

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة قاصدي مرباح - ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان : العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الإعلام واتصال

تخصص: تكنولوجيا الإتصال الجديدة

مقدمة من طرف:

سعيدة غدامسي

كلثوم رواج

الموضوع:

## خصوصية المستخدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

(دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الواتس آب)

الفترة الزمنية من جانفي إلى ماي 2018

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ : 2018/05/12

لجنة المناقشة المكونة من السادة :

الأستاذ: د. سرايا الهادي ( أستاذ محاضر "أ" جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا

الأستاذة د. فضيلة تومي (أستاذة محاضرة "أ" - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفة و مقررة

الأستاذ: د. بودريالة عبد القادر ( أستاذ محاضرة "ب" جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية : 2018/2017



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة قاصدي مرباح - ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان : العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الإعلام واتصال

تخصص: تكنولوجيا الإتصال الجديدة

مقدمة من طرف:

سعيدة غدامسي

كلثوم رواج

الموضوع:

## خصوصية المستخدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

(دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الواتس آب)

الفترة الزمنية من جانفي إلى ماي 2018

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ : 2018/05/12

لجنة المناقشة المكونة من السادة :

الأستاذ: د. سرايا الهادي ( أستاذ محاضر "أ" جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا  
الأستاذة د. فضيلة تومي (أستاذة محاضرة "أ" - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفة و مقررة  
الأستاذ: د. بودريالة عبد القادر ( أستاذ محاضرة "ب" جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية : 2017/2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَشْكُرَهُ  
لَوْلَا إِسْرَافُ مَا أَشْرَكْنَا مَعَ اللَّهِ مَا أَشْرَكْنَا

لِنَهْتِكُنَّ لَوْلَا إِسْرَافُ مَا أَشْرَكْنَا مَعَ اللَّهِ  
لَوْلَا إِسْرَافُ مَا أَشْرَكْنَا مَعَ اللَّهِ لَوْلَا إِسْرَافُ

سورة الأعراف الآية 43

## شكر وتقدير

كن عالماً.....فإن لم تستطع فكن متعلماً،فإن لم تستطع فأحب العلماء

فإن لم تستطع فلا تبغضهم

الحمد والشكر لله عز وجل على هذه النعمة الطيبة والنافعة نعمة العلم التي من بها علينا ووفقتنا

لإنهاء وإنجاز هذا البحث وامتدانا بالفضل وتقدير للجميل لا يسعنا إلا أن نتقدم بأرقى وأثمن

عبارات الشكر والعرفان إلى الأستاذة المشرفة "تومى فضيلة" لما قدمته لنا من نصائح

وإرشادات قيمة طيلة مدة إنجاز هذا البحث العلمي كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى الذين

كانوا عوناً لنا في بحثنا وساهموا معنا في تدليل ما واجهنا من صعوبات، ونخص بالذكر إلى

عامل الإدارة "السعيد هيدوب" وكذلك إلى "الأخ محفوظ" كما نتوجه كذلك بخالص الشكر

والتقدير المسبق إلى لجنة المناقشة التي ستشرفنا بتصويب هذا المجهود.

والشكر موصول إلى من ذكرتهم قلوبنا ونسيتهم ألسنتنا إلى كل بعيد وقريب وتحية وشكر

وامتنان وعرفان.

# إهداء

بعد الشكر والحمد لله أتقدم بكل دوافع الفخر والاعتزاز ان اهدي هذا العمل الى  
والدي العزيز علي قلبي رحمه الله وتعالى وأسكنه جنانه الفسيحة بالرغم من انه كان  
له شوق الحضور الى هذا اليوم بجانبني .....وكما لا أنسى والدتي أطل الله في  
عمرها وجعلها تاج لي ونور حياتي والى إخوتي وأخواتي وكما لا أنسى أعم صديقاتي  
وأحبتني في مشواري الجامعي والى كل من كان معي على طريق النجاح والخير والى  
كل من كان سند لي والى كل أساتذتي كل واحد باسمه وكما اهدي هذه الثمرة  
لكل من ساعدني ولو بقليل او بكلمة طيبة.

كلثوم

## الإهداء

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله

أهدي ثمرة جهدي

الى من أحببتها وعمرتني بنورها وحنانها شمعة حياتي وردتي وسيدتي في هذه الدنيا التي لم تبخل عليا يوما بالدعاء يا من رعتني وما زالت ترعاني بعين المودة إليك أمي الغالية حفظك الله وأطال عمرك وأدامك تاجا فوق رأسي الى من رأته بين الناس رجلا وبين الرجال بطلا وبين الأبطال مثلاً سيدي ، سأحاول ان أعطيك حقك لأنني لو منحتك الدهر كله ما استطعت ان أوفيك حقك إليك أبي الغالي أطال الله في عمرك وأدامك تاجا لنا

الى من شاركوني رحم أمي إخوتي وأخواتي الى بنات أختي وأخي وفاء ، حنين ، والكوتان لينة وروان الى زوجة أخي عملة الى جدي وجدتي حفظهم الله وأطال في عمرهما

الى عمي وعمتي وأخوالي وخالتي والى أبنائهم وبناتهم والى كل من يحمل لقب عماسي ولقب بن السيد

الى رفيقة دربي سهام والى أستاذي المحترم سرايا الهادي الى كل أصدقائي وصدقائي في مساري الدراسي والجامعي والى كل من علمني ولو حرفه واحد الى كل من أحب بكل ما تحمله الكلمة.

سعيدة

## ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة العلمية الى التطرق الى موضوع عرض والكشف عن خصوصية مستخدمي موقع الواتس آب، وكذا الكشف عن مخاطر وأثار عرض الذات على موقع الواتس اب ومختلف التحديات التي تواجه المستخدم لحماية خصوصيته في هذه الفضاءات الافتراضية التي اصبحت عبارة عن عالم زجاجي حيث اصبح الافراد يتعارفون على نحو متزايد ،كما تتناول دراستنا هذه أهم الدوافع والحاجيات التي يحققها المستخدم أثناء عرضه لخصوصيته وبياناته الشخصية وهذا ما يثير مسألة الهوية والمخاطر الاجتماعية الناجمة عنها ،كما تحاول هذه الدراسة الكشف عن تبعات و أثار عرضها وتداول البيانات الشخصية في العالم الرقمي، وكذا طرق وآليات حمايتها وللتعرف أكثر على حيثيات هذه المشكلة حاولنا تفشي الظاهرة في بيئتها الرقمية عبر دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الشبكة الاجتماعية الواتس آب ولخوض غمار تحليل معطيات الدراسة تم استخدام برنامج التحليل الاحصائي spss حيث قمنا بحساب التكرار والنسبة المئوية وقد توصلت الدراسة الى جملة من النتائج نذكر أهمها :

- اتضح لنا ان اغلب أفراد العينة يستخدمون هوية حقيقية وكذا عرض خصوصيتهم وبياناتهم الشخصية على موقع الواتس آب
- كما اسفرت النتائج ان معظم المبحوثين يستخدمون هذا الموقع بدافع التعرف على أصدقاء وكذا تبادل المعلومات العلمية مع مختلف شعوب الوطن.
- وكانت إجابة المبحوثين اغلبهم التصريح بسهولة إستخدام هذا الموقع ولما يحتويه من خصوصية وسياسة الهوية الافتراضية البديلة عن الذات الواقعية.
- **الكلمات المفتاحية:** مواقع التواصل الاجتماعي ،واتس آب ،الخصوصية ،الاستخدام.



## **Résumé de l'étude:**

Cette étude scientifique vise à aborder le sujet de la présentation et la divulgation de la vie privée des utilisateurs du réseaux sociale whats app, ainsi que la divulgation des risques et des effets de l'auto-présentation sur whats app et les différents défis auxquels fait face l'utilisateur de protéger la vie privée dans ces espaces virtuels qui sont devenus un monde de verre sa il est devenu individus apprendre à connaître les de plus en plus, notre étude aborde également la plus importante de ces motivations et des widgets que l'utilisateur réalisé lors de la présentation de sa vie privée et des données personnelles, et cette question de source potentielle d'identité et les risques sociaux qui en découlent, comme cette étude tente de détecter les conséquences et a soulevé la présentation et la diffusion des données personnelles dans le monde des réseau, ainsi que les moyens et les mécanismes de protection et en apprendre davantage sur le bien-fondé de ce problème, nous avons essayé la propagation du phénomène dans l'environnement numérique à travers une étude de terrain sur un échantillon d'utilisateurs de site de réseautage social whats app et exécuter dans l'analyse des données de l'étude a été utilisé programme d'analyse statistique « spss » où nous avons calculé la fréquence et le pourcentage a atteint l'étude Aux résultats suivants:

- Il nous est apparu que la plupart des personnes interrogées utilisent une véritable identité ainsi que leur vie privée et leurs données personnelles sur le site.
- Les résultats ont également révélé que la plupart des répondants utilisent ce site dans le but d'identifier des amis et d'échanger des informations scientifiques avec les différents utilisateurs.
- La réponse des utilisateurs, la plupart d'entre eux déclarent facilement l'utilisation de ce site et le contenu de la vie privée et la politique de l'identité virtuelle alternative au vrai soi.

-**Mots clés:** sites de réseautage social, whats app, la vie privée confidentialité, utilisation.

## المنهجي

- 1- تحديد الإشكالية
- 2-
- 3- أسباب اختيار الموضوع
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أهمية الدراسة
- 6- منهج الدراسة
- 7- أدوات جمع البيانات
- 8- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 9-
- 10- تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة
- 11-
- 12- النظرية للدراسة

## التطبيقي

- 01- ترميز وتفرغ الاستبيان
- 02-
- 03- الاقتراحات والتوصيات

## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
IV	الشكر و العرفان
V	الإهداء
VII	ملخص الدراسة
IX	الخطة
X	قائمة المحتويات
XI	قائمة الجداول
أ	مقدمة
<b>الإطار المنهجي للدراسة</b>	
2	تحديد الإشكالية تساؤلات الدراسة
3	أسباب اختيار الموضوع
4	أهداف الدراسة
4	أهمية الدراسة
5	منهج الدراسة
6	أدوات الدراسة
7	مجتمع البحث وعينة الدراسة
8	حدود الدراسة
9	تحديد مفاهيم الدراسة
11	الدراسات السابقة
13	المقاربة النظرية
<b>الإطار التطبيقي</b>	
19	تمهيد
19	عرض وتحليل البيانات
39	الاستنتاجات العامة للبحث
44	خاتمة
47	قائمة المراجع
52	الملاحق

## فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
20	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
21	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
22	يوضح عدد الاصدقاء لك في موقع الواتس آب	03
23	يوضح محتوى ما يتفاعل عبره أفراد العينة في هذه الشبكة الاجتماعية	04
24	يوضح نوع العلاقات التي يقيمها أفراد العينة في هذه الشبكة	05
25	يوضح إعتبار أفراد العينة للعلاقات التي يقيمونها إفتراضيا جدية أم غير جدية	06
26	يوضح تقابل أفراد العينة مع الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عن طريق الواتس آب	07
27	يوضح دوافع إشتراك على موقع الواتس آب	08
28	يوضح الحاجات التي يوفرها لك موقع الواتس آب	09
29	يوضح الاسم المستخدم على حسابك الواتس آب	10
30	يوضح الحاجات التي تطمح الى تحقيقها خلال إشتراكك في موقع الواتس آب	11
31	يوضح الصورة المستخدمة على حائط حسابك الواتس آب	12
32	يوضح اللغة المستخدمة أثناء محادثتك في الواتس آب	13
33	يوضح إمكانية السماح بطلبك للصدقة على الواتس آب	14
34	يوضح إمكانية إضافة مجموعات إلى حسابك	15
35	يوضح المضايقات التي تتعرض لها عند عرض خصوصيتك على موقع الواتس آب	16
36	يوضح إمكانية توظيف معلوماتك الشخصية على موقع الواتس آب	17
37	يوضح الغرض من وضع بياناتك الشخصية على موقع الواتس آب	18
38	يوضح نظرة أفراد العينة لعرض بياناتهم الشخصية على موقع الواتس آب	19

## فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
20	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
21	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
22	يوضح عدد الاصدقاء لك في موقع الواتس آب	03
23	يوضح محتوى ما يتفاعل عبره أفراد العينة في هذه الشبكة الاجتماعية	04
24	يوضح نوع العلاقات التي يقيمها أفراد العينة في هذه الشبكة	05
25	يوضح إعتبار أفراد العينة للعلاقات التي يقيمونها إفتراضيا جدية أم غير جدية	06
26	يوضح تقابل أفراد العينة مع الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عن طريق الواتس آب	07
27	يوضح دوافع إشتراك على موقع الواتس آب	08
28	يوضح الحاجات التي يوفرها لك موقع الواتس آب	09
29	يوضح الاسم المستخدم على حسابك الواتس آب	10
30	يوضح الحاجات التي تطمح الى تحقيقها خلال إشتراكك في موقع الواتس آب	11
31	يوضح الصورة المستخدمة على حائط حسابك الواتس آب	12
32	يوضح اللغة المستخدمة أثناء محادثتك في الواتس آب	13
33	يوضح إمكانية السماح بطلبك للصدائة على الواتس آب	14
34	يوضح إمكانية إضافة مجموعات إلى حسابك	15
35	يوضح المضايقات التي تتعرض لها عند عرض خصوصيتك على موقع الواتس آب	16
36	يوضح إمكانية توظيف معلوماتك الشخصية على موقع الواتس آب	17
37	يوضح الغرض من وضع بياناتك الشخصية على موقع الواتس آب	18
38	يوضح نظرة أفراد العينة لعرض بياناتهم الشخصية على موقع الواتس آب	19

# مقدمة

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت على غرار: face book، وwhats app. نموا متسارعا في عدد المستخدمين والمشاركين في السنوات الأخيرة وأخذت حيزا كبيرا من وقتنا وعلى حساب أعمالنا المنزلية والاجتماعية والتواصل من خلالها كبير وتعد هذه الشبكات وسيلة من بين الوسائل الاتصال الجديدة وهي جذابة لتفاعل وتجاذب في حياة المستخدمين اليوم في العصر الرقمي، لكن اصبحت في مقابل تثير مخاوف الخصوصية والأمن المعلوماتي، نظرا لمميزات وخصائص التقنيات الرقمية الجديدة التي ساهمت في زوال الخصوصية الفردية وأصبح كل ما يقوم بتدوينه ونشره على منصات هذه الشبكات لم يعد ملكية خاصة وانما اصبح ملكية عامة ومنتشرة في ظل التدفق الهائل للبيانات والمعلومات الحاصل اليوم في هذه الفضاءات الافتراضية التي انتقلت من الخاص الى العام .

