بحساب الاتساق الداخلي للمقياس Internal consistency، حيث تم عمل مصفوفة الارتباطات Correlation Matrix بين العبارات الأربع المكونة لمقياس تأثير الأقران لاختبار مدى ارتباط العبارات ببعضها، ودلالة هذا الارتباط، تم الحصول على النتائج التي يجملها الجدول التالي:

جدول رقم (12)

عبارة 4	عبارة 3	عبارة 2	العبارات	عبارة 1
**433.	**397.	**213.	معامل بيرسون	عبارة 1
000.	000.	000.	مستوي المعنوية	
**250.	**245.		معامل بيرسون	عبارة 2
000.	000.		مستوي المعنوية	
**257.			معامل بيرسون	عبارة 3
000.			مستوي المعنوية	

** دال عند مستوى معنوية 0.01

كما تم إجراء مصفوفة ارتباطات أخرى بين كل عبارة والدرجة الكلية لمقياس تأثير الأقران، وكانت نتائج الارتباطات على النحو التالي:

جدول رقم (13)

الارتباط بين عبارات المقياس والدرجة الكلية لمقياس تأثير الأقران

رقم العبارة	الارتباط بالمقياس الكلي	مستوى المعنوية
1	**0.665	0.000
2	**0.738	0.000
3	**0.680	0.000
4	**0.747	0.000

** دال عند مستوى معنوية 0.01

يتضح من بيانات الجدول أن كل العبارات مرتبطة ارتباطاً دالاً بالدرجة الكلية للمقياس، وأن هذه الارتباطات دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وهو ما يؤكد صدق المقياس.

ثانياً: ثبات المقياس:

تم حساب معامل Alpha لثبات مقياس تأثير الأقران، حيث بلغت قيمته (0.795)، وهي قيمة ثبات عالية يمكن في ضوءها قبول نتائج المقياس.

(8) الاتجاه نحو موقع فيسبوك عموماً: (M=16.45, SD=2.029)

تم قياس هذا المتغير أيضاً عن طريق أربع عبارات هي على النحو التالي:

- 1- فيسبوك موقع جيد لنشر الصور ومشاركة الأفكار والمعلومات
- 2- لا أجد خطورة كبيرة في نشر الأفكار والبيانات الشخصية على فيسبوك
- 3- يعد فيسبوك باباً يمكن أن يدخل منه راغبي التلصص على الآخرين ومراقبتهم
- 4- لا يوفر فيسبوك الأمان الكافي لمستخدميه فيما يخص نشر أمورهم الشخصية عبره

ويحدّد المبحوث موقفه منها علي مقياس ليكرت الخماسي (موافق جداً، موافق، محايد، معارض، معارض جداً) وتم وضع درجة لكل اختيار كما يلي: (موافق جداً 5 درجات)، (موافق 4 درجات)، (محايد 3 درجات)، (معارض درجتان)، (معارض جداً درجة واحدة). وتراوحت درجات المقياس بين (4-20)، توزّعت علي النحو التالي:

- تأثير منخفض (4-9 درجات).
- تأثير متوسط (10-14 درجة).
- تأثير مرتفع (15-20 درجة).

اختبارات صدق المقياس وثباته:

أولاً: صدق المقياس:

تم التحقق من صدق المقياس بحساب الاتساق الداخلي للمقياس Internal consistency، حيث تم عمل مصفوفة الارتباطات Correlation Matrix بين العبارات الأربع المكونة لمقياس الاتجاه نحو موقع فيسبوك عمومًا لاختبار مدى ارتباط العبارات ببعضها، ودلالة هذا الارتباط، تم الحصول على النتائج التي يجمها الجدول التالي:

جدول رقم (14)

العبارة	عبارة 1	عبارة 2	عبارة 3	عبارة 4
معامل بيرسون مستوي المعنوية	0.000	0.000	0.000	0.000
معامل بيرسون مستوي المعنوية	0.000	0.000	0.000	0.000
معامل بيرسون مستوي المعنوية	0.000	0.000	0.000	0.000
معامل بيرسون مستوي المعنوية	0.000	0.000	0.000	0.000

** دال عند مستوى معنوية 0.01

كما تم إجراء مصفوفة ارتباطات أخرى بين كل عبارة والدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو موقع فيسبوك، وكانت نتائج الارتباطات على النحو التالي:

جدول رقم (15)

الارتباط بين عبارات المقياس والدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو موقع فيسبوك

رقم العبارة	الارتباط بالمقياس الكلي	مستوى المعنوية
1	**0.688	0.000
2	**0.694	0.000
3	**0.718	0.000
4	**0.594	0.000

** دال عند مستوى معنوية 0.01

يتضح من بيانات الجدول أن كل العبارات مرتبطة ارتباطاً دالاً بالدرجة الكلية للمقياس، وأن هذه الارتباطات دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وهو ما يؤكد صدق المقياس.

ثانياً: ثبات المقياس:

تم حساب معامل Alpha لثبات مقياس الاتجاه نحو موقع فيسبوك، حيث بلغت قيمته (0.802)، وهي قيمة ثبات عالية يمكن في ضوءها قبول نتائج المقياس.

أولاً: النتائج العامة للدراسة

المحور الأول: كثافة الاستخدام ووسائله

1- بداية استخدام فيسبوك:

جدول رقم (16)

بداية استخدام فيسبوك

%	ك	بداية استخدام فيسبوك
6.5%	26	منذ أقل من سنة واحدة
24%	96	من سنة لأقل من ثلاث سنوات
51.5%	206	من ثلاث سنوات لأقل من ست سنوات
18%	72	ست سنوات فأكثر
100%	400	الإجمالي

توضّح بيانات هذا الجدول رقم (16) أن غالبية المستخدمين عينة الدراسة بنسبة 51.5% يستخدمون موقع فيسبوك منذ فترة طويلة تتراوح من ثلاث سنوات لأقل من ست سنوات. كذلك فقد وصلت نسبة المبحوثين الذين يستخدمون موقع فيسبوك منذ ست سنوات فأكثر 18%. ما يشير إلى طول الفترة الزمنية لاستخدام المبحوثين مواقع الشبكات الاجتماعية.

بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين يستخدمون موقع فيسبوك من سنة لأقل من ثلاث سنوات 24%، على حين لم تزد نسبة المبحوثين حديثي الاستخدام الذين يستخدمون الموقع منذ أقل من سنة واحدة عن 6.5% من إجمالي عينة الدراسة.

2- عدد أيام الدخول على فيسبوك أسبوعياً في المتوسط:

جدول رقم (17)

عدد أيام الدخول على فيسبوك أسبوعياً في المتوسط

%	ك	عدد أيام الدخول على فيسبوك أسبوعياً
4.8%	19	يوم واحد أسبوعياً
14.8%	59	من يومين لثلاثة أيام أسبوعياً
27.3%	109	من أربعة أيام لخمسة أيام أسبوعياً
24.7%	99	من خمسة أيام لستة أيام أسبوعياً
28.4%	114	يومياً
100%	400	الإجمالي

تُظهر بيانات هذا الجدول رقم (17) المنحى التصاعدي الذي يتخذه استخدام المبحوثين موقع فيسبوك بالنظر إلى متوسط عدد أيام الدخول على فيسبوك أسبوعياً، حيث ذكر ما نسبته 28.4% من المبحوثين أنهم يستخدمونه يومياً، يليهم في الترتيب المبحوثين الذين يستخدمونه من أربعة أيام لخمسة أيام أسبوعياً بنسبة 27.3%، ثم

المبحوثين الذين يستخدمونه من خمسة أيام لسنة أيام أسبوعياً بنسبة 24.7% من إجمالي عينة الدراسة. أي أن غالبية المبحوثين بنسبة 80.4% يزيد عدد أيام دخولهم عن أربعة أيام. ما يؤشر إلى تزايد كثافة استخدام موقع فيسبوك بين المبحوثين عينة الدراسة. ويدعم هذا الاستخلاص أن نسبة المبحوثين الذين يقل متوسط عدد أيام دخولهم عن ثلاثة أيام بلغت 19.6% فقط.

3- عدد ساعات استخدام فيسبوك يومياً في المتوسط:

جدول رقم (18)

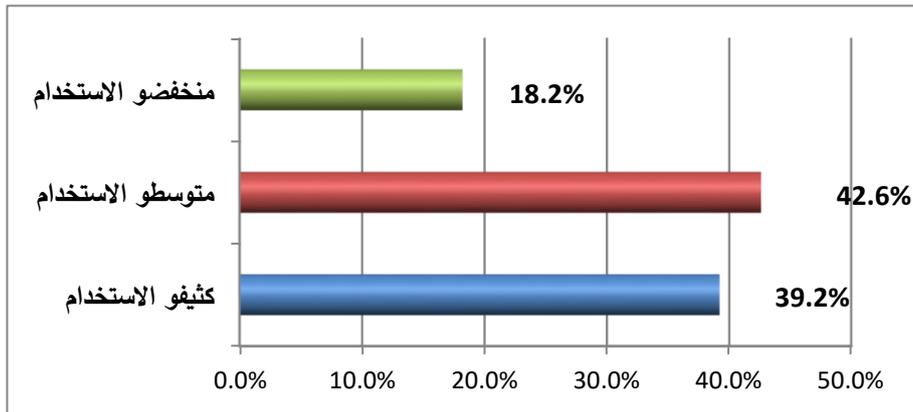
عدد ساعات استخدام فيسبوك يومياً في المتوسط

عدد ساعات استخدام فيسبوك يومياً	ك	%
أقل من ساعة يومياً	78	19.4%
من ساعة لأقل من ساعتين	92	23%
ساعتين لأقل من 3 ساعات	167	41.8%
3 ساعات فأكثر	63	15.8%
الإجمالي	400	100%

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (18) أن أكثرية المستخدمين عينة الدراسة بنسبة 41.8% يستخدمون موقع فيسبوك ساعتين لأقل من 3 ساعات. وهي نسبة استخدام مرتفعة تتفق مع ما انتهت إليه نتائج الجدولين السابقين ووضحه التعليق عليهما من ارتفاع معدلات استخدام موقع فيسبوك بين المبحوثين عينة الدراسة. أيضاً فقد بلغت نسبة مستخدمي فيسبوك يومياً من ساعة لأقل من ساعتين 23% من إجمالي عينة الدراسة، وبلغت نسبة مستخدميها أقل من ساعة يومياً 19.4%، بينما بلغت نسبة مستخدمي موقع فيسبوك 3 ساعات فأكثر 15.8% من إجمالي عينة الدراسة.

شكل رقم (2)

كثافة استخدام المبحوثين عينة الدراسة موقع فيسبوك



كما يتضح من هذا الشكل رقم (2)، فعلى مستوى مجمل كثافة استخدام المبحوثين عينة الدراسة موقع فيسبوك، فقد بلغت نسبة المبحوثين متوسطى الاستخدام 42.6% من إجمالي عينة الدراسة، كما بلغت نسبة المبحوثين كثيفي الاستخدام 39.2%، على حين لم تزد نسبة منفضى الاستخدام عن 18.2% من إجمالي عينة الدراسة.

