مخاطر انتهاك الخصوصية للشباب المصري في إطار نموذج تأثرية الآخرين: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي التطبيقات الرقمية

د. مها مصطفي بخيت*

د. هناء عكاشه طلبه**

ملخص الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على المخاطر التي يتعرض لها الشباب المصري عند انتهاك خصوصيتهم، ومحاولة الكشف عن العوامل التي تؤدي إلى زيادة أساليب انتهاك الخصوصية على التطبيقات الرقمية، وطبقت الدراسة على عينة من جمهور الشباب المصري قوامها (400) مفردة، تتراوح أعمارهم من 18 إلى أقل من 35 عامًا من مختلف المستويات الاقتصادية، وبالانطلاق من نموذج «تأثرية الآخرين» وبتوظيف استمارة الاستبيان، كشفت الدراسة عن نتائج، أهمها المخاطر التي تعرض لها المبحوثون لانتهاك خصوصيتهم عند استخدامهم للتطبيقات الرقمية جاءت كالتالي: «سرقة البيانات الشخصية»، يليها «استخدام خاصية الـ(Screen Shot) لقصة لي أو أحد صوري الشخصية»، و«مشاركتها عبر صفحة أخرى أو النقاش حولها أو الاحتفاظ بها دون إذن مني»، كما أشارت النتائج إلى أن أهم الإجراءات التي قام بها المبحوثون للحد من مخاطر انتهاك خصوصيتهم عند استخدامهم للتطبيقات الرقمية تمثلت في: «عدم فتح الرسائل مجهولة المصدر»، ثم «عدم الرد على الرسائل التي تحتاج إلى معلومات شخصية أو مهمة عند الدخول على بعض المواقع أو البرامج».

الكلمات المفتاحية: الخصوصية الرقمية، التطبيقات الرقمية، نموذج تأثرية الآخرين.

* المدرس بقسم الصحافة بكلية الإعلام- جامعة سيناء

** المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالمعهد الدولى العالي للإعلام- أكاديميه الشروق

The risks of violating the privacy of Egyptian youth within the model of the influence of others

An Empirical study on a sample of users of digital applications

Abstract:

This study aims to identify the risks that Egyptian youth are exposed to when their privacy is violated and try to reveal the factors that lead to an increase in the methods of privacy violation via Digital privacy. The study was applied to a sample of 400 Egyptian youth audience, and their ages ranged from 18 to less than 35 years from different economic levels, Starting from the model of the influence of others and using the survey, The study revealed the most important results: the risks that the respondents were exposed to violate their privacy when using digital applications: It came as follows: "Theft of personal data," followed by "Using the Screenshot feature for a story of me or one of my personal photos and sharing it on another page, discussing it, or keeping it without my permission. the results also indicated that the most important measures taken by the respondents to reduce the risks of violating their privacy when they use digital applications; represented in: "Do not open messages of an unknown Source, and then" do not respond to messages that need personal or important information when entering some sites or programs.

Keywords: Digital privacy, Digital applications, the model of the influence of others.

مقدمة:

في الواقع، لقد بات التفاعل الدائم مع وسائل الإعلام الحديثة عامة والتطبيقات الرقمية خاصة وسيلة لحظية في حياة الكثيرين، يعبّرون من خلالها عن مشاعرهم المختلفة على الملأ، ويتقاسمون مع الآخرين الكثير من أسرار ح[1]ياتهم وحياة أسرهم الخاصة، دون أي احترام لمشاعر الآخرين أو أخذ موافقتهم على ما يتم نشره عنهم، ودون مراعاة للعواقب التي قد تترتب على انتهاك خصوصية الآخرين بهذا الشكل غير المبرر؛ ولذلك يجب التعامل مع هذا الواقع الجديد من خلال إحكام السيطرة وحماية الأفراد من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية وهذا التطور الذي عرفته البشرية عبر العصور، من المجتمع الزراعي إلى المجتمع الصناعي وصولا إلى المجتمع المعلوماتي، أدى إلى انتشار وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، مما أثر في طريقة تفكير البشر وتصرفاتهم وسلوكهم ونظرتهم للمجتمع الذي يعيشون فيه، وكذلك نظرتهم للآخرين خاصة مع بروز وسائل الإعلام الجديدة كفاعل أساسي في حياة المجتمعات المعاصرة، بما تحمله من تأثيرات ومظاهر اجتماعية جديدة، غيرت طبيعة العلاقة بين الإنسان ووسائل الإعلام.

والكثير ممن يتعاملون مع وسائل الإعلام الحديثة وخاصة التطبيقات الرقمية يواجهون الكثير من المشكلات، ومن هذه المشكلات ما يتصل بخصوصية المعلومات أو اختراق البيانات، أو غيرها من المشكلات التي تتصل بالجانب الأخلاقي أو الأمني، وللحفاظ على خصوصياتهم والتصدي للخطر الذي يواجههم فهناك متطلبات ضرورية، ألا وهي الثقافة الرقمية، فالثقافة الرقمية مصطلح شاع استخدامه في الفترة الأخيرة، وهذا المصطلح يشير إلى معطيات ثقافية جديدة من جراء استخدام التكنولوجيا الإلكترونية.

وفى هذا الصدد يجب الإشارة إلى حق الأفراد في الخصوصية الرقمية، وذلك عن طريق الحفاظ على البيانات المتعلقة بهويتهم أو سلوكهم، كما يجب الحفاظ على خصوصية حياتهم الاجتماعية، والتي تشمل التفاعلات الاجتماعية، كمحتويات ما نشر على منصات التواصل الاجتماعي أو المحادثات الشخصية.

وفى ظل عدم توعية الجمهور وتثقيفه رقميًا للاهتمام بالخصوصية بما يضمن عدم اطلاع

الغير على محتواه الرقمي المميز لشخصيته، لذلك يجب توعية هذا الجمهور بسلبيات ومخاطر ما يعرض ويقدم في وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية ويسخر إمكاناته لتنمية الوعي الأخلاقي والمعرفي للتصدي للممارسات الخاطئة التي تنتج أيضًا عن وسائل الإعلام الرقمية.

أولًا: مشكلة الدراسة:

تتمحور مشكلة الدراسة في التعرف على المخاطر التي يتعرض لها الشباب المصري نتيجة انتهاك خصوصيتهم، لذا يجب توعية الشباب بتلك المخاطر وكيفية التعامل مع وسائل الإعلام الحديثة، وذلك لحماية خصوصيتهم الرقمية في إطار نموذج «تأثرية الآخرين» (التعرض الذاتي، تعرض الآخرين).

ولم يعد يخفى على أحد أهمية استخدام وسائل الإعلام الحديثة، حيث تعد مصدرًا للمعلومات، والكثير ممن يتعاملون مع وسائل الإعلام الجديد والتطبيقات الرقمية، يواجهون العديد من الممارسات المستمرة لانتهاك الخصوصية الرقمية، لذا كان من الضروري معرفة مخاطر انتهاك الخصوصية الرقمية للشباب المصري، والعوامل التي أدت إلى زيادة أساليب انتهاك هذه الخصوصية، ومعرفة المقترحات الفاعلة لدور الجمعيات والهيئات الوطنية الإعلامية ونقابة الإعلاميين من خلال لجان الرصد الإعلامي في التوعية بآليات حماية الخصوصية الرقمية.

ثانيًا: أهمية الدراسة:

تتضح أهمية الدراسة في مجالين أساسيين هما: المجال النظري والمجال التطبيقي، ويمكن التمييز بينهما على النحو الآتي:

أ- المجال الأول: **الأهمية النظرية**:

تتلخص هذه الأهمية في ندرة البحوث والدراسات العلمية التي تناولت موضوع الدراسة بالبحث والتفسير الدقيق على حد علم الباحثتين وفقًا لما أسفرت عنه الدراسة الاستطلاعية والعملية البحثية لمراجعة التراث حول هذا الموضوع، هذا بالإضافة إلى أهميتها في التعرف على المخاطر التي أدت إلى انتهاك خصوصية الشباب المصري من مستخدمي التطبيقات الرقمية، ومن ثَم فإن الباحثتين تطمحان إلى إثراء البحث العلمي بتسليط الضوء على مخاطر انتهاك خصوصية الشباب المصري من مستخدمي التطبيقات الرقمية في إطار نموذج تأثرية الآخرين لإفادة الباحثين.

ب-**المجال الثاني**: **الأهمية التطبيقية**:

تتمثل الأهمية التطبيقية في إضافة أساليب ووسائل علمية جديدة تسهم في الحد من انتهاك الخصوصية من خلال تمكين الشباب من استخدام أدوات ومهارات التعامل مع وسائل الإعلام الجديد، بالإضافة إلى محاولة طرح تصور تطبيقي يسهم في الحد من هذه الانتهاكات ووقاية الفرد والمجتمع من الآثار السلبية المترتبة عليها، والاستفادة من نتائج الدراسة في الإجابة عن تساؤلاتها وتحقيق أهدافها.

- تقديم رؤية منهجية لتطوير آليات التصدي لانتهاك الخصوصية وتنمية وعي الشباب المصري بهذه الآليات، والتعريف بالجهود الرسمية المبذولة للحد من انتهاك الخصوصية، مما يساعد على التوصل لمقترحات فاعلة لدور الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني في التوعية بآليات حماية الخصوصية الرقمية، والعمل على معالجتها بشكل موضوعي ومنهجي.

ثالثا: أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على مخاطر انتهاك خصوصية الشباب المصري عبر التطبيقات الرقمية، وذلك في إطار نموذج تأثرية الآخرين، من خلال:

1. تحليل مدى تعرض الشباب المصري عينة الدراسة لانتهاك خصوصيتهم الرقمية عبر التطبيقات الرقمية (التعرض الذاتي، تعرض الآخرين، تعرض الأصدقاء)؟
2. الوقوف على الدوافع وراء انتهاك الخصوصية الرقمية للفرد نفسه، وللآخر.
3. الكشف عن المخاطر التي يتعرض لها الشباب المصري (الفرد ذاته، والأصدقاء) عند انتهاك خصوصيتهم الرقمية.
4. تحديد أبرز التطبيقات الرقمية التي يستخدمها الشباب المصري.
5. التعرف على الإجراءات التي قام بها الشباب المصري عينة الدراسة للحد من انتهاك خصوصيتهم.
6. الكشف عن أبرز التطبيقات والبرامج التي أدت إلى سرقة البيانات الشخصية للشباب المصري عينة الدراسة.
7. الكشف عن العوامل التي أدت إلى زيادة أساليب انتهاك الخصوصية عبر شبكة الإنترنت، ورأيهم في الدوافع وراء انتهاك خصوصية الآخرين.
8. معرفة المقترحات الفاعلة لدور الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني في التوعية بآليات حماية الخصوصية الرقمية.

رابعًا: الدراسات السابقة:

أسفرت الدراسة المسحية للتراث العلمي حول الظاهرة موضوع الدراسة عن دراسات عدة، ناقشت موضوع الدراسة ومتغيراتها البحثية، وفيما يلي يمكن عرض نبذة لأهم الدراسات التي أمكن للباحثتين الاطلاع عليها، وتتعلق بشكل مباشر بموضوع دراستهما الحالية:

المحور الأول: دراسات خاصة بالخصوصية الرقمية.

المحور الثاني: دراسات تناولت نموذج تأثرية الآخرين ومواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الأول: دراسات خاصة بالخصوصية الرقمية:

أشارت دراسة (**كدواني، 2022**)[1] إلى أن سياسة الخصوصية بين موقع فيسبوك وإنستجرام تتشابه إلى حد كبير، والتزام إدارة موقعي فيسبوك وإنستجرام بإعلام المستخدمين بأنواع المعلومات التي يتم جمعها عنهم، وأوجه استخدام تلك المعلومات وكيفية مشاركتها مع الآخرين، فضلًا عن حق المستخدمين في التحكم بالمعلومات التي تجمع عنهم، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح كما اعتمدت على أداة تحليل المضمون الكيفي.

بينما أشار (**غريب، 2021**)[2] إلى مدى إدراك الجمهور لانتهاك خصوصيتهم الرقمية التي قد يتعرضون لها، وتبين أن معظم الجمهور يعلم حقه في حماية خصوصيتهم بدرجة متوسطة، وأن هناك تأييدًا كبيرًا من قبل الجمهور لفرض رقابة على وسائل الإعلام الجديد واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح كما اعتمدت على أداة الاستبيان وطبقت الدراسة على عينة قوامها (433) شخصًا مستخدمة نظرية تأثير الشخص الثالث.

وفي إطار هذه الرقابة والتشريعات تشير دراسة (**أسماء جلال وآخرين، 2020**)[3]، أن النخب الإعلامية السعودية مؤيدة لتطبيق تشريعات على الإعلام الجديد ومدى ملاءمتها لمبادئ المسئولية الاجتماعية، بينما كانت محايدة في: أن التنمية الفكرية الحاصلة اليوم ملائمة لحداثة العصر وتطوره، وأن التشريعات الإعلامية كفلت الحرية إلا أن تشريعات الهيئات عملت على تقييدها، واعتمدت الدراسة على المنهج الاستقرائي ومنهج المسح. وتمثلت أداة الدراسة في الاستبيان، وتم تطبيقها على عينة من النخبة الإعلامية بالسعودية، والبالغ قوامها (250) مفردة مستخدمة في هذه الدراسة نظرية المسئولية الاجتماعية.

أما بالنسبة للمخاطر التي يتعرض لها المستخدمون وتهدد خصوصيتهم أشارت دراسة (**Debmalya Biswas وزملائها، 2020**)[4]، إلى أن المحادثات مع الروبوت هي أكثر حفاظًا على الخصوصية، من حيث إن فقد المعلومات الخاصة يكون أقل عبر تطبيقات أكثر أمانًا، أو استخدام روبوت مدرب على ذلك.

إلا أن دراسة (**Sakshi Rewaria، 2020**)[5] توصلت إلى أن المستخدمين لا يتمتعون بالخصوصية التي ترضيهم على مواقع التواصل الاجتماعي في معظم الأحوال، وتمثلت أهم المخاطر التي تهدد تلك الخصوصية لديهم في الحظر، ومخاطر التصميم، والتدفقات الضمنية للمعلومات.

وجين نتحدث عن أسباب ودوافع انتهاك الخصوصية، فنجد أن دراسة (**أمجد صفوري، 2019**)[6] أكدت أن دوافع انتهاك خصوصية الآخرين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية تركزت في الإساءة للآخرين بقصد تشويه السمعة، ثم قلة الوازع الديني والأخلاقي، وأكثر الأساليب التي تم استخدامها في انتهاك الخصوصية تمثلت في استخدام الصور الشخصية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي؛ وتكونت العينة من (680) طالبًا وطالبة من جامعات حكومية وخاصة في الأردن، كما اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان ونظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام والاستخدامات والإشباعات بهدف تفسير العلاقة بين وسائل الإعلام ومستخدميها.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه **دراسة (الطيب، 2018)**[7] التي خلصت إلى: أن نسبة كبيرة من الأفراد تعرضوا لشكل من أشكال انتهاك الخصوصية، وأن من أسباب انتهاك الخصوصية هي التشهير وإساءة السمعة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتكونت عينة الدراسة من (150) شابًا سودانيًا من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، كما اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان الإلكتروني واستخدم الباحث نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام والاستخدامات والإشباعات.

كما تتفق مع هذا المعنى **دراسة (Grishma R.Pardeshi, 2016)**[8] التي توصلت إلى أن أسباب تعرض المستخدمين لانتهاك خصوصيتهم يرجع إلى مشاركتهم المحتوى عن طريق منشورات وصور عن أنفسهم وكذلك الآخرين، كما تبين أنه يمكن للجمهور إعادة مشاركة المحتوى مما يجعله في متناول الآخرين، مما يؤدي إلى انتهاكات الخصوصية.

ومن ثم أكدت دراسة **(جابر والشافي، 2013)**[9]، إلى ضرورة خضوع شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية في معالجتها للبيانات الشخصية لمجموعة من الضوابط القانونية والفنية لضمان حمايتها، وضرورة الموازنة بين الحق في الخصوصية والحق في الإعلام، بالإضافة إلى ضرورة التزام جميع مستخدمي المواقع الاجتماعية بالضوابط اللازمة للحفاظ على خصوصيتهم، خاصة أن سياسة الشبكات الاجتماعية لا تحمي هذا الأمر.