وفي هذا السياق اكتست هذه المواقع رواجاً كبيراً لدى المستخدمين منذ ظهورها الى يومنا هذا، وقد حصلت على شعبية كبيرة، والعديد منهم ألفوا استخدامها في حياتهم اليومية فبرزت العديد من الاستخدامات وتزايد الاهتمام بهذا الشكل التواصلي الجديد، وفي الوقت ذاته أثارت هذه الشبكات ما يسمى بسياسة الخصوصية وتم طرحها على مستخدميها وتواجدت هذه الأخيرة في العديد من التطبيقات والخدمات التي طرحتها.

ومن هذا المنظور غيرت ثورة الويب مجرى الأنشطة الاجتماعية وقلبت نمط الحياة من مجتمعات حقيقية الى مجتمعات شبكية والتي اصبحت هذه تقدم تسهيلات عديدة في مجال الاتصال ونشر وتشارك الافكار و الصور والفيديوهات وكذا التعليق على الاحداث اليومية ولكن، ما يوجد في واقعنا اليوم ان الاجيال قد اخذت وغيرت معنى مفهوم الحياة الخاصة وكذا كيفية حمايتها وخاصة ما هو موجود في الفضاءات الافتراضية وكل ما هو موجود من معلومات شخصية عن العمل والدراسة والعائلة وكل البيانات التي نستخدمها



في تفاعلنا على الانترنت أثناء استخدامنا سواء للحاسب الآلي او الهاتف المحمول او الذكي او اللوح الإلكتروني .

ووصولاً الى التعريف بموقع من مواقع التواصل الاجتماعي ألا وهو الواتس اب والذي هو موضوع بحثنا إذ أنه يعتبر احدى وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الأفراد مهما اختلفت مواقعهم واماكنهم واعمالهم ولقد تعددت جهات استخدام الواتس اب في الوقت الحالي وتعدد الاغراض لاستخدامه، ويستخدم لأغراض تعليمية او سياسية او اجتماعية او تجارية... الخ، حيث قام بتأسيسه كل من الأمريكي بريان أكتون والاوكراني جان كوم في عام 2009 ولقد كان هذا لهدف التواصل .

وفي ظل التوافد الكبير على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الواتس اب وموضوع الخصوصية فيه ما جعلنا نسلط الضوء على هذه الظاهرة من خلال دراستنا لخصوصية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث خصصنا الواتس اب كنموذج عن هذه المواقع. - ولقد قسمنا دراستنا الى جانبين: إطار منهجي وإطار تطبيقي، فبالنسبة للجانب المنهجي فقد قمنا بتحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الى جانب مفاهيم الدراسة وأسبابها واهميتها، اهدافها، وكذا عرض الدراسات السابقة والتعقيب عليها وأيضاً عرض المنهج وأدوات وعينة الدراسة ومقاربة لنظرية الموضوع طبقنا نظرية الاستخدامات والاشباعات. - أما الجانب التطبيقي فقد شمل على تفريغ وترميز الاستبيان وصولاً في الأخير الى النتائج العامة للبحث وخاتمة الدراسة.





# الفصل الأول الإطار المنهجي

## 1-تحديد الإشكالية

إن ظهور تكنولوجيا الاتصال وتطورها في نهاية القرن العشرين إلى يومنا هذا أدى إلى حدوث ثورة جديدة في عالم التواصل الاجتماعي، وتخطب الناس عن طريق استخدام مواقع موجودة على الانترنت، أو برامج يتم تنزيلها على الأجهزة الذكية.

اليوم وفي مختلف أنحاء العالم واعتمادا على شبكة الانترنت تنتشر مواقع تسمى مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أحدثت هذه الشبكات تغييرات نوعية في الأفراد، لما وفرته من مجالات ومساحات في شتى الميادين للتفاعل والتعبير والمشاركة باقتراحاتهم وأرائهم ومن بين أهم هذه المواقع نذكر: face book فيسبوك، Instagram الانستغرام، whatsapp واتساب، My space ماي سبيس، وغيرها.

ونظرا لما تتسم به هذه الشبكات وقدرتها على تقديم خدمات عديدة ومتنوعة وفي وقت قصير جداً، هذا ما أدى إلى إقبال العديد من الأفراد إلى استخدامها والتعلق بها. فالواتساب الذي قام بتأسيسه من قبل الأمريكي - بريان أكتون - والأوكراني - جان كوم - في عام 2009-<sup>1</sup>، حيث انتشر هذا البرنامج بشكل كبير خلال السنتين الماضيتين مما جعله يحتل المراكز الصدارة، ولا يغيب هذا البرنامج عن أيا هاتف محمول أي كان نوعه وأيا كانت مواصفاته.

حيث أصبح تطبيقات المحادثات " واتس آب" الأكثر شيوعا بين سكان الكرة الأرضية والأفضل والأسهل استخداما وتداولها بين مختلف الفئات العمرية التي تستخدم الهواتف الذكية حيث يتيح هذا البرنامج مستخدميه إمكانية تبادل الرسائل النصية والتشارك في الصور والملفات الصوتية وغيرها، وبذلك يستطيع مستخدميه تبادل الأفكار والآراء والتعاني...الخ.

<sup>1</sup> مركز محتسب، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب -تويتر نموذجاً- دار المحتسب للنشر والتوزيع، السعودية، الرياض، ط1، 1434هـ، ص/ص 40/39.

وتعد الخصوصية مشكلة تؤرق مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لقد قادتنا الثورة إلى زمن وصف بزمن التكشف، والذي اقترن بأهم ما يمتلكه الإنسان ألا وهي خصوصيته الشخصية، والتي أصبحت مستهدفة بشكل كبير من بعض مستخدمي وممل ا كتقنيات الاتصال الجديدة، سواء عن حسن ظن أو نقيضه. وعلى الرغم من ذلك شهدت منصات شبكات التواصل الاجتماعي إقبالا متزايدا للمستخدمين عليها، يتهافنون في نشر خصوصياتهم على حسابات وصفحات هذه المواقع، لكن لم يتوقف الأمر عند هذا الحد من الاستخدام بل تعدا همنا لتعري إلى الانتهاك والتطفل، ووظفت لذلك شتى الأساليب والوسائل، فأضحت مسألة الخصوصية الفردية مشكلة تؤرق مستخدمي هذه المواقع، وهذا ما يدفعنا إلى طرح الإشكال الرئيسي التالي: ما أثر استخدام موقع الواتس اب على خصوصية المستخدم؟.

### -التساؤلات الفرعية:

1. ما هي الفكرة التي يحملها المستخدم عن موضوع الخصوصية على موقع الواتس اب؟
2. ما هي الحاجيات التي يحققها المستخدم من التعريف بنفسه على الواتس اب؟
3. ما هي دوافع استخدام البيانات الشخصية الحقيقية أو غيرها على موقع الواتس اب؟
4. كيف يمكن أن يحمي مستخدم الواتس اب خصوصياته وبياناته الشخصية على موقع الواتس اب؟

### 3- أسباب اختيار الموضوع:

إنَّ اختيارنا لهذا الموضوع لم يكن عشوائيا بل كان نتيجة لعدة أسباب نوجزها في النقاط الآتية:

#### 1-أسباب ذاتية:

- محاولة التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الفرد.

- الرغبة في معرفة مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الأفراد.

- الاهتمام الشخصي بدراسة آثار استخدام الواتس اب في خصوصية الأفراد.

## 2-أسباب موضوعية:

- محاولة لمس جزء من موضوع الواتس آب قصد إثراء البحث العلمي

- موقع الواتس آب حكم أحدث العديد من التغييرات على أسلوب حياة الأفراد وخصوصية استخدامه.

- حداثة موضوع الدراسة وحيويته.

- ضرورة البحث في تأثيرات الاستعمال المكثف للواتس آب .

## 4- أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا للغوص في موضوع الخصوصية من خلال :

- التعرف على كيفية الحماية والحفاظ على الخصوصية داخل المواقع.

- محاولة ترشيد الاستخدام للحفاظ على سرية البيانات الشخصية داخل موقع الواتس آب.

- الحفاظ على الأمن في معلوماتنا الشخصية من اجل حماية حياتنا الخاصة.

## 5- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في التعرف على خصوصية مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي و آليات مواجهة قرصنتها وتوظيفها توظيفا سلبيا يعود بنتائج وخيمة على المستخدم والتعرف على آلية حماية بيانات المستخدمين.

- إمكانية اقتراح بعض الحلول المناسبة للتصدي لسلبيات المواقع الاتصال والتواصل الاجتماعي.

- الخروج بتوصيات تساهم في الرقي باستخدام برنامج الواتس آب بشكل ايجابي.

## 6- منهج الدراسة:

**المنهج:** هذا اللفظ ترجمة للكلمة الفرنسية méthode، والتي تعني الطريق أو المنهج المؤدي إلى الغرض المطلوب.<sup>1</sup>

هو عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والهادفة للكشف عن حقيقة شكل هذه الظاهرة أو تلك،<sup>2</sup> وهو عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه.<sup>3</sup>

**تعريف المنهج:** والتي تعني الطريق أو المنهج المؤدي إلى الغرض المطلوب، وهو عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والهادفة للكشف عن حقيقة شكل هذه الظاهرة أو تلك، وهو عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه.<sup>4</sup>

ويرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة على الإشكالية التي تم تحديدها، ولقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج المسحي، وبما أننا في دراستنا نسعى إلى جمع معلومات حول خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، فإن هذه الدراسة تتدرج ضمن البحوث المسحية، التي تهتم بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث والوقائع.

والمنهج المسحي هو المنهج الذي يتناسب مع طبيعة بحثنا ومتطلباته، و بالتالي: هو واحد من المناهج الأساسية بل أكثرها شيوعاً في البحوث الوصفية والدراسات المسحية هي دراسة شاملة مستعرضة، ومحاولة منظمة لجميع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع

<sup>1</sup> - عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، الكويت، ط3، 1977، ص 07.

<sup>2</sup> - محمد عبيدات و آخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر، عمان - الأردن، ط2، 1999، ص 35.

<sup>3</sup> - رشيد زرواني، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية أسس علمية وتدريبية، دار الكتاب الحديث، الجزائر، (بلا ط)، 2004، ص

104.

<sup>4</sup> - أحمد عبد الله اللحج، البحث العلمي تعريفه خطواته مناهجه، دار الجامعية للنشر، ط1، 2001م، ص51.

الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين، أي أن البحث المسحي ينصب على الوقت الحاضر كما انه يهدف للوصول الى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك بالاستفادة منها مستقبلا، وتتنوع الدراسات المسحية في درجة تعقيدها فمنها ما يهدف الى جمع بيانات تكرارية بسيطة ومنها ما يهدف الى تحليل العلاقات.<sup>1</sup>

**7- أدوات جمع البيانات:** أما فيما يخص الأدوات المستعملة في البحث والتي يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع، فلقد اعتمدنا على الاستبيان باعتباره من أكثر الأدوات التي تسمح لنا بجمع معلومات عن المبحوثين في شكل معمق.

\* **الاستبيان:** هناك العديد من التعريفات نذكر منها: يعتبر وسيلة من وسائل جمع البيانات، وتعتمد أساسا على استمارة وهي عبارة عن قائمة من الأسئلة التي تتناول الظاهرة والموضوعات التي تشمل الدراسة.<sup>2</sup> ترسل بواسطة البريد، أو تسلم إلى الأشخاص الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة الواردة فيه وإعادته ثانية.<sup>3</sup>

ولقد مرت استمارة استبياننا بمراحل عدة: أولها النظر في الثراء النظري للدراسة وذلك للاستفادة منها، ثم صياغة أسئلة الاستمارة وتقسيمها الى أربع محاور أساسية وهي كالاتي:

- البيانات الأولية
  - المحور الأول: استخدامات الفرد لموقع الواتس آب
  - المحور الثاني: الدوافع والحاجات للتعريف بخصوصيتك على موقع الواتس آب
  - المحور الثالث: نظرة الفرد المستخدم للخصوصية على موقع الواتس آب
- لقد تم عرض الاستمارة على عدد من الأساتذة لتحكيمها وهم كالتالي:

<sup>1</sup> - عمار يوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي، أسسه، أساليبه، مكتبة المنار للنشر، الأردن، ط1، 1989، ص72.

<sup>2</sup> - فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، ط1، 2002، ص 89.

<sup>3</sup> - ذوقان عبيدات، البحث العلمي مفهومه أدواته أساليبه، دار الفكر للنشر والتوزيع، ط11، 2009م، ص/103.

واستنادا للآراء والملاحظات التي تم جمعها قمنا بإجراء التعديلات اللازمة، و إخراج الاستمارة في شكلها النهائي.

## 8- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

- **مجتمع الدراسة:** تطلق كلمة مجتمع على جميع الحالات والأفراد والأشياء التي يتجه الباحث لدراستها.<sup>1</sup>

إذ يتمثل مجتمع دراستنا في جميع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ( الواتس آب بمدينة ورقلة).<sup>2</sup>

- **عينة الدراسة:** يعالج موضوع الخصوصية المستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي على عينة من مستخدمي موقع الواتس آب، وهي دراسة ميدانية نعتمد فيها منهج المسح إذ يستخدم أسلوب العينة، إذ يتم اختيار الأفراد من مجتمع البحث وتعميم نتائجها عليه، ولا تخضع عملية استخدام العينة إلى مزاج الباحث بل إلى أصول علمية تساعد في تحديد العينة التي تكون أكثر ملائمة للظاهرة محل الدراسة.<sup>3</sup>

**وتعرف العينة:** هي مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزء من الكل، بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجري عليها الدراسة فالعينة إذن هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله ووحدات العينة قد تكون أشخاصا، كما تكون أحياء أو شوارع أو مدن أو غير ذلك، فهي ببساطة مجموعة جزئية من مجتمع له خصائص مشتركة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - وائل عبد الرحمن التل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الحامد للنشر، الأردن، عمان، ط1، 2011م، ص/41.