وتؤشر هذه النتيجة إلى ارتفاع كثافة استخدام موقع فيسبوك بين المبحوثين عينة الدراسة، وهى تتفق مع ما انتهت إليه دراسة

4- الوسيلة الأكثر استخدامًا للدخول على فيسبوك:

جدول رقم (19)

الوسيلة الأكثر استخدامًا للدخول على فيسبوك

الوسيلة الأكثر استخدامًا للدخول على فيسبوك	ك	%
الهاتف المحمول Smartphone	297	74.2%
تابلت Tablet	48	12%
أى باد I Pad	36	9%
لابتوب Laptop	11	2.8%
كمبيوتر منزلي Desktop	8	2%
الإجمالي	400	100%

توضّح بيانات هذا الجدول رقم (19) الوسائل الأكثر استخدامًا للدخول على فيسبوك بين المستخدمين عينة الدراسة، حيث جاء الهاتف المحمول Smartphone فى صدارة هذه الوسائل المستخدمة لدى ما نسبته 74.2% من إجمالي عينة الدراسة، يليه التابلت Tablet بنسبة 12%، ثم أى باد I Pad بنسبة 9%، بينما لم تزد نسبة مستخدمى لابتوب Laptop بين عينة الدراسة 2.8% والكمبيوتر منزلي Desktop عن 2% من إجمالي المستخدمين عينة الدراسة.

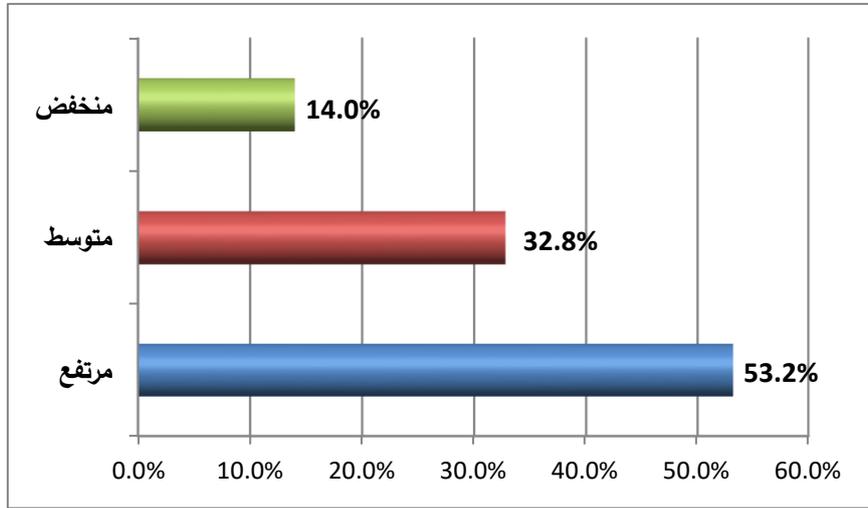
وتعنى هذه النتيجة أن الأجهزة المتنقلة (كالهاتف المحمول والتابلت والايباد) كانت الأكثر استخدامًا من جانب المبحوثين عينة الدراسة عند المقارنة باستخدام الأجهزة غير المتنقلة (الكمبيوتر المنزلي). وتختلف هذه النتيجة مع تلك التى توصلت إليها دراسة Jennifer Jiyoung Suh & Eszter Hargittai (2015)⁽⁴⁴⁾ التى أظهرت أن معظم المشاركين يعتبرون أن الأجهزة غير المتنقلة أكثر موثوقية وملاءمة للاستخدام من الأجهزة المحمولة. ويمكن تفسير هذا الاختلاف فى ضوء قدم ممارسة استخدام الهواتف المحمولة فى الدخول على الإنترنت وشيوعها فى المجتمعات الغربية مقارنة بانتشارها الحديث نسبيًا فى المجتمع المصري، ما أدى إلى تراكم خبرات جعل الأفراد الغربيين أكثر دراية بمخاطر هذه الأجهزة المتنقلة على خصوصيتهم عن مواقع التواصل الاجتماعى.

المحور الثاني: الانغماس في فيسبوك

يعرض هذا المحور من الدراسة لمتغير "الانغماس في فيسبوك" والذي يقصد به مدى ارتباط المستخدمين بالموقع من خلال ما يبذونه من رغبة في ملازمة استخدامه، وتهيئة الوقت والظروف للاستخدام⁽⁴⁵⁾. ويعد الانغماس أحد المتغيرات ذات الصلة القوية بمفهوم الخصوصية لدى مستخدمي موقع فيسبوك. ويعرض الشكل التالي رقم (3) لتوزيع المبحوثين عينة الدراسة تبعاً لدرجاتهم على مقياس الانغماس، وهو التوزيع الذي يشتمل على ثلاثة مستويات للانغماس: مرتفع ومتوسط ومنخفض

شكل رقم (3)

مدى انغماس المبحوثين في فيسبوك



توضّح بيانات هذا الشكل رقم (3) أن غالبية المستخدمين عينة الدراسة بنسبة 53.2% كان انغماسهم في موقع فيسبوك مرتفعاً، على حين بلغت نسبة المبحوثين متوسط الانغماس 32.8%، بينما لم تزد نسبة المبحوثين ممن يمكن وصفهم انغماسهم في موقع فيسبوك بالمنخفض عن 14% من إجمالي عينة الدراسة.

وقد تنوعت مظاهر هذا الانغماس كما يبينها الجدول رقم () في ملاحق الدراسة بين أهمية الدخول على موقع فيسبوك ضمن الأنشطة اليومية بوزن نسبي للممارسة 82.6%، والمراجعة الدورية لمنشورات الآخرين بوزن نسبي 81.3%، والاشتراك في النشاطات والنقاشات التي تجرى على فيسبوك بوزن نسبي 79.8%.

5- النشاطات التي قام بها المبحوثون على صفحاتهم الشخصية خلال الشهر الحالي:

جدول رقم (20)

النشاطات التي قام بها المبحوثون على صفحاتهم الشخصية خلال الشهر الحالي*

%	ك	النشاطات التي قام بها المبحوثون على صفحاتهم الشخصية
49%	196	نشر بوستات نصية
25.8%	103	التعليق على بوستات أو مشاركات تم ذكرى فيها Tagged
23.3%	93	مشاركة بوستات من صفحات أو مجموعات
16.8%	67	نشر صور شخصية

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (20) النشاطات التي قام بها المبحوثون عينة الدراسة على صفحاتهم الشخصية، حيث كان أكثر هذه النشاطات ممارسة نشر بوستات نصية، وهو النشاط الذي مارسه ما نسبته 49% من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة. يليه نشاط التعليق على بوستات أو مشاركات تم ذكرى فيها Tagged بنسبة 25.8%، ثم مشاركة بوستات من صفحات أو مجموعات بنسبة 23.3%، وأخيراً جاء نشر صور شخصية حيث مارسه ما نسبته 16.8% من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة. وهو ما يعنى تراجع نشاط نشر الصور مقارنة ببقية الأنشطة الأخرى التي يمكن ممارستها عبر موقع فيسبوك.

6- نوعية البوستات/ الحالات التي قام المبحوثون بنشرها على صفحاتهم الشخصية خلال الشهر الحالي:

جدول رقم (21)

نوعية البوستات/ الحالات التي قام المبحوثون بنشرها على صفحاتهم الشخصية خلال الشهر الحالي*

%	ك	نوعية البوستات/ الحالات التي قام المبحوثون بنشرها على صفحاتهم الشخصية
33.5%	134	أفكار أو وجهات نظر
25.5%	102	أخبار ومعلومات
24%	96	تجربة شخصية حالية أو ماضية
22%	88	مشاعري وحالتى النفسية
14.8%	59	نشر تهاني أو تعازي أو معايدات
8.5%	34	معلومات شخصية

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (21) النشاطات التي قام بها المبحوثون عينة الدراسة على صفحاتهم الشخصية، حيث كان أكثر هذه النشاطات ممارسة نشر بوستات نصية، وهو النشاط الذي مارسه ما نسبته 49% من إجمالي المبحوثين عينة

- شهر ديسمبر وهو شهر تطبيق الدراسة الميدانية.
- شهر ديسمبر وهو شهر تطبيق الدراسة الميدانية.

الدراسة. يليه نشاط التعليق على بوستات أو مشاركات تم ذكرى فيها Tagged بنسبة 25.8%، ثم مشاركة بوستات من صفحات أو مجموعات بنسبة 23.3%، وأخيراً جاء نشر صور شخصية حيث مارسه ما نسبته 16.8% من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة. وهو ما يعنى تراجع نشاط نشر الصور مقارنة ببقية الأنشطة الأخرى التى يمكن ممارستها عبر موقع فيسبوك. الفئات التى يتيح لها المبحوثون رؤية بوستاتهم ومشاركاتهم:

جدول رقم (22)

الفئات التى يتيح لها المبحوثون رؤية بوستاتهم ومشاركاتهم

%	ك	الفئات التى يتيح لها المبحوثون رؤية بوستاتهم ومشاركاتهم
41%	164	الأصدقاء
32.2%	129	أصدقاء الأصدقاء
10.3%	41	أحدد لكل بوست من يمكنه رؤيته
9%	36	أشخاص معينين
6%	24	العامه
1.5%	6	أنا فقط
100%	400	الإجمالي

تظهر بيانات هذا الجدول رقم (22) الفئات التى يتيح لها المبحوثون رؤية بوستاتهم ومشاركاتهم، حيث تصدّر الأصدقاء هذه الفئات لدى ما نسبته 41% من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة، يليهم أصدقاء الأصدقاء لدى 32.2% من المبحوثين. بينما ذكر 10% من المبحوثين أنهم يحددون لكل بوست من يمكنه رؤيته، وأشار 9% إلى أنهم يتيحون رؤية بوستاتهم ومشاركاتهم لأشخاص معينين، بينما ذكر 6% من المبحوثين أن بوستاتهم ومشاركاتهم متاحة للعامه، على حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين يقصرون رؤية بوستاتهم ومشاركاتهم على أنفسهم عن 1.5% من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة.

المحور الثالث: انتهاك الخصوصية

7- مدى التعرض لأي موقف على فيسبوك يمثل انتهاكاً للخصوصية (سواء كان خاصاً بمعلومات الشخصية المتاحة على فيسبوك أو ما يتعلق بما تنشره أو تشاركه من بوستات):

جدول رقم (23)

مدى التعرض لأي موقف على فيسبوك يمثل انتهاكاً للخصوصية

%	ك	مدى التعرض لأي موقف على فيسبوك يمثل انتهاكاً للخصوصية
67.2%	269	نعم
32.8%	131	لا
100%	400	الإجمالي

يُتضح من بيانات هذا الجدول رقم (23) أن ما نسبته 67.2% من إجمالي الباحثين عينة الدراسة ذكروا أنهم تعرضوا لمواقف على فيسبوك تمثل انتهاكاً للخصوصية. ويشير تعرض أكثر من ثلثي العينة من قبل لخرق خصوصيتهم إلى شيوع الممارسات التي يجد فيها المستخدمون أنفسهم مستهدفون بشكل أو آخر من أشكال انتهاك الخصوصية الإلكترونية. ذلك في الوقت الذي ذكر ما نسبته 32.8% من إجمالي الباحثين عينة الدراسة أنهم لم سبق لهم التعرض لمواقف فيها انتهاك للخصوصية.