واتفقت مع هذا المعنى **دراسة (بشاتن، 2012)**[10] والتي اهتمت بإجراء دراسة مقارنة حول الحماية القانونية للحق في الخصوصية في القوانين الوضعية بمصر والجزائر وأمريكا وفرنسا، وخلصت نتائج الدراسة إلى عدم وجود تعريف عام متفق عليه للحق في الخصوصية في تشريعات معظم الدول، نظرا لأن فكرة الحق في الخصوصية فكرة مرنة تختلف باختلاف الأشخاص والأقطار، وموقف المشرع في معالجة هذه المسألة في القوانين الوضعية موقف واحد، وهو الاعتراف بالحق في حرمة الحياة الخاصة بوصفه حقا مستقلا قائما بذاته، سواء

كان ذلك في نصوص الدستور أو تشريعات عادية، والنص في حمايته مدنيا وجنائيا ضد كل صور الاعتداء المحتملة.

فيما اهتمت **دراسة (بخيت، 2010)**[11] برصد التغيرات التي لحقت بالحق في الخصوصية في ظل ثورة الاتصالات والمعلومات في قارة أفريقيا، وخلصت نتائج الدراسة إلى قلة عدد مواثيق الشرف الصحفية والإعلامية التي تناولت تأثير ثورة المعلومات على الحياة الخاصة للمواطنين وواجبات الإعلاميين في هذا الصدد، وأكدت الدراسة أنه على الرغم من تطرق مواثيق محدودة للقيم الأخلاقية المتعلقة بحماية الخصوصية في البيئة الإعلامية الإلكترونية، إلا أنها لم توضح بدقة أخلاقيات التعامل الإعلامي مع قواعد البيانات وكيفية توظيفها واستخدامها، وحدود هذا الاستخدام.

المحور الثاني: دراسات تناولت نموذج تأثرية الآخرين ومواقع التواصل الاجتماعي:

اهتمت **دراسة (رباب هاشم، 2022)**[12] ببحث إدراك تأثير الشخص الثالث في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال إجراء دراسة مسحية على عينة غير احتمالية من الشباب الجامعي المصري بعدد من الجامعات الحكومية والخاصة، قوامها (400) مفردة؛ للتعرف على مستوى إدراك الشباب الجامعي لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني لدى الذات والآخرين، وعلاقة ذلك بتأييدهم اتخاذ إجراءات من الدولة لحماية المستخدمين من هذه المخاطر، باستخدام صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات الميدانية، وعلى مستوى نتائج اختبار الفروض انتهت الدراسة إلى تأثير متغير التعرض المقدر للذات والآخرين للمحتوى السلبي الخاص بالانتماء الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إدراك تأثر الشخص الثالث، حيث يدرك المبحوثون أنهم أقل تأثرا بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني من الآخرين، لاعتقادهم أن الآخرين يتعرضون لمزيد من الرسائل السلبية الخاصة بالانتماء للوطن عبر هذه المواقع، حيث يدرك المبحوثون أنهم أقل تأثرا بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني من غيرهم كلما انخفضت درجة تفاعلهم مع هذه المواقع، وكلما كانت اتجاهاتهم نحو هذه المواقع إيجابية، وكلما ارتفع تقدير المبحوثين للذات.

كما كشفت دراسة (محمد فؤاد، 2021)[13] عن مدى إدراك المصريين لتأثرية الآخرين بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، بالتطبيق على جائحة كورونا، وذلك من خلال اختبار فروض نظرية تأثر الشخص الثالث، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت صحيفة الاستقصاء، وطبقت على عينة حصصية قوامها (600) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى صحة الفرض القائل بأن مساحة الفجوة الإدراكية (الفرق بن درجة تأثرية الأنا ودرجة تأثرية الآخرين)، تختلف باختلاف الخصائص الديموغرافية للمبحوثين، وثبتت جزئيا صحة

الفرض القائل باختلاف درجات الاعتقاد في تأثرية الشخص الثالث باختلاف الخصائص الديموغرافية للمبحوثين.

سعت **دراسة (راللا عبد الوهاب، 2020)**[14] إلى التعرف على تعرض الشباب الجامعي للصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بظاهرة التنمر الإلكتروني في إطار نظرية تأثرية الشخص الثالث، اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتمثلت أداة الدراسة في الاستبيان، وتم تطبيقها على عينة قوامها (400) مفردة من جامعة عين شمس، وجامعة الأزهر، والجامعة البريطانية، وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات العينة وفقًا للاختلاف في وجهات النظر لكل من الذكور والإناث من ناحية المستوى الاجتماعي، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة للمحور الديني والمحور السياسي، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات العينة للتأثيرات المعرفية والسلوكية وفقًا لاختلاف الفرد والمجتمع لكل من الذكور والإناث.

كما جاءت **دراسة (أسامة عبد الحميد، 2020)**[15] لتحليل أنماط تعرض الجمهور العربي للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، وإدراكهم لتأثيرها على أنفسهم وعلى الآخرين، وطبقت على عينة قوامها (300) مفردة من الشعوب العربية، ومن أهم نتائج الدراسة أنها توصلت إلى صحة فروض نظرية الشخص الثالث، حيث عبر معظم المبحوثين عن اعتقادهم بأن الآخرين أكثر تأثرا بالصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، ووجود علاقة ارتباطية بين مساحة الفجوة الإدراكية وتأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي. بينما ركزت **دراسة (Anunne, Lifeng, 2019)**[16] على تأثيرات الشخص الثالث بين الأجانب على وسائل التواصل الاجتماعي في الصين من خلال دراسة تطبيقي (Tantan , Wechat)، اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتوصلت الدراسة إلى أن الذين يخضعون لتأثير الشخص الثالث لديهم القدرة على إدمان وسائل التواصل الاجتماعي، وقدمت الدراسة نصيحة لمستخدمي هذه الوسائل بإدراك آثار الشخص الثالث نظرًا لآثارها السلبية عليهم.

كما اهتمت دراسة **(ريهام علي، 2018)**[17] بالتعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو المخاطر الأمنية الناتجة عن التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى إدراك الشباب الجامعي لمخاطر التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي على ذواتهم وعلى الآخرين، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الميداني على عينة مثلت مجتمع الدراسة من شباب الجامعات ممن تتراوح أعمارهم ما بين (18-21 عامًا)، وكانت العينة مكونة من (400) فرد من الشباب من الجنسين في جامعات الإسكندرية والقاهرة وعين شمس، وتم تطبيق أداة الدراسة عليهم (الاستبيان) لتحقيق أهدافها العلمية، واستخدمت الدراسة نظرية تأثير الشخص الثالث لتفسر

بعض أبعاد الظاهرة الاتصالية. وقد أسفر تحليل النتائج الميدانية بالنسبة لدرجة ثقة المبحوثين في مصداقية ما يحصلون عليه من أخبار من مواقع التواصل الاجتماعي، فقد أوضحت الدراسة أن 51% من المبحوثين عينة الدراسة يثقون بدرجة متوسطة في الأخبار والمعلومات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك يعتقد معظم أفراد عينة الدراسة وجود خطورة لمواقع التواصل الاجتماعي على الأمن القومي، حيث وضحت الدراسة اعتقاد غالبية المشاركين بوجود خطورة لمواقع التواصل الاجتماعي على الأمن القومي، حيث تبين أن 54% من عينة الدراسة ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي خطيرة إلى حد كبير على الأمن القومي، وهذه المخاطر تتعلق بنشر الفكر الإرهابي، وإشاعة الفوضى ونشر ثقافة إسقاط الأنظمة، ونشر الشائعات والحرب النفسية ضد المجتمع، ومن أهم نتائج الدراسة يوجد فروق بين مستوى إدراك الشباب الجامعي لتأثرهم بمخاطر وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى إدراكهم نحو تأثيرها على الآخرين.

كما هدفت **دراسة (هبة مفلح، 2017)**[18] للتعرف على عادات وأنماط استخدام المرأة الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي، وهي دراسة مسحية في إطار نظرية الشخص الثالث، كما سعت الدراسة إلى معرفة إدراك استخدام المرأة الأردنية المتزوجة للتأثيرات السلبية على نفسها وعلى الآخرين جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى معرفة مدى قبول المرأة الأردنية المتزوجة لوضع بعض الإجراءات الرقابية للحد من التأثيرات السلبية جراء استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وطبقت على عينة بلغت (400) مفردة من النساء الأردنيات المتزوجات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن موقع فيسبوك هو الأكثر تفضيلًا لدى عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة استخدامه 3.44%، ويليه موقع واتس آب بنسبة 3.35%، بينما جاء في المرتبة الثالثة موقع إنستجرام بنسبة 2.79%

وكشفت **دراسة (Mina Tsay-Vogel2016)**[19] عن إدراك تأثر الشخص الثالث فيما يتعلق باستخدام فيسبوك، وطبقت الدراسة علي عينة قوامها 375 من الأفراد ممن تتراوح أعمارهم ما بين (18-50) سنة، ومن أهم توصلت إلى نتائج الدراسة أن المبحوثين أكدوا أن الآخرين أكثر استخدامًا وتعرضًا لموقع فيسبوك من أنفسهم، وأن معظم مستخدمي فيسبوك يعتقدون أنه ذو تأثير سلبي على مستخدميه، مما أدى إلى ظهور تأثير الشخص الثالث بقوة.

كما استهدفت **دراسة (Valarie, Jennifer2016**[20] اختبار فروض نظرية الشخص الثالث على الأخبار والموضوعات المنشورة على موقع فيسبوك، ومدى تأثير هذه الموضوعات على الذات مقارنة بالآخرين إذا تمت قراءتها من خلال الصفحة الشخصية للمستخدم عن قراءتها علي شبكة الإنترنت، ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة تأييد الفرض الإدراكى بأن تأثير الأخبار المنشورة على الصفحة الشخصية أكثر تأثيرا على الآخرين من الذات.

بينما رصدت **دراسة (همت السقا، 2014)**[21] معدل استخدام الشباب الخليجي لوسائل التواصل الاجتماعي ومعرفة تأثير هذا الاستخدام على إدراك تأثير الشخص الثالث، والتعرف على مدى تأثير المتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية) على تأثير الشخص الثالث لدى الشباب الخليجي، والوقوف على مدى إدراك الشباب البحريني للمخاطر التي يمكن أن تحدثها وسائل التواصل الاجتماعي على الآخرين، واستخدمت المنهج المسحي، واعتمدت على استمارة الاستبيان لعينة قوامها (247) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن الواتس آب جاء في مقدمة برامج التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب الخليجي بنسبة 94%، وتقاربت نسبة كل من «سكاي بي» و«تانجو»، وجاءت على الترتيب 11 و12%، كما جاء موقع الإنستجرام في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 79% يليه تويتر بنسبة 51%.

واستهدفت **دراسة (Angela & Megham2011)**[22] التعرف على مدى تقييم الشباب للآثار السلبية لاستخدام فيسبوك على أنفسهم وعلى الآخرين، والعلاقة بين بعض المتغيرات منها: العلاقات الشخصية، وفرص التعيين في المستقبل، وتأثير الشخص الثالث. وتوصلت إلى تأييد الفرض الإدراكي للنظرية بأن استخدام فيسبوك يؤثر بدرجة أكبر على الآخرين من الذات، وتأييد الفرض السلوكي بوضع معايير أخلاقية يلتزم بها مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي، من حيث موافقة عينة الدراسة على فرض الرقابة على هذه الوسائل، وأهمية وجود رقابة من الأسرة.

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

- اتفقت معظم الدراسات السابقة في أن هناك دورًا للمتغيرات الديموغرافية وغيرها من المتغيرات على إدراك تأثير الشخص الثالث، وهو ما يتفق مع فروض نظرية تأثرية الآخرين.
- كما اتفقت معظم الدراسات السابقة على تأييد الفرض السلوكي بضرورة فرض رقابة على التطبيقات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي لما له من تأثيرات سلبية على الآخرين مقارنة بالذات.
- تسير الدراسة على نهج الدراسات السابقة في كونها دراسة اعتمدت على الشق الكمي، وذلك في تناولها لموضوع مخاطر انتهاك خصوصية الشباب المصري من مستخدمي التطبيقات الرقمية.
- استفادت الباحثتان من الدراسات السابقة في تحديد الأدوات المناسبة لجمع البيانات وتصميم استمارة الاستبيان.
- معرفة الفروق الخاصة بين نتائج ما توصلت إليه الدراسات السابقة وما ستتوصل إليه الدراسة الحالية من نتائج.

- كما استفادت الباحثتان من الدراسات السابقة في التعرف على الجوانب التي أغفل الباحثون دراستها، وفي بلورة مشكلة الدراسة وأهدافها، وصياغة التساؤلات، وتحديد مفاهيم الدراسة، وأدوات جمع البيانات، ومعرفة أهم النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات.

- بناءً على ما سبق تم اختيار موضوع الدراسة الحالية بحيث يدرس المخاطر التي يتعرض لها الشباب المصري من مستخدمي التطبيقات الرقمية نتيجة انتهاك خصوصيتهم.

خامسًا: الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة في إطارها على نموذج «تأثرية الآخرين»، يعود هذا الاتجاه في نشأته إلى «Davison Philip»، وخلاصته أن الفرد يعتقد أن الآخرين أكثر تأثرًا منه بوسائل الاتصال، وأن هذا التصور قد يؤدي إلى رد فعل سلوكي من جانبه. ويشير تنوع واستمرارية البحوث التي تقيس هذا الأثر إلى أن هذا الاتجاه قد نمت بحوثه، وتحول إلى نظرية موجهة لبحوث التأثيرات، وتميل الدراسات في هذا الاتجاه إلى الربط بين تأثير الشخص الثالث «Third-Person Effect» كنظرية، وغيرها من النظريات مثل دائرة الصمت ونظرية التبني المعرفي[23].

وتقوم نظرية تأثرية الآخرين على افتراضين أساسيين، هما:

1 - الفرض الإدراكي: ويرى أن الأفراد يميلون إلى تعظيم قدر التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في مواقف وسلوكيات الآخرين. ويمكن صياغة الفرض الإدراكي على النحو التالي[24]:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إدراك أفراد الجمهور لتأثيرات وسائل الإعلام على أنفسهم من ناحية وعلى الآخرين من ناحية أخرى، بحيث ينسب الأفراد تأثيرًا أعظم لوسائل الإعلام على الآخرين مقارنة بتأثيرها على أنفسهم، وهناك العديد من التفسيرات التي حاول الباحثون من خلالها وضع أسس فكرية ومنطقية للفرض الإدراكي لنظرية تأثير الشخص الثالث من أهمها:

التفسير القائم على التحيز غير المبني على أساس واقعي: بعض الباحثين يطلق عليها التحيز غير المبني على أساس واقعي، وهو يعني بصفة عامة أن الأفراد يعتقدون أنهم أقل تأثرًا بالرسائل السلبية من الآخرين في حين تكون فرصتهم للتأثر بالرسائل الإيجابية مرتفعة، فعامة الناس يعتقدون أنهم يمتلكون خصائص إيجابية أعلى من الآخرين وخصائص سلبية أقل من الآخرين[25].

التفسير القائم على مبدأ "خطأ الإسناد الرئيسي": وهذا التفسير مبني على "خطأ الإسناد الرئيسي" والصفات الغرورية للذات، وقد لاحظ الباحثون بصفة عامة أن الأفراد يدركون أن الآخرين ليس لديهم وعي بالعوامل الموقفية الخارجية مثل الإقناع المقصود من محتوى

الرسائل الإعلامية، ولذلك فهم أكثر حساسية للتأثر بهذا المحتوى، ولكن عند الحكم على الذات فإن الأفراد يشيرون إلى أنهم يدركون تماما دور العوامل الموقفية، مثل القصد الإقناعي للرسائل الإعلامية، وبالتالي فهم يرون أنفسهم أقل حساسية لتأثير المضمون الإعلامي، ويتضح مما سبق أن خطأ الإسناد يرتبط بالتحيز الإيجابي للذات فعندما تكون الرسالة سلبية يكون الاقتناع بمحتوى الرسالة دليلا على عدم الذكاء، وبالتالي فإن الفرد يدرك أن الرسالة تؤثر بدرجة أكبر في الآخرين، وذلك لدعم مفهومه عن الحصانة الشخصية والتحكم في الذات، أما في حالة كون الرسالة إيجابية فإن الأفراد ينسبون تأثيرا أكبر على الذات لأنهم يعتقدون أنهم أذكياء بدرجة كافية تجعلهم يدركون قيمة الرسالة.

2 - الفرض السلوكي: يرى أن التفكير في الآخرين على أنهم أكثر تأثرا بالرسائل الإعلامية وأنهم يتأثرون بدرجة أكبر من الذات سوف يؤثر على سلوك هؤلاء الذين يتوقعون حدوث رد فعل من قبل الآخرين، ويتنبأ بأن التفكير في الآخرين على أنهم أكثر عرضة للخطر يدعم الرأي القائل بفرض رقابة وقيود على وسائل الإعلام(26).