<sup>2</sup> - رحيم يونس، كسر الغزوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار حجلة، الأردن، ط1، 2008، ص 181.0

<sup>3</sup> - عادل مرابطي، عائشة نحوي، العينة، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، عدد4، 2009، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص96.

<sup>4</sup> - رجاء أبو علام، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، دار النشر للجامعات، مصر، 2007، ص162.

وقد اعتمدنا في بحثنا على: **العينة القصدية (العمدية):**

وتستخدم هذه الطريقة في حالة معرفة الباحث للمعالم الإحصائية للمجتمع وخصائصه لأن العينة القصدية تتكون من مفردات تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً جيداً، إذ يتمثل مجتمع دراستنا في جميع مستخدمي موقع الواتس آب بمدينة ورقلة ونظراً لاتساع الرقعة الجغرافية فقد قمنا باختيار عينة من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة القطب (01) و(02) وذلك لكي يعطينا نتائج اقرب ما تكون إلى النتائج التي قد يحصل عند مسح المجتمع بأكمله لمدينة ورقلة، (إذن فإن اختيار الباحث للعينة يقوم على خبرته بالخصائص والمميزات التي تتمتع بها تلك العينة من تمثيل صحيح للمجتمع الأصلي وبالتالي فهو يوفر كثيراً من الوقت والجهد. فالعينة القصدية ليست عينة عشوائية بل أنها مماثلة للعينة الطبقية حيث يكون حجم مفردات في العينة متناسباً مع العدد الكلي الذي له خصائص المجتمع الأصلي، ويعاب على هذه الطريقة أنها تقتض بقاء خصائص الوحدات موضع الدراسة ثابتة لا تتغير، وهذا بالطبع مخالف للواقع<sup>1</sup>.

## 9- حدود الدراسة:

- الحدود البشرية: تقتصر هذه الدراسة على عدد الأشخاص الذين يستخدمون بالفعل موقع الواتس اب والتي يبلغ عددهم 50 خمسين مفردة
- الحدود الجغرافية: تمت هذه الدراسة في ولاية ورقلة
- الحدود الزمنية: أنجزت هذه الدراسة خلال العام الدراسي 2017-2018 حيث بدأت في شهر جانفي ونهاية شهر ماي .

<sup>1</sup> - كامل محمد المغربي، أساليب البحث العلمي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ط4، 2011، ص147.



## 10- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

### - الخصوصية:

- لغة: خصوصية الشيء: خاصيته أي خصوصية له أهمية تميزه عن غيره.
- اصطلاحاً: هي حق للفرد ليحفظ على معلوماته الشخصية وحياته الخاصة<sup>1</sup>.
- وتعني الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي حق الفرد المستخدم في أن يقرر بنفسه متى وكيف و إلى مدى ممكن أن تصل المعلومات الخاصة به إلى الآخرين من المستخدمين أو القائمين عليها، وعلى هذا النحو فالخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي وفي أبسط معانيها ترتبط بسرية الحياة الخاصة لمستخدمي تلك المواقع سواء كانت وقائع أو معلومات<sup>2</sup>.
- إجرائياً: أصل مفهوم الخصوصية يشير إلى نطاق الحياة الخاصة ومع تطورات في العقود الأخيرة على نطاق أوسع ليتضمن الحق في السيطرة على البيانات الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

أ - الاستخدام: هو استعمال الشيء والممارسة عليه مثل استخدام آلة<sup>3</sup>. الاستخدام أصبح يدرس من منظور سوسيولوجيا الاستخدام الذي يعني العلاقات الاجتماعية و التقنية التي تنشئ بين الأفراد أو الجماعات و الأشياء التقنية و الدراسات في هذا المجال اهتمت بتحليل دلالات الاستخدام التي تحيل إلى التمثلات و القيم والتي توظف في استخدام تقنية معينة-وتشير الأبحاث إلى أن الولوج الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال الجديدة واندماجها في الحياة اليومية للمستخدم تتوقف على دلالات المستخدم التي يبورها أكثر من الكفاءات

<sup>1</sup> - الشريف سارة، خصوصية البيانات الرقمية، سلسلة أوراق الحق في المعرفة، تصدر عن مركز دعم لتقنية المعلومات، القاهرة، 2012، ص21.

<sup>2</sup> - zahangyim and shing، wly andhos facebook satisfies you: collective sell، Esteem emotional OP emess، communication Apprehension as predictors of facbook uses and gratifications paper presented at the annual، meeting of the association for the association for education in journalism and mass communication، Boston -oug- of-2009 P7.

<sup>3</sup> -bozath، jame social media for trainers: techniques for enhancing and extending le aming، united states of America، johm wily and sons SP Feiffer، 2010، p11..

التقنية لهذه التكنولوجيا وهناك ثلاث مقاربات تميز سوسيولوجيا الاستخدام: \*الانتشار، \*التجديد والابتكار والتملك<sup>1</sup>.

**ب - و أيضا:** الذي ظهر في اللغة الفرنسية في القرن 17 يشير إلى نشاط اجتماعي، تتم ملاحظته بسبب تواتره ويتمثل في استخدام شي ما والاستفادة منه لسد حاجة معينة، وفي الدراسات الإعلامية يشير مفهوم الاستخدام إلى المهارات كما يشير أيضا إلى السلوكيات والعادات والاتجاهات.<sup>2</sup>

**3- مواقع التواصل الاجتماعي:** منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو مجموعة مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية لتبادل الرسائل ومختلف الصور ومقاطع الفيديو.<sup>3</sup>

وتعرف كذلك بأنها شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت في أي مكان من العالم، يتناقشون يتحاورون فيها بكل حرية وديمقراطية دون أن يكونوا مضطرين للخضوع والسيطرة لوسائل الإعلام التقليدية<sup>4</sup>.

**4- الواتس آب:** إن الوتس آب تطبيق يتم تحميله على الهواتف المستقلة فقط ولم يتم إصدار نسخة منه للحواسيب أو الأجهزة التابلت، وكما لا يوجد أي نية لإصدار مثل هذه النسخ في المستقبل، ويستخدم برنامج الواتس آب في التواصل عن طريق الرسائل القصيرة أو المصورة وكما يمكن إرسال مقاطع فيديو عن طريقه، عند تحميل هذا البرنامج، يطلع على قائمة الأسماء الموجودة مسبقا في الهاتف وبشكل تلقائي يضيف كل من يستخدم

<sup>1</sup> - محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004م، ص235.

<sup>2</sup> - فضيلة تومي التلفزيون الجزائري البرامج الموضوعاتية معاينة ميدانية، دار ابن بطوطة للنشر والتوزيع،

25/24

<sup>3</sup> - خليل شدان يعقوب أبو يعقوب، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، أطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، جامعة النجاح الوطنية، نابلس فلسطين، ص10.

<sup>4</sup> - خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، ط1، 2013، ص24.

هذا البرنامج لقائمة الأسماء الخاصة بالبرنامج، ويعتمد برنامج الواتس آب على خدمة الانترنت في الهواتف بشكل أساسي حيث يتوجب وجود اتصال بشبكة الانترنت لكي يعمل البرنامج وعند إرسال الرسائل واستقبالها لا يوجد أي تكلفة إضافية يتم اقتطاعها من قبل شبكة الهاتف المستقل التي تزود الخدمة حيث يتم احتساب فقط خدمة الانترنت ولتجنب التكلفة الإضافية يمكن الاشتراك بالحزم التي تقدمها مختلف شركات الهواتف المستقلة.<sup>1</sup>

## 11- الدراسات السابقة:

1- دراسة تومي فضيلة، عبارة عن مقال بعنوان إيديولوجيا الشبكات الاجتماعية وخصوصية المستخدم بين الانتهاك والاختراق، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة - الجزائر- العدد 29 سبتمبر 2017 وتهدف هذه المقالة إلى التطرق إلى مخاطر وآثار عرض الذات على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ومختلف التحديات التي تواجه المستخدمين لحماية خصوصياتهم في هذه الفضاءات الافتراضية التي أصبحت عالم زجاجي حيث أصبح متعارف على نحو متزايد أن تقديم الذات على النحو المأمول في هذه البيئات الرقمية يستلزم عرض معلومات وبيانات شخصية كثيرة عن المستخدم وهذا ما يُعرضه للعديد من المخاطر، كما تتناول دراسة هذه آليات إدارة الخصوصية المناسبة اجتماعيا، نظرا لما هو شائع اليوم من عرض عمدي للبيانات الشخصية بشكل متزايد على الشبكات الاجتماعية وتفشي ظاهرة مراقبة حياة الآخرين، وهذا ما يثير مسألة الهوية والمخاطر الاجتماعية الناجمة عن التواجد الرقمي للأفراد كما تحاول هذه الدراسة معالجة التفكك التدريجي والتقارب الحاصل بين المجالين العام والخاص، والذي أثار قضايا السيطرة على حماية الخصوصية في عالم الشبكات.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - مركز محتسب، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب -تويتر نموذجا- دار المحتسب للنشر والتوزيع، السعودية، الرياض، ط1، 1434هـ، ص/ص 40/39.

<sup>2</sup> - تومي فضيلة، مجلة بعنوان إيديولوجيا الشبكات الاجتماعية وخصوصية المستخدم بين الانتهاك والاختراق، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، العدد 29 سبتمبر 2017، ص41.

2- دراسة عبد القادر بودريالة، مقال بعنوان تحديات الخصوصية عبر الفيسبوك المستخدمون بين حماية الحياة الخاصة وحرية عرض الذات ،مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة\_الجزائر\_العدد27ديسمبر 2016 تهدف هذه الدراسة الى التطرق لما هو شائع اليوم،التقديم الذاتي والعمدي للمعلومات الشخصية ومراقبة حياة الآخرين عبر الشبكات الإجتماعية، إن إنتشار هذا العرض الذاتي ومراقبة الأشخاص يثير مسألة الهوية والمخاطر الاجتماعية الناجمة عن هذا الإفراط في عرض الذات عبر الواب وإسهام المستخدمين دون وعي منهم في التجارة التي تشكلت في الفضاء الرقمي ألا وهي تجارة البيانات الشخصية وعليه اختار الوقوف من خلاله هذا المقال عند إنفتاح المجالين الخاص والعام ومخاطر الإفراط في عرض الذات ومحاولة الكشف عن تحديات الخصوصية عبر الفيسبوك.<sup>1</sup>

3-دراسة تومي فضيلة سنة2016،بعنوان اثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الافتراضية ،أطروحة لنيل شهادة الدكتوراء في علوم في علوم الإعلام والاتصال طارحة الإشكال الأتي :ما اثر استخدام شبكة موقع تواصل الاجتماعي الفيسبوك على تشكيل الهوية الافتراضية للمستخدمين الجزائريين،حيث هدفت هذه الدراسة الى:  
أولاً:في دراسة كيفية عرض وتقديم الذات للآخرين على موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك.  
ثانياً:الكشف عن مكونات هذا التمثل الذاتي الرقمي الذي يسمح للأفراد والمجموعات بخوض تفاعلات عدة على مستوى هذه الشبكة الاجتماعية ،وقد تما اختيار ولاية ورقلة كمجال مكاني للدراسة ،خلال الفترة التي تم اختيارها (01-01-2015 الى 3-2015) اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي،بحيث توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج كان من أهمها:

<sup>1</sup> - عبد القادر بودريالة، مجلة بعنوان تحديات الخصوصية عبر الفيسبوك، المستخدمون بين حماية الحياة الخاصة وحرية عرض الذات، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر، العدد27 ديسمبر 2017، ص 695.

اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تشكيل نوع ومظهر الهوية الافتراضية للمستخدم الجزائري حيث تمثل غالبا في ذات افتراضية بديلة عن تلك الذات الواقعية وذلك دون إغفال الدور الكبير لمتغيري الجنس والسن في رسم كيفية التسويق للذات في هذا الفضاء الرقمي.<sup>1</sup>

### حدود الاستفادة من الدراسات السابقة :

يتضح لنا مما سبق ذكره: أن الدراسات الأولى تطرقت الى إيديولوجيا الشبكات الاجتماعية وخصوصية المستخدم بين الانتهاك والاختراق، والدراسة الثانية سلطت الضوء على تقديم الذاتي و(العمدي) للمعلومات الشخصية ومراقبة حياة الآخرين عبر الشبكات الاجتماعية اما الدراسة الثالثة فقد تناولت اثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الافتراضية وهذا ما يتوافق تقريبا مع دراستنا إلا أن في دراستنا حاولنا الوقوف على خصوصية المستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية حمايتها على موقع الواتس آب في ظل وجود مخاوف في هذه المواقع وكما تتفق دراستنا مع هذه الأخيرة في كونها اعتمدت على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، وكذلك الاعتماد على الأداة وهي استمارة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات، ويكمن وجه الاختلاف بين تلك الدراسة ، ودراستنا هذه في بيئة البحث، وكذا اختلاف الحيز المكاني لإجراء الدراسة، ويكمن الاختلاف كذلك في أفراد العينة المدروسة.

### 12- المقاربة النظرية للدراسة:

كي لا يكون البحث منطلقا من الفراغ فلا بد من وعلا حسب اعتمادنا أن يستند إلى منطلقات نظرية في هذه الدراسة، الأمر الذي من شأنه أن يقدم نسبيا صفة عمق والشمول

<sup>1</sup>-تومي فضيلة، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الافتراضية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، (2015-2016)

للدراسة واعتبار أن الدراسة تتدرج تحت عنوان خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، فلقد دعت الحاجة إلى الاستناد وتوظيف النظرية التالية:

### - نظرية الاستخدامات والاشباعات:

ترى هذه النظرية أن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل الاتصال الجماهيري وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون التعرض لها ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترقية المتاحة، وهي تعتمد على خمسة فروض بتحقيق ثلاث أهداف:

- 1- إن أعضاء الجمهور ومشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم
- 2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.
- 3- التأكيد على الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يسبغ حاجاته فلأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليس الوسائل هي التي تستخدمهم.
- 4- يستطيع الأفراد الجمهور دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الاحتياجات.
- 5- يمكن الاستناد على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

### أما الأهداف التي تحقق هي :

- 1- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال باعتبار أن الجمهور فقط.
- 2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحدث نتيجة للتعرض
- 3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - عبد الحفيظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، مطوية منشورة بتاريخ 25/6/1433هـ، ص، ص 10/09.