8- الموقف/ المواقف الذي تعرض فيه الباحثون لانتهاك خصوصيتهم:

جدول رقم (24)

الموقف/ المواقف الذي تعرض فيه الباحثون لانتهاك خصوصيتهم (ن=269)

الموقف/ المواقف الذي تعرض فيه الباحثون لانتهاك خصوصيتك	ك	%
سرقة بوستات لي ونشرها على صفحات أخرى	116	43.1%
الإضافة إلى مجموعات بدون أخذ الإذن مني	112	41.6%
التواصل Chat غير المرحب به من جانب متطقلين	68	25.3%
توظيف بياناتي الشخصية المتاحة بصورة تضرني أو تخرجني	59	21.9%
سرقة الحساب أو محاولة سرقة	37	13.8%
محاولة سرقة صفحات أو مجموعات أديرها	31	11.5%
استخدام خاصية (screen shot) لبوستاتي والقيام بمشاركتها (share) في الصفحات والمجموعات المختلفة والتعليق عليها بهدف الإساءة أو إثارة النقاش حولها.	29	10.8%
الاستيلاء على صور شخصية وتوظيفها بصورة ضارة	21	7.8%
تكرار طلب الصداقة من أشخاص سبق أن رفضت صداقتهم	20	7.4%
التقدم بطلب صداقة من حسابات وهمية	12	4.5%
قيام آخرين بإنشاء حساب أو صفحة باسمي بالاستفادة من بياناتي المتاحة	3	1.1%

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (24) أشكال انتهاك الخصوصية التي تعرض لها الباحثون، حيث جاء على رأس هذه الأشكال سرقة البوستات ونشرها على صفحات أخرى، فقد تعرض له ما نسبته 43.1% من إجمالي الباحثين عينة الدراسة، يليه الإضافة إلى مجموعات بدون استئذان وقد تعرض له ما نسبته 41.6% من الباحثين. بينما تعرض للتواصل Chat غير المرحب به من جانب متطقلين ما نسبته 25.3%، أما توظيف البيانات الشخصية بصورة مضرّة أو محرّجة فقد تعرض له ما نسبته 21.9%، وذكر 11.3% من إجمالي الباحثين عينة الدراسة أنهم تعرضوا لمحاولة سرقة صفحات أو مجموعات يديرونها. وأشار 10.8% من الباحثين إلى تعرضهم لاستخدام خاصية (screen shot) لبوستات والقيام بمشاركتها (share) في الصفحات والمجموعات المختلفة والتعليق عليها بهدف الإساءة أو إثارة النقاش حولها.

9- رد الفعل تجاه مواقف انتهاك الخصوصية:

جدول رقم (25)

رد الفعل تجاه مواقف انتهاك الخصوصية

رد الفعل تجاه مواقف انتهاك الخصوصية	ك	%
رفض طلبات الصداقة غير المرغوب فيها (Decline)	91	33.8%
لفت النظر	51	19%
إخفاء الموضوعات غير المناسبة من وجهة نظري (Hide)	40	14.9%
إلغاء الصداقة (Unfriend)	36	13.4%
حذف الموضوعات غير المناسبة من وجهة نظري (Delete)	36	13.4%
تحذير أصدقائي من تصرفات الشخص منتهك الخصوصية	31	11.5%
الحظر (Block)	26	9.7%

تظهر بيانات هذا الجدول رقم (25) رد أفعال الباحثين تجاه المواقف التي تعرضت فيها خصوصيتهم للانتهاك، حيث كان أبرز ردود الأفعال هذه رفض طلبات الصداقة غير المرغوب فيها (Decline)، فقد ذكره ما نسبته 33.8% من إجمالي الباحثين عينة الدراسة، بينما كان رد الفعل التالي في الترتيب لفت النظر بنسبة 19%، ثم إخفاء الموضوعات غير المناسبة من وجهة نظري (Hide) لدى ما نسبته 14.9%، أما إلغاء الصداقة (Unfriend) وحذف الموضوعات غير المناسبة من وجهة نظري (Delete) فقد بلغت نسبة كل من يستخدم كل منهما 13.4% من إجمالي الباحثين عينة الدراسة.

من ذلك يُلاحظ أن خيارات المستخدمين في التعامل مع المواقف التي تعرضوا فيها لانتهاك خصوصيتهم قد قامت بالأساس على المواجهة الفردية، في ظل غياب استراتيجية جماعة أكثر شمولية يوفرها الموقع أو تضمنها إدارات الخوادم لحماية المستخدمين تلقائيًا ودون طلب. وهو ما أشارت إليه دراسة **Popescu** (2017)⁽⁴⁶⁾ من افتقار اعتبار الخصوصية خيار جمعي على الرغم مما اعتبرته فشل أنظمة حماية الخصوصية السائدة القائمة على الإدارة الشخصية للخصوصية. وانتهت الدراسة إلى أن البعد الجماعي للخصوصية يمكن أن يوفر بدائل أكثر أهمية لحماية الخصوصية.

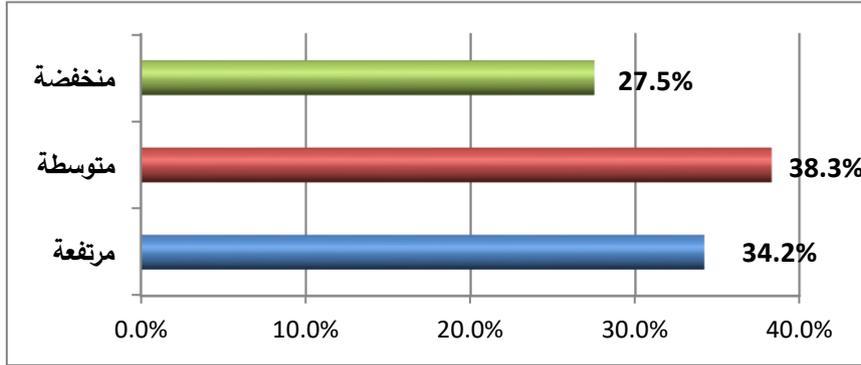
المحور الرابع: الخبرات السلبية السابقة

في هذا المحور من الدراسة تتعرض الباحثة لأحد المتغيرات التي تشير الدراسات السابقة إلى تأثيره على قضية الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ألا وهو متغير الخبرات السلبية السابقة، والأخير يشير إلى المواقف والتجارب السلبية التي سبق أن مر بها المستخدمون أو أحد أصدقائهم أو معارفهم القريبين منهم خلال تعاملاتهم مع موقع فيسبوك. وأيضًا فقد تم تصنيف الباحثين تبعًا لتجاربهم السلبية

السابقة إلى ثلاثة مستويات: خبرة مرتفعة وخبرة متوسطة وخبرة منخفضة على النحو الذى يكشفه الشكل التالى رقم (4).

شكل رقم (4)

الخبرات السلبية السابقة



كما يتضح من بيانات هذا الشكل رقم (4)، فإن أكثرية المبحوثين عينة الدراسة بنسبة 38.3% يمكن وصف خبراتهم السلبية السابقة مع موقع فيسبوك بالمتوسطة، بينما بلغت نسبة أصحاب المستوى المرتفع من الخبرات السلبية السابقة على فيسبوك 34.2%، على حين بلغت نسبة المبحوثين ذوى الخبرات السلبية السابقة المحدودة على فيسبوك 27.5% من إجمالي عينة الدراسة.

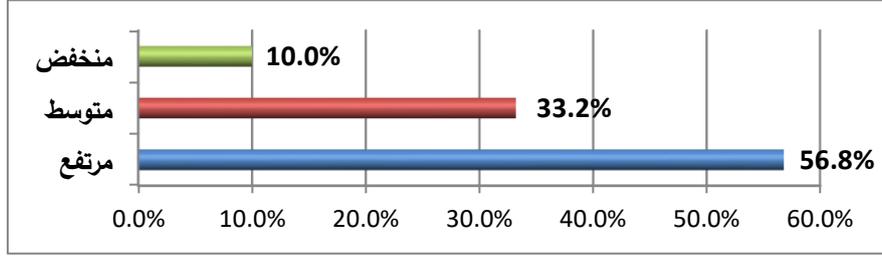
ويفصّل جدول رقم () ضمن ملاحق الدراسة فى نماذج هذه الخبرات، حيث تمثل أبرزها فى السماع عن أشخاص تعرضوا لمواقف محرّجة بسبب ما ينشره على فيسبوك التى حازت على وزن نسبي 88.3%، والتعرض لضرر بسبب نشر آراء أو صوراً أو فيديوهات على فيسبوك بوزن نسبي 85.9%، والتعرض شخصياً أو تعرض أحد الأصدقاء لتجربة سرقة حساب فيسبوك أو محاولة سرقة إعادة النظر عادة فى إعدادات الأمان بغرض حماية الخصوصية بوزن نسبي 80.1%، وأخيراً التعرض شخصياً أو تعرض أحد الأصدقاء لإساءة استخدام البيانات الشخصية المنشورة على فيسبوك بوزن نسبي 77.6%.

المحور الخامس: فهم مخاطر الإفصاح على فيسبوك

بعد عرض نتائج مقياس الخبرات السلبية السابقة فى المحور السابق، يعرض هذا المحور لنتائج مقياس فهم مخاطر إفصاح المستخدمين عبر موقع فيسبوك، ويشير هذا المتغير إلى مدى إلمام المبحوثين ووعيهم بالمخاطر والأضرار التى يمكن أن تلحق بهم من جراء ممارستهم الإفصاح عبر الموقع. وقد تم تصنيف المبحوثين تبعاً

لمدى فهمهم لمخاطر الإفصاح عبر فيسبوك إلى ثلاثة مستويات: فهم مرتفع وفهم متوسط وفهم منخفض على النحو الذي يكشفه الشكل التالي رقم (5).

شكل رقم (5) فهم مخاطر الإفصاح



توضّح بيانات هذا الشكل رقم (5) أن غالبية المستخدمين عينة الدراسة بنسبة 56.8% كان فهمهم لمخاطر الإفصاح عبر موقع فيسبوك مرتفعاً، على حين بلغت نسبة المبحوثين متوسط الفهم لمخاطر الإفصاح 33.2%، بينما لم تزد نسبة المبحوثين ممن يمكن وصف فهمهم لمخاطر الإفصاح عبر موقع فيسبوك بالمنخفض عن 10% من إجمالي عينة الدراسة.

وقد تنوعت مظاهر هذا الفهم لمخاطر الإفصاح كما يبينها الجدول رقم () في ملاحق الدراسة بين إدراك أهمية الحذر في الإفصاح عن الأمور الشخصية على فيسبوك حتى للأصدقاء بوزن نسبي للممارسة 98.3%، والوعي بانتشار المتلصصون وراغبى الإيقاع بالآخرين بين مستخدمي فيسبوك بوزن نسبي 96.5%، والانتباه لاحتمالية أن يتسبب نشر معلومات أو صور شخصية على فيسبوك في الإضرار بصاحبها بوزن نسبي 91%، وأخيراً إدراك أن كثير من وقائع انتهاك الخصوصية سببها تساهل المستخدمين في إفشاء معلوماتهم وبياناتهم الخاصة بوزن نسبي 87.3%.

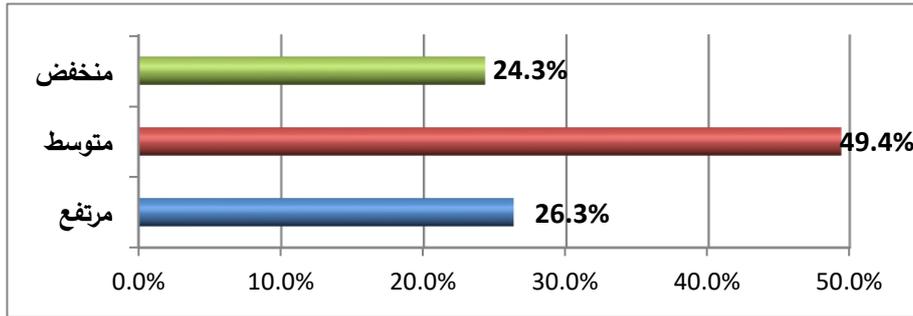
ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما توصلت إليه دراسة **Wilson et. al.** (2012)⁽⁴⁷⁾ والتي أوضحت التأثير الكبير الذي يمكن أن يحدثه فهم مخاطر الإفصاح على ممارسة المستخدمين الإفصاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ فالاحتمالية المُدرّكة للتعرُّض لانتهاك الخصوصية توجه سلوك المستخدمين عند اتخاذ قرار الإفصاح.