أشار بعض الباحثين إلى أن الفرض السلوكي يمكن تفسيره في إطار نظرية الدافعية الوقائية والتي تمثل وظيفة إيجابية للذات تجاه القابلية للتأثر بالخطر المدرك من خلال تقييم قوة التهديد الذي تتضمنه الرسالة الإعلامية.

الوجه الآخر لتأثير الشخص الثالث "تأثير الشخص الأول" العديد من الأبحاث أشارت إلى أن المحتوى الإيجابي للرسائل الإعلامية يبرز مفهوم الشخص الأول "First Person Effect " أو ما يعرف أحيانًا بعكس تأثير الشخص الثالث "Reversa Third Person Effect"، وقد أوضح العديد من الباحثين أن تعزيز الذات «Sele Enhancement» هو الدافع الأساسي وراء كلٍ من تأثير الشخص الثالث وتأثير الشخص الأول، فمن خلال هذا الدافع يدرك الفرد أنه أقل عرضة لتأثيرات الرسائل غير المرغوبة من الآخرين «Third Person» وفي المقابل أنه أكثر قابلية للتأثر بالرسائل المرغوبة من الآخرين «first Person»، وذلك بهدف خدمة الذات، فالأفراد يرون أنفسهم بمنظور إيجابي مضيء، من خلال مفهوم الشخص الثالث ومفهوم الشخص الأول اعتمادًا على المرغوبية الاجتماعية للرسالة(27).

والمؤكد أن تأثير الشخص الثالث لا يعبر عن رد فعل الجمهور نحو أي رسالة يتلقاها من وسائل الاتصال الجماهيري، ولكنه ينتج عن إدراك الجمهور لكيفية تأثر الشخص الثالث بالرسالة، فهناك إذن عدة مراحل تتحقق من خلالها هذه العملية، وهي أن يتعرض الفرد للرسالة، وأن يقدر تأثيرها على الآخرين والذي يحدث عادة بشيء من المبالغة، وأخيرا، أن يستجيب الفرد الأول لإدراكه للتأثير القوي الواقع على الشخص الثالث(28). ويحدث التأثير في

الغالب لأن الفرد يعزو لنفسه مستوى أعلى من المعرفة مقارنة بالآخرين، فهم - أي الآخرون - الأقل معرفة والأقل تعليمًا أكثر خضوعًا للتأثير منه[29].

وقد أثارت بعض الدراسات أهمية الوقوف على طبيعة الشخص الأول وسماته ومستوى تعليمه باعتبارها أهم العوامل المؤثرة على التأثير المرتبط بالنظرية. ومن الجوانب التي لا تزال في حاجة إلى المزيد من البحث ما يلي:

العلاقة بين سمات شخصية الفرد الأول وتأثير الشخص الثالث، وطبيعة الشخصية التي تبالغ في هذا التأثير على الآخرين، وتلك التي تهون من هذا التأثير.

دراسة عنصر الزمن المطلوب لقياس وتقدير تأثير الشخص الثالث، أي ما الوقت المطلوب حتى يقدر الفرد تأثير الاتصال عليه أو على الآخرين وعلاقة ذلك بالمستوى التعليمي، وأشار Davison أن تأثر الشخص الثالث لا يظهر في كل الظروف ولكل الأشخاص، وبناء على ذلك فإن الميول الإدراكية يمكن أن تكون مرتبطة بكل مكونات الاتصال التقليدي (المصدر، الوسيلة، الرسالة، والمستقبل)، وتتمثل أهم هذه العوامل أو المتغيرات الوسيطة في نظرية الشخص الثالث فيما يلي: (النوع، السن، المستوى الاقتصادي الاجتماعي، المستوى التعليمي، مستوى المعرفة بالموضوع، درجة الاندماج مع القضية أو الموضوع، مصدر الرسالة ومدى قبولها اجتماعيا أو سلبية الرسالة وإيجابيتها، خطورة الرسالة الإعلامية).[30]

المنهج المستخدم في بحوث الشخص الثالث:

لا يختلف المنهج المستخدم في بحوث الشخص الثالث عن غيره، ولكن الفرض الجوهري للنظرية هو الذي يوجه البحث، فالخطوات المنهجية واحدة، لكن الاعتماد هنا على تصور المرء لحجم التأثير الواقع عليه مقارنة بحجم التأثير الذي ينسبه نفس المبحوث للغير. وانتهت الباحثتان إلى وجود اختلاف يعزز من قوة التأثير على الغير وإلى صحة النظرية، والأداة المستخدمة هنا هي الاستبيان، **كما استفادت الدراسة الحالية** من معطيات نموذج تأثرية الآخرين في تفسير وتحليل مدى تعرض الشباب المصري عينة الدراسة لمخاطر انتهاك خصوصيتهم عبر التطبيقات الرقمية (التعرض الذاتي، تعرض الآخرين، تعرض الأصدقاء)، الوقوف على الدوافع وراء انتهاك الخصوصية الرقمية (للفرد نفسه) و(الآخر)، الكشف عن المخاطر التي يتعرض لها الفرد ذاته، والآخر عند انتهاك خصوصيتهم الرقمية.

سادسا: مفاهيم الدراسة:

الخصوصية الرقمية:

تُعَرف الخصوصية بأنها: تَحَكُّم الأفراد في مدى وتوقيت وظروف مشاركة حياتهم مع الآخرين، وتدخل الخصوصية كحق يمارسه الفرد للحد من إطلاع الآخرين على مظاهر حياته والتي يمكن أن تكون أفكارا أو بيانات شخصية.

كما تعرف «الخصوصية الرقمية» بأنها: وصف لحماية البيانات الشخصية للفرد، والتي يتم نشرها وتداولها من خلال وسائط رقمية، وتتمثل البيانات الشخصية في البريد الإلكتروني، والحسابات البنكية، والصور الشخصية، ومعلومات عن العمل والمسكن وكل البيانات التي نستخدمها في تفاعلنا على الإنترنت أثناء استخدامنا للحاسب الآلي أو التليفون المحمول أو أي من وسائل الاتصال الرقمي بالشبكة العنكبوتية.(31)

ويمكن تعريف الخصوصية الرقمية إجرائيا بأنها: حق الفرد في الحفاظ على أفكاره وبياناته الشخصية من أجل عدم اطلاع الآخرين عليها، وعدم انتهاك خصوصيته عند استخدامه بعض التطبيقات الرقمية، وقد تكون هذه البيانات خاصة بالعمل أو الصورة الشخصية وغيرها من البيانات التي تخص الفرد.

ويمكن تعريف التطبيقات الرقمية إجرائيا بأنها: هي تلك التطبيقات التي تساعد في التواصل بين الجمهور وخاصة الشباب المصري عينة الدراسة، ومن أمثلة هذه التطبيقات: Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, WhatsApp, YouTube، والتي من خلالها ينشئ المستخدم حسابًا يمكنه من التواصل عبر شبكة الإنترنت مع غيره من الأشخاص إلكترونيا، لمشاركة المعلومات والأفكار والآراء والرسائل وغيرها من المحتوى الرقمي.

سابعًا: فروض الدراسة وتساؤلاتها:

- **فروض الدراسة:**

1. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المبحوثين لفيسبوك وتعرضهم لانتهاك الخصوصية الرقمية عبر شبكة الإنترنت.
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك المبحوثين لمستوى تأثيرات انتهاكات الخصوصية الرقمية وإدراكهم لمستوى تأثرية الآخرين بها.

3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رأي المبحوثين في العوامل التي أدت إلى زيادة أساليب انتهاك الخصوصية عبر شبكة الإنترنت، ورأيهم في الدوافع وراء انتهاك خصوصية الآخرين.
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تأييد المبحوثين لفرض رقابة على التطبيقات الرقمية لحماية الخصوصية ودعم الآخرين لتلك الرقابة.
5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية لحماية الخصوصية ومستوى استخدام الآخرين لتلك التطبيقات.
6. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رأي المبحوثين في دور الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني في التوعية بآليات حماية الخصوصية الرقمية، ودور الهيئات الوطنية الإعلامية ونقابة الإعلاميين في التوعية بمخاطر انتهاك الخصوصية.
7. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى تعرضهم لانتهاك الخصوصية الرقمية عبر شبكة الإنترنت في المتغيرات الديموغرافية.

- **تساؤلات الدراسة:**

1. ما أكثر التطبيقات الرقمية التي يستخدمها الشباب المصري عينة الدراسة؟
2. ما مقدار الساعات التي يقضيها الشباب المصري عينة الدراسة في متابعة التطبيقات الرقمية؟
3. ما الدوافع من استخدام الشباب المصري عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية (الدافع الذاتي للفرد نفسه، دافع الآخرين)؟
4. ما مدى تعرض الشباب المصري عينة الدراسة لانتهاك خصوصيتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت (التعرض الذاتي، تعرض الآخرين، تعرض الأصدقاء)؟
5. ما المخاطر التي تعرض لها الشباب المصري عينة الدراسة عند انتهاك خصوصيتهم الرقمية (الفرد نفسه، الأصدقاء)؟
6. ما التطبيقات الرقمية والبرامج التي أدت إلى سرقة بيانات الشباب المصري عينة الدراسة؟
7. ما العوامل التي أدت إلى زيادة أساليب انتهاك الخصوصية عبر شبكة الإنترنت؟
8. ما دور الهيئات الوطنية الإعلامية ونقابة الإعلاميين من خلال لجان الرصد الإعلامي في توعية الشباب المصري بمخاطر انتهاك الخصوصية عبر شبكة الإنترنت؟
9. ما دور الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني في التوعية بآليات حماية الخصوصية الرقمية؟

ثامنا: الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية (Descriptive Study)، والتي تهدف إلى دراسة الظاهرة كما هي عليها في الواقع، ووصفهًا وصفًا مفصلًا ودقيقًا، بما يعبر عنها كيفًا وكمًّا لتقرير خصائصها، وذلك اعتمادًا على جمع الحقائق وتحليلها، وتفسيرها لاستخلاص دلالتها.

منهج الدراسة: في سياق ذلك تم الاعتماد على المسح الإعلامي، والذي يعد من أنسب المناهج العلمية في الدراسات الوصفية، بهدف التعرف على مخاطر انتهاك خصوصية الشباب المصري من مستخدمي التطبيقات الرقمية في إطار نموذج «تأثرية الآخرين».

مجتمع الدراسة وعينتها: يتكون مجتمع الدراسة الحالية من جمهور الشباب المصري، وقد تم تحديد عينة الدراسة بأسلوب العينة العشوائية، وفقًا للمعادلات الإحصائية المحددة للحد الأدنى المناسب لحجم العينة، المتمثل في (400) مفردة، وقد قامت الباحثتان بالتواصل مع المبحوثين، ومع بلوغ العدد المحدد للعينة تم مراجعة الاستبيانات والتأكد من صلاحيتها، وقد بلغ العدد النهائي للاستبيانات (400) استبانة صالحة بدرجة ثقة (95%) وخطأ في تقدير النسبة يساوي (0.05)، تم جمعهم في الفترة من (2022/1/1م-2022/1/31م).

الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة:

البيانات الشخصية: جدول رقم (1)

البيانات الشخصية		الإجمالي	
		ك	%
النوع	ذكر	103	25.8
	أنثى	297	.374
	الإجمالي	004	100.0
السن	من 18 إلى أقل من 20 عامًا.	105	26.3
	من 20 أقل من 35 عامًا.	206	1.55
	من 25 – أقل من 35 عامًا.	89	22.3
	الإجمالي	004	100.0
المؤهل التعليمي	مؤهل متوسط.	16	.04
	مؤهل جامعي.	332	3.08
	مؤهل فوق جامعي- ماجستير – دكتوراه.	25	13.0
	الإجمالي	004	100.0

محل الإقامة	ريف.	25	13.0
	حضر.	348	.087
	الإجمالي	004	100.0
الحالة الاجتماعية	-متزوج.	38	20.8
	-أعزب.	312	.078
	-مطلق.	5	1.3
	الإجمالي	004	100.0
مكان الإقامة	-حي راقي.	135	33.8
	-حي متوسط.	246	1.56
	-حي شعبي.	19	.84
	الإجمالي	004	100.0
مستوى دخل الأسرة	-أقل من 2000 جنيه.	25	.36
	-من 2000 لأقل من 4000.	74	18.5
	4000 إلى 7000	124	31.0
	7000 فأكثر	177	.344
	الإجمالي	004	100.0

الحدود المنهجية للدراسة: تمثلت الحدود المنهجية للدراسة في:

1. **الحد البشري**: يتمثل هذا الحد في جمهور الشباب المصري، البالغ عددهم (400) مفردة.
2. **الحد المكاني**: تم التطبيق على محافظتي القاهرة وشمال سيناء.
3. **الحدود الزمانية**: اقتصرت عملية جمع البيانات من المبحوثين والتواصل معهم في الفترة من (2022/1/1م) إلى (2022/1/31م).
4. **الحد الموضوعي**: تقتصر هذه الدراسة على دراسة مخاطر انتهاك خصوصية الشباب المصري من مستخدمي التطبيقات الرقمية في إطار نموذج «تأثرية الآخرين».

أدوات جمع البيانات:

تتحدد أدوات جمع البيانات، والتي اعتمدت عليها الدراسة محل البحث، في استمارة الاستبيان حيث قامت الباحثتان بتصميم استمارة استبيان حرصتا من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة.

اختبارا الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

اختبار الصدق (Validity): ويعني الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مناهج البحث والإعلام والإحصاء*

اختبار الثبات (Reliability):

ويقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة الباحثتين تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدى لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالي:

تم استخدام معامل ألفا كرونباخ لحساب الثبات.

جدول رقم (2) معامل ثبات أداة الدراسة ومحاورها المختلفة باستخدام ألفا كرونباخ

المقياس	عدد العبارات	معامل ألفا
دوافع استخدامك للتطبيقات الرقمية	5	0.834
اتجاهات عينة الدراسة نحو محتوي الصور والفيديوهات التي تعرضوا لها ووجدوا فيها انتهاك لخصوصيتهم على شبكة الإنترنت	4	0.862
الدوافع وراء انتهاك خصوصية الآخرين	6	0.729
العوامل التي أدت إلى زيادة أساليب انتهاك الخصوصية عبر شبكة الإنترنت	7	0.881

* أ.د سهام نصار، أستاذ الإعلام بجامعة حلوان.
أ.د محمد سعد إبراهيم، أستاذ الإعلام بجامعة المنيا وعميد المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق.
أ.د محرز غالي، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
أ.م.د ممدوح مكاوي، أستاذ الإعلام المساعد بجامعة بني سويف.

دور الجمعيات ومنظمات المجتمع المدنى في التوعية بآليات حماية الخصوصية الرقمية	4	0.709
دور الهيئات الوطنية الإعلامية ونقابة الإعلاميين من خلال لجان الرصد الإعلامي في توعية الشباب المصري بمخاطر انتهاك الخصوصية على شبكة الإنترنت	5	0.782
الأداة ككل	31	%81.9

يتضح من الجدول السابق ارتفاع معامل الثبات بين أبعاد الاستبيان، حيث بلغ (81.9) وهو معامل ثبات مرتفع، ويوحي بالثقة في صلاحية الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة.

تاسعًا: المعالجة الإحصائية للبيانات:

قامت الباحثتان بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

نتائج الدراسة:

- أسفرت نتائج الجدول رقم (10) عن تعدد المخاطر التي تعرض لها المبحوثون لانتهاك خصوصيتهم عند استخدامهم للتطبيقات الرقمية، وجاءت المخاطر كالتالي: «سرقة بياناتي الشخصية» بنسبة (36,5%), ثم «استخدام خاصية الـ Screen Shot لقصة لي أو إحدى صوري الشخصية ومشاركتها عبر صفحة أخرى أو النقاش حولها أو الاحتفاظ بها دون إذن مني» بنسبة (32,8%), وأخيرًا «استغلال حسابي في أعمال مشينة» بنسبة (5,8%).