# الفصل الثاني الإطار التطبيقي

**تمهيد:**

يتناول هذا الإطار تحليل بيانات الدراسة الميدانية استناداً للمعطيات المتحصل عليها من استمارات الاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين التي قدرت ب (50) مفردة حيث تم استرجاع جميعها.

وبعد عملية ترقيم الاستمارات من 1 إلى 50 وترميزها وفق نظام spss قمنا بتفريغها وإدخال البيانات في الحاسوب وقد تم تبويب الإجابات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية مع التعليق عليها كما وكيفاً وإيجاد حلول وتفسيرات ذات دلالات لأجوبة الطلبة المبحوثين

**البيانات الشخصية للمبحوثين:**

تساعد البيانات الشخصية الباحث في التعرف على ملامح وخصائص المبحوثين كما يعتمد عليها الباحث كمؤشر في تحليل البيانات الميدانية حيث ما يراه الباحث وتقتضيه مغريات الدراسة وأهدافها.<sup>1</sup>

لذلك اشتملت دراستنا على معرفة البيانات الشخصية للمبحوثين وتضمنت سؤاليين:

- الجنس

- السن

نتائج المحور الأول: استخدامات الفرد لموقع الواتس آب.

نتائج المحور الثاني: الدوافع وحاجات التعريف بخصوصيتك على موقع الواتس آب.

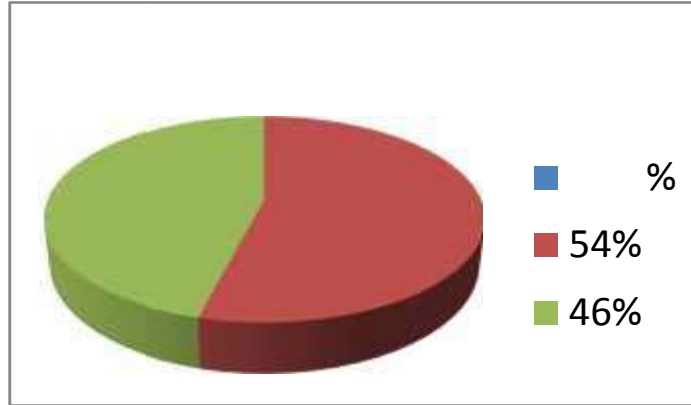
نتائج المحور الثالث: نظرة الفرد المستخدم لخصوصيته على موقع الواتس آب وكيفية حمايتها.

<sup>1</sup> - عبد الله محمد الشريف، مناهج البحث العلمي، مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 1996، ص 123.



## الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

النسبة %	التكرار	
54%	27	
46%	23	
100%	50	المجموع



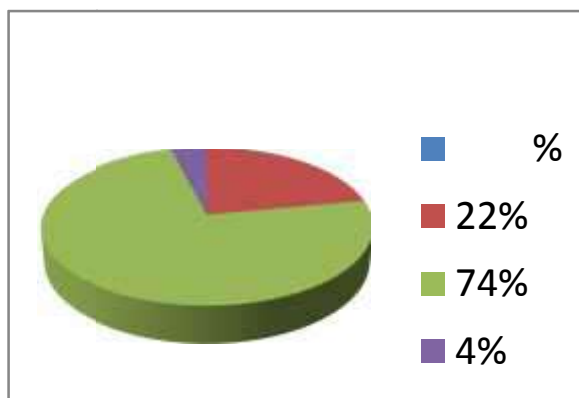
## الشكل رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة الذكور المقدره بـ 54%، اكبر نسبيا من نسبة الإناث والتي تقدر بـ 46%. وهذا يبين ان نسبة استخدام موقع الواتس اب بين الذكور والإناث متقاربة، ونفسر ذلك بان كلا من الجنسين يستخدمون موقع الواتس اب وهذا يعني انه لا توجد حواجز تمنع من استخدامهم لهذا الموقع خاصة لدى الذكور إذا أنهم أكثر نسبة من الإناث من ناحية الاستخدام وهذا ما يدل على حرية الاستخدام لديهم وكما يمكن ان نفسر هذه النتائج بتخوف الإناث من إعدادات هذا الموقع لاسيما الحفاظ على الخصوصية. وكما تتفق نتائج هذا الجدول مع نتيجة التي توصلت إليها الأستاذة تومي فضيلة في دراستها اثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الافتراضية، والتي توصلت الى إقبال الذكور وهذا ما يبين ان استخدامهم لموقع الفيسبوك كان أكثر من الإناث وهذا راجع الى الإقبال المتزايد للذكور على هذا الموقع الاجتماعي وتمتع الذكور بنوع من درجة الحرية الشخصية اكبر من الإناث.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - تومي فضيلة، اثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الافتراضية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، (2015-2016)، ص 222.

الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

النسبة %	التكرار	
22%	11	20
74%	37	30 21
4%	2	30
100%	50	المجموع



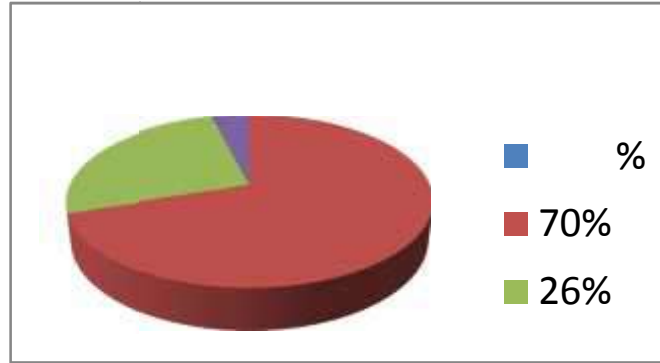
الشكل رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

نلاحظ من خلال الجدول ان الفئة العمرية (من 21 الى 30) هي الأكثر بنسبة 74%، ثم تليها فئة السن (اقل من 20 بنسبة 22%)، ثم فئة السن (أكثر من 30) بنسبة 4%، وهي الأقل حضوراً . ونفسر من خلال التواجد الكبير للفئة العمرية من 21 الى 30 بنسبة كبيرة جدا إذ تقدر بنسبة 74%، وهذا يعود الى ان اغلبهم من فئة الشباب وبالتالي فهم أكثر استخداماً لموقع الواتس اب بحكم التواصل الدائم بينهم وقدرتهم في التعامل مع مختلف مواقع التواصل الاجتماعي ، بينما كانت الفئة العمرية اقل من 20 سنة بنسبة ضعيفة وهذا ما يعود الى قلة معرفة استخدام هذا الموقع او لعدم امتلاك هذا الحساب بالأساس، أما بالنسبة للفئة العمرية الأكثر من 30 كانت بنسبة ضعيفة جدا قدرت ب4%، وذلك يعود الى عدم الاهتمام هذه الفئة لموقع الواتس اب او قلة الوقت الكافي لاستخدامه.

الجدول رقم (03): كمية الاصدقاء التي يملكها أفراد العينة على حساباتهم في موقع

الواتس اب:

النسبة %	التكرار	
70%	35	50
26%	13	150- 50
4%	2	250-150
100%	50	المجموع



الشكل رقم (03): كمية الاصدقاء التي يملكها أفراد العينة على حساباتهم في موقع الواتس اب:

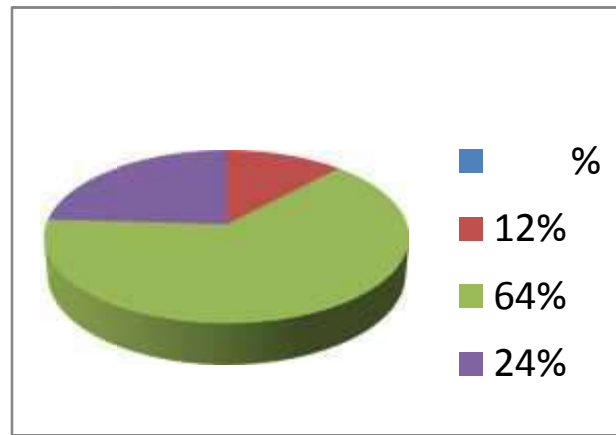
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان نسبة اقل من 50 صديق قدرت ب 70%، ثم تليها من 50 الى 150 ب 26%، وتليها من 150 الى 250 ب 4%.

ونفسر من خلال ما سبق ان أكثر من نصف العينة لديهم اقل من خمسين صديق افتراضي وهي نتيجة منطقية بالنظر الى خصوصيات المجتمع الجزائري من حيث التحفظ أحيانا على عدد الصداقات الحقيقية لان هناك معايير اجتماعية وثقافية التي تجعل من كمية الصداقات محدودة في الحياة الواقعية. كما نجد في دراسة الأستاذة تومي فضيلة ان لإفراد العينة اقل من مئة صديق افتراضي ويعود ذلك لعدم حب المغامرة لدى المستخدمين الجزائريين من أفراد العينة بخوض صداقات افتراضية كثيرة لا يمكن لهم التحكم في تسييرها ولا إدارتها، او ربما من اجل الحفاظ على سرية المعلومات والبيانات الشخصية التي ينشرونها او قد تم نشرها من قبل.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - تومي فضيلة، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الافتراضية، المرجع سابق، ص 261.

**الجدول رقم (04): يوضح محتوى ما يتفاعل عبره أفراد العينة في هذه الشبكة الاجتماعية:**

النسبة %	التكرار	
12%	6	معلومات علمية
64%	32	
24%	12	طبيعيين
100%	50	المجموع



**الشكل رقم (04): يوضح محتوى ما يتفاعل عبره أفراد العينة في هذه الشبكة الاجتماعية**

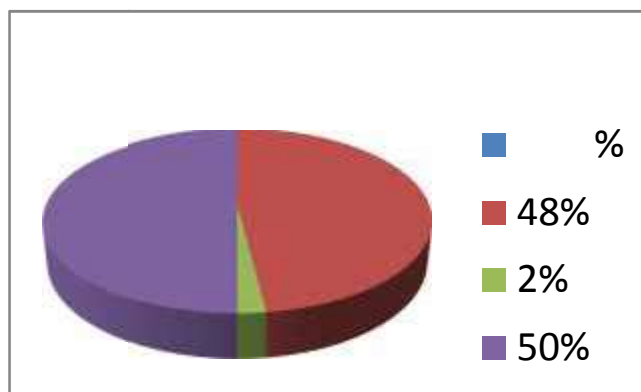
يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه ان 64%، من أفراد العينة ان المعلومات التي يتحدثون عنها في هذه الشبكة هي معلومات عامة ثم تليها نسبة 24%، يتحدثون عن معلومات على أشخاص طبيعيين فيما نجد نسبة 12%، يتشاركون معلومات علمية . ونفس نتائج الجدول أعلاه وما تأكده النتائج ان معظم أفراد العينة يتحدثون عن معلومات عامة والدافع من تداول هذه المعلومات هو إشباع ومشاركة لي رغباتهم وكذا رفع المستوى الثقافي في ما بينهم .

وبأتي في تحليل تومي فضيلة في دراستها أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الافتراضية والذي يمكن ان يوافق ما يبينه الجدول أعلاه حيث توصلت الى ان المبحوثين يستخدمون المضامين والمحتويات من اجل تغذية حساباتهم وكذا المشاركة بها عبر موقع الفيسبوك<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - تومي فضيلة، المرجع نفسه، ص 253.

(05): يوضح نوع العلاقات التي تقيمها أفراد العينة في هذه الشبكة :

النسبة %	التكرار	
48%	24	
2%	1	
50%	25	
100%	50	المجموع



الشكل رقم (05): يوضح نوع العلاقات التي تقيمها أفراد العينة في هذه الشبكة.

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أمامنا ان العلاقات التي يقيمها أفراد العينة في هذه الشبكة هي علاقات عامة وقدرت بنسبة 50% ثم تليها علاقات صداقة بنسبة 48% وأخيرا علاقات تعاون بنسبة 02%.

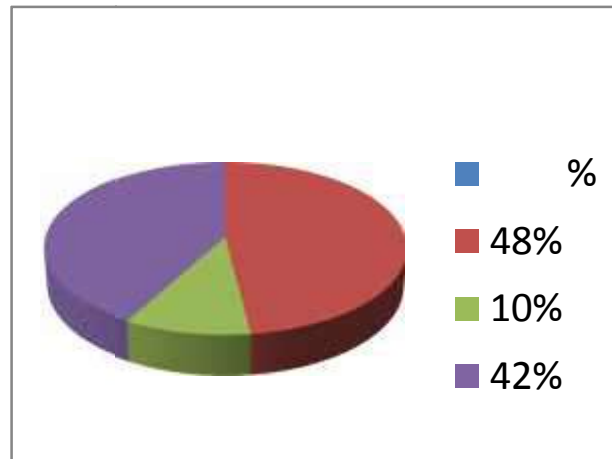
ويمكن تفسير ان العلاقات العامة و علاقات صداقة كانت بنسب متقاربة وهذا يرجع الى سيطرة دافع التعرف على أشخاص جدد وتكوين علاقات عامة وصداقة هو دافع نحو التخلص من المكبوتات والفراغ والعزلة ، خاصة ان موقع الواتس اب جعل من العلاقات الافتراضية الأكثر تحررا وباعتباره ملاذا آمنا لكل من أراد التعبير والتنفيس عن ما يجول بخاطره وهذا ما أكدته إجابات المبحوثين .