المحور السادس: تأثير الأقران

يعرض المحور لنتائج مقياس التأثيرات التي يحدثها الأقران على المستخدمين عبر موقع فيسبوك، ويشير هذا المتغير إلى مدى ما يمكن أن يتسبب فيه

الأقران من تأثيرات على المستخدمين فيما يخص ممارستهم للإفصاح عبر فيسبوك. وقد تم تصنيف المبحوثين تبعاً لمدى تأثير الأقران إلى ثلاثة مستويات: تأثير مرتفع وتأثير متوسط وتأثير منخفض على النحو الذي يكشفه الشكل التالي رقم (6).

شكل رقم (6)
تأثير الأقران



تكشف بيانات هذا الشكل رقم (6) أن تأثير الأقران كان متوسطاً لدى ما نسبته 49.4% من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين أظهروا تأثيراً مرتفعاً للأقران 26.3%، على حين بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير الأقران عليهم منخفضاً فيما يخص الإفصاح 24.3% من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة.

وقد تنوعت أشكال هذا التأثير للأقران كما يبينها الجدول رقم () ضمن ملاحق الدراسة بين جريان العرف بين الأصدقاء على فيسبوك على نشر المعلومات والأفكار والصور الخاصة بلا خوف بوزن نسبي للممارسة 86.9%، وأنه لو كان في نشر الأمور الشخصية على فيسبوك خطورة كبيرة ما فعله كثير من الأصدقاء بوزن نسبي 85%، وأن ما ينشره الأصدقاء على فيسبوك من معلومات وأمور شخصية تشجع على فعل الشيء نفسه بوزن نسبي للممارسة 82.6%، وأخيراً جاءت محاكاة ما يفعله الأصدقاء من مشاركة الآخرين على فيسبوك تجاربهم الخاصة بوزن نسبي 81.1%.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما انتهت إليه دراسة Sarigol et al. (2014)⁽⁴⁸⁾ من أن ميل المستخدم للإفصاح يتأثر ضمن مجموعة عوامل عديدة بما يجده حوله من انتشار الممارسة الإفصاحية لدى المستخدمين الآخرين. فالأفراد الأقل ميلاً بطبيعتهم للحديث عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن أمورهم وتجاربهم الشخصية يصبحون أكثر ميلاً للإفصاح حين يجدون من حولهم من الأقران ينخرطون بلا خوف في ممارسة هذا السلوك. أي أن ميل الأفراد للإفصاح الذاتي على مواقع التواصل الاجتماعي يتناسب طردياً مع ميل المستخدمين الآخرين أيضاً

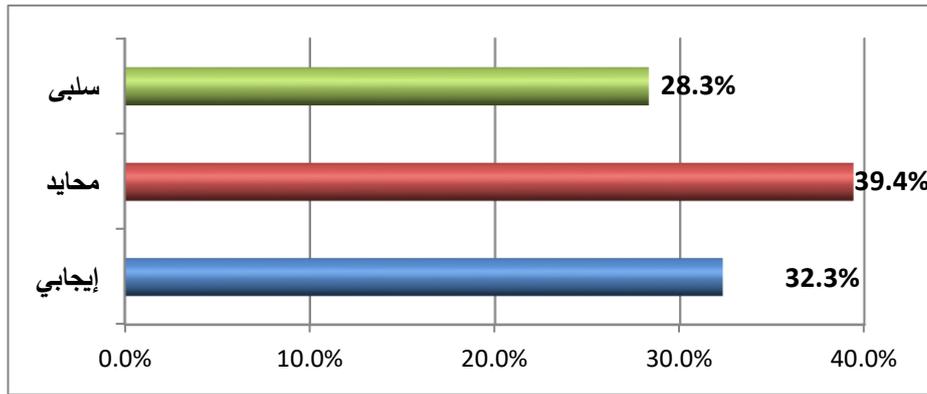
للأفصاح، وإن انتشر عدوى الإفصاح عن المعلومات والبيانات الخاصة يدفع من لديهم ميل للإخفاء إلى التراجع عن موقفهم ومسايرة الآخرين.

المحور السابع: الاتجاه نحو فيسبوك عمومًا

يعرض المحور لنتائج مقياس اتجاهات المستخدمين عينة الدراسة نحو موقع فيسبوك عمومًا، ويُقصد بهذا المتغير موقف المبحوثين من موقع فيسبوك، وهو الموقف الذى تشكّل عبر خبرتهم فى استخدامه وما مروا به من تجارب معه. وقد تم تصنيف المبحوثين تبعًا لاتجاهاتهم نحو موقع فيسبوك إلى ثلاثة مستويات: أصحاب اتجاهات إيجابية وأصحاب اتجاهات محايدة وأصحاب اتجاهات سلبية، وذلك على النحو الذى يكشفه الشكل التالى رقم (7).

شكل رقم (7)

تقييم فيسبوك عمومًا



تكشف بيانات هذا الشكل رقم (7) أن أكثرية المبحوثين عينة الدراسة بنسبة 39.4% امتزج الجانب الإيجابي بالجانب السلبي فى اتجاهاتهم من موقع فيسبوك، بينما بلغت نسبة المبحوثين أصحاب الاتجاه الإيجابي 32.3% من إجمالي عينة الدراسة، على حين كان 28.3% من المبحوثين لديهم اتجاهات سلبية نحو الموقع.

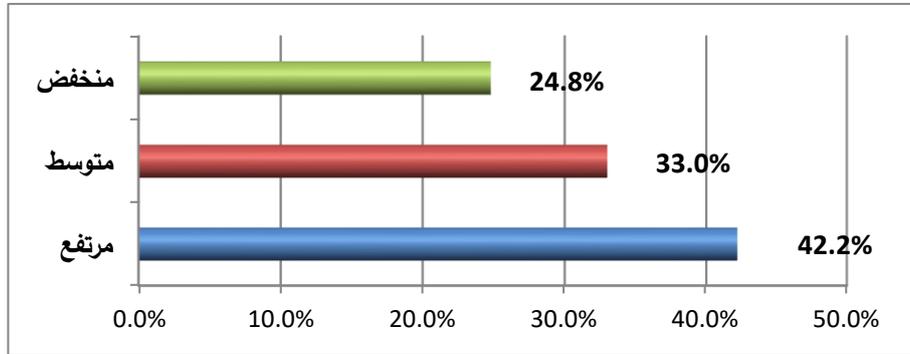
وقد تمثّلت أبعاد هذا الاتجاه كما يبينها الجدول رقم () ضمن ملاحق الدراسة فى اعتبار فيسبوك بابًا يمكن أن يدخل منه راغبي التلصص على الآخرين ومراقبتهم بوزن نسبي للممارسة 89.9%، والنظر لفيسبوك باعتباره موقعًا ملائمًا لنشر الصور ومشاركة الأفكار والمعلومات بوزن نسبي 84.9%، وعدم وجود خطورة كبيرة فى نشر الأفكار والبيانات الشخصية على فيسبوك بوزن نسبي للممارسة 76.4%، وأخيرًا جاءت لا يوفر فيسبوك الأمان الكافي لمستخدميه فيما يخص نشر أمورهم الشخصية عبره بوزن نسبي 74.3%.

المحور الثامن: مدى الإفصاح على فيسبوك

يعرض هذا المحور للبعد الأول من بعدى الخصوصية ألا وهو مقياس إفصاح المستخدمين عبر موقع فيسبوك، ويُقصد بالإفصاح ما يبديه المستخدمون علناً للمستخدمين الآخرين من أمور أو خبرات شخصية سواء كانت أفكاراً أو مشاعر أو حالات أو أحداث خاصة. وقد تم تصنيف المبحوثين تبعاً لمدى ممارستهم الإفصاح عبر فيسبوك إلى ثلاثة مستويات: إفصاح مرتفع وإفصاح متوسط وإفصاح منخفض على النحو الذي يكشفه الشكل التالي رقم (8).

شكل رقم (8)

مدى الإفصاح



كما يتضح من بيانات هذا الشكل رقم (8)، فقد زادت نسبة الإفصاح بين المبحوثين عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة المبحوثين ذوى الإفصاح المرتفع 42.2% من إجمالي عينة الدراسة. بينما وصلت نسبة المبحوثين ممن يمكن وصف درجة إفصاحهم عبر موقع فيسبوك بالمتوسط 33%، على حين بلغت كان قرابة ربع العينة تقريباً بنسبة 42.8% عبّروا عن درجة منخفضة من الإفصاح عبر موقع فيسبوك.

ويفصّل جدول رقم () ضمن ملاحق الدراسة فى أمثلة لهذا الإفصاح المقصود فى الدراسة، حيث تمثل أبرزها فى المواظبة على نشر بوستات أو مشاركتها على الصفحة الشخصية التى حازت على وزن نسبي 87.8%، والحرص على مشاركة الآخرين الأفكار والمشاعر والأنشطة المختلفة بوزن نسبي 84.9%، والاستفادة من فيسبوك للتعبير عن النفس ونشر الخواطر بوزن نسبي 86.1%، ومألوفية الكتابة على فيسبوك ضمن أنشطة الحياة الأخرى بوزن نسبي 83.2%.

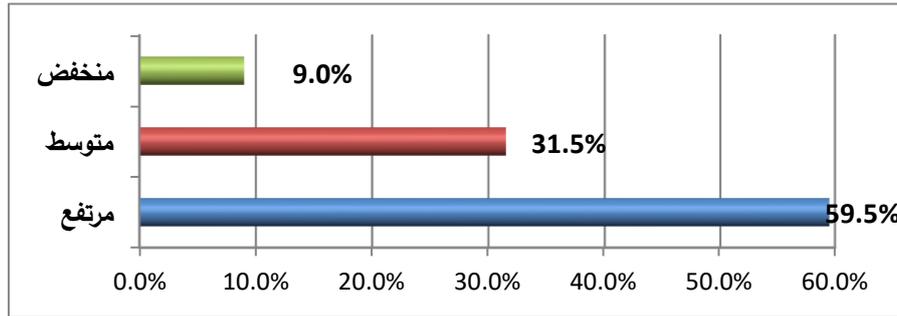
المحور التاسع: فهم إعدادات الأمان على فيسبوك

يعرض هذا المحور الأخير من الدراسة للبعد الثانى من أبعاد الخصوصية المتمثل فى فهم المبحوثين لإعدادات الأمان على موقع فيسبوك والذي يعنى مدى تقييم

المبجوثين لمدى إدراكهم ووعيهم بإعدادات الأمان المتاحة على موقع فيسبوك، وقد تم تصنيف المبجوثين تبعًا لفهمهم لإعدادات الأمان إلى ثلاثة مستويات: فهم مرتفع وفهم متوسط وفهم منخفض على النحو الذي يكشفه الشكل التالي رقم (9).