وتفيد هذه النتيجة بأن هناك مخاطر عدة تعرض لها المبحوثون على سبيل انتهاك خصوصيتهم أثناء استخدام التطبيقات الرقمية، وأن أبرز هذه المخاطر تتمثل في:(سرقة بياناتي الشخصية، استخدام خاصية الـ«Screen Shot» لقصة لي أو إحدى صوري الشخصية ومشاركتها عبر صفحة أخرى أو النقاش حولها أو الاحتفاظ بها دون إذن مني، مخاطر الاستغلال من أجل الإعلان، إرسال مواد جنسية) إلى غير ذلك من المخاطر التي تهدد أمن وسلامة الأفراد، وتعزو الباحثتان أولوية سرقة البيانات الشخصية إلى شيوعها والاستغلال السيئ لهذه البيانات، إما في الابتزاز المباشر وإما غير المباشر عبر انتحال الشخصية، مما يهدد الحياة الشخصية والاجتماعية للأفراد، لذا تؤكد الباحثتان على ضرورة التزام

مستخدمي التطبيقات الرقمية بوجهٍ عام، وتطبيق فيسبوك بوجهٍ خاص، بأساليب ووسائل المحافظة على سرية البيانات الشخصية، وغالبًا ما تتمثل هذه البيانات الشخصية في: اسم المستخدم، صورة المستخدم، تاريخ الميلاد، تاريخ التخرج، المؤهل التعليمي، بيانات محل الإقامة، المسمى الوظيفي وجهة العمل، وغير ذلك من البيانات المهمة التي تمثل أداة للتعريف بالفرد.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (Sakshi Rewaria، 2020)[32]، والتي أظهرت أن المستخدمين لا يتمتعون بالخصوصية التي ترضيهم على مواقع التواصل الاجتماعي في معظم الأحوال، وتمثلت أهم المخاطر التي تهدد تلك الخصوصية لديهم في: الحظر، ومخاطر التصميم، والتدفقات الضمنية للمعلومات.

- بينما أسفرت نتائج الجدول رقم (21) عن أن المخاطر التي تعرض لها أصدقاء المبحوثين لانتهاك خصوصيتهم عند استخدامهم للتطبيقات الرقمية، تمثلت في: «تعرض حسابهم عبر فيسبوك أو السناب شات أو yahoo أو Gmail للسرقة» بنسبة (48,6%), ثم «تعرض أحد أصدقائي لإضافة أشخاص اتضح بعد ذلك أنهم أشخاص وهميين» بنسبة (22,9%), وأخيرًا «التنمر» بنسبة (7,5%).

ويتضح من هذه النتيجة بأن سرقة الحسابات الشخصية تمثل أبرز المخاطر التي تعرض لها الأصدقاء على سبيل انتهاك خصوصياتهم عند استخدامهم للتطبيقات الرقمية، وتعزو الباحثتان شيوع ذلك إلى انتشار برامج الاختراق التي سهلت من سرقة الحسابات الشخصية، بالإضافة إلى عدم وعي بعض الأفراد بخطورة هذه الجريمة، وبالتالي عدم التزام بقواعد وضوابط معايير السلامة الرقمية، والإقدام على بعض السلوكيات التي تساعد العابثين والمتطفلين في الإقدام على اختراق حسابتهم الشخصية وسرقاتها، مثال ذلك:(متابعة الصفحات المشبوهة، وإرسال طلبات صداقة لأشخاص مجهولين بشكل مبالغ فيه، وإدمان الألعاب الإلكترونية، والإفصاح عن البيانات الشخصية لجميع المستخدمين) وغير ذلك من السلوكيات التي تؤكد تراجع مؤشرات التربية الإعلامية لدى المستخدم، وضعف ضوابط الرقابة الذاتية إن لم يكن انعدامها في الحقيقة، وهذا ما أفادت به دراسة (عبده، 2021)[33] من أن التربية الإعلامية آلية حيوية لترشيد استخدام وسائل الإعلام، والمساهمة البناءة في وضع ضوابط رقابة ذاتية تحد من هذه التأثيرات، وتمكنهم من الاستخدام الآمن واستيعاب الثقافة الإعلامية.

بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة (النمر، 2019)[34] والتي أكدت على أن الشبكات الاجتماعية والتطبيقات الرقمية تثير تحديات كبيرة يتعلق بعضها بالمصداقية التي تتمتع بها الأدلة المتحصلة من هذه المواقع.

- أسفرت نتائج الجدول رقم (11) عن أن أهم التطبيقات والبرامج التي أدت إلى سرقة البيانات الشخصية لعينة الدراسة من خلال الدخول عليها: "فيسبوك" بنسبة (33%), ثم "برامج الإعلانات" بنسبة (28,5%), وأخيرًا "تطبيق المراسلة عبر الفيديو الشهير Dub smash" بنسبة (2,3%).

ويستدل من هذه النتيجة على أن هناك تطبيقات رقمية عدة أدت إلى سرقة بياناتك الشخصية من خلال الدخول عليها، وأن أهم هذه التطبيقات هي: فيسبوك، برامج الإعلانات، الألعاب الإلكترونية، وغير ذلك من التطبيقات التي يُقبل المبحوثون على استخدامها وتفضيلها، وتعزو الباحثتان أولوية خطورة تطبيق فيسبوك إلى تعدد الحسابات الوهمية التي ينشئها الأفراد المتطفلين والهاكرز، بالإضافة إلى انتشار الإعلانات عن البرامج على تطبيق فيسبوك، والتي تسرق بيانات حسابات المستخدمين، وقد تم رصد مؤخرًا العديد من التطبيقات على متجر جوجل بلاي يتم الإعلان عنها على تطبيق فيسبوك وتسرق بيانات تسجيل الدخول لمستخدميها، مثال ذلك تطبيق "PIP Photo" الذي تم تنزيله أكثر من 5 ملايين مرة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Sakshi Rewaria، 2020)[35] التي أظهرت أن المستخدمين لا يتمتعون بالخصوصية التي ترضيهم على مواقع التواصل الاجتماعي في معظم الأحوال، وتمثلت أهم المخاطر التي تهدد تلك الخصوصية لديهم في الحظر، ومخاطر التصميم، والتدفقات الضمنية للمعلومات.

- أشارت نتائج الجدول رقم (12) أن محتوى الصور والفيديوهات التي تعرض لها المبحوثون ووجدوا فيها انتهاكًا لخصوصيتهم على شبكة الإنترنت، جاءت كالتالي: "محتوى يدعم الإرهاب والعنف" بنسبة (79,3%), ثم "محتوى غير أخلاقي (جنسي)" بنسبة (78,3%), وأخيرًا "أخبار زائفة" بنسبة (71,7%).

يستدل من هذه النتيجة على أن محتوى الصور والفيديوهات التي تنتهك خصوصية الأفراد على شبكة الإنترنت، يتمثل في: المحتوى الذي يدعم الإرهاب والعنف، المحتوى غير الأخلاقي، المحتوى الذي يضم المشاهد القاسية، محتوى الأخبار الزائفة. وتعزو الباحثتان تقدم المحتوى الذي يدعم الإرهاب والعنف إلى شدة خطورة هذا المحتوى على مستوى الفرد والمجتمع، تزامنًا مع شيوع انتشارها بشكل ملحوظ، علمًا بأن خطورتها لا تكمن في

التعريف بالتنظيمات والكيانات الإرهابية فحسب، وإنما تعليم الأفراد وبالأخص الشباب السلوك العنيف وإكسابهم ثقافة العنف والسلوك غير المشروع التي تسهم في شيوع وانتشار سلوك الإرهاب وتعزيز قدرتهم على استقطاب الأفراد وتجنيدهم عبر الإنترنت.

- وأوضحت نتائج الجدول رقم (14) أن أهم الإجراءات التي قام بها المبحوثون للحد من مخاطر انتهاك خصوصيتك عند استخدامهم للتطبيقات الرقمية، تمثلت في: "عدم فتح الرسائل مجهولة المصدر" بنسبة (41%), ثم "عدم الرد على الرسائل التي تحتاج معلومات شخصية أو مهمة عند الدخول على بعض المواقع أو البرامج" بنسبة (29%), وأخيرًا "تحميل البرامج التي احتاجها من المواقع الرئيسية لها، ومرخصة وتطبيقات معروفة" بنسبة (11,3%).

ويتضح من هذه النتيجة أن هناك إجراءات عدة للحد من مخاطر انتهاك خصوصية مستخدمي التطبيقات الرقمية، جاء في مقدمتها: عدم فتح الرسائل مجهولة المصدر، وتبرز أهمية هذا الإجراء في كونه يسهم بشكل عملي في الوقاية من أضرار هذه الرسائل، لأن معظم الرسائل مجهولة المصدر إما أنها تُرسل بهدف الإساءة والاستغلال والترويج، وإما بهدف اختراق حساب المستخدم وسرقة بياناته الشخصية، وقد يصل الأمر إلى اختراق جميع الحسابات المرتبطة بهذه البيانات، والبيانات الموجودة على جهاز المستخدم سواء أكان هاتفًا أم حاسبًا أم أي وسيلة أخرى، لذا ينبغي على المستخدمين التعامل مع هذه الرسائل بوعي وحرص شديدين، وحذفها مباشرة دون الاستسلام لغريزة الفضول التي تقوده إلى فتح هذه الرسائل ومعرفة ما تشتمل عليه، وهذا ما أفادت به دراسة (داميانو Feline، 2014)[36] من التأكيد على ضرورة المحافظة على الخصوصية الاجتماعية والشخصية.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (النمر، 2019)[37] من ضرورة إيجاد آلية معينة تبين للمستخدم وتنبه على خطورة وأهمية ضبط الإعدادات، بما يساعد المستخدم على تأمين حسابه عن طريق ضبط إعدادات الخصوصية على الموقع لتحديد نطاق الخصوصية على حسابه.

- بينما جاءت نتائج الجدول رقم (22) أن أهم الإجراءات التي يمكن أن يقوم بها أصدقاء المبحوثين للحد من مخاطر انتهاك خصوصيتهم عند استخدامهم للتطبيقات الرقمية، "عدم فتح الرسائل مجهولة المصدر" بنسبة (50,5%), ثم "عدم الرد على الرسائل التي تحتاج معلومات شخصية أو مهمة عند الدخول على بعض المواقع أو البرامج" بنسبة (42,8%), وأخيرًا "تحديث نظام التشغيل الخاص بجهازهم باستمرار" بنسبة (23,8%).

وتؤكد هذه النتيجة ما سبق ذكره من أهمية عدم فتح الرسائل مجهولة المصدر، كإجراء للحد من مخاطر انتهاك خصوصية الأصدقاء عندم استخدامهم للتطبيقات الرقمية، وتعزو الباحثتان أولوية هذا الإجراء إلى أنها قد تكون رسائل خطيرة وتشتمل على فيروسات ومرفقات خطيرة تدمر جهاز المستخدم، أو يستطيع المرسل من خلالها الدخول إلى جهاز المستخدم واختراقه وسحب معلومات من الجهاز دون علمه، ومن ثم تبرز مهارات استخدام تقنيات المعلومات والتطبيقات الرقمية لوقاية الفرد من مخاطر انتهاك الخصوصية، وهذا ما أفادت به دراسة (Freed، 2003)[38] من التأكيد على أهمية مهارات التفكير الناقد والمهارات التقنية كأساس للتربية الإعلامية، وذلك من خلال التركيز على ثلاثة مستويات هم: مهارات استخدام تقنيات المعلومات وتصفح الشبكات الرقمية، مهارات التفكير الناقد لمحتوى الرسائل الإعلامية، تقدير التفاعلية.

بينما تختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (جابر والشافي، 2013)[39] والتي أشارت إلى ضرورة خضوع شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية في معالجتها للبيانات الشخصية لمجموعة من الضوابط القانونية والفنية لضمان حمايتها، وضرورة الموازنة بين الحق في الخصوصية والحق في الإعلام والتزام جميع مستخدمي المواقع الاجتماعية بالضوابط اللازمة للحفاظ على خصوصيتهم، خاصة أن سياسة الشبكات الاجتماعية لا تحمي هذا الأمر.

- يؤكد معظم المبحوثين بالجدول رقم (9) تعرضهم لانتهاك خصوصيتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت، بنسبة (57,8%), ثم "أحيانًا" بنسبة (37,5%), وأخيرًا "نادرًا" بنسبة (4,8%).

ويستدل من هذه النتيجة على أن جميع المبحوثين تعرضوا لانتهاك خصوصياتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت، وأن ما يزيد على نصف المبحوثين يتم انتهاك خصوصيتهم بشكل دائم، وتعزو الباحثتان ذلك إلى عاملين: إما عدم وعي المبحوثين بمهارة استخدام تطبيق فيسبوك، وتخليهم عن قواعد السلامة والأمن التي ينص عليها التطبيق، ويوصي مستخدميه بالالتزام بها والاعتماد على أساليب الاستخدام العشوائي التي تتيح للعابثين والمتطفلين ملاحقتهم. وإما وعي المبحوثين والتزامهم بالأخلاقيات وإجراءات وقواعد السلامة الإلكترونية، وبالرغم من ذلك وقوعهم ضحايا للتنمر وانتهاكات الخصوصية الإلكترونية، وذلك نتيجة وثوقهم في بعض الأشخاص المجهولين أو تعرضهم لهذه الانتهاكات من قبيل الصدفة، مما يؤكد أهمية التربية الإعلامية الواعية التي تُعبر بالدرجة الأولى عن مستوى تحضر الشعوب ومدى قدرتهم على الاستفادة من التطورات التكنولوجية في ميدان الإعلام والاتصال، دون التخلي عن خصوصياتهم الثقافية وكل ما يميزهم (السعيد وعبادة، 2018).[40]

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (غريب، 2021)[41] والتي أكدت مدى إدراك الجمهور لانتهاك خصوصيتهم الرقمية التي قد يتعرضون لها، وتبين أن معظم الجمهور يعلم حقه في حماية

خصوصيتهم بدرجة متوسطة، وأن هناك تأييدًا كبيرًا من قبل الجمهور لفرض رقابة على وسائل الإعلام الجديد.

وتختلف هذه النتيجة مع ما أشارت له دراسة (هدير طه، 2022)[42] أن نسبة 57.3% من عينة الدراسة لم يتعرضوا لمواقف انتهاك الخصوصية مقابل 42.8% تعرضوا لهذا الانتهاك.

- كما يؤكد معظم المبحوثين طبقا لما جاء بالجدول رقم (20) أنه أحيانًا يتعرض أصدقاؤهم لانتهاك خصوصياتهم الرقمية على شبكة الإنترنت بنسبة (56,3%), ثم "لا" بنسبة (27%), وأخيرًا "دائمًا" بنسبة (16,8%).

يستدل من هذه النتيجة إفادة معظم المبحوثين بتعرض أصدقائهم لانتهاك خصوصيتهم الرقمية على شبكة الإنترنت، وتعزو الباحثتان ذلك إلى مبدأ التفاعل بين الأصدقاء، فعلى سبيل المثال عندما يتعرض صديق لانتهاك خصوصيته يقوم بإبلاغ أصدقائه بهدف التوجيه والإرشاد إلى كيفية التعامل مع مثل هذه المواقف، وكذلك بهدف تنبيه الأصدقاء إلى الحذر من أساليب وطرق الانتهاك التي تعرض لها، وأبلغ دليل على ذلك قيام أحد الأصدقاء بالتنويه على صفحته الشخصية بأن الصفحة تتعرض للاختراق وأعتذر عن أي رسالة مسيئة يتم إرسالها إلى الأصدقاء، وهذا ما حدث بالفعل من بعض الأصدقاء.

- بينما يؤكد معظم المبحوثين بالجدول رقم (15) أن درجة تعرض الآخرين لانتهاك خصوصياتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت، جاءت كالتالي: "أحيانًا" بنسبة (63%), ثم "دائمًا" بنسبة (32%), وأخيرًا "لا" بنسبة (5%).

ويستدل من هذه النتيجة أن معظم المبحوثين يرون أن هناك مستخدمين آخرين تعرضوا لانتهاك خصوصياتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت، وتعزو الباحثتان ذلك إلى شيوع ظاهرة انتهاك الخصوصية عبر الإنترنت، بدليل تعرض معظم المبحوثين إلى انتهاكات الخصوصية.

- ويتضح من نتائج الجدول رقم (18) أن أهم العوامل التي أدت إلى زيادة أساليب انتهاك الخصوصية عبر شبكة الإنترنت في: "غياب الوازع الديني والأخلاقي لمن يقوم بانتهاك خصوصية الآخرين" بنسبة (93%), ثم "عدم الوعي بطبيعة الاحتيال الإلكتروني" بنسبة (89,3%), وأخيرًا "الثقة الزائدة في الآخرين على شبكة الإنترنت" بنسبة (83%).