يقيمها افراد العينة افتراضيا جدية ام غير

(06):يوضح

جدية:

النسبة %	التكرار	
48%	24	
10%	5	
42%	21	أحيانا
100%	50	المجموع



يقيمها أفراد العينة افتراضيا جدية غير جدية

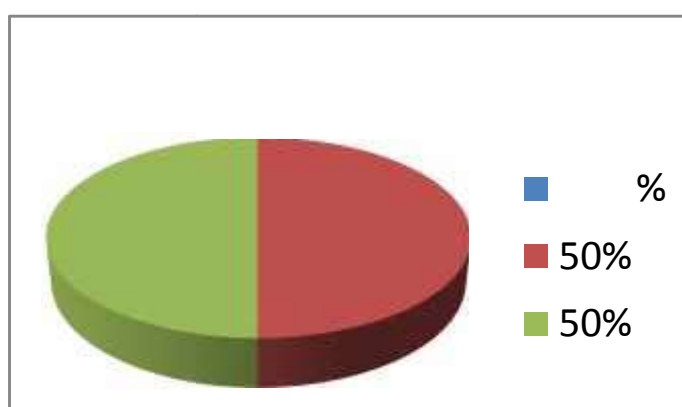
(06):يوضح

من خلال الجدول يتضح ان أغلبية أفراد العينة يرون أنا العلاقات التي يقيمونها على موقع الواتس اب هي علاقات جدية قدرت بنسبة 48%، بينما نجد 42% يرون ان علاقتهم التي يقيمونها على هذا الموقع أحيانا تكون جدية.

و نفس ذلك بأن معظم أفراد العينة يدركون تماما بان العلاقات التي يقيمونها على موقع الواتس اب هي علاقات جدية حيث يرون ان هذا الموقع يساهم في توطيد علاقاتهم الافتراضية التي تشبه نظيرتها الواقعية باعتباره ملجأً آمناً من خلال استخدامه ، والموافقة على أصدقاء يكونون في اغلب الأحيان معروفون أو من جهة الاتصال لديهم .

الجدول رقم (07): يوضح مقابلة أفراد العينة لأشخاص تعرفوا عليهم عن طريق الواتس آب:

النسبة %	التكرار	
50%	25	
50%	25	
100%	50	المجموع



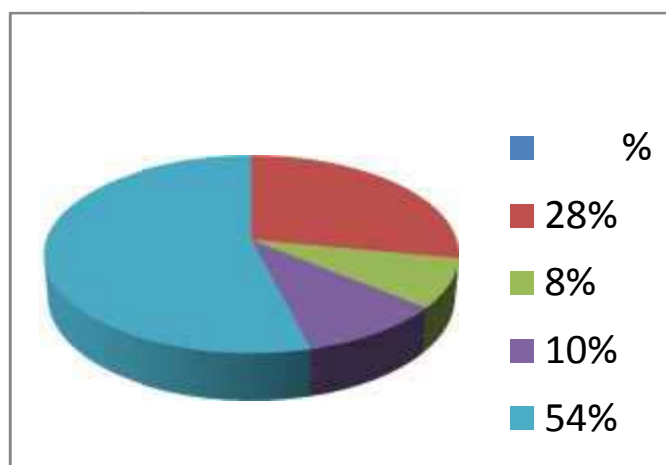
الشكل رقم (07): يوضح مقابلة أفراد العينة لأشخاص تعرفوا عليهم عن طريق الواتس آب

نلاحظ من خلال الجدول ان النسب بين أفراد العينة متساوية وقدرت ب 50%، لكل من الإجابتين .

ونفسر هذا بالقول بان موقع الواتس آب يحقق إمكانية الالتقاء بين الاصدقاء على ارض الواقع التي عبر عنها المبحوثين بنسبة 50%، حيث اصبح هذا الاخير بإمكانه ان يوسع من دائرة العلاقات الاجتماعية وذلك عن طريق تحول العلاقات الافتراضية الى علاقات حقيقية، في حين أجاب أفراد العينة بأنه لايمكن تحقيق هذا التلاقي وربما يعود ذلك لأسباب أنواع الهويات المستخدمة وكذا بعد المسافة ما بين الاصدقاء.

## (08): يوضح

النسبة %	التكرار	
28%	14	الترفيه
8%	4	تعلم مهارات
10%	5	التعرف على شخصيات
54%	27	
100%	50	المجموع



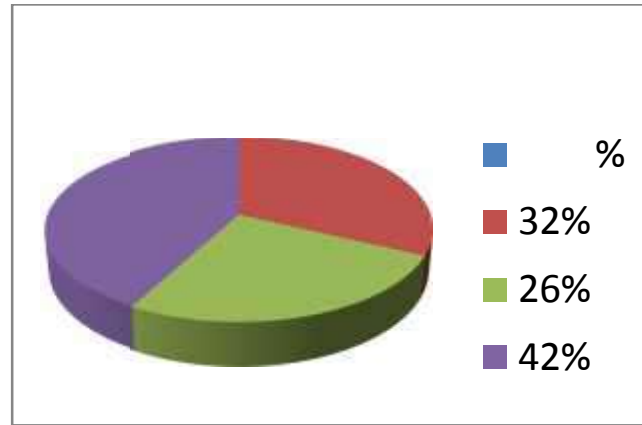
الشكل رقم (08): يوضح دوافع الاشتراك على موقع الواتس آب

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان معظم أفراد العينة يستخدمون موقع الواتس آب بدافع التواصل مع أصدقاء الدراسة قدرت بنسبة 54%، تليها نسبة الافراد المستخدمين له بدافع الترفيه ب 28%، أما الذين يستخدمونه بدافع التعرف على شخصيات بنسبة 10%، أما بقية أفراد العينة فقد صرحوا باستخدامه لموقع الواتس آب بدافع تعلم المهارات وبنسبة 8%. و نفسر من خلال نتائج المبحوثين ان عوامل استخدام الموقع والإشباع الرئيسية المحققة منه متعددة غير ان أهمها تمثل في ربط علاقات الصداقة وهذا راجع الى طبيعة الموقع في حد ذاته وتضمينه للقب الصديق لكل الأشخاص المضافين الى القائمة التي يطلق عليها قائمة الاصدقاء حيث ان عوامل الاستخدام والإشباع الرئيسية الخاصة بمواقع الشبكات الاجتماعية هي خلق صداقات والتسلية والتعريف بذات والحصول على المعلومات وغيرها.



الجدول رقم (09): يوضح الحاجيات التي يوفرها موقع الواتس آب:

النسبة %	التكرار	
32%	16	تعبير عن
26%	13	
42%	21	
100%	50	المجموع

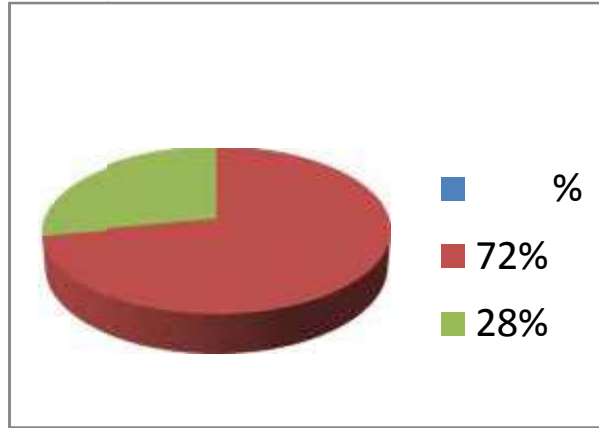


الشكل رقم (09): يوضح الحاجيات التي يوفرها موقع الواتس آب،

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان معظم أفراد العينة يرون ان الحاجيات التي يوفرها لها هذا الموقع هي التخلص من الفراغ والذي قدر بنسبة 42%، ثم تليها التعبير عن الرأي بنسبة 32%، أما بقية أفراد العينة صرحوا بالحاجة الى إشباع نقص في المعلومات بنسبة 26%. وحسب نظرية الاستخدامات والاشباع فان أفراد العينة يستخدمون الموقع لأهداف مقصودة تلبى توقعاتهم وحاجاتهم، وتتنوع الحاجات باختلاف أفراد العينة، وهذا ما لاحظناه من خلال إجابات المبحوثين، حيث ان الحاجة من وراء استخدام موقع الواتساب يطغى عليها التخلص من الفراغ والهروب من مشكلاته اليومية ويساعده بذلك على الراحة والاسترخاء بالإضافة الى ملئ الفراغ، ويليه الحاجة الى إشباع نقص في المعلومات وذلك من خلال التعرف على ثقافات وأفكار ومعلومات جديدة خاصة التي تخص الجانب المهني لديهم، ثم تليها الحاجة الى التعبير عن الرأي يههم والفضول للتعرف على أمور يجهلونها.

## (10) : يوضح نوع اسم المستخدم الموظف :

النسبة %	التكرار	
72%	36	الحقيقي
28%	14	
100%	50	المجموع



## الشكل رقم (10) : يوضح نوع اسم المستخدم الموظف على حسابك الواتس آب

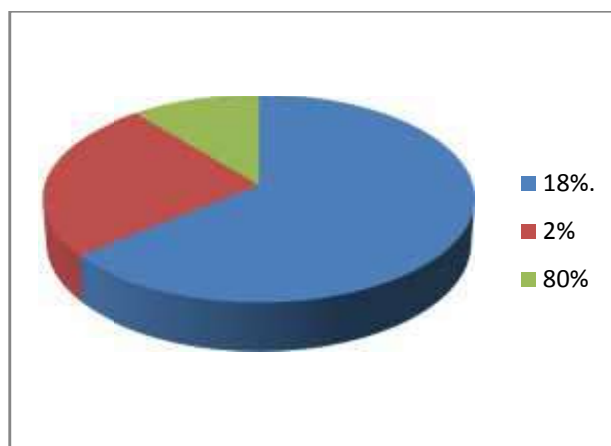
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان معظم أفراد العينة يستخدمون على حسابهم الواتس آب الاسم الحقيقي حيث قدر بنسبة 72%، في حين نلاحظ ان استخدام الاسم المستعار كان بنسبة ضعيفة قدرت ب 28%.

ونفسر ذلك بان الدافع الأساسي لمستخدمي الأسماء الحقيقية هو ربط ومد جسور التواصل مع الاصدقاء والأهل وبالتالي يمكن لخاصية البحث عن الاصدقاء وتلبي طلبات العديد من المستخدمين في البحث عن أشخاص يعر يفونهم على الموقع من أفراد العائلة او الاصدقاء او غيرهم، كما ينتج عن عرض الاسم الحقيقي نوع من الثقة بين المتفاعلين، أما فيما يخص مستخدمي الأسماء المستعارة يهدف اغلبهم إلى تقمص شخصية غير شخصيتهم الحقيقية كما يحقق الاسم المستعار في الموقع هدف آخر وهو محاولتهم قدر الإمكان ان لا يتعرف الآخرون على هويتهم الحقيقية.

## (11): يوضح تحقيق إليها من خلال اشتراك

:

النسبة %	التكرار	
18%	9	تداول المعلومات العلمية
2%	1	والبيانات
80%	40	يومية
100%	50	المجموع



## (11): يوضح مدى تحقيق إليها من خلال اشتراك على

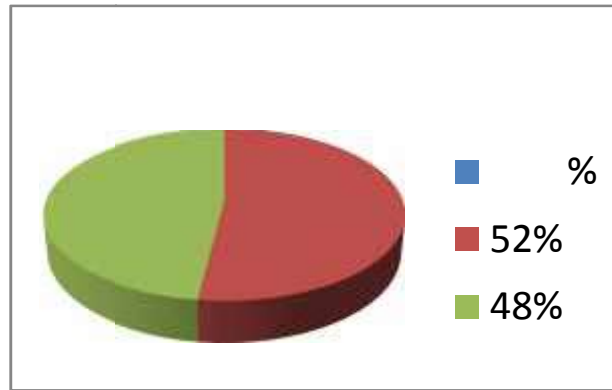
:

يتضح لنا من خلال الجدول ان معظم أفراد العينة يستخدمون موقع الواتس آب من اجل تحقيق حاجياتهم التي يطمحون إليها من حيث تداول أحداثهم اليومية حيث قدرت بنسبة 80%، في حين نجد ان بعض أفراد العينة يستخدمون الموقع في تداول المعلومات العلمية والتي قدرت بنسبة 18%، في حين نرى ان بقية أفراد العينة يستخدمون الموقع من اجل تداول المعلومات والبيانات بنسبة 2%.

الجدول رقم (12): يوضح نوع الصورة التي يستخدمها أفراد العينة على حائط حساب

الواتس آب:

النسبة %	التكرار	
52%	26	صورة حقيقية
48%	24	
100%	50	المجموع



يستخدمها أفراد العينة

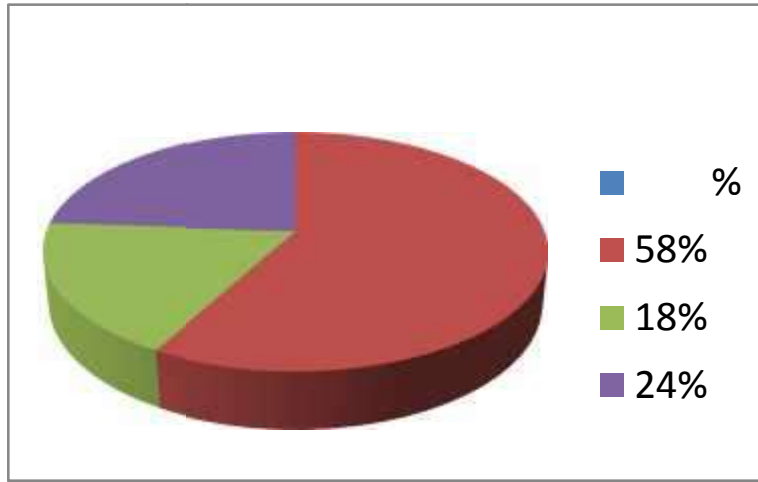
(12): يوضح نوع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه بان معظم أفراد العينة يفضلون استخدام صورهم الحقيقية على حائط حسابهم الواتس آب حيث قدرت نسبتهم ب 52%، في حين جاءت نسبة 48%، من أفراد العينة يستخدمون صور مستعارة على حائط حسابهم ونفسر هذا بالقول ان أفراد العينة وظفو الصورة الحقيقية بشكل اكبر وهذا يعود الى إتاحة الفرصة لاصدقاهم حتى يجدوهم بسهولة كما ينتج عرض الصورة الحقيقية نوع من الثقة بين المتفاعلين كما يرغب آخرون بوضع صورهم الشخصية والعائلية لتباهي بها، في حين نرى ان بعض أفراد العينة يفضلون استخدام صور مستعارة وذلك لتجنبهم للمضايقات او استغلال صورهم واستخدامها بطريقة غير لائقة.