شكل رقم (9)

فهم إعدادات الأمان على فيسبوك



كما يتضح من بيانات هذا الشكل رقم (9)، فإن غالبية المبجوثين عينة الدراسة بنسبة 59.5% يمكن وصف فهمهم لإعدادات الأمان على فيسبوك بالمرتفع، بينما بلغت نسبة أصحاب المستوى المتوسط من فهم إعدادات الأمان على فيسبوك 31.5%، على حين لم تزد نسبة المبجوثين ذوي الفهم المنخفض لإعدادات الأمان على فيسبوك عن 9% من إجمالي العينة الدراسة.

ويفصّل جدول رقم (35) ضمن ملاحق الدراسة في أوجه هذا الفهم، حيث تمثل أبرزها في الحرص على التحكم بشكل جيد في إعدادات الأمان على فيسبوك التي حازت على وزن نسبي 91.9%، والوعي بإعدادات الأمان منذ وقت مبكر لاستخدامه بوزن نسبي 89.7%، وإعادة النظر عادة في إعدادات الأمان بغرض حماية الخصوصية بوزن نسبي 84%.

وتتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة **Papathanassopoulos et al.** (2016)⁽⁴⁹⁾ من أنه فيما يخص فهم إعدادات الخصوصية لحماية البيانات الشخصية فقد ذكر معظم المبجوثين عينة دراستها من طلبة جامعة أثينا اليونانية وعن طريق المسح الميداني أنهم قادرون على استخدامها بشكل جيد وذلك من خلال تحكمهم في الخواص التي يوفرها لهم موقع فيسبوك.

ثانيًا: نتائج اختبارات الفروض

جاءت فروض الدراسة الميدانية على النحو التالي:

الفرض الأول: يوجد ارتباط طردى موجب بين كثافة استخدام موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان.

جدول رقم (26)

معنوية بيرسون للارتباط بين كثافة استخدام موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان

كثافة الاستخدام		متغيرات الارتباط
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
0.000	**0.216	مدى الإفصاح عبر فيسبوك
0.000	**0.297	فهم إعدادات الأمان

** دالة عند مستوى معنوية 0.01

لاختبار صحة هذا الفرض وبالنظر إلى أن جميع البيانات الخاصة بمتغيرات الارتباط مُقاسة على المستوى الفترى، فقد تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لحساب معنوية الارتباط وشدته بين كل من كثافة استخدام موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان.

وقد بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين كثافة استخدام موقع فيسبوك ومدى الإفصاح 0.216، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ما يعنى وجود ارتباط طردى موجب بين المتغيرين، وهو ارتباط متوسط الشدة. وتعنى هذه النتيجة أنه كلما زاد استخدام المبحوثين موقع فيسبوك زاد معه بالضرورة مدى إفصاحهم عبر الموقع، والعكس بالعكس.

كذلك فقد بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين كثافة استخدام موقع فيسبوك وفهم إعدادات الأمان 0.297، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ما يعنى وجود ارتباط طردى موجب بين المتغيرين، وهو ارتباط متوسط الشدة. وتعنى هذه النتيجة أن المبحوثين الأكثر استخداماً كانوا الأكثر فهماً لإعدادات الأمان عبر موقع فيسبوك، والعكس بالعكس.

وهى النتيجة التى تدعمها دراسة Mina Tsay-Vogel, James Shanahan (2016)⁽⁵⁰⁾ وتوصلت إلى أن الأشخاص كثير الاستخدام للفيسبوك زاد لديهم احساس المخاطر على الخصوصية على عكس الأشخاص قليل استخدام الفيسبوك، ومن ثم زيادة الاحساس المخاطر من شأنه أن يقود المستخدم ليصبح أكثر إماماً بإعدادات الأمان التى يوفرها موقع فيسبوك.

وعليه يمكن القول أن اختبار صحة الفرض الأول القائل بوجود ارتباط طردى موجب بين كثافة استخدام موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان قد انتهى إلى ثبوت صحة الفرض بشكل كلى.

الفرض الثاني: يوجد ارتباط طردى موجب بين مدى الانغماس فى موقع فيسبوك وبعدى الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان.

جدول رقم (27)

معنوية بيرسون للارتباط بين مدى الانغماس فى موقع فيسبوك وبعدى الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان

مدى الانغماس فى موقع فيسبوك		متغيرات الارتباط
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
0.000	**0.317	مدى الإفصاح عبر فيسبوك
0.001	**0.198	فهم إعدادات الأمان

** دالة عند مستوى معنوية 0.01

لاختبار صحة هذا الفرض وبالنظر إلى أن جميع البيانات الخاصة بمتغيرات الارتباط مُقاسة على المستوى الفترى، فقد تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لحساب معنوية الارتباط وشدته بين كل من مدى الانغماس فى موقع فيسبوك وبعدى الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان.

وقد بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين مدى الانغماس فى موقع فيسبوك ومدى الإفصاح 0.317، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ما يعنى وجود ارتباط طردى موجب بين المتغيرين، وهو ارتباط ضعيف الشدة. وتعنى هذه النتيجة أنه كلما زاد انغماس المستخدمين فى موقع فيسبوك زاد معه بالضرورة مدى إفصاحهم عبر الموقع، والعكس بالعكس.

أيضاً فقد بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين مدى الانغماس فى موقع فيسبوك وفهم إعدادات الأمان 0.198، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ما يعنى وجود ارتباط طردى موجب بين المتغيرين، وهو ارتباط ضعيف الشدة. وتعنى هذه النتيجة أن المبحوثين الأكثر انغماساً كانوا الأكثر فهماً لإعدادات الأمان عبر موقع فيسبوك، والعكس بالعكس.

وعليه يمكن القول أن اختبار صحة الفرض الثانى القائل بوجود ارتباط طردى موجب بين مدى الانغماس فى موقع فيسبوك وبعدى الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان قد انتهى إلى ثبوت صحة الفرض بشكل كلى.

الفرض الثالث: يوجد ارتباط طردى موجب بين تأثير الأقران على موقع فيسبوك وبعدى الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان

جدول رقم (28)

معنوية بيرسون للارتباط بين تأثير الأقران على موقع فيسبوك وبعدى الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان

تأثير الأقران على موقع فيسبوك		متغيرات الارتباط
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
0.001	**0.199	مدى الإفصاح عبر فيسبوك
0.082	0.079	فهم إعدادات الأمان

** دالة عند مستوى معنوية 0.01

ولاختبار صحة هذا الفرض وبالنظر إلى أن جميع البيانات الخاصة بمتغيرات الارتباط مُقاسة على المستوى الفترى، فقد تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لحساب معنوية الارتباط وشدته بين كل من تأثير الأقران على موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان.

وقد بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين تأثير الأقران على موقع فيسبوك ومدى الإفصاح 0.199، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ما يعنى وجود ارتباط طردى موجب بين المتغيرين، وهو ارتباط ضعيف الشدة. وتعنى هذه النتيجة أنه كلما زاد تأثير الأقران على المبحوثين زاد معه بالضرورة مدى إفصاحهم عبر الموقع، والعكس بالعكس.

بينما بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين تأثير الأقران على موقع فيسبوك وفهم إعدادات الأمان 0.079، وهى قيمة غير دالة إحصائياً ($P > 0.05$). وتعنى هذه النتيجة أن حجم تأثير الأقران عبر فيسبوك على المبحوثين لا يرتبط سلباً أو إيجاباً بفهم إعدادات الأمان عبر موقع فيسبوك.

وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التى توصلت إليها دراسة Hai Liang, Fei Shen, King-wa Fu (2017)⁽⁵¹⁾ بخصوص التأطير الثقافى لظاهرة الخصوصية، بما يعنى أن الثقافة السائدة فى المجتمع والمنتشرة بين أفرادها تؤثر بشكل كبير على السلوك الاجتماعى الفعلى والإلكترونى ومنه ممارسة الإفصاح. وقد توصلت الدراسة إلى أن وضع الخصوصية فى المجتمعات الجماعية أكثر فعالية فى تشجيع الكشف الذاتى؛ فى حين يبدو أنها أقل أهمية بالنسبة للمستخدمين فى المجتمعات الفردية.

كما تتفق أيضاً مع تلك النتيجة التى توصلت إليها الأميرة سماح فرج (52) والتي أوضحت وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين معدل التأثير الاجتماعى للأصدقاء المحيطين بالأفراد، وبين إزدياد معدل الإفصاح عن ذواتهم عبر الموقع نفسه.

وعليه يمكن القول أن اختبار صحة الفرض الثالث القائل بوجود ارتباط طردى موجب بين تأثير الأقران على موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان قد انتهى إلى ثبوت صحة الفرض بشكل جزئى فيما يخص متغير مدى الإفصاح عبر فيسبوك.

الفرض الرابع: يوجد ارتباط طردى موجب بين الاتجاه نحو موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان

جدول رقم (29)

معنوية بيرسون للارتباط بين الاتجاه نحو موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان

الاتجاه نحو موقع فيسبوك		متغيرات الارتباط
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
0.000	**0.411	مدى الإفصاح عبر فيسبوك
0.000	**0.245	فهم إعدادات الأمان

** دالة عند مستوى معنوية 0.01

لاختبار صحة هذا الفرض وبالنظر إلى أن جميع البيانات الخاصة بمتغيرات الارتباط مُقاسة على المستوى الفترى، فقد تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لحساب معنوية الارتباط وشدته بين كل من الاتجاه نحو موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان.

وقد بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين الاتجاه نحو موقع فيسبوك ومدى الإفصاح 0.411، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ما يعنى وجود ارتباط طردى موجب بين المتغيرين، وهو ارتباط متوسط الشدة. وتعنى هذه النتيجة أنه كلما زادت إيجابية اتجاهات المبحوثين نحو موقع فيسبوك زاد معه بالضرورة مدى إفصاحهم عبر الموقع، والعكس بالعكس.

كذلك فقد بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين الاتجاه نحو موقع فيسبوك وفهم إعدادات الأمان 0.245، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ما يعنى وجود ارتباط طردى موجب بين المتغيرين، وهو ارتباط ضعيف الشدة. وتعنى هذه النتيجة أن المبحوثين الأكثر إيجابية فى اتجاهاتهم نحو موقع فيسبوك كانوا الأكثر فهماً لإعدادات الأمان عبر موقع فيسبوك، والعكس بالعكس.

وتقترب هذه النتيجة مما انتهت إليه دراسة Ayesha L Bevan-Dye & Ufuoma Akpojivi (2016)⁽⁵³⁾ والتي ركزت على مفهوم الثقة فى الموقع بما يقابل متغير الاتجاه نحو فيسبوك فى الدراسة الحالية، وتوصلت إلى أن كلما زاد ثقة الأعضاء فى الموقع زاد قدرتهم على الإفصاح الذاتى على الفيسبوك.

وعليه يمكن القول أن اختبار صحة الفرض الرابع القائل بوجود ارتباط طردى موجب بين الاتجاه نحو موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان قد انتهى إلى ثبوت صحة الفرض بشكل كلي.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الخبرات السلبية السابقة مع موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان

جدول رقم (30)

معنوية بيرسون للارتباط بين الخبرات السلبية السابقة مع موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان

الخبرات السلبية السابقة مع موقع فيسبوك		متغيرات الارتباط
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
0.000	**0.238-	مدى الإفصاح عبر فيسبوك
0.000	**0.198	فهم إعدادات الأمان

** دالة عند مستوى معنوية 0.01

لاختبار صحة هذا الفرض وبالنظر إلى أن جميع البيانات الخاصة بمتغيرات الارتباط مُقاسة على المستوى الفترى، فقد تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لحساب

معنوية الارتباط وشدته بين كل من الخبرات السلبية السابقة مع موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان.

