وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحي – جيجل

قطب تاسوست

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: الاعلام والاتصال

# اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو موضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك

## دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الاعلام والاتصال

## جامعة محمد الصديق بن يحي – جيجل-

**مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال**

**تخصص: الصحافة المطبوعة والالكترونية**

**إعداد الطالبتين:**

- **حياة بوجرادة**
- **ندى منقار**

**إشراف الأستاذ:**

- **عبد الحكيم الحامدي**

**أعضاء لجنة المناقشة:**

| | | |
|---|---|---|
| **الدكتورة: حمال صبرينة** | **جامعة: محمد الصديق بن يحي – جيجل** | **رئيسا** |
| **الأستاذ: عبد الحكيم الحامدي** | **جامعة: محمد الصديق بن يحي – جيجل** | **مشرفا مقرا** |
| **الدكتورة: ميرزة هاجر** | **جامعة: محمد الصديق بن يحي – جيجل** | **مناقشا** |

**السنة الجامعية :2021/2020**

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحي – جيجل

قطب تاسوست

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: الاعلام والاتصال

# اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو موضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك

## دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الاعلام والاتصال

## جامعة محمد الصديق بن يحي – جيجل-

**مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال**

**تخصص: الصحافة المطبوعة والالكترونية**

**إعداد الطالبتين:**

- **حياة بوجرادة**
- **ندى منقار**

**إشراف الأستاذ:**

- **عبد الحكيم الحامدي**

**أعضاء لجنة المناقشة:**

| | | |
|---|---|---|
| | جامعة: محمد الصديق بن يحي – جيجل | رئيسا |
| الأستاذ: عبد الحكيم الحامدي | جامعة: محمد الصديق بن يحي – جيجل | مشرفا مقرا |
| | جامعة: محمد الصديق بن يحي – جيجل | مناقشا |

**السنة الجامعية :2021/2020**

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون

وستردون إلى عالم الغيب والشهادة فينبئكم بما كنتم تعملون﴾

سورة التوبة الآية : 104

# شكـــــر وعرفـــــان

بسم الله الرحمان الرحيم والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين.

قال تعالى :" ربي أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي و على والدي وأن أعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين "

سورة النمل الأية19

الحمد والشكر أولا وأخيرا لله عز وجل الذي أعاد لنا الأمل في ساعة اليأس وأمدنا بالصبر والعزيمة لإكمال هذا العمل.

نتقدم بالشكر الجزيل وعبارات الثناء والمدح إلى الأستاذ المحترم

" **عبد الحكيم الحامدي** " الذي تكرم بالإشراف على هذا العمل ولم يبخل علينا بتوجيهاته وارشاداته من أجل إخراجه في حلة جميلة .

كما نتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من أمدنا بيد العون والمساعدة من قريب أو بعيد.

إلى كل أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال.

ندى + حياة

# إهـــــــــداء

قال تعالى : " وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۚ إِمَّا يَبْلُغَنَّ عِندَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُل لَّهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُل لَّهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا"

الأية 23 الإسراء

إلى أبي وأمي اللذان كانا شمعة أمل أنارت دروبي

وخطايا ومهدت طريق نجاحي.

إلى من أحاطوني بمحبتهم واهتمامهم إلى من شجعوني

على العلم ولم يتوانوا في تقديم المساعدة لي" أخوتي

و أخواتي"

إلى صديقاتي وزميلاتي وأساتذتي طوال مساري الدراسي

إلى كل غالي على قلبي .

حياة

# إهـــــــــــداء

إلى ينبوع الحياة ومصدر العطاء، إلى من

كانا نورا لطريقي ودعواتهم هي سبب نجاحي أبي الحامي

أمي الحبيبة الغالية.

إلى الزهور والرياحين من حولي إلى الأخوة والصديقات.

أهدي هذا العمل المتواضع لهم ولكل من كان له أثر

إيجابي في روحي طوال حياتي.