وتفيد هذه النتيجة بأن غياب الوازع الديني والأخلاقي لمن يقوم بانتهاك خصوصية الآخرين يمثل أبرز العوامل التي أدت إلى زيادة أساليب انتهاك الخصوصية عبر شبكة الإنترنت، وتعزو الباحثتان تقدم هذا العامل إلى أهميته كما بينَّا في السؤال السابق، من أن ضعف الوازع الديني والأخلاقي يؤثر بشكل مباشر في سلوك الأفراد ويدفعهم إلى عدم الامتثال إلى القواعد

الاجتماعية، وبالتالي الإقدام على سلوكيات منحرفة وغير مشروعة من شأنها النيل من خصوصية الآخرين، بدافع التسلية والترفيه والعبث أو الاستغلال والابتزاز، وتتفق هذه النتيجة مع ما نوهت إليه دراسة (شايب، 2019)[43]، من أن التربية الإعلامية تسعى إلى إرساء الوعي بالمبادئ والمعايير الأخلاقية على مستوى الحوار في الفضاءات العمومية الافتراضية للمحافظة على خصوصية الأفراد وعدم المساس بأمنهم الإلكتروني.

- أشارت النتائج بالجدول رقم (16) أن أهم الدوافع وراء انتهاك خصوصية الآخرين: "قلة الوازع الديني والأخلاقي" بنسبة (90%), ثم "الإساءة إلى الآخرين (تشويه السمعة)" بنسبة (86,7%), وأخيرًا "التسلية وملء الفراغ" بنسبة (71,3%).

يستدل من ذلك أن هناك دوافع عدة لانتهاك خصوصية الآخرين، حيث: قلة الوازع الديني والأخلاقي، الإساءة إلى الآخرين، الابتزاز المادي، الفضول، الجهل بالعواقب القانونية، التسلية وملء الفراغ، وتعزو الباحثتان أولوية ضعف الوازع الديني والأخلاقي، إلى كونه أحد المعايير والضوابط الاجتماعية والأخلاقية التي تهذب سلوك الأفراد وتحثهم على الامتثال إلى النظام الاجتماعي العام، الذي يحث على عدم المساس بحقوق الآخرين والمحافظة على خصوصيتهم على سبيل العدالة الاجتماعية والمساواة، ومن ثم تبرز أهمية تنمية الوازع الديني والأخلاقي لأنه كلما زاد الوازع الديني والأخلاقي لدى الفرد كلما ضعفت لديه نوازع الجريمة والانحراف إلى المقاومة والتفاعل في مواجهة هذه الظاهرة السلبية على مستوى المجتمع، علمًا بأن الفرد ذو النوازع الدينية والأخلاقية العالية نجده على قدر كبير من المسئولية الاجتماعية، التي تدفعه إلى احترام خصوصية الأفراد وعدم المساس بها، امتثالًا لواجباته الاجتماعية مقابل حقوقه، وفي إطار هذه العلاقة ذهبت دراسة (فلمبان، 1995)[44] إلى أن التربية الإعلامية مطلبًا ضروريًّا من منطلق قدرتها الفائقة على تنمية القيم وتأصيلها في ظل منظومة القيم الإسلامية، والتي تستند إلى القيم الإيمانية ومحاولة القضاء على الصراع القيمي وتثبيت القيم الأصيلة، ومواجهة القيم المادية الوافدة التي تهدد الخصوصية، وذلك من خلال الأساليب والبرامج التي تعتمد على العقل والمنطق.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة (صفوري، 2019)[45] من أن دوافع انتهاك خصوصية الآخرين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية تركزت في الإساءة للآخرين بقصد تشويه السمعة ثم قلة الوازع الديني والأخلاقي.

بينما تختلف مع دراسة (الطيب، 2018)[46] التي خلصت إلى: أن نسبة كبيرة من الأفراد تعرضوا لشكل من أشكال انتهاك الخصوصية، وأن من أسبابها التشهير وإساءة السمعة.

- وتشير بيانات الجدول رقم (23) إلى أن معظم المبحوثين يرون أن دور الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني في التوعية بآليات حماية الخصوصية الرقمية، تمثلت في الآتي: "نشر فيديوهات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبين مدى خطورة تطبيقات معينة في انتهاك خصوصية الأفراد" بنسبة (93,7%), ثم "نشر موضوعات إرشادية بعدم الإفصاح عن كلمات المرور الخاصة بالبريد الإلكتروني بخدمات أخرى" بنسبة (93,3%), وأخيرًا "التعريف بقواعد الأمان بكافة محركات البحث والتطبيقات" بنسبة (91,7%).

ويستدل من هذه النتيجة على أن الأدوار التي يمكن أن تمارسها الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني على مستوى التوعية بآليات حماية الخصوصية الرقمية، تتمثل على الترتيب في: نشر فيديوهات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبين مدى خطورة تطبيقات معينة في انتهاك خصوصية الأفراد، نشر موضوعات إرشادية بعدم الإفصاح عن كلمات المرور الخاصة بالبريد الإلكتروني بخدمات أخرى، طرح موضوعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي للنقاش حول كيفية التنبيه من مخاطر ألعاب إلكترونية معينة، التعريف بقواعد الأمان بكافة محركات البحث والتطبيقات، وتعزو الباحثتان أولوية نشر فيديوهات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبين مدى خطورة تطبيقات معينة في انتهاك خصوصية الأفراد، إلى كونها إحدى الوسائل التعليمية والتثقيفية المهمة التي تسهم في تنمية وعي المستخدمين بخطورة هذه الظاهرة، وتحظى باهتمام معظم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، فالفيديوهات تخاطب أكثر من حاسة ويمكن مشاهدتها أكثر من مرة للاستفادة القصوى من محتواها التوعوي، أضف إلى ذلك أنها تسهم في تنمية المهارات الاتصالية للفرد وتعزز من قدرته على استخدام التطبيقات الرقمية وفقًا لمعايير السلوك السوي والمشروع.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الشديفات والخضاونة، 2012)[47] والتي أكدت على أهمية مبدأ الوعي الإعلامي، القادر على استخدام أدوات ووسائل الاتصال في التعبير عن ذاته، مما يجعله مواطنًا أفضل تكوينًا وأكثر التزامًا، بتعزيز قدرته على تفسير المواد الإعلامية وتكوين الآراء الواعية والمساهمة الإيجابية في إنتاج المضامين الإعلامية، وتطوير الملكات النقدية والإبداعية للأفراد، وكذلك ما توصلت إليه دراسة (الجابري، 2020)[48] من التأكيد على أهمية التربية الإعلامية والتثقيف الإعلامي بقضايا الخصوصية والتنقيب في البيانات.

- وأكدت نتائج الجدول رقم (25) أن رأي المبحوثين في دور الهيئات الوطنية الإعلامية ونقابة الإعلاميين من خلال لجان الرصد الإعلامي في توعية الشباب المصري بمخاطر انتهاك الخصوصية على شبكة الإنترنت، جاءت كالتالي: "وضع قوانين وتشريعات خاصة بجرائم الإنترنت وانتهاك الخصوصية" بنسبة (95,7%), ثم "توعية الشباب بكيفية الوصول إلى

المصادر الموثوقة للمعلومات والحصول عليها من مصادر متعددة" بنسبة (94%), وأخيرًا "التدريب على قواعد التواصل الآمنة" بنسبة (92%).

يستدل من هذه النتيجة أن سن القوانين والتشريعات الخاصة بجرائم الإنترنت وانتهاك الخصوصية، تمثل الدور الأول والأساسي للهيئات الوطنية الإعلامية ونقابة الإعلاميين للحد من مخاطر انتهاك الخصوصية على شبكة الإنترنت، خاصة أن العقوبة مؤشر قوي لردع العابثين والمتطفلين على شبكة الإنترنت، فضلًا عن شيوع مثل هذه الجريمة دليل قوي على تراجع قوة القانون وغياب القوانين والتشريعات الإلكترونية التي تتصدى لهذه الجريمة، وغيرها من الجرائم التي شاع انتشارها على شبكة الإنترنت وفي أروقة المجتمع الافتراضي، لذا نؤكد على أهمية سن القوانين التي تتناسب مع طبيعة هذه الظاهرة الإجرامية، مع مراعاة مرونة هذه القوانين وفعاليتها في التصدي لمخاطر هذه الظاهرة وآثارها السلبية على مستوى الفرد والمجتمع، وتعريف الأفراد بهذه القوانين على سبيل التوعية، وكذلك التعريف بالأفراد الذين يقدموا على مثل هذا السلوك غير المشروع، والعقوبات التي صدرت في حقهم على سبيل الردع والزجر لتحقيق الردع العام وتخويف كل من تسول له نفسه الإقدام على هذه السلوكيات المنحرفة، وهذا ما أشارت إليه دراسة (الشديفات والخضاونة، 2012)[49] خاصة في ظل تراجع مبدأ الخصوصية الرقمية وتراجع قدرة الدولة على السيطرة الكاملة على البث المباشر للبرامج والوسائل والتطبيقات الإعلامية، وكذلك التصدي للبث الإعلامي الخارجي والاكتساح الثقافي الأجنبي، مما يؤكد على أهمية تكامل جهود الجهات الرسمية مع الجهات غير الرسمية في مقاومة ظاهرة انتهاك الخصوصية.

وتتفق كذلك مع دراسة (جلال وآخرين، 2020)[50] والتي أظهرت أن النخب الإعلامية السعودية مؤيدة لتطبيق تشريعات على الإعلام الجديد ومدى ملاءمتها لمبادئ المسئولية الاجتماعية، بينما كانت محايدة في كل من: أن التنمية الفكرية الحاصلة اليوم ملائمة لحداثة العصر وتطوره، وأن التشريعات الإعلامية كفلت الحرية إلا أن تشريعات الهيئات عملت على تقييدها.

- وتشير نتيجة الجدول رقم (3) إلى أن أهم التطبيقات التي تستخدمها عينة الدراسة، يتصدرها تطبيق "فيسبوك" بنسبة (75,5%), ثم "واتساب" بنسبة (63,5%)، وأخيرًا "تويتر" بنسبة (7,3%).

وتعزو الباحثتان تقدم فيسبوك إلى كونه أحد تطبيقات الإعلام التفاعلي التي تمكن المستخدم من التواصل مع الآخرين، والحصول على المعلومات حول الأحداث والقضايا الاجتماعية وتبادل المعلومات معهم بسهولة ويسر، وكذلك معرفة أخبارهم من خلال بعض التحديثات القصيرة التي يكتبونها على صفحاتهم ويضيفونها على ملفهم الشخصي، بالإضافة إلى مشاركة الصور والأخبار، والتعرف على أصدقاء جدد، وبناء علاقات اجتماعية تتسم بالتفاعل والاندماج، ليس هذا فحسب،

بل يُعد فيسبوك أحد مصادر الترفيه وقضاء وقت الفراغ بما يشتمل عليه من وسائل للتسلية والترفيه. وتبرز أهمية فيسبوك كأحد تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي، من منطلق قدرته على تحقيق التفاعل الاجتماعي، لأن البيانات المتاحة على الصفحة تساعد على تحقيق التواصل بين الأفراد الأعضاء معًا، فالصداقة بين الأعضاء داخل هذا التطبيق ترتكز على مبدأ التشابه والتجانس في الصفات والهوايات والأفكار والتعليم، والعمل... إلخ، وعلى هذا النحو يساعد هذا التطبيق على تشكيل مجموعات متجانسة من الداخل حول اهتمام مشترك، وأن تباينت مع الجماعات الأخرى، وفي هذا الإطار تتبلور جماعات حول قضايا محددة كالقضايا السياسية والاجتماعية والبيئية والدينية والقضايا الترفيهية أو الموقف من بعض الظواهر الاجتماعية.[51]

- يؤكد معظم المبحوثين كما توضح بيانات الجدول رقم (4) أن عدد الساعات التي يقضونها في متابعة التطبيقات الرقمية "أكثر من ثلاث ساعات" بنسبة (62,5%), ثم "من ساعة إلى 3 ساعات" بنسبة (33,5%), وأخيرًا "أقل من ساعة" بنسبة (4%).

يستدل من هذه النتيجة على أن معظم المبحوثين يقضون أكثر من ثلاث ساعات على مدار اليوم، وتعزو الباحثتان ذلك إلى تنوع التطبيقات الرقمية، وبالتالي تنوع الخدمات الإعلامية والاتصالية التي تقدمها هذه التطبيقات، وقدرتها على جذب انتباه الجمهور من ناحية، وعلى إشباع احتياجاتهم الاتصالية المتنوعة من ناحية أخرى، وغالبًا ما ينطوي هذا المؤشر على بُعدين متناقضين: (أ) البعد الإيجابي: الاعتماد المباشر على التطبيقات الرقمية في شئون الحياة المختلفة والاستفادة من فوائدها وخدماتها، (ب) البعد السلبي الاعتماد المفرط المؤدي إلى إدمان هذه التطبيقات، وبالتالي الانسحاب التدريجي من المجتمع الأساسي والانغماس في أنشطة المجتمع الافتراضي على نحو ينم عن التأثير النفسي السلبي على المستخدم.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الشيخ، 2021)[52]، والتي توصلت إلى أن ما يزيد على ثلث عينة الدراسة بنسبة (34%) يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من خمس ساعات فأكثر على مدار اليوم، بينما يأتي في المرتبة الثانية المبحوثون الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بمعدل أقل من ساعة على مدار اليوم بنسبة (28.8%)، في حين جاء في المرتبة الثالثة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من ثلاث ساعات إلى خمس ساعات على مدار اليوم بنسبة (21%) من عينة الدراسة، وفي مقابل ذلك تحتل الفترة من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات على ما نسبته (16.3%) من إجمالي عينة المبحوثين.

- كما توضح بيانات الجدول رقم (5) أن أهم دوافع استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية جاءت كالتالي: "قضاء وقت الفراغ" بنسبة (87%), ثم "التعلم واكتساب خبرات جديدة" بنسبة

(81,7%), وأخيرًا "أتابع باستمرار يوميات المشاهير عبر فيسبوك أو السناب شات أو إنستجرام" بنسبة (62,7%).

ويستدل من هذه النتيجة أن هناك خمسة دوافع أساسية لاستخدام التطبيقات الرقمية، وهي: قضاء وقت الفراغ، التعليم واكتساب خبرات جديدة، بناء علاقات اجتماعية، نشر اليوميات ومشاركتها مع الأصدقاء، متابعة يوميات المشاهير باستمرار، وتعزو الباحثتان أولوية دافع قضاء وقت الفراغ إلى ثراء التطبيقات الخدمية وثراء خدماتها التي تتسع لتشمل جميع مجالات الحياة هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى التأكيد على استغلال وقت الفراغ دون التقيد بحاجزي الزمان والمكان، ليس هذا فحسب، بل أصبح بإمكان المستخدم استثمار أوقات الفراغ في التعلم وتطوير مهاراته وقدراته الفنية والعلمية، أو في قراءة الأخبار ومتابعة الأحداث والقضايا اليومية، أو في التواصل مع الأصدقاء والدردشة، أضف إلى ذلك مشاهدة مقاطع الفيديو الترفيهية التي تستحوذ على حجم اهتمام مستخدمي التطبيقات الرقمية.

وتختلف هذه النتيجة مع ما نوهت إليه دراسة (نرمين نصر، 2022)[53] بأن دوافع استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى بناء علاقات اجتماعية وفي المرتبة الثانية التسلية وقضاء وقت الفراغ.

- ويؤكد معظم المبحوثين بالجدول رقم (7) استخدامهم الدائم لفيسبوك بنسبة (70,5%), ثم "أحيانًا" بنسبة (20,8%), وأخيرًا "نادرًا" بنسبة (8,8%).

ويستدل من هذه النتيجة حرص معظم المبحوثين على استخدام تطبيق فيسبوك، وتعزو الباحثتان ذلك إلى أهمية فيسبوك كأحد أبرز التطبيقات الرقمية التي تستحوذ على اهتمام الأفراد، وهذا ما سبق ذكره آنفًا، وتم تعليله بأن الحرص على متابعته بشكل دائم يرتكز على قدرته على تعزيز المهارات الاتصالية للمستخدمين، وتمكينهم من التواصل مع الأسرة والأصدقاء، ونشر الأخبار ومتابعتها، وكذلك الوقوف على أخبار الأصدقاء بشكل يومي والتفاعل معهم، بالإضافة إلى التسويق والإعلان.

- يؤكد معظم المبحوثين بالجدول رقم (8) أن فيسبوك يتيح خاصية الإبلاغ عن انتهاك الخصوصية، بنسبة (83,3%), في حين يرى بعض المبحوثين أن فيسبوك لا يتيح خاصية الإبلاغ عن انتهاك الخصوصية بنسبة (16,8%).