## (13): يوضح المستخدمين في نشر المحتويات والتفاعل في حسابات

:

النسبة %	التكرار	
58%	29	لغة عربية
18%	9	لغة انجليزية
24%	12	لغة فرنسية
100%	50	المجموع



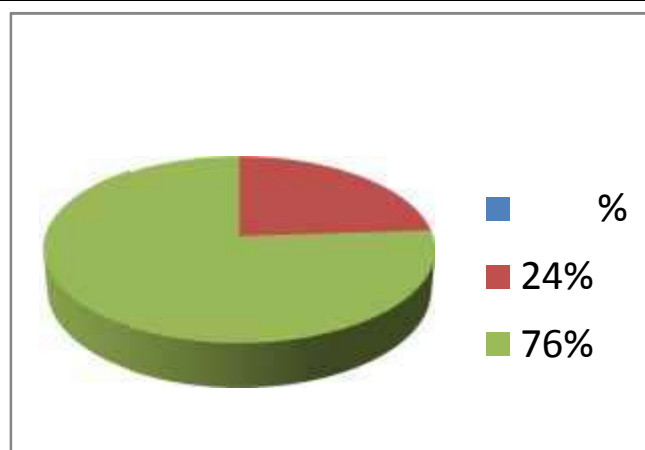
الشكل رقم (13): يوضح اللغة المستخدمة في نشر المحتويات والتفاعل في حسابات موقع الواتس آب

يوضح الجدول اعلاه اللغة التي يستعملها افراد العينة اثناء نشر محتوياتهم وتبادل تفاعلهم على حساباتهم على موقع الواتس اب حيث تبين ان اللغة الغالبة لاستخدامهم للموقع هي اللغة العربية وقدرت بنسبة 58%، أي اكثر من نصف العينة يفضلون هذه اللغة هاذا يرجع لطبيعة المجتمع وعلى اللغة الغالبة فيه، وتليها اللغة الفرنسية بنسبة 24%، ثم مثلت اللغة الانجليزية بنسبة تعد الاضعف من حيث الاستخدام قدرت ب18%، وتعود هذه النسبة الى ابتعاد المستخدمين عن توظيف اللغة الانجليزية والتي لايتقنونها .

**(14): يوضح نوع الاصدقاء الذين يسمح لهم بطلبه**

:

النسبة %	التكرار	
24%	12	جميع مستخدمي موقع
76%	38	على جهة الاتصال لديك
100%	50	المجموع

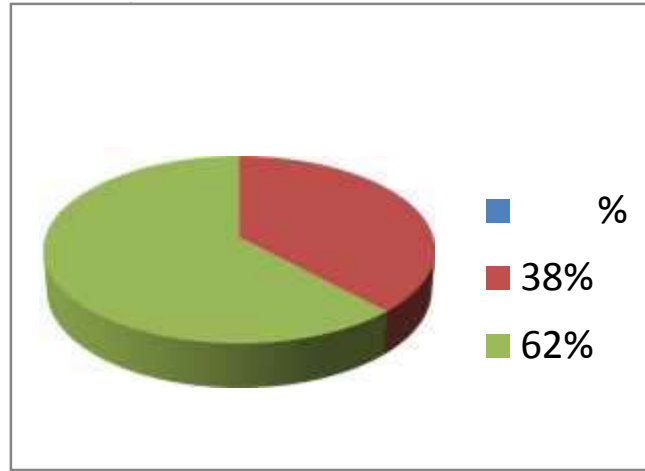
**(14): يوضح نوع الاصدقاء الذين يسمح لهم بطلبه**

يوضح لنا الجدول توزيع أفراد العينة الدراسة على حسب نوع الاصدقاء الذين يسمح لهم المستخدم بإمكانية طلبهم لصداقة عبر حسابه في الموقع، حيث عبر المبحوثين عن الاختيار للسماح لأصدقائهم من جهة الاتصال لديهم بطلبهم للصداقة بنسبة قدرت ب76%، وذلك حفاظا على الخصوصية وتجنباً للعدد الكبير لطلبات الصداقة والتي تشكل في بعض الأحيان إزعاجاً للمستخدمين، بينما عبر المبحوثين الذين يسمحون لجميع المستخدمين بطلبهم للصداقة بنسبة قدرت ب24%، وذلك من أجل انتقاء ما يرونه مناسباً لهم من صداقات حسب رغباتهم و ميوولاتهم وكذا أهداف تلك الصداقات وربما يعود ذلك لمنح الفرصة لأصدقائهم القدامى بطلبهم للصداقة.

الجدول رقم (15): يوضح إضافة أفراد العينة للمجموعات على حساباتهم في موقع

الواتس آب:

النسبة %	التكرار	
38%	19	
62%	31	
100%	50	المجموع



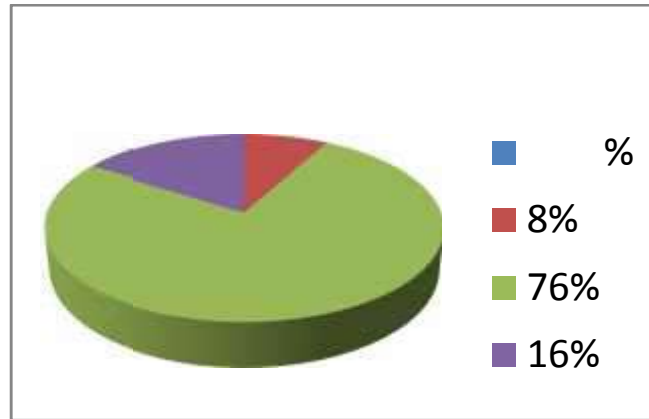
الشكل رقم (15): يوضح إضافة أفراد العينة للمجموعات على حساباتهم في موقع

الواتس آب:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان اغلب أفراد العينة يرفضون إضافة مجموعات على حساباتهم حيث قدرت بنسبة 62%، ونفس ذلك انه يشكل لهم إزعاجا حسب تقديرنا خاصة عندما يتم إشعار هذا المستخدم العضو بكل تحديث يقوم به أي عضو من أعضاء المجموعة فذلك قد يرهق المستخدم العضو في تلك المجموعة وقد يسبب له إزعاجا عند عدم التفاعل او التعليق على ما يتم نشره، وفي المقابل لهذا يوجد من مستخدمي هذا الموقع من يقومون بإضافة مجموعات على حساباتهم قدرت بنسبة 32%، ويكونون بذلك أعضاء ضمن هذه المجموعة يمكن لهم ذلك بنشر و إضافة تعليقات والكتابة ونشر مضامين على صفحات هذه المجموعة

(16): يوضح المضايقات التي يتعرض لها أفراد العينة عند  
لخصوصيتهم الشخصية على موقع الواتس :

النسبة %	التكرار	
8%	4	
76%	38	
16%	8	أحيانا
100%	50	المجموع



الشكل رقم (16): يوضح المضايقات التي يتعرض لها أفراد العينة عند عرضهم  
لخصوصيتهم الشخصية على موقع الواتس آب:

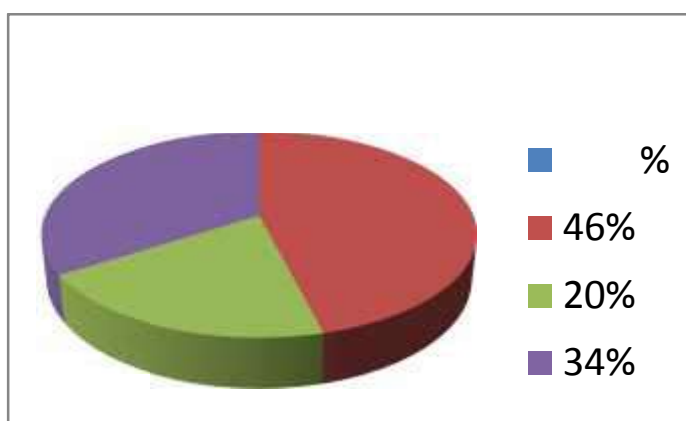
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بان اغلب أفراد العينة عبروا بعدم وجود مضايقات في  
عرضهم لخصوصياتهم الشخصية على موقع الواتس آب وقدرت نسبتهم ب 76%، ونفسر  
هذا من خلال الخاصية التي يوفرها هذا الموقع في إعدادات الخصوصية المتوفرة في هذه  
الشبكة التواصلية حيث يقوم المستخدم بتحديد ما قصد تسيير حسابه او صفحته على  
النحو الذي يريده، في حين عبر أفراد العينة على وجود بعض المضايقات وقدرت نسبتهم  
ب 16%، أما بقية العينة صرحوا بوجود مضايقات في عرضهم لخصوصيتهم على الموقع  
وقدرت نسبتهم ب 8%، ونفسر هذا بالقول ان العديد من مستخدمي الموقع لم يقوموا بتغيير  
إعدادات الخصوصية وهذا لعدم تظنهم بالأمر وبعدم معرفتهم لهذه الخصوصيات التي  
يوفرها الموقع.



## (17): يوضح توظيف أفراد العينة للمعلومات الشخصية على حسابهم

:

النسبة %	التكرار	
46%	23	
20%	10	
34%	17	بعضها
100%	50	المجموع



## (17): يوضح توظيف أفراد العينة للمعلومات الشخصية على حسابهم

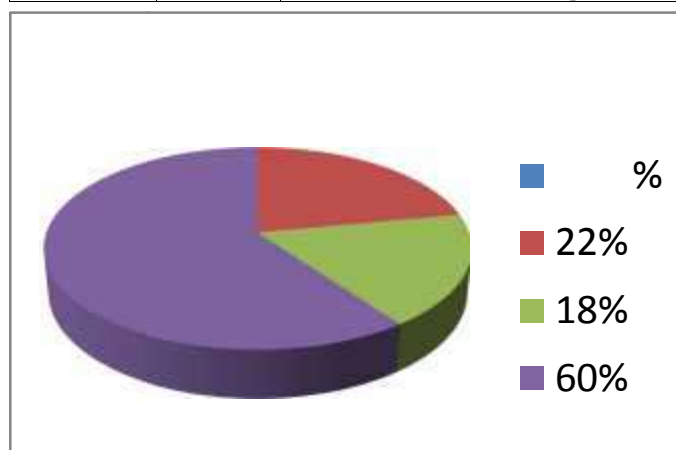
:

نلاحظ من خلال الجدول ان أفراد العينة عبروا عن توظيف معلوماتهم الشخصية بالإجابة نعم وقدرت نسبتهم ب46%، ونفس ذلك بان أفراد العينة يرون انه يجب التعريف بهوية المستخدم وخلق نوع من التفاعلات والنشاطات بين المستخدمين أثناء إبحارهم على الموقع، في حين عبر بعض أفراد العينة في التحفظ في توظيف بياناتهم الشخصية بإجاباتهم ببعضها وقدرت نسبتهم ب 34%، وذلك حفاظا منهم بشكل اكبر على خصوصياتهم و يرجع ذلك في التستر على بعض ما يضعونه لكي لا يتعرف عليهم المستخدمين الآخريين، أما فيما يخص بقية العينة فقد أجابت ب لا وقدرت نسبتهم ب 20%، حيث أنهم لا يبادرون بوضع خصوصياتهم الشخصية وربما يدل هذا على وعي أفراد العينة بان مثل هذه المعلومات تسمح لأشخاص آخرين بالاطلاع عليها وربما استغلالها في أغراض أخرى.

## (18): يوضح و أفراد العينة لبيانات هم الشخصية على موقع الواتس

:

النسبة %	التكرار	
22%	11	ليعرفك
18%	9	
60%	30	الاهتمام المشترك
100%	50	المجموع

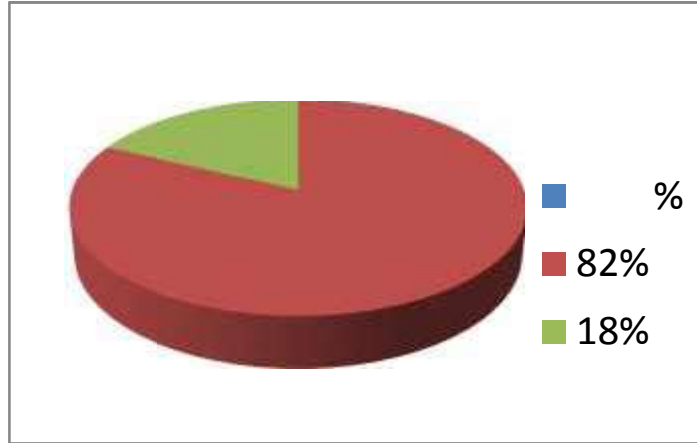


## (18): يوضح و أفراد العينة لبيانات هم الشخصية على موقع الواتس

من خلال الجدول يتضح لنا أسس وضع البيانات الشخصية للفرد حيث اعتبر عامل التواصل مع الجماعات ذات الاهتمام المشترك هو أهم عنصر بالنسبة للمبحوثين قدر ب 60%، فعبروا أنهم يقومون علاقات بدافع الاهتمامات المشتركة كزملاء الدراسة او المهنة الواحدة، ثم تليها عامل ليعرفك الآخر بنسبة 22%، ثم يليها العامل الاخير والمتمثل في جلب معارف أكثر بنسبة 18%.

### (19): يوضح ه بياناته الشخصية :

النسبة %	التكرار	
82%	41	ايجابية
18%	9	سلبية
100%	50	المجموع



### الشكل رقم (19): يوضح نظرة الفرد في عرضه لبياناته الشخصية على الواتس آب

نلاحظ من خلال الجدول ان أغلبية أفراد العينة عبروا عن نظرتهم في عرضهم لبياناتهم الشخصية أنها ايجابية وقدرت نسبتهم ب82%، ونفسر ذلك بما يحققه لهم من حاجيات عند استخدامهم لهذا الموقع حيث اصبح بالنسبة للبعض منهم العالم الافتراضي البديل عن العالم الحقيقي واعتبروه بمثابة البيت الحديدي والذي لا يمكن اختراق جدرانه ومعرفة ما بداخله، في حين عبروا بقية أفراد العينة عن نظرتهم السلبية وكانت نسبتهم 18%، حيث اعتبروا ان عرضهم لبياناتهم الشخصية يمكن ان تستغل وتستخدم لأغراض أخرى.