ندى

# فهرس المحتويات

# فهرس المحتويات


| العنـــــــــــوان | الصفحة |
|---|---|
| شكر وعرفان | |
| إهداء | |
| فهرس المحتويات | I |
| فهرس الجداول | V |
| مقدمة | أ |
| الإطـــــــار المنهجي | 2 |
| تمهيـــد | 4 |
| 1- الإشكالية | 5 |
| 2- تساؤلات الدراسة | 07 |
| 3- فرضيات الدراسة. | 07 |
| 4- أسباب اختيار الموضوع. | 07 |
| 5- أهمية الدراسة. | 08 |
| 6- أهداف الراسة. | 08 |
| 7- حدود الدراسة. | 08 |
| 8- تحديد المفاهيم. | 09 |
| 9- الدراسات السابقة. | 10 |
| 10- الخلفية النظرية. | 13 |
| 11- المنهج والأدوات جمع البيانات. | 14 |
| 12- العينة وكيفية اختيارها. | 16 |
| خلاصة الفصل | 18 |
| الإطـــــــار النـــــــظري | 19 |
| الفـــــــــصل الأول: الفيس بوك | 20 |
| تمهيـد. | 21 |
| المبحث الأول: مفهوم ونشأة وتطور الفيس بوك. | 22 |

| | |
|---|---|
| المطلب الأول: مفهوم الفيس بوك. | 22 |
| المطلب الثاني: نشأة وتطور الفيس بوك. | 24 |
| **المبحث الثاني: خصائص واستخدامات الفيس بوك.** | 25 |
| المطلب الأول: خصائص الفيس بوك. | 25 |
| المطلب الثاني: استخدامات الفيس بوك. | 26 |
| **المبحث الثالث: تأثيرات الفيس بوك.** | 28 |
| المطلب الأول: تأثيرات إيجابية. | 28 |
| المطلب الثاني: تأثيرات سلبية | 29 |
| خلاصة الفصل. | 31 |
| **الفصل الثاني: خصوصية المستخدم بين الواقع والفضاء الرقمي.** | 32 |
| تمهيـد. | 33 |
| **المبحث الأول: الخصوصية.** | 34 |
| المطلب الأول: مفهوم الخصوصية. | 34 |
| المطلب الثاني: ظهور وتطور مصطلح الخصوصية. | 35 |
| المطلب الثالث: مظاهر الخصوصية. | 37 |
| المطلب الرابع: خصائص الخصوصية. | 39 |
| **المبحث الثاني: الخصوصية في موقع الفيس بوك.** | 40 |
| المطلب الأول: صور انتهاك الخصوصية في موقع الفيس بوك. | 40 |
| المطلب الثاني: سبل حماية الخصوصية في موقع الفيس بوك. | 41 |
| خلاصة الفصل. | 42 |
| **الإطار التطبيقي للدراسة** | 43 |
| تمهيد | 45 |
| عرض النتائج وتحليلها | 46 |
| نتائج الدراسة | 60 |
| مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات | 62 |
| خلاصة الفصل | 64 |

| | |
|---|---|
| خـــاتمة | 65 |
| قائمة المراجع والمصادر | 67 |
| قائمة الملاحق | 74 |
| الملخص | 82 |

# فـهرس الجـداول

# فهرس الجداول


| رقم الجدول | عنوان الجدول | الصفحة |
|---|---|---|
| 01 | توزيع أفراد عينة البحث حسب متغير الجنس | 46 |
| 02 | توزيع أفراد عينة البحث حسب السن. | 46 |
| 03 | توزيع أفراد عينة البحث حسب المستوى التعليمي. | 46 |
| 04 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول بداية استعمال موقع الفيس بوك. | 47 |
| 05 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الوقت الذي يمضيه الطلبة في تصفح الفيس بوك. | 47 |
| 06 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الفترات المفضلة لتصفح الفيس بوك. | 48 |
| 07 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول مع من يتم تصفح الفيس بوك. | 48 |
| 08 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول توفير الفيس بوك لحماية الخصوصية والبيانات الشخصية. | 49 |
| 09 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الإجابة بنعم لسؤال في الجدول رقم 08. | 49 |
| 10 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الخاصيات التي تعزز التحكم في حماية الخصوصية داخل موقع الفيس بوك. | 50 |
| 11 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول كيف ينظر الطلبة لموضوع الخصوصية عبر موقع الفيس بوك. | 51 |
| 12 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول سبب تفضيل الفيس بوك على المواقع الأخرى. | 51 |
| 13 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول طبيعة الصفحات التي يتم تصفحها عبر موقع الفيس بوك. | 52 |
| 14 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الخدمات المفضلة في موقع الفيس بوك. | 52 |
| 15 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول تسمية صفحة الفيس بوك التي يمتلكها. | 53 |