ويُستدل من هذه النتيجة وعي معظم المبحوثين بأن تطبيق فيسبوك يشتمل على خاصية الإبلاغ عن انتهاك الخصوصية، وتعزو الباحثتان ذلك إلى حرص فيسبوك على خصوصية المستخدمين وتميزه في تفعيل هذه الخاصية من خلال خدمة مركز المساعدة التي تشتمل على مؤشر الخصوصية والسلامة والأمان، وبدون أن ينطوي هذا المؤشر على متغيرات السياسات

والإبلاغ سواء عن الإساءة أو انتهاك الخصوصية، والإبلاغ عن الحسابات المخترقة والزائفة، وكذلك الصور والفيديوهات التي تنتهك خصوصية المستخدمين، أو الإبلاغ عن الصور والفيديوهات التي تنتهك خصوصية الأطفال، فضلًا عن الإبلاغ عن الصور والفيديوهات التي تنتهك خصوصية شخص مريض أو نزيل بالمستشفى أو غير مؤهل، ومن الملاحظ أن فيسبوك يوفر آليات عدة لضمان خصوصيات المستخدمين، حيث: التحكم فيمن يمكنه رؤية المحتوى الذي نشاركه، وإدارة المحتوى الذي نقوم بمشاركته، والتحكم في إعدادات البحث عن المستخدم، وكذلك الحفاظ على أمان الحساب وأمان التسوق.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة (كدواني، 2022)[54] في أن سياسة الخصوصية بين موقع فيسبوك وإنستجرام تتشابه إلى حد كبير والتزام إدارة موقعى فيسبوك وإنستجرام بإعلام المستخدمين بأنواع المعلومات التي يتم جمعها عنهم، وأوجه استخدام تلك المعلومات وكيفية مشاركتها مع الآخرين فضلًا عن حق المستخدمين في التحكم بالمعلومات التي تجمع عنهم.

نتائج الفروض:

جدول (27) معامل ارتباط بيرسون لقياس مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المبحوثين لفيسبوك وتعرضهم لانتهاك الخصوصية الرقمية عبر شبكة الإنترنت

مدى استخدام المبحوثين لفيسبوك / وتعرضهم لانتهاك الخصوصية الرقمية عبر شبكة الإنترنت	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
	0.681	**0.000**	دال

توضح بيانات الجدول السابق مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المبحوثين لفيسبوك وتعرضهم لانتهاك الخصوصية الرقمية عبر الإنترنت, حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (**0.681****) عند مستوى معنوية دال (**0.000**)، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المبحوثين لفيسبوك وتعرضهم لانتهاك الخصوصية الرقمية عبر شبكة الإنترنت، وهي علاقة طردية, أي أنه كلما ارتفع مدى استخدام المبحوثين لفيسبوك، زاد تعرضهم لانتهاك الخصوصية الرقمية عبر شبكة الإنترنت, وبذلك يتم قبول هذا الفرض، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Ven-Hwei 2017)[55] التي أوضحت أنه كلما زاد تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام زاد سلوك المخاطرة لديهم.

جدول (28) مدى وجود فروق ذات دلالة بين إدراك المبحوثين لمستوى تأثيرات انتهاكات الخصوصية الرقمية وإدراكهم لمستوى تأثرية الآخرين بها

إدراك المبحوثين لمستوى تأثيرات انتهاكات الخصوصية الرقمية وإدراكهم لمستوى تأثرية الآخرين بها	ضعيف		متوسط		عالي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ضعيف	1	4.3	4	3	14	5.8	19	4.8
متوسط	6	26.1	31	23	13	5.4	50	12.5
عالي	16	69.6	100	74.1	215	88.8	331	82.8
الإجمالي	23	100	135	100	242	100	400	100

Chi square	درجة الحرية	المعنوية	معامل التوافق
29.315	4	0.001 دال	0.261

توضح بيانات الجدول السابق مدى وجود فروق دالة إحصائيا بين إدراك المبحوثين لمستوى تأثيرات انتهاكات الخصوصية الرقمية وإدراكهم لمستوى تأثرية الآخرين بها, حيث تبلغ قيمة كا2 (29.315) عند درجة حرية (4) ومستوى معنوية (0.001) وهو مستوى معنوية دال, كما بلغت قيمة معامل التوافق (0.261), مما يوضح وجود فروق دالة إحصائيا بين إدراك المبحوثين لمستوى تأثيرات انتهاكات الخصوصية الرقمية وإدراكهم لمستوى تأثرية الآخرين بها, وبذلك يتم قبول هذا الفرض، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (ريهام علي، 2018)[56] والتي أشارت إلى وجود فروق بين مستوى إدراك الشباب الجامعي لتأثرهم بمخاطر وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى إدراكهم نحو تأثيرها على الآخرين.

جدول (29) معامل ارتباط بيرسون لقياس مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رأي المبحوثين في العوامل التي أدت إلى زيادة أساليب انتهاك الخصوصية عبر شبكة الإنترنت ورأيهم في الدوافع وراء انتهاك خصوصية الآخرين

رأي المبحوثين في العوامل التي أدت إلى زيادة أساليب انتهاك الخصوصية عبر شبكة الإنترنت / ورأيهم في الدوافع وراء انتهاك خصوصية الآخرين	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
	*0.254***	*0.000*	دال

توضح بيانات الجدول السابق مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رأي المبحوثين في العوامل التي أدت إلى زيادة أساليب انتهاك الخصوصية عبر شبكة الإنترنت ورأيهم في الدوافع وراء انتهاك خصوصية الآخرين, حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (**0.254****) عند مستوى معنوية دال (**0.000**)، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين بين رأي المبحوثين في العوامل

التي أدت إلى زيادة أساليب انتهاك الخصوصية عبر شبكة الإنترنت ورأيهم في الدوافع وراء انتهاك خصوصية الآخرين, وهي علاقة طردية, أي أنه كلما تعددت العوامل التي أدت إلى زيادة أساليب انتهاك الخصوصية عبر شبكة الإنترنت من وجهة نظر المبحوثين وتعددت الدوافع وراء انتهاك خصوصية الآخرين, وبذلك يتم قبول هذا الفرض.

جدول (30) مدى وجود فروق ذات دلالة بين تأييد المبحوثين لفرض رقابة على التطبيقات الرقمية لحماية الخصوصية ودعم الآخرين لتلك الرقابة

تأييد المبحوثين لفرض رقابة على التطبيقات الرقمية لحماية الخصوصية ودعم الآخرين لتلك الرقابة	ضعيف		متوسط		عالي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ضعيف	2	4.9	37	12	16	32	55	13.8
متوسط	14	34.1	111	35.9	15	30	140	35
عالي	25	61	161	52.1	19	38	205	51.8
الإجمالي	41	100	309	100	50	100	400	100

Chi square	درجة الحرية	المعنوية	معامل التوافق
18.121	4	0.001 دال	0.208

توضح بيانات الجدول السابق مدى وجود فروق دالة إحصائيا بين تأييد المبحوثين لفرض رقابة على التطبيقات الرقمية لحماية الخصوصية ودعم الآخرين لتلك الرقابة, حيث تبلغ قيمة كا2 (18.121) عند درجة حرية (4) ومستوى معنوية (0.001) وهو مستوى معنوية دال, كما بلغت قيمة معامل التوافق (0.208), مما يوضح وجود فروق دالة إحصائيا بين تأييد المبحوثين لفرض رقابة على التطبيقات الرقمية لحماية الخصوصية ودعم الآخرين لتلك الرقابة. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Dohle & Bernhard, 2014)[57] والتي أشارت إلى تأييد الفرض السلوكي بضرورة فرض رقابة على شبكة الإنترنت، لما لها من تأثيرات سلبية على الآخرين مقارنة بالذات.

جدول (31) مدى وجود فروق ذات دلالة بين مستوى استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية لحماية الخصوصية ومستوى استخدام الآخرين لتلك التطبيقات

مستوى استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية لحماية الخصوصية ومستوى استخدام الآخرين لتلك التطبيقات	ضعيف		متوسط		عالي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ضعيف	2	12.5	11	8.2	8	3.2	21	5.3
متوسط	8	50	49	36.6	59	23.6	116	29
عالي	6	37.5	74	55.2	183	73.2	263	65.8
الإجمالي	16	100	134	100	250	100	400	100

Chi square	درجة الحرية	المعنوية	معامل التوافق
19.471	4	0.001	0.217

توضح بيانات الجدول السابق مدى وجود فروق دالة إحصائيا بين مستوى استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية لحماية الخصوصية ومستوى استخدام الآخرين لتلك التطبيقات, حيث تبلغ قيمة كا2 (19.471) عند درجة حرية (4) ومستوى معنوية (0.001) وهو مستوى معنوية دال, كما بلغت قيمة معامل التوافق (0.217), مما يوضح وجود فروق دالة إحصائيا بين مستوى استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية لحماية الخصوصية ومستوى استخدام الآخرين لتلك التطبيقات. وبذلك يتم قبول هذا الفرض.

جدول (32) مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رأي المبحوثين في دور الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني في التوعية بآليات حماية الخصوصية الرقمية، ودور الهيئات الوطنية الإعلامية ونقابة الإعلاميين في التوعية بمخاطر انتهاك الخصوصية

رأي المبحوثين في دور الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني في التوعية بآليات حماية الخصوصية الرقمية / ودور الهيئات الوطنية الإعلامية ونقابة الإعلاميين في التوعية بمخاطر انتهاك الخصوصية	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
	*0.649***	*0.000*	**دال**

توضح بيانات الجدول السابق مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رأي المبحوثين في دور الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني في التوعية بآليات حماية الخصوصية الرقمية، ودور الهيئات الوطنية الإعلامية ونقابة الإعلاميين في التوعية بمخاطر انتهاك الخصوصية, حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (**0.649****) عند مستوى معنوية دال (**0.000**)، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رأي المبحوثين في دور الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني في التوعية بآليات حماية الخصوصية الرقمية، ودور الهيئات الوطنية الإعلامية ونقابة الإعلاميين في التوعية بمخاطر انتهاك الخصوصية, وهي علاقة طردية, أي أنه كلما كان رأي المبحوثين في دور الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني في التوعية بآليات حماية الخصوصية الرقمية قويًا، ارتفعت آراؤهم نحو دور الهيئات الوطنية الإعلامية ونقابة الإعلاميين في التوعية بمخاطر انتهاك الخصوصية, وبذلك يتم قبول هذا الفرض، واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (صبري، 2019)[58] حيث أشارت إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية ضعيفة بين مخاطر انتهاك الخصوصية التي يتعرض لها المراهقون من خلال الدخول على الإنترنت ودور التربية الإعلامية بالمدارس في توعيتهم من هذه المخاطر.

جدول (33) مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى تعرضهم لانتهاك خصوصيتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت في المتغيرات الديموغرافية باستخدام معامل t-test ومعامل one way anova

تعرض عينة الدراسة لانتهاك خصوصيتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت / المتغيرات الديموغرافية		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية: الاختبار	مؤشرات إحصائية: درجة الحرية	مؤشرات إحصائية: مستوى المعنوية
النوع	الذكور	103	2.43	.666	ت= 2.070	398	0.001دال
	الإناث	297	2.57	.554			
السن	من 18 إلى أقل من 20 عامًا	105	2.49	.622	ف= 0.411	2 397	0.663غير دال
	من 20 أقل من 35 عامًا	206	2.55	.554			
	من 25 – أقل من 35 عامًا	89	2.54	.623			
	الإجمالي	400	2.53	.587			
المؤهل التعليمي	مؤهل متوسط	16	2.38	.806	ف= 0.605	2 397	0.547غير دال
	مؤهل جامعي	332	2.54	.567			
	مؤهل فوق جامعي- ماجستير – دكتوراه	52	2.52	.641			
	الإجمالي	400	2.53	.587			
مكان الإقامة	حي راقي	135	2.63	.543	ف= 4.390	2 397	0.013 دال
	حي متوسط	246	2.50	.598			
	حي شعبي	19	2.26	.653			
	الإجمالي	400	2.53	.587			
مستوى دخل الأسرة	أقل من 2000 جنيه	25	2.40	.707	ف= 4.908	3 396	0.002دال
	من 2000 لأقل من 4000	74	2.73	.447			
	4000 إلى 7000	124	2.56	.529			
	7000 فأكثر	177	2.44	.638			
	الإجمالي	400	2.53	.587			

توضح بيانات الجدول السابق مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى تعرضهم لانتهاك خصوصيتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت في المتغيرات الديموغرافية، حول النوع، تبلغ قيمة ت (2.070) عند مستوى معنوية دال (0.001)، مما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى تعرضهم لانتهاك خصوصيتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت وفق النوع, وحول السن، تبلغ قيمة ف (0.411) عند مستوى معنوية غير دال (0.663)، وحول المؤهل التعليمي، تبلغ قيمة ف (0.605) عند مستوى معنوية غير دال (0.547), وفيما يتعلق بمكان الإقامة، تبلغ قيمة ف (4.390) عند مستوى معنوية دال (0.013)، مما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى تعرضهم لانتهاك خصوصيتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت وفق مكان الإقامة, وكانت الفروق لصالح

سكان الحي الراقي ثم المتوسط ثم الشعبي، وحول مستوى دخل الأسرة، تبلغ قيمة ف (4.908) عند مستوى معنوية دال (0.002)، مما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تعرض عينة الدراسة لانتهاك خصوصيتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت وفق مستوى الدخل, وكانت الفروق لصالح من يتراوح دخلهم بين 2000 و4000 ثم من يتراوح دخلهم بين 4000 و7000 وأخيرًا من يقل دخلهم عن 2000جنيه، وبذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى تعرضهم لانتهاك خصوصيتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت وفق النوع ومكان الإقامة ومستوى الدخل فقط، في حين لم يثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى تعرضهم لانتهاك خصوصيتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت وفق السن والمؤهل التعليمي, وبذلك يتم القبول الجزئي لهذا الفرض. وهو ما يؤكد ما ذهبت إليه دراسة (فؤاد، 2021)[59] بأنه ثبتت جزئيًا صحة الفرض القائل باختلاف درجات الاعتقاد بتأثرية الشخص الثالث باختلاف الخصائص الديموغرافية للمبحوثين.

توصيات الدراسة:

- التأكيد على أهمية وضع الهيئات الوطنية ونقابة الإعلاميين قوانين وتشريعات خاصة بجرائم الإنترنت وانتهاك الخصوصية.
- المساهمة البناءة لدور العبادة في نشر الوازع الديني والأخلاقي، والتحذير من مخاطر انتهاك خصوصية الآخرين.
- التوعية بمخاطر انتهاك الخصوصية عند استخدام التطبيقات الرقمية، وبكيفية الحد من تلك المخاطر.
- التأكيد على دور التربية الإعلامية في تحصين الأفراد والمجتمعات من انتهاك خصوصيتهم الرقمية.
- توعية الجمهور بكيفية التعامل مع التقنيات الحديثة لكي تكون إيجابية وتحافظ على خصوصيتهم.
- دعم إنشاء منصات رقمية جديدة غير هادفة للربح توفر حماية البيانات الشخصية.
- الاهتمام بالتربية الإعلامية النقدية ونشر الوعي فيما يتعلق بسياسات الخصوصية للتطبيقات الرقمية.