## الاستنتاجات العامة للدراسة:

من خلال تحليل جملة من المعطيات والمعلومات التي تم التوصل إليها من خلال نتائج الدراسة الميدانية، تم استنتاج جملة من النتائج وهي كالاتي:

1- خلصت نتائج الدراسة إلى أن نسبة الذكور الذين يستخدمون الواتس أب أكثر من نسبة الإناث، حيث قدرت نسبة الذكور ب (54%) أما نسبة الإناث فقد بلغت (46%).

2- أما بالنسبة لمتغير السن فقد حددت بفئات حيث أن الفئة العمرية من ( 21 إلى 30 ) هي الأكثر حضوراً بنسبة كبيرة جداً (74%)، ثم تليها فئة السن ( أقل من 20 سنة ) جاءت بدرجة أقل بكثير من الفئة الأولى بنسب (22%) ثم فئة السن ( أكثر من 30 ) كانت فئة لأقل استخدام لموقع الواتس أب بنسب (04%) ما دل أن معظم أفراد العينة من فئة الشباب.

3- وفيما يخص عدد الأصدقاء لدى أفراد العينة على موقع الواتس أب كان في النسبة أقل من 50 صديق وكانت نسبة عالية قدرت ب (70%) ثم تليها من 50 إلى 150 بنسبة أقل قدرت ب (26%) ثم أخيراً بنسبة (04%) فيما يخص من 150 إلى 250 صديق وهذا يدل على أن هناك معايير وخصوصيات اجتماعية ثقافية تتحكم في كمية الصداقات محدودة في الحياة الواقعية.

4- كما خلصت الدراسة إلى أن أغلب أفراد العينة يتحدثوا غالباً عن معلومات عامة و قدرت بنسبة (64%) ثم تليها نسبة (24%) منهم يتحدثون عن معلومات عن أشخاص طبيعيين ثم تليها نسبة (12%) يتحدثون عن معلومات علمية وهذا ما يؤكد أن معظم أفراد العينة كان لهم دافع من تداول هذه المعلومات هو إشباع ومشاركة لرغباتهم وكذا رفع المستوى الثقافي فيما بينهم.

5- كما اتضح لنا كذلك أن نوع العلاقات التي يقيمها أفراد العينة على موقع الواتس أب هي علاقات عامة حيث قدرت بنسبة (50%) ثم تليها علاقات صداقة بنسبة (48%)،

وأخيراً بنسبة 2% علاقات تعاون وهذا ما يؤكد أن تكوين العلاقات العامة والصدقة هو دافع نحو التخلص من مكبوتات الفراغ والعزلة وخاصة أن موقع الواتس آب جعل من العلاقات الافتراضية أكثر تحراراً وباعتباره ملاذاً آمناً وهذا ما أكدته إجابة المبحوثين.

6- أما بالنسبة لاعتبار العلاقات المقيمة افتراضياً جدية أم غير جدية يتضح لنا أن أغلب أفراد العينة صرحوا بأن هذه العلاقات جدية وقدرت بنسبة (48%) ثم تليها الإجابة بأحيانا بنسبة (42%) وأخيراً القليل من المبحوثين أجابوا بنسبة (10%) أنها غير جدية وهذا ما يؤكد أن العلاقات المقيمة في هذا الموقع لم تكن من باب الفراغ وإنما لهدف ما وهو أن هذه العلاقات تشبه نظيرتها الواقعية.

7- أما بالنسبة لنتائج مقابلة أشخاص تعرفت عليهم عن طريق الواتس آب فقد كانت هنا الإجابة متعادلة بالنسبة لكل من الاقتراحين بنسبة (50%) وهنا يعود السبب إلى أنواع الهويات المستخدمة وكذا بعد المسافة ما بين الأصدقاء.

8- وكذا يتضح لنا بالنسبة لدوافع إشتراك على موقع الواتس آب أن معظم أفراد العينة يستخدمون الواتس آب بدافع التواصل مع أصدقاء الدراسة وكان هذا بنسبة (54%)، تليها نسبة (28%) منهم بدافع الترفيه بينما التعرف على شخصيات بنسبة (10%) ثم تعلم المهارات بنسبة ضعيفة قدرت ب (08%) وهنا يؤكد ويثبت بأن هذا راجع إلى طبيعة الموقع في جد ذاته وتضمينه للقب الصديق، وأن عوامل الاستخدام والإشباع الرئيسية الخاصة بمواقع الشبكات الاجتماعية هي خلق صدقات والتسلية والتعريف بالذات والحصول على معلومات وغيرها.

9- و يتضح لنا أيضاً أن الحاجات التي يوفرها لك موقع الواتس آب أن الإجابة كانت بالنسبة لأفراد العينة من أجل التخلص من الفراغ وقدرت بنسبة (42%) ثم تليها نسبة

(32%) من أجل تعبير عن رأي وكذلك نسبة (26%) من أجل إشباع نقص في المعلومات

10- كما بينت لنا نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون في حسابهم الواتس آب اسمهم الحقيقي و قدر هذا بنسبة (72%) وهي نسبة كبيرة مقارنة مع الاسم المستعار الذي كان بنسبة (28%) وهذا ما يؤكد أن الدافع وراء استخدام الاسم الحقيقي هو ربط ومد جسور التواصل مع الاصدقاء والأهل.

11- كما يتضح لنا من خلال إجابة المبحوثين أن الحاجة المحققة لهم من خلال اشتراكهم في موقع الواتس آب هي تداول الأحداث اليومية وكانت بنسبة (80%) وهي نسبة كبيرة ثم تليها نسبة (18%) تداول المعلومات العلمية وأخيراً نسبة (02%) من أجل تداول البيانات والمعلومات.

12- أما بالنسبة للصورة المستخدمة على حائط حسابك الواتس آب فكانت إجابة المبحوثين (52%) صورة حقيقية، ثم تليها صورة مستعارة بنسبة (48%) وهذا ما تؤكدته النتائج استخدام الحساب من أجل هدف مخطط له وبدافع كبير لتوصل لتحقيق هذا الهدف.

13- بينت لنا النتائج أن اللغة التي يستخدمونها أفراد العينة أثناء محادثتهم هي عربية وكانت بنسبة (58%) تليها لغة فرنسية بنسبة (24%) ثم اللغة الانجليزية بنسبة 18% وهذا راجع لطبيعة المجتمع وعلى اللغة الغالبة فيه وهي اللغة الأولى المنزلة.

14- وتوصلنا كذلك أن الذين يسمح لهم بطلبك للصدقة على حسابك الواتس آب فكانت الإجابة من طرف أفراد العينة هم أصدقاؤك على جهات الاتصال لديك وقدرت بنسبة (76%) أما نسبة جميع مستخدمي موقع الواتس آب فكانت بنسبة (24%) ويتضح ذلك حفاظا على الخصوصية وتجنبنا للعدد الكبير من طلبات الصداقة والتي تشكل في بعض الأحيان إزعاجا وانتهاك لخصوصيتك على هذا الموقع.

15- وخلصت الدراسة كذلك إلى إضافة مجموعات إلى حسابك في موقع الواتس آب الإجابة ب (لا) بنسبة (62%) ثم تليها إجابة ب (نعم) بنسبة (38%) ونفسر ذلك من خلال تصريحات أفراد العينة أنه يشكل لهم إزعاجا خاصة عندما يتم إشعار هذا المستخدم العضو لكل تحديث يقوم به أي عضو من أعضاء المجموعة فذلك يرهق المستخدم العضو في تلك المجموعة وقد يسبب له إحراجا عند عدم التفاعل والتعليق على ما يتم نشره.

16- وضحت لنا النتائج كذلك عند عرض خصوصيتك الشخصية على موقع الواتس آب مواجهة مضايقات، فكانت الإجابة ب لا بنسبة (76%) ثم تليها (16%) أحيانا ثم تليها ب (نعم) بنسبة (08%) وهذا ما يؤكد أن للموقع سياسة تحافظ على خصوصيتك ولن يكون هناك انتهاك لها بالرغم من عرض معلوماتك وبياناتك الشخصية.

17- أما بالنسبة لتوظيف معلوماتك الشخصية على حسابك على موقع الواتس آب فكانت الإجابة بنعم قدرت بنسبة (46%) وتليها بنسبة (34%) بعضها ثم بنسبة (20%) ب لا وهذا ما يدل على أن حسابك على موقع الواتس آب أكثر حماية و أمانا لكل بياناتك وبالرغم من وضعها حقيقية وهي فضاء افتراضي لكن تشبيهه بالحياة الحقيقية لكم موضع معلومات الشخصية.

18 - ويتضح لنا أن أسس وضع البيانات الشخصية للفرد حيث اعتبر عامل التواصل مع الجماعات ذات الاهتمام المشترك هو أهم عنصر بالنسبة للمبحوثين قدر ب (60%) فعبروا أنهم يقومون علاقات بدافع الاهتمامات المشتركة كزملاء الدراسة او المهنة الواحدة ، ثم تليها عامل ليعرفك الآخر بنسبة (22%)، ثم يليها العامل الاخير والمتمثل في جلب معارف أكثر بنسبة (18%).

19 - واتضح كذلك من خلال نظرة أفراد العينة لعرض بياناتهم الشخصية على موقع الواتس آب كانت نسبة (82%) إيجابية ثم تليها نسبة (18%) سلبية ويبرر هذا أن

الموقع يحتوي على خاصية الأمان وحتى و إن كان ذلك يكلف المستخدم في عرضه كل بياناته الشخصية.

20- ويتضح لنا كذلك من خلال التطبيقات التي يوفرها موقع الواتس آب لحماية خصوصيتك يقوم بتشفير بيانات عبر نظام الأندر ويد مثل تطبيق Whaislick<sup>1</sup> الذي يمنع وصول غير المرغوب بهم أو الجميع إلى المحادثات، حيث يمكن أن نعین كلمة مرور رقمية أو نمط قفل من خلاله وهو الأفضل من حيث تقييمات المستخدمين .

21 - ويتضح لنا كذلك من خلال إجابة أفراد العينة إلى أن تطبيق Lock for whatsapp<sup>2</sup> ويتميز هذا التطبيق لحماية الرسائل من المخترقين كما يمكن إخفاء الأصدقاء حيث يتطلب كلمة السر التي يختارها في كل مرة يتم فته فيها والتي يمكن اختيارها وتغييرها في كل وقت محدد.

22 - ونتوصل كذلك من خلال إجابات أفراد العينة أنه يمكن إخفاء الصور ومقاطع الفيديو من الظهور في المعرض وبذلك يقدم تطبيق الواتس آب افتراضيا بإرسال واستقبال بياناتك على مجلد منفصل ويصعب الوصول إليه إلا من خلال مستخدمه

23 - وكذلك كاقترح من طرف مبحوثين أنه يمكن حماية خصوصيتك على موقع الواتس آب حتى وإن تم اختراقه لتعطيل الحساب من أي جهاز حاسوب أو هاتف ذكي آخر.

24- ولحماية الموقع وتأمينه يجب في كل مرة تسجيل الخروج من موقع الواتس آب للحفاظ على بياناتك بعد كل انتهاء من الاستخدام.

<sup>1</sup> - Whaislock ولقد صمم هذا مؤخرا من طرف الشركة الأمريكية لمنع اختراق ويتميز هذا الأخير بحمايته لرسائل وكل ما بداخله.  
<sup>2</sup> - Lock for whatsapp يمكنك هذا التطبيق من تأمين بيانات التطبيقات الخاصة بك وكذلك يمنع الوصول الغير مصرح به إلى الدردشات وذلك لضمان خصوصيتك على هذا التطبيق.



خاتمة

من خلال دراستنا المعنونة ب: خصوصية المستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي على عينة من مستخدمي موقع الواتس آب نموذجاً وسيما في زمن شبكات التواصل الاجتماعي الذي أنشأ فيه الفرد عالماً رقمياً يتجول فيه بهوية افتراضية ويتفاعل بها مع من يريد والشكل الذي يرغب فيه، رغم أن هذه الشبكات تفرض عليه قوانين الاستخدام وشروطه منذ لحظة الولوج وهي التي تدفعه إلى صياغة علاقات اجتماعية في سياق رقمي مختلف عن ذلك الحقيقي بل وهي تقترح عليه كذلك من يضمه من أصدقاء إذن فهي شبكة شديدة التعقيد تقوم بنسج وربط هذه العلاقات الرقمية منظمة ومسايرة حسب أهدافها وغاياتها وكذا استحوادها على جل الوقت الذي يقضيه المستخدم على شبكة الأنترنت ووجد حالة من التساهل في عرض الخصوصية الفردية ومع الوقت تجاوز ذلك المعنى للخصوصية التقليدية أي أن الحياة الخاصة للمستخدم وضمان تحكمه في المعلومات التي يرغب بالإطلاع الغير عليها وبل كذا التحكم في كل ما ينشر من مادة والمشاركة بها مع الآخرين، كما توصلت دراستنا إلى أنه يمكن تحقيق علاقات افتراضية على أرض الواقع والسبب راجع للكشف عن الذات الحقيقية في هذا الموقع وكذا في مجتمع تحكمه ضوابط اجتماعية وقيم متينة، ونستنتج كذلك مما سبق أن المستخدمين لموقع الواتس آب يقدمون ذواتهم ويمثلون بهوية حقيقية في العالم الافتراضي وذلك راجع لسياسة واتفاقية الخصوصية على هذا الموقع وفي الأخير يبقى موضوع خصوصية مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي آخذة في الانتهاك والتآكل بقوة وكذلك وجب علينا أخذ الحذر مما نشره من محتويات وتبادله وتفاعل معه على هذه المواقع سيعود إلينا في مراحل لاحقة من حياتنا وفي ظروف تختلف عن سابقتها لذا يجب مواجهة الايدولوجيا التي تحملها سياسة هذه الشبكات والتي تضع لنا قي طياتها هوية رقمية وفق ما تدعي وتريد رغباتها وميولها ولقد أبدى أفراد العينة ارتباطهم وتعلقهم الكبير بموقع الواتس آب سواء من حيث كثافة استخدامه أو من حيث التفكير فيه، كما تباينت الدوافع والحاجات لديهم بحيث يغلب

عليها دافع التواصل مع الاصدقاء وكذا دافع تبادل معلومات عامة وكذا دافع ملئ الفراغ والتخلص منه والتعبير عن رأي وبالرغم من ان معظم أفراد العينة يضعون بياناتهم الشخصية على هذا الموقع ويجدونه ملجأ أكثر أمانا لتَحْفَظ على مختلف ما يتعلق ببعض من خصوصياتهم.