وقد بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين الخبرات السلبية السابقة مع موقع فيسبوك ومدى الإفصاح -0.238، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ما يعنى وجود ارتباط عكسي سالب بين المتغيرين، وهو ارتباط ضعيف الشدة. وتعنى هذه النتيجة أنه كلما زادت الخبرات السلبية السابقة مع موقع فيسبوك لدى المبحوثين قل معها بالضرورة مدى إفصاحهم عبر الموقع، والعكس بالعكس.

وتتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة Mina Tsay-Vogel, James Shanahan (2016)⁽⁵⁴⁾ من سلبية العلاقة بين مخاوف الخصوصية والإفصاح عن الذات عبر الزمن.

كذلك فقد بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين الخبرات السلبية السابقة مع موقع فيسبوك وفهم إعدادات الأمان 0.198، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ما يعنى وجود ارتباط طردي موجب بين المتغيرين، وهو ارتباط ضعيف الشدة. وتعنى هذه النتيجة أن المبحوثين الأكثر سلبية في خبراتهم السلبية السابقة مع موقع فيسبوك كانوا الأكثر فهماً لإعدادات الأمان عبر موقع فيسبوك، والعكس بالعكس.

وعليه يمكن القول أن اختبار صحة الفرض الخامس القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الخبرات السلبية السابقة مع موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان قد انتهى إلى ثبوت صحة الفرض بشكل كلي.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين فهم مخاطر الإفصاح عبر موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان

جدول رقم (31)

معنوية بيرسون للارتباط بين فهم مخاطر الإفصاح عبر موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان

فهم مخاطر الإفصاح عبر موقع فيسبوك		متغيرات الارتباط
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
0.001	**0.194-	مدى الإفصاح عبر فيسبوك
0.000	**0.320	فهم إعدادات الأمان

** دالة عند مستوى معنوية 0.01

لاختبار صحة هذا الفرض وبالنظر إلى أن جميع البيانات الخاصة بمتغيرات الارتباط مُقاسة على المستوى الفترى، فقد تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لحساب

معنوية الارتباط وشدته بين كل من فهم مخاطر الإفصاح عبر موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان.

وقد بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين فهم مخاطر الإفصاح عبر موقع فيسبوك ومدى الإفصاح -0.194، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ما يعنى وجود ارتباط عكسي سالب بين المتغيرين، وهو ارتباط ضعيف الشدة. وتعنى هذه النتيجة أنه كلما زاد فهم المبحوثين مخاطر الإفصاح عبر موقع فيسبوك قل معه بالضرورة مدى إفصاحهم عبر الموقع، والعكس بالعكس.

كذلك فقد بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين فهم مخاطر الإفصاح عبر موقع فيسبوك وفهم إعدادات الأمان 0.320، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ما يعنى وجود ارتباط طردى موجب بين المتغيرين، وهو ارتباط ضعيف الشدة. وتعنى هذه النتيجة أن المبحوثين الأكثر فهماً لمخاطر الإفصاح عبر موقع فيسبوك كانوا الأكثر فهماً لإعدادات الأمان عبر موقع فيسبوك، والعكس بالعكس.

وعليه يمكن القول أن اختبار صحة الفرض السادس القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين فهم مخاطر الإفصاح عبر موقع فيسبوك وبعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان قد انتهى إلى ثبوت صحة الفرض بشكل كلي.

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة فى بعدي الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان تبعاً للخصائص الديموغرافية التالية (النوع، والسن، والمستوى التعليمي، والحالة الاجتماعية، والحالة المهنية، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي)

جدول رقم (32)

معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة فى مدى الإفصاح تبعاً للمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى الدلالة
النوع	ذكور	210	15.13	1.069	T=	399	0.023
	إناث	190	12.39	2.013	4.659		
السن	18 : 35 سنة	145	14.25	0.121	F=	397	0.016
	35 : 50 سنة	132	13.12	0.359			
	50 سنة فأكثر	123	11.24	0.496			
المستوى التعليمي	دون المتوسط	35	12.15	1.048	F=	396	0.278
	تعليم متوسط	41	12.27	1.761			
	تعليم جامعي	203	13.56	1.609			
	دراسات عليا	121	12.29	1.557			

المتغيرات	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى الدلالة
الحالة الاجتماعية	أعزب	153	13.06	0.364	F=2.014	2	397
	متزوج	223	13.59	0.426			
	مطلق/أرمل	24	12.99	0.369			
الحالة المهنية	طالب	125	13.22	1.013	F=2.541	2	397
	أعمل	146	12.69	0.369			
	لا أعمل	129	12.94	1.038			
المستوى الاقتصادي والاجتماعي	منخفض	119	13.62	0.869	F=1.459	2	397
	متوسط	168	13.24	0.987			
	مرتفع	113	13.19	1.065			

لاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار ت T لاختبار الفروق بحسب متغير النوع واختبار ف F لاختبار الفروق بحسب متغيرات السن والمستوى التعليمي والحالة الاجتماعية والحالة المهنية والمستوى التعليمي والاجتماعي.

وقد أظهرت نتيجة اختبار الفرض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة في مدى الإفصاح بحسب متغير النوع، حيث بلغت قيمة T 4.659، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية 399 ومستوى معنوية 0.023. فقد كان الذكور أكثر إفصاحاً (M=15.13) مقارنة بالإناث (M=12.39).

كما كشفت نتيجة اختبار الفرض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة في مدى الإفصاح بحسب متغير السن، حيث بلغت قيمة F 6.425، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجتى حرية 2 و397 ومستوى معنوية 0.016. فقد كان الأصغر سناً أكثر إفصاحاً (M=14.25) مقارنة بالأكبر سناً (M=11.24).

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما انتهت إليه دراسة Evert Van den Broeck, Karolien Poels, and Michel Walrave (2015)⁽⁵⁵⁾ من أن كبار السن يكونون أكثر قلقاً بشأن خصوصيتهم بالمقارنة مع مرحلة المراهقين ومجموعة الشباب، ومن ثم يقل معدل إفصاحهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كذلك أظهرت نتيجة اختبار الفرض عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة في مدى الإفصاح بحسب متغيرات المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية والحالة المهنية والمستوى التعليمي والاجتماعي، حيث كانت جميع قيم F لهذه المتغيرات غير دالة إحصائياً (P>0.05). ما يعنى أن هذه المتغيرات لا تؤثر على مدى إفصاح المستخدمين عبر موقع فيسبوك.

جدول رقم (33)

معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في فهم إعدادات الأمان تبعاً للمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى الدلالة
النوع	ذكور	210	25.56	2.961	T= 4.259	399	0.013
	إناث	190	27.39	3.412			
السن	18 : 35 سنة	145	27.59	4.369	F= 5.694	2 397	0.036
	35 : 50 سنة	132	25.31	3.365			
	50 سنة فأكثر	123	23.64	3.196			
المستوى التعليمي	دون المتوسط	35	25.27	2.901	F= 2.207	3 396	0.078
	تعليم متوسط	41	25.39	3.456			
	تعليم جامعي	203	26.86	3.107			
	دراسات عليا	121	27.67	3.320			
الحالة الاجتماعية	أعزب	153	26.26	2.691	F= 2.489	2 397	0.126
	متزوج	223	26.36	2.369			
	مطلق/ أرمل	24	25.95	2.479			
الحالة المهنية	طالب	125	25.51	3.139	F= 1.396	2 397	0.099
	أعمل	146	26.11	3.231			
	لا أعمل	129	26.30	3.378			
المستوى الاقتصادي والاجتماعي	منخفض	119	27.34	2.665	F= 2.023	2 397	0.126
	متوسط	168	27.01	2.932			
	مرتفع	113	26.99	2.758			

لاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار ت T لاختبار الفروق بحسب متغير النوع واختبار ف F لاختبار الفروق بحسب متغيرات السن والمستوى التعليمي والحالة الاجتماعية والحالة المهنية والمستوى التعليمي والاجتماعي.

وقد أظهرت نتيجة اختبار الفرض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في فهم إعدادات الأمان بحسب متغير النوع، حيث بلغت قيمة T 4.259، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية 399 ومستوى معنوية 0.013. فقد كانت الإناث أكثر فهماً لإعدادات الأمان (M=27.39) مقارنة بالذكور (M=25.56).

وتتفق هذه النتيجة مع ما خلصت إليه دراسة Jeffrey Todd Child (2007)⁽⁵⁶⁾ من أن النساء مستخدمات المدونات الشخصية حافظن على قواعد الخصوصية أكثر من حرص الرجال عليها.

كما كشفت نتيجة اختبار الفرض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة في فهم إعدادات الأمان بحسب متغير السن، حيث بلغت قيمة $F = 5.694$ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجتى حرية 2 و 397 ومستوى معنوية 0.036. فقد كان الأصغر سنًا أكثر فهماً لإعدادات الأمان من 18 إلى 35 سنة ($M=27.59$) مقارنة بالأكبر سنًا 50 سنة فأكثر ($M=23.64$)

كذلك أظهرت نتيجة اختبار الفرض عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة في فهم إعدادات الأمان بحسب متغيرات المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية والحالة المهنية والمستوى التعليمي والاجتماعي، حيث كانت جميع قيم F لهذه المتغيرات غير دالة إحصائياً ($P > 0.05$). ما يعنى أن هذه المتغيرات لا تؤثر على فهم المستخدمين إعدادات الأمان عبر موقع فيسبوك.

وتقترب هذه النتيجة فيما يخص متغير السن مما خلصت إليه دراسة **boyd** (2014)⁽⁵⁷⁾ بخصوص مقارنة مفهوم الخصوصية بين الأكبر والأصغر سنًا، وأظهرت نتائجها أن المراهقين لم يكونوا أقل من غيرهم من الفئات العمرية الأكبر سنًا إلمامًا ودرايةً بأبعاد الخصوصية، حتى وإن شابت ممارستهم لها قدرًا أكبر من الثقة غير المُبررة.

من ذلك يمكن القول أن اختبار صحة الفرض السابع القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة في بعدى الخصوصية وهما مدى الإفصاح وفهم إعدادات الأمان تبعًا 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.