ملاحق الدراسة

جدول (3) التطبيقات التي تستخدمها عينة الدراسة

التطبيقات التي تستخدمها عينة الدراسة	ك	%
فيسبوك	302	75.5
واتساب	254	63.5
إنستجرام	147	36.8
يوتيوب	131	32.8
سناب شات	97	24.3
تويتر	29	7.3
ن	400	

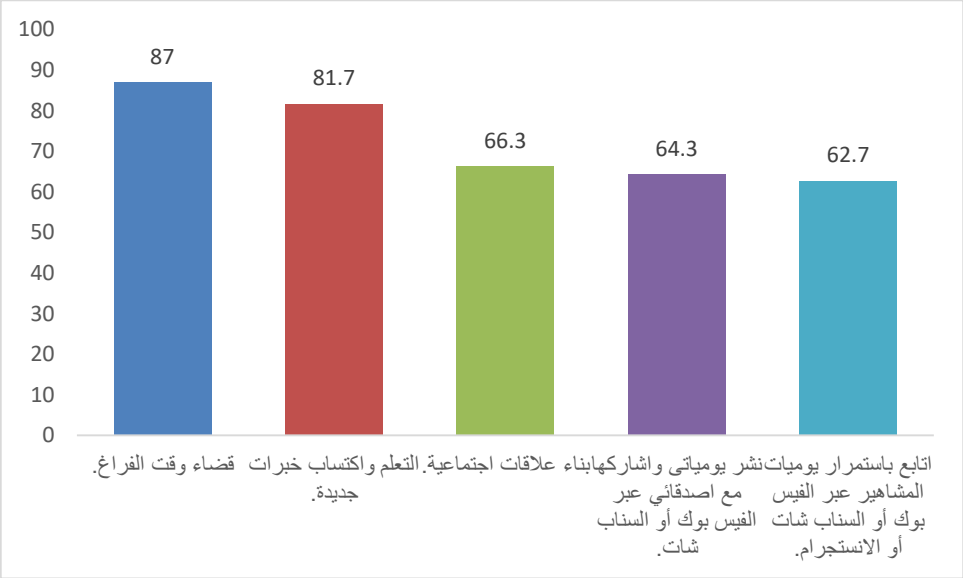
جدول (4) عدد الساعات التي تقضيها عينة الدراسة في متابعة التطبيقات الرقمية

عدد الساعات التي تقضيها عينة الدراسة في متابعة التطبيقات الرقمية	ك	%
أكثر من ثلاث ساعات	250	62.5
من ساعة إلى 3 ساعات	134	33.5
أقل من ساعة	16	4.0
الإجمالي	400	100.0
كا 2: 205.340 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال		

جدول (5) دوافع استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية

العبارات	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
قضاء وقت الفراغ.	263	65.8	116	29.0	21	5.3	2.61	.587	87.0	1
التعلم واكتساب خبرات جديدة.	220	55.0	142	35.5	38	9.5	2.45	.663	81.7	2
بناء علاقات اجتماعية.	101	25.3	192	48.0	107	26.8	1.99	.722	66.3	3
نشر يومياتى وأشاركها مع أصدقائي عبر فيسبوك أو سناب شات.	103	25.8	168	42.0	129	32.3	1.93	.760	64.3	4

أتابع باستمرار يوميات المشاهير عبر فيسبوك أو سناب شات أو إنستجرام.	96	24.0	161	40.3	143	35.8	1.88	.765	62.7	5



شكل (1) دوافع استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية

جدول (6) استجابات المبحوثين على المقياس

استجابات المبحوثين على المقياس	ك	%
ضعيفة	65	16.3
متوسطة	174	43.5
قوية	161	40.3
الإجمالي	400	100
كا 2: 53.165 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال		

جدول (7) مدى استخدام المبحوثين لفيسبوك

مدى استخدام عينة الدراسة لفيسبوك	ك	%
-دائما	282	70.5
-أحيانًا	83	20.8
-نادرا	35	8.8
الإجمالي	400	100.0
كا 2: 257.285 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال		

جدول (8) رأي عينة الدراسة في إتاحة فيسبوك خاصية الإبلاغ عن انتهاك الخصوصية

رأي عينة الدراسة في إتاحة فيسبوك خاصية الإبلاغ عن انتهاك الخصوصية	ك	%
نعم	333	83.3
لا	67	16.8
الإجمالي	400	100.0
كا 2: 176.890 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية: 0.000 دال		

جدول (9) تعرض عينة الدراسة لانتهاك خصوصيتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت

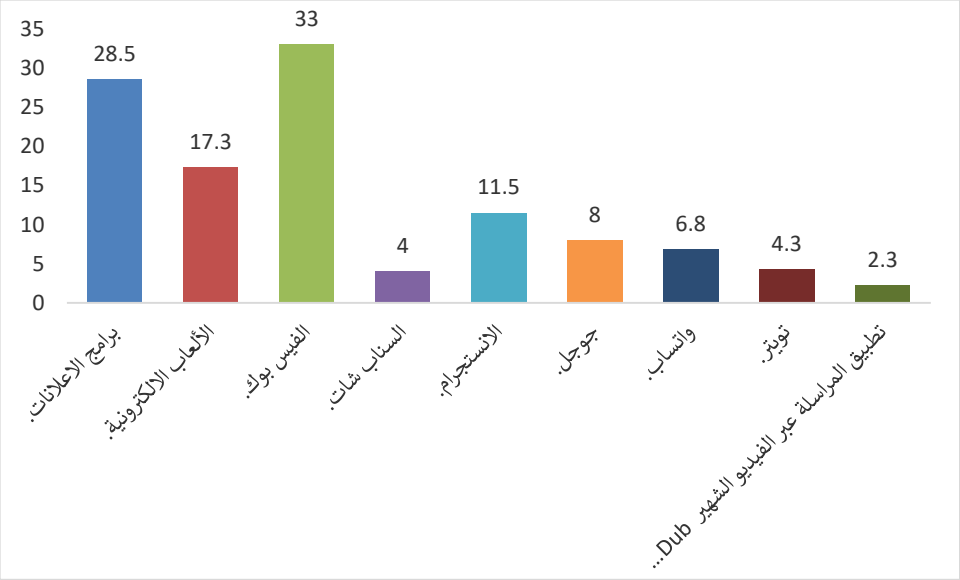
تعرض عينة الدراسة لانتهاك خصوصيتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت	ك	%
دائمًا.	231	57.8
أحيانًا	150	37.5
نادرا	19	4.8
الإجمالي	400	100.0
كا 2: 202.160 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال		

جدول (10) المخاطر التي تعرضت لها عينة الدراسة لانتهاك خصوصيتك عند استخدامك للتطبيقات الرقمية

المخاطر التي تعرضت لها عينة الدراسة لانتهاك خصوصيتك عند استخدامك للتطبيقات الر	ك	%
سرقة بياناتي الشخصية.	146	36.5
استخدام خاصية الـ Screen Shot لقصة لي أو إحدى صوري الشخصية ومشاركتها عبر صفحة أخرى أو النقاش حولها أو الاحتفاظ بها دون إذن مني.	131	32.8
مخاطر الاستغلال من أجل الإعلان.	96	24.0
إرسال مواد جنسية.	95	23.8
التنمر.	84	21.0
الابتزاز.	27	6.8
استغلال حسابي في أعمال مشينة.	23	5.8
ن	400	

جدول (11) التطبيقات والبرامج التي أدت إلى سرقة البيانات الشخصية لعينة الدراسة من خلال الدخول عليها

التطبيقات والبرامج التي أدت إلى سرقة البيانات الشخصية لعينة الدراسة من خلال الدخول عليها	ك	%
فيسبوك	132	33.0
برامج الإعلانات	114	28.5
الألعاب الإلكترونية	69	17.3
إنستجرام	46	11.5
جوجل	32	8.0
واتساب	27	6.8
تويتر	17	4.3
سناب شات	16	4.0
تطبيق المراسلة عبر الفيديو الشهيرDub smash	9	2.3
ن	400	



شكل (2) التطبيقات والبرامج التي أدت إلى سرقة البيانات الشخصية لعينة الدراسة من خلال الدخول عليها

جدول (12) محتوى الصور والفيديوهات التي تعرضت لها عينة الدراسة ووجدت فيها انتهاكًا لخصوصيتها على شبكة الإنترنت

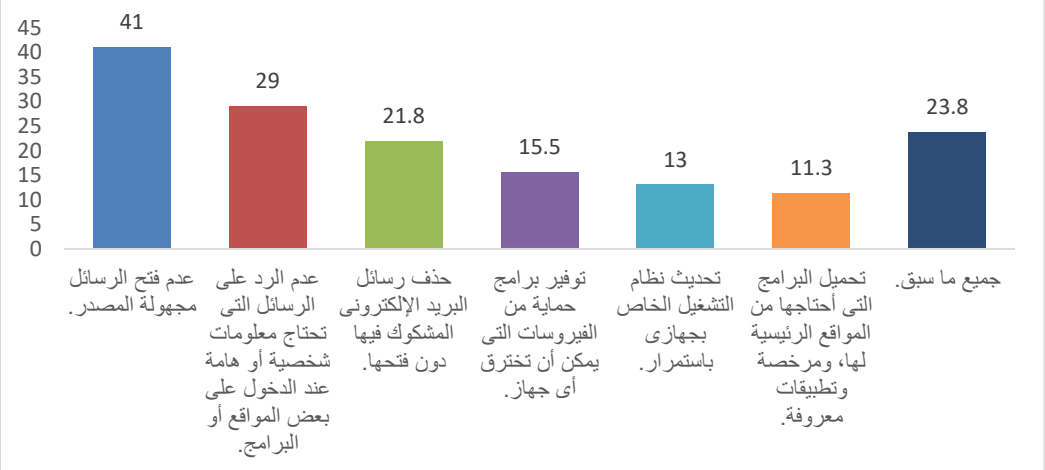
العبارات	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
محتوى يدعم الإرهاب والعنف	228	57.0	97	24.3	75	18.8	2.38	.783	79.3	1
محتوى غير أخلاقي (جنسي)	235	58.8	68	17.0	97	24.3	2.35	.844	78.3	2
محتوى يضم مشاهد قاسية	189	47.3	124	31.0	87	21.8	2.26	.792	75.3	3
أخبار زائفة	172	43.0	116	29.0	112	28.0	2.15	.830	71.7	4

جدول (13) استجابات المبحوثين على المقياس

0	ك	%
ضعيفة	92	23
متوسطة	95	23.8
قوية	213	53.3
الإجمالي	400	100
كا 2: 71.435 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال		

جدول (14) الإجراءات التي قامت بها عينة الدراسة للحد من مخاطر انتهاك خصوصيتك عند استخدامك للتطبيقات الرقمية

الإجراءات التي قامت بها عينة الدراسة للحد من مخاطر انتهاك خصوصيتك عند استخدامك للتطبيقات الرقمية	ك	%
عدم فتح الرسائل مجهولة المصدر.	164	41.0
عدم الرد على الرسائل التي تحتاج معلومات شخصية أو مهمة عند الدخول على بعض المواقع أو البرامج.	116	29.0
حذف رسائل البريد الإلكتروني المشكوك فيها دون فتحها.	87	21.8
توفير برامج حماية من الفيروسات التى يمكن أن تخترق أي جهاز.	62	15.5
تحديث نظام التشغيل الخاص بجهازي باستمرار.	52	13.0
تحميل البرامج التي احتاجها من المواقع الرئيسية لها، ومرخصة وتطبيقات معروفة.	45	11.3
جميع ما سبق.	95	23.8
ن	400	



شكل (3) الإجراءات التي قامت بها عينة الدراسة للحد من مخاطر انتهاك خصوصيتك عند استخدامك للتطبيقات الرقمية

جدول (15) درجة تعرض الآخرين لانتهاك خصوصياتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت

درجة تعرض الآخرون لانتهاك خصوصياتهم الرقمية عبر شبكة الإنترنت	ك	%
دائمًا.	128	32.0
أحيانًا.	252	63.0
لا.	20	5.0
الإجمالي	400	100.0
كا 2: 202.160 درجة الحرية: 2 مستوي المعنوية: 0.000 دال		

جدول (16) رأي المبحوثين في الدوافع وراء انتهاك خصوصية الآخرين

العبارات	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
قلة الوازع الديني والأخلاقي.	299	74.8	80	20.0	21	5.3	2.70	.564	90.0	1
الإساءة إلى الآخرين (تشويه السمعة)	261	65.3	119	29.8	20	5.0	2.60	.583	86.7	2
الابتزاز المادي.	264	66.0	102	25.5	34	8.5	2.57	.645	85.7	3
الفضول.	201	50.3	157	39.3	42	10.5	2.40	.671	80.0	4
الجهل بالعواقب القانونية.	204	51.0	138	34.5	58	14.5	2.36	.723	78.7	5
التسلية وملء الفراغ.	144	36.0	170	42.5	86	21.5	2.14	.745	71.3	6

جدول (17) استجابات المبحوثين على المقياس

استجابات المبحوثين على المقياس	ك	%
ضعيفة	12	3
متوسطة	163	40.8
قوية	225	56.3
الإجمالي	400	100
كا 2: 180.035 درجة الحرية: 2 مستوي المعنوية: 0.000 دال		

جدول (18) رأي المبحوثين في العوامل التي أدت إلى زيادة أساليب انتهاك الخصوصية عبر شبكة الإنترنت

العبارات	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
غياب الوازع الديني والأخلاقي لمن يقوم بانتهاك خصوصية الآخرين.	330	82.5	56	14.0	14	3.5	2.79	.486	93.0	1
عدم الوعى بطبيعة الاحتيال الإلكتروني	288	72.0	97	24.3	15	3.8	2.68	.541	89.3	2
غياب وسائل الحماية من قبل القائمين على شبكة الإنترنت.	271	67.8	116	29.0	13	3.3	2.64	.543	88.0	3
عدم اهتمام المستخدمين بالتثقيف حول أساليب حماية خصوصياتهم.	268	67.0	119	29.8	13	3.3	2.64	.545	88.0	3
عدم اهتمام المستخدمين باستخدام برامج حماية إضافية بهواتفهم وحاسباتهم الشخصية.	259	64.8	128	32.0	13	3.3	2.62	.550	87.3	4

ضعف نظام العقوبات المعمول به في مجال مكافحة الجرائم الإلكترونية وخصوصًا فيما يتعلق بانتهاك خصوصية الآخرين.	257	64.3	108	27.0	35	8.8	2.56	.650	85.3	5
الثقة الزائدة في الآخرين على شبكة الإنترنت.	232	58.0	133	33.3	35	8.8	2.49	.653	83.0	6

جدول (19) استجابات المبحوثين على المقياس

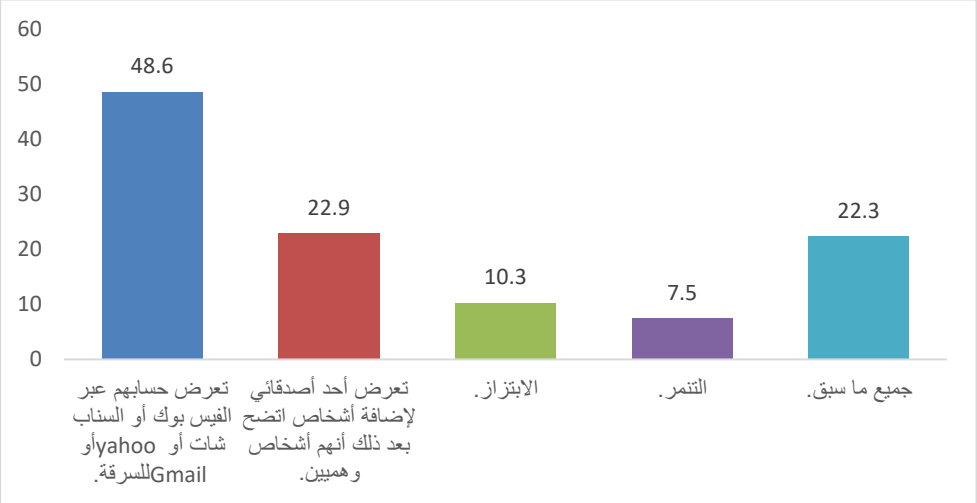
استجابات المبحوثين على المقياس	ك	%
ضعيفة	5	1.3
متوسطة	67	16.8
قوية	328	82
الإجمالي	400	100
كا 2: 440.735 درجة الحرية: 2 مستوي المعنوية: 0.000 دال		

جدول (20) مدى تعرض أصدقاء المبحوثين لانتهاك خصوصياتهم الرقمية على شبكة الإنترنت

تعرض الأصدقاء لانتهاك خصوصياتهم الرقمية على شبكة الإنترنت	ك	%
دائمًا.	67	16.8
أحيانًا.	225	56.3
لا.	108	27.0
الإجمالي	400	100.0
كا 2: 100.835 درجة الحرية: 2 مستوي المعنوية: 0.000 دال		

جدول (21) المخاطر التي يتعرض لها الأصدقاء لانتهاك خصوصيتهم عند استخدامهم للتطبيقات الرقمية

المخاطر التي يتعرض الأصدقاء لانتهاك خصوصيتهم عند استخدامهم للتطبيقات الرقمية	ك	%
تعرض حسابهم عبر فيسبوك أو السناب شات أو yahoo أو Gmail للسرقة.	142	48.6
تعرض أحد أصدقائي لإضافة أشخاص اتضح بعد ذلك أنهم أشخاص وهميين.	67	22.9
الابتزاز.	30	10.3
التنمر.	22	7.5
جميع ما سبق.	65	22.3