لكن في ظل هذه الرهانات البالغة الأثر يبقى المستخدم رهينة مخاطر البيانات المخزنة والمؤرشفة على مواقع ومنصات الواب المختلفة لأن بإستطاعة أي مستخدم آخر الحصول والولوج إليها واستخدامها بالشكل الذي يرغبه ويفضله سواء فيما يحسن إلى المستخدم أو ما يسيء إليه، لذا وجب توخي وترشيد عملية الاستخدام وتوظيف البيانات الشخصية على هذه المواقع التي لا نعرف لحد الآن مآلها وعقباها. وهذا يتوقف على مدى وعي المستخدم.

# قائمة المراجع

أ)الكتب

- 1.أحمد عبد الله اللحح ،البحث العلمي تعريفه خطواته مناهجه ،دار الجامعية للنشر ،ط1،2001.
- 2.ذوقان عبيدات،البحث العلمي مفهومه أساليبه ،دار الفكر للنشر والتوزيع،ط11،2009.
- 3.وائل عبد الرحمان التل،البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الإجتماعية ،دار الحامد للنشر ،الأردن،عمان،ط1، 2011 .
- 4.رجاء أبو علام،مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية،دار النشر للجامعات،مصر،2007.
- 5.كامل محمد المغربي ،أساليب البحث العلمي ،دار الثقافة للنشر والتوزيع ،الأردن ،ط4، 2011 .
- 6.الشريف سارة ،خصوصية البيانات الرقمية ،سلسلة أوراق الحق في المعرفة تصدر عن مركز دعم التقنية المعلومات ،القاهرة ،2012.
- 7.محمد منير حجاب ،المعجم الإعلامي ،دار الفجر ،للنشر والتوزيع ،القاهرة ،ط1، 2004،
- 8.مركز محتسب ،دور مواقع التواصل الإجتماعي في الاحتساب ،تويتز نموذجاً ،دار المحتسب للنشر والتوزيع ،السعودية الرياض ،ط1 ،1434هـ .
- 9.فضيلة تومي ،التلفزيون الجزائري البرامج الموضوعاتية معاينة ميدانية ، عمان الأردن،2014 .
10. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الإجتماعي والسلوك الإنساني ،دار الصفاء للنشر والتوزيع ،عمان ، ط 1 ، 2015.

11. أحمد بن مرسلّي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب واللغات جامعة الجزائر، دار الجامعية للنشر والتوزيع ط4، 2010.
12. عبد الله محمد الشريف، مناهج البحث العلمي، مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 1996.
13. عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، الكويت، ط3، 1977.
14. محمد عبيدات و آخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر، عمان - الأردن، ط2، 1999..
15. رشيد زرواني، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية أسس علميو وتدريبات، دار الكتاب الحديث، الجزائر، (بلا ط)، 2004.
16. فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، ط1، 2002.
17. رحيم يونس، كرر العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار حجلة، الأردن، ط1، 2008.
18. عبد الحفيظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، مطوية منشورة بتاري 1433/6/25هـ.
19. محمد عبد الحميد، الاتصال و الإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2008.
20. عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، منهج البحث العلمي: أسسه، أساليبه، مكتبة المنار، الأردن، ط1، 1989.

الرسائل العلمية:

1. أبو يعقوب خليل شدان يعقوب ،أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية ،أطروحة استكمالاً للحصول على درجة الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية ،كلية الدراسات العليا ،جامعة النجاح الوطنية، نابلس فلسطين .

2. بنت شعشوع الشهري ،أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ،جامعة الملك عبد العزيز كلية الآداب والعلوم الإنسانية ،(1433 هـ - 1434 هـ).

3. تومي فضيلة ،أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الافتراضية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراء في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3،(2015-2016.

المجلات العلمية:

1. تومي فضيلة،مقال بعنوان إيديولوجيا الشبكات الاجتماعية وخصوصية المستخدم بين الانتهاك والاختراق ، صدر عن مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة قاصدي مرياح ورقلة ،العدد 29 سبتمبر ،2017 .

2. مرابطي عادل،نحوى عائشة ،العينة ،مجلة الواحات للبحوث و الدراسات ،جامعة محمد خيضر بسكرة ،عدد 4 ،2009.

3. عبد القادر بودريالة، مجلة بعنوان: تحديات الخصوصية عبر الفيسبوك، المستخدمين بين حماية الحياة الخاصة وحرية عرض الذات، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، العدد 29 سبتمبر 2017

اجنبية:

<sup>1</sup>- zahangyim and shing, wly andhos facebook satisfies you: collective self, Esteem emotional OP emess, communication Apprehension as predictors of facbook uses and gratifications paper presented at the annual, meeting of the association for the association for education in journalism and mass communication, Boston -oug- of-2009 P7.

<sup>2</sup>- bozath, jame social madia for trainers: techniques for enhancing and extending le aming, united states of America, johm wily and sons SP Feiffer, 2010, p11.



الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



: تكنولوجيا الاتصال الجديدة

خصوصية المستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي  
(دراسة ميدانية على عينة من  
(

: .....

في إطار التحضير لمذكرة التخرج لنيل شهادة ماستر في تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، تم اختيار .....  
انجاز هذه الدراسة العلمية عن طريق الإجابة الواضحة والصادقة على الاستمارة  
(x)

ونحيطكم علما أن المعلومات تستخدم في إطار البحث العلمي فقط وتكون في سرية تامة  
وأعلموا أن رأيكم يهمنا ، ولكم منا فائق الاحترام والتقدير

فضيلة

-( 1

2)- سعيدة

السنة الجامعية : 2018/2017

الإشكالية: ما أثر استخدام موقع الواتس اب على خصوصية المستخدم؟.

التساؤلات الفرعية:

1. ما هي الفكرة التي يحملها المستخدم عن موضوع الخصوصية على موقع الواتس اب؟
2. ما هي الحاجيات التي يحققها المستخدم من التعريف بنفسه على الواتس اب؟
3. ما هي دوافع استخدام البيانات الشخصية الحقيقية أو غيرها على موقع الواتس اب؟
4. كيف يمكن أن يحمي مستخدم الواتس اب خصوصياته وبياناته الشخصية على موقع الواتس اب؟

### المحور الأول: استخدامات الفرد لموقع الواتس اب

س 1: هل تمتلك حساب في شبكة الواتس اب؟

نعم  لا

س 2: كم صديق لك داخل الواتس اب

اقل من 50  من 50-150  من 150-250  - أكثر من 250

س 3: ما هي المعلومات التي تتحدث عنها غالبا في هذه الشبكة؟

معلومات علمية  معلومات عامة  معلومات عن أشخاص طبيعيين

س 4: ما نوع العلاقات التي تقيمها لهذه الشبكة؟

صداقة  تعاون  علاقات عامة

أخرى تذكر.....

س 5: هل تعتبر العلاقات التي تقيمها افتراضيا جدية أو غير جدية؟

نعم  لا  أحيانا

س 6: هل تقابلت مع أشخاص تعرفت عليهم عن طريق الواتس اب؟

لا

نعم

المحور الثاني: الدوافع وحاجات التعريف بخصوصياتك على موقع الواتس

اب

س 1: ما هي دوافعك للاشتراك على موقع الواتس اب؟

تعلم المهارات

الترفيه

التواصل مع أصدقاء الدراسة

التعرف على شخصيات

أخرى تذكر.....

س 2: ما هي الحاجات التي يوفرها لك موقع الواتس اب؟

إشباع نقص في المعلومات

التعبير عن رأي

التخلص من الفراغ

أخرى تذكر.....

س 3: ماذا تستخدم على حسابك الواتس اب؟

اسمك المستعار

اسمك الحقيقي

س 4: هل تحقق من خلال اشتراكاتك في موقع الواتس اب حاجاتك التي تطمح إليها؟

تداول المعلومات البيانية

تداول المعلومات العلمية

تداول الأحداث اليومية

أخرى تذكر.....

س-5: ما هي الصورة التي تستخدمها على حائط حسابك الواتس اب ؟

صورة مستعارة

صورة حقيقية

- س6: ما هي اللغة التي تستخدمها أثناء محادثتك في الواتس اب؟

اللغة العربية  انجليزية  فرنسية

أخرى اذكرها.....

- س7: من الذين تسمح لهم بطلبك للصدقة على حسابك الواتس اب؟

- جميع مستخدمي موقع الواتس اب

- أصدقاتك على جهة الاتصال لديك

- س8: هل تضيف مجموعات إلى حسابك الواتس اب ؟

نعم  لا

**المحور الثالث: نظرة الفرد المستخدم للخصوصية على موقع الواتس اب**

**وكيفية حمايته**

- س1: هل واجهت مضايقات عند عرضك لخصوصيتك الشخصية على موقع الواتس

اب؟

نعم  لا  أحيانا

- س2: هل توظف معلوماتك الشخصية على حسابك في الواتس اب؟

نعم  لا  بعضها

- س3: لماذا تضع بياناتك الشخصية على موقع الواتس اب؟

- ليعرفك الآخر

- لتجلب معارف أكثر

- للتواصل مع جماعات ذات الاهتمام مشترك

- ما هي نظرتك في عرضك لبياناتك الشخصية على موقع الواتس اب؟

ايجابية  سلبية

س 4: ما تقييمك لتجربة وضع بياناتك الشخصية على موقع الواتس اب؟

.....  
.....

س 5: كيف يمكن أن تحمي خصوصيتك على موقع الواتس اب؟

.....  
.....

**البيانات الأولية:**

الجنس: ذكر  أنثى

السن: اقل من 20 سنة  من 20-30  أكثر من 30.

## الأساتذة المحكمون

الدرجة العلمية	الأستاذ
أستاذ محاضر، ب،	بودر بالة عبد القادر
أستاذ مساعد، أ،	جيتي نادية
أستاذ محاضر، أ،	سرايا الهادي

## ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة العلمية الى التطرق الى موضوع عرض والكشف عن خصوصية مستخدمي موقع الواتس آب، وكذا الكشف عن مخاطر وأثار عرض الذات على موقع الواتس اب ومختلف التحديات التي تواجه المستخدم لحماية خصوصيته في هذه الفضاءات الافتراضية التي اصبحت عبارة عن عالم زجاجي حيث اصبح الافراد يتعارفون على نحو متزايد، كما تتناول دراستنا هذه أهم الدوافع والحاجيات التي يحققها المستخدم أثناء عرضه لخصوصيته وبياناته الشخصية وهذا ما يثير مسألة الهوية والمخاطر الاجتماعية الناجمة عنها، كما تحاول هذه الدراسة الكشف عن تبعات و أثار عرضها وتداول البيانات الشخصية في العالم الرقمي، وكذا طرق وآليات حمايتها وللتعرف أكثر على حيثيات هذه المشكلة حاولنا نقشي الظاهرة في بيئتها الرقمية عبر دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الشبكة الاجتماعية الواتس آب ولخوض غمار تحليل معطيات الدراسة تم استخدام برنامج التحليل الاحصائي spss حيث قمنا بحساب التكرار والنسبة المئوية وقد توصلت الدراسة الى جملة من النتائج نذكر أهمها :

- اتضح لنا ان اغلب أفراد العينة يستخدمون هوية حقيقية وكذا عرض خصوصيتهم وبياناتهم الشخصية على موقع الواتس آب.

- كما اسفرت النتائج ان معظم المبحوثين يستخدمون هذا الموقع بدافع التعرف على أصدقاء وكذا تبادل المعلومات العلمية مع مختلف شعوب الوطن.

- وكانت إجابة المبحوثين اغلبهم التصريح بسهولة إستخدام هذا الموقع ولما يحتويه من خصوصية وسياسة الهوية الافتراضية البديلة عن الذات الواقعية.

- **الكلمات المفتاحية:** مواقع التواصل الاجتماعي، واتس آب، الخصوصية، الاستخدام.

## Résumé de l'étude:

Cette étude scientifique vise à aborder le sujet de la présentation et la divulgation de la vie privée des utilisateurs du réseaux sociale 'whats app', ainsi que la divulgation des risques et des effets de l'auto-présentation sur 'whats app' et les différents défis auxquels fait face l'utilisateur de protéger la vie privée dans ces espaces virtuels qui sont devenus un monde de verre sa il est devenu individus apprendre à connaître les de plus en plus, notre étude aborde également la plus importante de ces motivations et des widgets que l'utilisateur réalisé lors de la présentation de sa vie privée et des données personnelles, et cette question de source potentielle d'identité et les risques sociaux qui en découlent, comme cette étude tente de détecter les conséquences et a soulevé la présentation et la diffusion des données personnelles dans le monde des réseau, ainsi que les moyens et les mécanismes de protection et en apprendre davantage sur le bien-fondé de ce problème, nous avons essayé la propagation du phénomène dans l'environnement numérique à travers une étude de terrain sur un échantillon d'utilisateurs de site de réseautage social 'whats app' et exécuter dans l'analyse des données de l'étude a été utilisé programme d'analyse statistique « spss » où nous avons calculé la fréquence et le pourcentage a atteint l'étude Aux résultats suivants:

- Il nous est apparu que la plupart des personnes interrogées utilisent une véritable identité ainsi que leur vie privée et leurs données personnelles sur le site.

- Les résultats ont également révélé que la plupart des répondants utilisent ce site dans le but d'identifier des amis et d'échanger des informations scientifiques avec les différents utilisateurs.

- La réponse des utilisateurs, la plupart d'entre eux déclarent facilement l'utilisation de ce site et le contenu de la vie privée et la politique de l'identité virtuelle alternative au vrai soi.

- **Mots clés:** sites de réseautage social, 'whats app', la vie privée confidentialité, utilisation.