خلاصة الدراسة

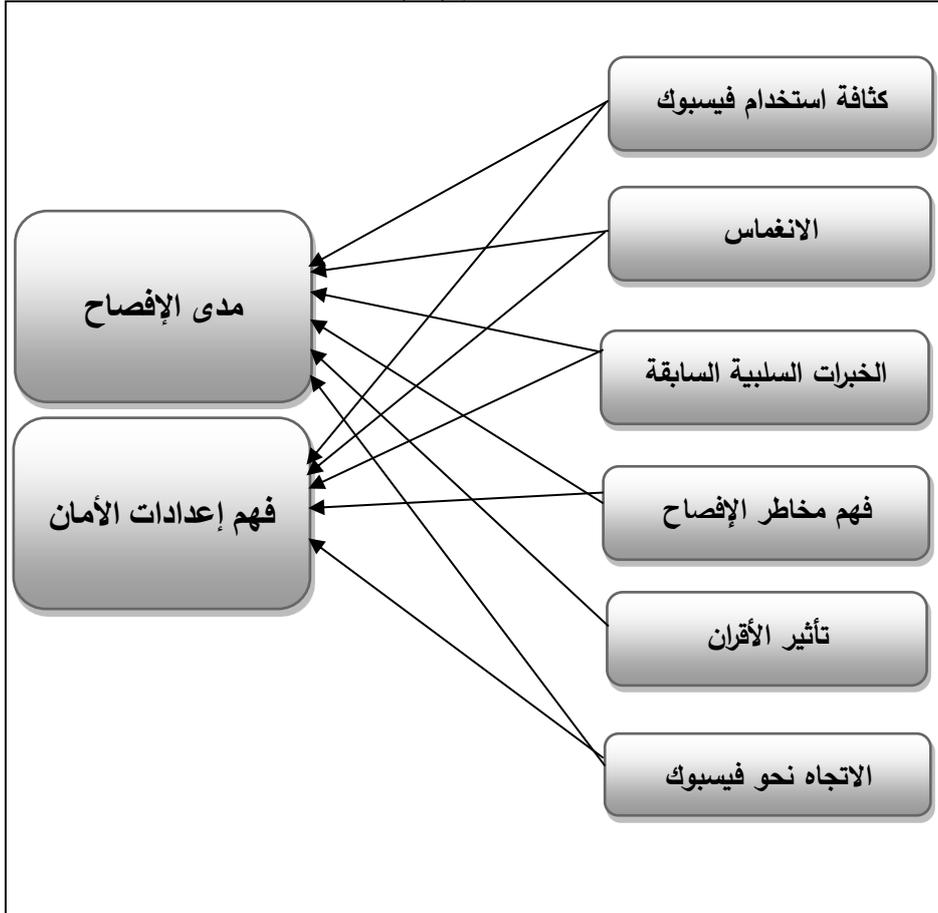
أكد نموذج "الخصوصية الإلكترونية Networked privacy" الذى صاغه كل من Marwick and boyd عام 2014 على أهمية السياق فى التعامل مع متغير الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، سواء كان هذا على مستوى المفهوم نفسه أو على صعيد ممارسته عبر الشبكة العنكبوتية.

وقد سعت هذه الدراسة لاستجلاء مفهوم الخصوصية وذلك من واقع ممارسة المستخدمين، وقد تعاملت مع الخصوصية إجرائياً باعتباره مفهوم ثنائى البعد، حيث يتمثل بعده الأول فى مدى ممارسة الإفصاح عبر موقع فيسبوك، بينما يتحدّد البعد الآخر فى فهم إعدادات الأمان عبر الموقع. ومن واقع مراجعة الدراسة السابقة تم رصد المتغيرات المؤثرة على الخصوصية وهى: 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.

ويقدم الشكل التالي تمثيلاً بيانياً للعلاقة بين متغيرات الدراسة على نحو ما انتهت إليه اختبارات الفروض

شكل رقم (10)



ملاحق الدراسة

جدول رقم (34)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات الدالة على مدى انغماسهم في فيسبوك

الترتيب	الوزن النسبي	معارض جدا	معارض	محايد	موافق	موافق جدا	الموقف	
							ك	العبارة
1	%82.6	14	31	38	138	179	ك	يمثل الدخول على موقع فيسبوك نشاطاً مهماً أمارسه في حياتي الاعتيادية
		%3.5	%7.8	%9.5	%34.5	%44.7	%	
2	%81.3	40	29	40	100	191	ك	أراجع ما ينشره ويشاركه أصدقائي على فيسبوك بشكل دوري
		%10	%7.3	%10	%25	%47.7	%	
3	%79.8	16	12	115	127	130	ك	عادة ما أشارك في النشاطات والنقاشات التي تجرى على فيسبوك
		%4	%3	%28.8	%31.8	%32.4	%	
4	%77.9	6	69	92	119	114	ك	أحرص على مراجعة الإشعارات التي تصلني أولاً بأول
		%1.5	%17.3	%23	%29.7	%28.5	%	
5	%76	47	56	48	130	119	ك	يوفر لي موقع فيسبوك صديقاً ألجا إليه في أوقات فراغي
		%11.8	%14	%12	%32.4	%29.8	%	
6	%74.1	32	69	91	103	105	ك	يمكن أن أتوقف عن ممارسة عمل أقوم به لمراجعة أحدث ما نُشر على فيسبوك
		%8	%17.3	%22.8	%25.7	%26.2	%	

جدول رقم (35)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات الخاصة بإعدادات الأمان على فيسبوك

الترتيب	الوزن النسبي	معارض جدا	معارض	محايد	موافق	موافق جدا	الموقف	
							ك	العبارة
1	%91.9	4	11	63	108	214	ك	أحرص على التحكم بشكل جيد في إعدادات الأمان الخاصة بي على فيسبوك
		%1	%2.8	%15.8	%27	%53.4	%	
2	%89.7	42	36	59	134	129	ك	كنت على وعي بإعدادات الأمان منذ وقت مبكر لاستخدامي فيسبوك
		%10.5	%9	%14.8	%33.5	%32.2	%	
3	%84	56	64	69	109	102	ك	أعيد النظر عادة في إعدادات الأمان الخاصة بي على فيسبوك كي أحمي خصوصيتي
		%14	%16	%17.3	%27.3	%25.4	%	
4	%72.1	63	139	111	48	39	ك	تحديد من له حق رؤية مشاركاتي وبوستاتي على فيسبوك أمر لا يشغلني كثيراً
		%15.8	%34.7	%27.7	%12	%9.8	%	
5	%67.9	136	142	12	29	81	ك	أفتقد الدافع لإعطاء الاهتمام الكافي لإعدادات الأمان الخاصة بي
		%34	%35.4	%3	%7.3	%20.3	%	
6	%64	209	100	78	11	2	ك	يمكن أن أصف فهمي لإعدادات الأمان على فيسبوك بغير الكافي
		%52.2	%25	%19.5	%2.8	%0.5	%	

جدول رقم (36)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات الخاصة بالخبرات السلبية السابقة

الترتيب	الوزن النسبي	لا	نادراً	أحياناً	دائماً	الموقف	
						ك	العبارة
1	%88.3	49 %12.3	99 %24.7	109 %27.3	143 %35.7	ك	سمعت عن أشخاص تعرضوا لمواقف محرجة بسبب ما ينشرونه على فيسبوك
2	%85.9	124 %31	39 %9.8	114 %28.4	123 %30.8	ك	حدث أن نشرت على فيسبوك آراءً أو صوراً أو فيديوهات أضرت بي فعلياً
3	%80.1	90 %22.5	142 %35.5	79 %19.8	89 22.2%	ك	مررت أو مر أحد أصدقائي بتجربة سرقة حساب فيسبوك أو محاولة سرقة
4	%77.6	149 %37.2	111 %27.8	78 19.5%	62 %15.5	ك	تعرضت أو أحد أصدقائي لإساءة استخدام بياناتي الشخصية المنشورة على فيسبوك

جدول رقم (37)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات الخاصة بمدى الإفصاح

الترتيب	الوزن النسبي	لا	نادراً	أحياناً	دائماً	الموقف	
						ك	العبارة
1	%87.8	25 %6.2	115 %28.8	136 %34	124 %31	ك	أواظب على نشر بوستات أو مشاركتها على صفحتي
2	%86.1	46 %11.4	109 %27.3	103 %25.8	142 %35.5	ك	يتيح لي فيسبوك مجالاً رحباً للتعبير عن نفسي ونشر خواطري
3	%84.9	66 %16.5	97 %24.2	118 %29.5	119 %29.8	ك	أحرص على مشاركة الآخرين أفكارى ومشاعري وأنشطتي المختلفة
4	%83.2	89 %22.3	85 %21.3	106 %26.4	120 %30	ك	تمثل الكتابة على فيسبوك نشاطاً أحرص عليه حرصاً على أنشطة الحياة الأخرى

جدول رقم (38)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات الخاصة بفهم مخاطر الإفصاح

الترتيب	الوزن النسبي	معارض جدا	معارض	محايد	موافق	موافق جدا	الموقف	
							ك	العبارة
1	%98.3	-	7	5	101	287	ك	يجب الحذر في الإفصاح عن الأمور الشخصية على فيسبوك حتى للأصدقاء
		-	%1.7	%1.2	%25.3	%71.8	%	
2	%96.5	-	6	51	140	203	ك	ينتشر بين مستخدمي فيسبوك المتصلصون وراعي الإيقاع بالآخرين
		-	%1.5	%12.8	%35	%50.8	%	
3	%91	9	18	29	148	196	ك	قد يتسبب نشر معلومات أو صور شخصية على فيسبوك في الإضرار بصاحبها
		%2.3	%4.5	%7.3	%37	%49	%	
4	%87.3	7	30	66	119	178	ك	كثير من وقائع انتهاك الخصوصية سببها تساهل المستخدمين في إفشاء معلوماتهم وبياناتهم الخاصة
		%1.8	%7.5	%16.5	%29.8	%44.4	%	

جدول رقم (39)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات الخاصة بتأثير الأقران

الترتيب	الوزن النسبي	معارض جدا	معارض	محايد	موافق	موافق جدا	الموقف	
							ك	العبارة
1	%86.9	28	69	58	103	142	ك	جري العرف بين الأصدقاء على فيسبوك على نشر المعلومات والأفكار والصور الخاصة بلا خوف
		%7	%17.3	%14.5	%25.8	35.4%	%	
2	%85	43	66	95	73	123	ك	لو كان في نشر الأمور الشخصية على فيسبوك خطورة كبيرة ما فعله أصدقائي
		%10.7	%16.5	%23.8	%18.2	%30.8	%	
3	%82.6	53	59	106	85	97	ك	ما ينشره أصدقائي على فيسبوك من معلومات وأمور شخصية يشجعني على فعل الشيء نفسه
		%13.2	%14.7	%26.5	%21.3	%24.3	%	
4	%81.1	62	70	69	98	101	ك	أفعل ما يفعله أصدقائي من مشاركة الآخرين على فيسبوك تجاريمهم الخاصة
		%15.5	%17.5	%17.2	24.5%	%25.3	%	

جدول رقم (40)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات الخاصة بالموقف من فيسبوك عمومًا

الترتيب	الوزن النسبي	معارض جدا	معارض	محايد	موافق	موافق جدا	الموقف	
							ك	البيانات
1	%89.9	17	39	48	99	197	ك	يعد فيسبوك بآبًا يمكن أن يدخل منه راغبي التلصص على الآخرين ومراقبتهم
		%4.2	%9.7	%12	%24.8	%49.3	%	
2	%84.9	14	97	29	134	126	ك	فيسبوك موقع جيد لنشر الصور ومشاركة الأفكار والمعلومات
		%3.4	%24.3	%7.3	%33.5	%31.5	%	
3	%76.4	51	111	45	97	96	ك	لا أجد خطورة كبيرة في نشر الأفكار والبيانات الشخصية على فيسبوك
		%12.8	%27.8	%11.2	%24.2	%24	%	
4	%74.3	70	99	69	29	133	ك	لا يوفر فيسبوك الأمان الكافي لمستخدميه فيما يخص نشر أمورهم الشخصية عبره
		%17.5	%24.8	%17.2	%7.2	%33.3	%	