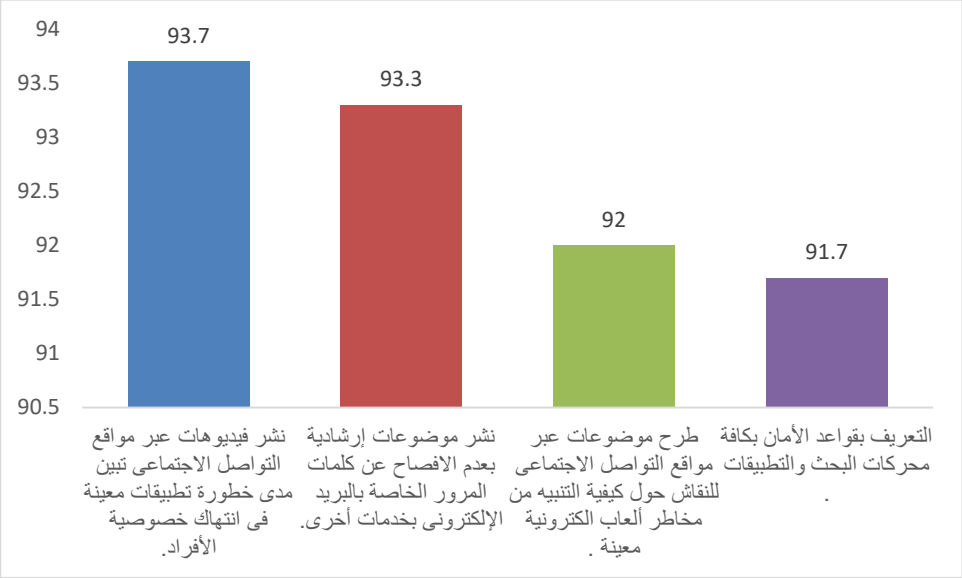
شكل (4) المخاطر التي يتعرض الأصدقاء لانتهاك خصوصيتهم عند استخدامهم للتطبيقات الرقمية

جدول (22) الإجراءات التي يمكن أن يقوم بها أصدقاء المبحوثين للحد من مخاطر انتهاك خصوصيتهم عند استخدامهم للتطبيقات الرقمية

الإجراءات التي يمكن أن يقوم بها الأصدقاء للحد من مخاطر انتهاك خصوصيتهم عند استخدامهم للتطبيقات الرقمية	ك	%
توفير برامج حماية من الفيروسات التي يمكن أن تخترق أي جهاز.	143	35.8
تحديث نظام التشغيل الخاص بجهازهم باستمرار.	95	23.8
عدم فتح الرسائل مجهولة المصدر.	202	50.5
حذف رسائل البريد الإلكتروني المشكوك فيها دون فتحها.	110	27.5
تحميل البرامج من المواقع الرئيسية لها، ومرخصة وتطبيقات معروفة.	116	28.8
عدم الرد على الرسائل التي تحتاج معلومات شخصية أو مهمة عند الدخول على بعض المواقع أو البرامج.	171	42.8
ن	400	

جدول (23) رأي المبحوثين في دور الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني في التوعية بآليات حماية الخصوصية الرقمية

العبارات	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
نشر فيديوهات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبين مدى خطورة تطبيقات معينة في انتهاك خصوصية الأفراد.	337	84.3	50	12.5	13	3.3	2.81	.468	93.7	1
نشر موضوعات إرشادية بعدم الإفصاح عن كلمات المرور الخاصة بالبريد الإلكتروني بخدمات أخرى.	323	80.8	72	18.0	5	1.3	2.80	.434	93.3	2
طرح موضوعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي للنقاش حول كيفية التنبيه من مخاطر ألعاب إلكترونية معينة.	321	80.3	63	15.8	16	4.0	2.76	.512	92.0	3
التعريف بقواعد الأمان بكافة محركات البحث والتطبيقات.	314	78.5	73	18.3	13	3.3	2.75	.502	91.7	4



شكل (5) رأي المبحوثين في دور الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني في التوعية بآليات حماية الخصوصية الرقمية

جدول (24) استجابات المبحوثين على المقياس

استجابات المبحوثين على المقياس	ك	%
ضعيفة	11	2.8
متوسطة	36	9
قوية	353	88.3
الإجمالي	400	100
كا 2: 545.195 درجة الحرية: 2 مستوي المعنوية: 0.000 دال		

جدول (25) رأي المبحوثين في دور الهيئات الوطنية الإعلامية ونقابة الإعلاميين من خلال لجان الرصد الإعلامي في توعية الشباب المصري بمخاطر انتهاك الخصوصية على شبكة الإنترنت

العبارات	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
وضع قوانين وتشريعات خاصة بجرائم الإنترنت وانتهاك الخصوصية.	359	89.8	30	7.5	11	2.8	2.87	.411	95.7	1

توعية الشباب بكيفية الوصول إلى المصادر الموثوقة للمعلومات والحصول عليها من مصادر متعددة.	336	84.0	55	13.8	9	2.3	2.82	.441	94.0	2
التدريب على قواعد التواصل الأمن مع الغرباء المحتملين وكيفية اختيار الأصدقاء على شبكة الإنترنت.	336	84.0	57	14.3	7	1.8	2.82	.426	94.0	2
التدريب على استخدام وسائل الاتصال الحديثة المختلفة في التعليم بطريقة آمنة وفعالة.	333	83.3	54	13.5	13	3.3	2.80	.475	93.3	3
التدريب على قواعد التواصل الآمنة.	310	77.5	82	20.5	8	2.0	2.76	.475	92.0	4

جدول (26) استجابات المبحوثين على المقياس

استجابات المبحوثين على المقياس	ك	%
ضعيفة	8	2
متوسطة	21	5.3
قوية	371	92.8
الإجمالي	400	100
كا 2: 636.095 درجة الحرية: 2 مستوي المعنوية: 0.000 دال		

المراجع:

1. شيرين الكدواني، (2022): ضوابط حماية الحق في الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي-دراسة تحليلية، **مجلة البحوث الإعلامية**، المجلد60، العدد2، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
2. سحر أحمد غريب، (2021): إدراك الجمهور لانتهاك الخصوصية الرقمية عبر الإعلام الجديد في ضوء تأثير الشخص الثالث، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، أكاديمية الشروق، ع 18، ديسمبر، ص ص 157-225.
3. أسماء يوسف جلال، مبارك الخازمي، آمال الغزاوي، (2020): اتجاهات النخب الإعلامية السعودية نحو تشريعات الإعلام الجديد في إطار نظرية المسئولية الاجتماعية - دراسة ميدانية، **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، العدد 24، جامعة الملك عبد العزيز.
4. Biswas, Debmalya,(2020): Privacy Preserving Chatbot Conversations, IEEE, **Third International Conference on Artificial Intelligence and Knowledge Engineering (AIKE**), Pp. 6 – 10.
5. Rewaria, Sakshi,(2021): Data Privacy in Social Media Platform: Issues and Challenges. **Social Science**, Pp. 5 -32.
6. أمجد عمر صفوري، (2019): الشباب الأردني وانتهاك خصوصية الآخرين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية، **كلية الآداب والعلوم**، جامعة قطر.
7. عبد الله الطيب، (2018): اتجاهات الشباب السوداني نحو انتهاك الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي، **المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي**، المجلد 5، العدد 3، جامعة عبد الحميد بن باديس.
8. Grishma R.Pardeshi,(2016): A critical Review of Detection of Privacy Violation in Online Social Network ,**International Research Journal of Engineering and Technology** (IRJET),vol 03, Issue 12.PP 1189-1195.
9. أشرف جابر، خالد الشافي (2013): حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة انتهاك الخصوصية في موقع فيسبوك: دراسة مقارنة في ضوء النظام السعودي، **مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية**، كلية الحقوق، جامعة حلوان.
10. صفيه بشاتن، الحماية القانونية للحياة الخاصة: دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه غير منشورة، **جامعة مولود معمري**، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2012.
11. السيد بخيت، " **الإنترنت**: كوسيلة اتصال جديدة "، ط 2،) العين: دار الكتاب الجامعي، 2010.

12.رباب عبد الرحمن هاشم (2020): إدراك الشباب الجامعى لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطنى، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مج 19، ع1، ص ص183-230.

13.محمد فؤاد محمد الدهراوي (2021)، إدراك المصريين لتأثرية الآخرين بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على جائحة كورونا- دراسة ميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد السادس والخمسون، الجزء الرابع، ص ص 1574-1630.

14.راللا أحمد عبد الوهاب (2020)، تعرض الشباب الجامعي للصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بظاهرة التنمر الإلكتروني، دراسة ميدانية- في إطار نموذج تأثرية الشخص الثالث، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، ع 28، مارس.

15.أسامة عبد الحميد محمد (2020)، "تعرض الجمهور العربي للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 54، ج1، يوليو، ص ص 195-236.

16.Anunne, U. & Lifeng, Y. " Evaluating Third -Person Effects Among Foreigners on China's Social Media: Wechat and Tantan as Case study, **Journalism and Mass Communication**, Mar.- Apr. 2019, Vol. 9, No. 2, 63-73.

17. ريهام علي حامد(2018)، استخدام الشباب الجامعى لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو المخاطر الأمنية الناتجة عنه في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 16، ص ص 348-430.

18.هبه محمد مفلح (2017)، إدراك المرأة الأردنية المتزوجة لمخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (دراسة مسحية)، رسالة **ماجستير غير منشورة**، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة اليرموك.

19.Mina. T.(2016), " Me versus them: Third – person Effects among Facebook users ". **New media & society**. 18(9). P.P. 1956-1972.

20.Valarie Schwweis, Jennifer Billinson& T.Makana chock Facebook, the Thirdperson Effect and the Differential Impact Hypothesis, **Journal of Computer – Mediate Communication**, 19, 2016, P.403-413.

21.همت السقا (2014)، إدراك الشباب الخليجي لمخاطر وسائل التواصل الاجتماعي (دراسة في تأثير الشخص الثالث)، **مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي.. التطبيقات والاشكالات المنهجية**، جامعة الأهلية، البحرين.

22..Angela Paradise & Meghan Sullivan,(2011),"In Visible threats? The Third Person effect in Perception of the Influence of Facebook, Per Cyber-Psychology", **Behavior and Social Networking,** 15(1), P.55-6.

23.أيمن منصور، شيماء ذو الفقار، **دراسات في نظريات الرأي العام**، (القاهرة: المدينة برس)، ص 19.

24.Shu-Yueh Lee,.(2007): She May Have That Done The Third -Person Effect in Plastic Surgery TV Programs ,"**Paper Presented at The Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication**, The Renaissance, Washington", DC,P. 2.

25.H. Allen white (1997)"Considering Interacting Factors in The Third-Person Effect: Argument Strength and Social Distance ,"**Journalism & Mass Communication**, Vol.74, No.3, p.562.

26.Phillips Davison (1983) "The Third-Person Effect in Communication ,"(**The Public Opinion Quarterly**, Vol.47, N.1) P.3.

27.Paul D. Driscoll & Michael B. Salween, (1997)" Self-Perceived Knowledge of The O. J Simpson Trial: Third-Person Perceptions of Guilt ,"**Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol.74, No.3, p.542.

28.Phillips Davison,(1983), Op. Cit., p.3.

29.محمد فؤاد، إدراك المصريين لتأثرية الآخرين بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على جائحة كورونا – دراسة ميدانية، مرجع سابق.

30.John Chapin,(2000),"Third -Person Perception and Optimistic Bias Among urban Minority at-Risk youth", **Communication Research**, Vol.27,No.1, pp.51-81.

31.مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، انتهاك الخصوصية الرقمية في الصحافة: **المهنية الصحفية والحياة الشخصية**، القاهرة، 2017، ص5 **www.hrdoegypt.org**

32.Rewaria, Sakshi,(2021): Data Privacy in Social Media Platform: Issues and Challenges. **Social Science**, Op.Cit, Pp. 5 -32.

33.ولاء محمد محروس عبده، (2021): الاتجاهات الحديثة في دراسات التربية الإعلامية، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، أكاديمية الشروق، ع17، ص: 293-406.

34.رائد النمر، (2019): حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على ضوء التشريعات في مملكة البحرين، مرجع سابق.

35.Rewaria, Sakshi,(2021): Data Privacy in Social Media Platform: Issues and Challenges. **Social Science**, Op.Cit, Pp. 5 -32.

36.Damiano Feline, (2014): Quality Media Literacy Education A Tool For Teachers And Teacher Educators Of Italian Elementary Schools, **Journal Of Media Literacy Education** Volume 6, Issue 1, P: 28-43.

37. رائد النمر، (2019): حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على ضوء التشريعات في مملكة البحرين، بحث منشور: **المؤتمر الدولي المحكم حول الخصوصية في مجتمع المعلوماتية**، البحرين: الجامعة الملكية للبنات.

38. Judah Ken Freed (2003), Deep Media Literacy, A Proposal To Produce Public Understanding Of Global Interactivity, **Media Vision Journal**, Available At: **Https: //Www.Media-Visions.Com/**

39.أشرف جابر، خالد الشافي، (2013): حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة انتهاك الخصوصية في موقع فيسبوك، مرجع سابق.

40.بعلي محمد السعيد ونور الهدى عبادة، (2018): التربية الإعلامية قراءة في المفهوم والأهداف والوسائل، **المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي**، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، مج 5، ع2، ص: 63-56.

41.سحر غريب، (2021): إدراك الجمهور لانتهاك الخصوصية الرقمية عبر الإعلام الجديد في ضوء تأثير الشخص الثالث، مرجع سابق.

42.هدير أحمد محمد طه، 2022: إدارة المرأة لخصوصيتها على مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، أكاديمية الشروق، العدد 20، ص42.

43.نبيل شايب، (2019): برامج التربية الإعلامية في سياق الميديا الجديدة: بحث في الرهانات والتحديات، **مجلة دراسات**، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، مج6، ع1، ص: 9-33.

44.علي نواوي أمان فلمبان، (1995): التربية الإعلامية والتنمية الشاملة للمجتمع، **مجلة كلية التربية بالمنصورة**، كلية التربية، جامعة المنصورة، ج27، ص: 444-491.

45.أمجد عمر صفوري، (2019): الشباب الأردني وانتهاك خصوصية الآخرين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية، مرجع سابق.

46.عبد الله الطيب، (2018): اتجاهات الشباب السوداني نحو انتهاك الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سابق.

47.أشجان حامد الشديفات، وخلود أحمد الخضاونة، (2012): واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها، **المجلة الدولية التربوية المتخصصة**، الأردن، مج 1، ع 6، ص: 277-275.

48.نياف رشيد الجابري، (2020): التربية الإعلامية الجديدة كفاياتها ومداخل تدريسها في المملكة العربية السعودية في ضوء الممارسات العالمية، **مجلة العلوم التربوية**، كلية الدراسات العليا للتربية، جامعة القاهرة، مج 28، ع 4، ص: 39-80.

49.أشجان حامد الشديفات وخلود أحمد الخضاونة، (2012): واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها، مرجع سابق.

50.أسماء يوسف جلال، مبارك الخازمي، آمال الغزاوي، (2020): اتجاهات النخب الإعلامية السعودية نحو تشريعات الإعلام الجديد في إطار نظرية المسئولية الاجتماعية-دراسة ميدانية، مرجع سابق.

51.نجلاء محمود المصيلحي، (2011): فيسبوك ورأس المال الاجتماعي في مصر: دراسة سوسيولوجية ميدانية، **حوليات آداب عين شمس**، كلية الآداب، جامعة عين شمس، مج39، ص: 272.

52.عبد الله الشيخ، (2021): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي بالمملكة العربية السعودية مدينة القدية السياحية نموذجا، **دكتوراه مهنية غير منشورة**، مور أكاديمي، الإسكندرية.

53.نرمين نصر، (2022): استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدراكهم لانتهاك خصوصيتهم، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، أكاديمية الشروق، العدد 20، ص45.

54.شيرين الكدواني، (2022): ضوابط حماية الحق في الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية، مرجع سابق.

55. Ven-Hwi,L.et.al.,(2017) 'Issue Importance,Third-Person Effects of Protest News,and Participation in Taiwan's Sunflower Movement' **Journalism&Mass communication Quarterly,**vol 49(3) pp 702-682.

56. ريهام علي حامد (2018)، استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو المخاطر الأمنية الناتجة عنه في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، مرجع سابق.

57.Dohle,M.&Bernhard,U.(2014)Presumed Onetime Media Influence and Support for Censorship: Results from Survey among German Parliamentarians,**Public opinion Research**,26 (2),Pp256-268.

58.محمد سامي صبري (2019)، اعتماد المراهقين على الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في توعيتهم بمخاطر انتهاك الخصوصية على شبكة الإنترنت، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج18، ع4.

59. محمد فؤاد محمد الدهراوي (2021)، إدراك المصريين لتأثرية الآخرين بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على جائحة كورونا- دراسة ميدانية، مرجع سابق.