مراجع الدراسة

- (¹) بحسب الدراسة التي أجراها **Christian Fuchs** (2012) واستند فيها إلى تصنيف موقع أليكسا، فإن موقع فيسبوك يأتي في الترتيب الأول لقائمة المواقع الأكثر زيارة في العالم.
- (²) رجعت الباحثة في الحصول على هذه الإحصاءات إلى موقع فيسبوك نفسه.
- (³) boyd, d., & Ellison, N. B. (2007). 'Social network sites: Definition, history, and acholarship'. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13(2), 210–230, doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- (⁴) Ellison, N. B., Lampe, C., & Steinfield, C. (2011). With a little help from my friends: Social network sites and social capital. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community and culture on social network sites* (pp. 124–145). New York, NY: Routledge.
- (⁵) Stylianos Papathanassopoulos, Elias Athanasiadis, and Maria Xenofontos. (2016). Athenian University Students on Facebook and Privacy: A Fair "Trade-Off"? **Social Media + Society**, July-September: 1–12, doi: 10.1177/2056305116662171
- (⁶) Lemi Baruh, and Mihaela Popescu. (2017). Big data analytics and the limits of privacy self-management. **new media & society**, Vol. 19(4) 579–596, doi: 10.1177/1461444815614001
- (⁷) Sarigol E, Garcia D and Schweitzer F (2014) Online privacy as a collective phenomenon. In: Proceedings of the second edition of the ACM conference on online social networks, Boston, MA, 7–8 October, pp. 95–106. New York: ACM. <http://dx.doi.org/10.1145/2660460.2660470>
- (⁸) Alice E. Marwick and danah boyd (2014). Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media. **new media & society**, Vol. 16(7) 1051–1067, doi: 10.1177/1461444814543995
- (⁹) Robert E. Wilson, Samuel D. Gosling, and Lindsay T. Graham. (2012). A Review of Facebook Research in the Social Sciences. **Perspectives on Psychological Science**, 7 (3), 203-220. doi: 10.1177/1745691612442904
- (¹⁰) Mariza Georgalou. (2016). 'I make the rules on my Wall': Privacy and identity management practices on Facebook. **Discourse & Communication**, 10 (1), 40–64. doi: 10.1177/1750481315600304
- (¹¹) Tamara Dinev. (2014). Why would we care about privacy? **European Journal of Information Systems**, 23, 97–102, doi:10.1057/ejis.2014.1
- (¹²) Beth Rogers. (2003). Security and privacy- Legislative burden or commercial opportunity? Henry Stewart Publications 1478 - 0844 **Interactive Marketing**. Vol.5 No.2. PP 160-165. October-December.

- (13) Hai Liang, Fei Shen, King-wa Fu, (2017) Privacy protection and self-disclosure across societies : A study of global Twitter users, **new media & society**, Vol. 19(9), pp. 1476 –1497, doi : 10.1177/1461444816642210
- (14) Payal Arora & Laura Scheiber (2017) Slumdog romance: Facebook love and digital privacy at the margins, **Media, Culture & Society**, Vol. 39(3), pp. 408 –422, doi: 10.1177/0163443717691225
- (15) Michael A Beam, Jeffrey T Child, Myiah J Hutchens and Jay D Hmielowski, (2017) Context collapse and privacy management: Diversity in Facebook friends increases online news reading and sharing, **new media & society**, pp . 1 -19, doi: 10.1177/1461444817714790
- (16) Philipp K. Masur & Michael Scharrow, (2016) Disclosure Management on Social Network Sites: Individual Privacy Perceptions and User-Directed Privacy Strategies, **Social Media & Society**, pp. 1– 16, doi: 10.1177/2056305116634368
- (17) Ayesha L Bevan-Dye & Ufuoma Akpojivi (2016) South African Generation Y students' self-disclosure on Facebook, **South African Journal of Psychology**, Vol. 46(1), pp. 114 – 129, doi: 10.1177/0081246315602645
- (18) Pooja Pradeep and Sujata Sriram (2016) The Virtual World of Social Networking Sites: Adolescent's Use and Experiences, **Psychology and Developing Societies**, Vol.28(1), pp. 139–159, doi: 10.1177/0971333615622911
- (19) Semiral Oncu (2016) Facebook habits among adolescents: Impact of perceived social support and tablet computers, **Information Development**, Vol. 32(5), pp. 1457–1470, doi: 10.1177/0266666915604674
- (20) Marko M Skoric, Qinfeng Zhu, Debbie Goh and Natalie Pang, (2016) Social media and citizen engagement: A meta-analytic review, **new media & society**, Vol. 18 (9), pp. 1817 –1839, doi: 10.1177/1461444815616221
- (21) Mina Tsay-Vogel, James Shanahan (2016) Social media cultivating perceptions of privacy: A 5-year analysis of privacy attitudes and self-disclosure behaviors among Facebook users, **new media & society**, pp.1– 21, doi: 10.1177/1461444816660731
- (22) Mary Helen Millham and David Atkin, (2016) Managing the virtual boundaries: Online social networks, disclosure, and privacy behaviors, **new media & society**, pp. 1 –18, doi: 10.1177/1461444816654465
- (23) Hongliang Chen, Christopher E. Beaudoin, and Traci Hong, (2016) Protecting Oneself Online : The Effects of Negative Privacy Experiences

- on Privacy Protective Behaviors, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol. 93(2), pp. 409–429, doi: 10.1177/1077699016640224
- (24) Tabitha L. James, Quinton Nottingham, Stephane E. Collignon, Merrill Warkentin, Jennifer L. Ziegelmayer, (2016) The interpersonal privacy identity (IPI): development of a privacy as control model, **Inf Technol Manag**, issue 17, pp. 341–360, doi: 10.1007/s10799-015-0246-0
- (25) Yumi Jung and Emilee Rader (2016) The Imagined Audience and Privacy Concern on Facebook: Differences Between Producers and Consumer, **Social Media + Society**, pp. 1–15, doi: 10.1177/2056305116644615
- (26) Joshua R. Pederson & Rachel M. McLaren, (2015) Managing information following hurtful experiences: How personal network members negotiate private information, **Journal of Social and Personal Relationships**, Vol. 33(7), pp. 961–983, doi: 10.1177/0265407515612242
- (27) الأميرة سماح فرج عبدالفتاح، الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين مزايا الإفصاح عن الذات ومخاطره: دراسة في توجهات الجمهور العام المصري. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد الرابع عشر، العدد الأول يناير/مارس 2015. ص.ص. 111-187
- (28) Jennifer Jiyoung Suh and Eszter Hargittai, (2015) Privacy Management on Facebook : Do Device Type and Location of Posting Matter ?, **Social Media + Society**, pp. 1–11, doi: 10.1177/2056305115612783
- (29) Evert Van den Broeck, Karolien Poels, & Michel Walrave (2015) Older and Wiser? Facebook Use, Privacy Concern, and Privacy Protection in the Life Stages of Emerging, Young, and Middle Adulthood, **Social Media & Society**, pp. 1-11. doi: 10.1177/2056305115616149
- (30) Wouter M. P. Steijn and Anton Vedder (2015) Privacy under Construction: A Developmental Perspective on Privacy Perception, **Science, Technology, & Human Values**, Vol. 40(4), pp. 615-637, doi: 10.1177/0162243915571167
- (31) Tal Soffer & Anat Cohen, (2014) Privacy Perception of Adolescents in a Digital World, **Bulletin of Science, Technology & Society**, Vol. 34(5-6), pp. 145–158, doi: 10.1177/0270467615578408
- (32) David Lewis Coss (2013) Cloud Privacy Audit Frame work: A value - Based Design, **PHD**, Virginia Commonwealth University Richmond, Virginia).
- (33) Shual-Fu Lin, (2013) Privacy Management Behavior in Virtual Communities, **PHD**, The Florida State University, College of Business.
- (34) Ki Jung Lee (2013) Development and Analyses of Privacy Management Models in Online Social Networks based on Communication Privacy Management Theory, **PHD**, Drexel University .

- (35) Rebekah Abigail Pure, (2013) Privacy Expectations in Online Contexts, **PHD**, Santa Barbara, University of California .
- (36) Anna C. Squicciarini, Mohamed Shehab, Joshua Wede, (2010) Privacy policies for shared content in social network sites, **The VLDB Journal**, Issue 19, pp. 777–796, doi : 10.1007/s00778-010-0193-7
- (37) Dawn N. Jutla (2010) Layering privacy on operating systems, social networks, and other platforms by design, **IDIS**, Vol.3, Issue.2, pp. 319 – 341, doi: 10.1007/s12394-010-0057-8 .
- (38) Jeffrey Todd Child (2007) the development and test of a measure of young adult blogging behaviors, communication, and privacy management, **PHD**, Fargo, North Dakota State University.
- (39) يمكن في هذا الصدد الرجوع للدراسات التالية:
- * Victor, N., Lopez, D. and Abawajy, J.H. (2016) ‘Privacy models for big data: a survey’, **Int. J. Big Data Intelligence**, Vol. 3, No. 1, pp.61–75. doi: 10.1504/IJBDI.2016.073904
- * boyd, d., & Hargittai, E. (2010). Facebook privacy settings: Who cares?. **First Monday**, 15(8). doi: <http://dx.doi.org/10.5210/fm.v15i8.3086>
- (40) لعل أشهر إطار نظري في هذا الصدد نظرية إدارة خصوصية الاتصال **Communication Privacy Management Theory** التي تقوم في جوهرها على فكرة تحكم الأفراد في المحتوى الذي يقومون بنشره، وذلك من خلال تقرير ما يفصحون عنه وما يخفونه، وبالتالي فالفرد يملك سيطرة كاملة على خصوصيته.
- (41) Alice E. Marwick and danah boyd (2014). **Op.cit**, p: 1063
- (42) Alice E. Marwick and danah boyd (2014). **Ibid**, p: 1064
- (43) R.D. Wimmer, and j. Dominic, **Mass media research: an introduction**, California: Wadsworth publishing company. 9th ed, 2009, P.500
- (44) Jennifer Jiyoung Suh and Eszter Hargittai, (2015) Privacy Management on Facebook : Do Device Type and Location of Posting Matter ?, **Social Media + Society**, pp. 1–11, doi: 10.1177/2056305115612783
- (45) Ralf Caers, Tim De Feyter, Marijke De Couck, Talia Stough, Claudia Vigna, and Cind Du Bois (2011). Facebook: A literature review. **new media & society** 15(6) 982–1002. DOI: 10.1177/1461444813488061
- (46) Lemi Baruh, and Mihaela Popescu. (2017). **Op.cit**
- (47) Robert E. Wilson, Samuel D. Gosling, and Lindsay T. Graham. (2012). **Op.cit**
- (48) Sarigol E, Garcia D and Schweitzer F (2014) **Op.cit**
- (49) Stylianos Papathanassopoulos, Elias Athanasiadis, and Maria Xenofontos. (2016). **Op.cit**. p.p. 7-8.
- (50) Mina Tsay-Vogel, James Shanahan (2016) **Op.cit**
- (51) Hai Liang, Fei Shen, King-wa Fu, (2017) **Op.cit**

(52) الأميرة سماح فرج عبدالفتاح، مرجع سابق. ص.ص. 169- 170.

(53) Ayesha L Bevan-Dye & Ufuoma Akpojivi (2016) *Op.cit*

(54) Mina Tsay-Vogel, James Shanahan (2016) *Op.cit*

(55) Evert Van den Broeck, Karolien Poels, & Michel Walrave (2015) *Op.cit*

(56) Jeffrey Todd Child (2007) *Op.cit*.

(57) Alice E. Marwick and danah boyd (2014). *Op.cit*