| | | |
|---|---|---|
| 16 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول المنشورات على الفيس بوك. | 53 |
| 17 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول نشر المعلومات والصور الخاصة على الفيس بوك. | 54 |
| 18 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الفئة التي يمكنها الاطلاع على المنشورات التي تنشرها على صفحتك في موقع الفيس بوك. | 54 |
| 19 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول مصدر المنشورات. | 54 |
| 20 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الإجابة رقم " 2" لسؤال هل تقوم بالإشارة إلى صاحب المنشور؟ | 55 |
| 21 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول إعادة نشر المنشورات الخاصة من قبل مستخدمين آخرين. | 55 |
| 22 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الصور المستعملة في الملف الشخصي على الفيس بوك. | 56 |
| 23 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول هل سبق أن قامت إدارة الفيس بوك بحذف أو تعليق حسابك. | 56 |
| 24 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول سبب حذف أو تعليق الحساب من طرف إدارة الفيس بوك. | 57 |
| 25 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول رفض إدارة الفيس بوك نشر أحد منشوراتك. | 57 |
| 26 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول إجابتهم بنعم في الجدول 25. | 58 |
| 27 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الإجراءات المتبعة عند رفض أحد المنشورات على الفيس بوك. | 58 |
| 28 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول اختراق معارفك لحساب فيس بوك. | 59 |
| 29 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول هل تعتبر سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري عائقا أمام ما تنشره من مواضيع. | 59 |
| 30 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الوقت مساهمة سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري في حماية الخصوصية. | 59 |
| 31 | توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول كيف ينظر الطلبة لسياسة الفيس بوك والقانون الجزائري في التعامل مع موضوع الخصوصية. | 60 |

مقـــدمـــــة

**مقدمة:**

عرف العالم في السنوات الأخيرة انتشارا كبيرا لشبكة الأنترنت، حيث أصبحت أمرا وحاجة ضرورية لا يمكن الاستغناء عنها، ومن أهم تطبيقات هذه الشبكة نجد مواقع التواصل الاجتماعي وبالدرجة الأولى فيس بوك حيث مكن من التواصل بكل سهولة وساهم في تقليص المسافات بين الأفراد وسهل عملية التواصل والمشاركة بين الشعوب.

كما أن الفيس بوك فرض نفسه بقوة داخل المجتمعات وذلك لسهولة استخدامه وخدماته العديدة: كخدمة الدردشة والأحداث الهامة، فقد أصبح الفضاء المناسب لأغلب الفئات العمرية لأجل التواصل وتبادل الأفكار حيث يوفر مساحة كبيرة لمستخدميه للتعبير عن وجهات نظرهم بكل حرية، وأتاح الاستفادة من كل خصائصه وخدماته.

ولعل أهم القضايا التي أثارها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي موضوع الخصوصية التي لم تكن تمثل الأولوية الأولى لدى مستخدمي هذه المواقع، وهذا ما أدى إلى ظهور العديد من المخاطر التي قد يذكر المستخدمين مدى تأثيرها ولا يدركون حجم الجمهور الذي يستطيع الوصول إلي معلوماتهم.

ولهذا جاءت دراستنا لتسليط الضوء على اتجاهات الطلبة نحو موضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك فقمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول حيث يتضمن الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة والذي أدرجنا فيه إشكالية الدراسة والأسئلة الفرعية والفرضيات، أسباب اختيارنا لهذا الموضوع، إضافة إلى الأهمية والأهداف، ثم قمنا بتحديد حدود الدراسة والمفاهيم ذات العلاقة بالموضوع، وعرض الدراسات السابقة، كما أدرجنا ضمن هذا الإطار الخلفية النظرية، ومنهج الدراسة والأدوات المستخدمة، وكآخر عنصر تطرقنا إلى العينة وكيفية اختيارها وأخيرا خلاصة الفصل.

أما الفصل الثاني خصصناه للإطار النظري وقسمناه إلى عنصرين العنصر الأول تطرقنا إلى ماهية الفيس بوك المفهوم والنشأة، إضافة إلى الخصائص والاستخدامات والتأثيرات، وأما العنصر الثاني خصوصية المستخدم بين الواقع والفضاء الرقمي الذي تطرقنا من خلاله إلى المفهوم وتطور المصطلح، إضافة إلى مظاهر وخصائص الخصوصية وصور انتهاك الخصوصية وسبل الحماية.

أما فيما يخص الفصل الثالث فقد تناولنا الإطار التطبيقي، حيث قمنا بعرض وتقديم النتائج ومناقشتها في ضوء الفرضيات وبعدها وصلنا إلى خاتمة.

الإطار المنهجي

# الإطـــــــــــار المنهجـــــــــــي

❖ تمهيد:

1- الإشكالية.

2- تساؤلات الدراسة.

3- فرضيات الدراسة.

4- أسباب اختيار الموضوع.

5- أهمية الدراسة.

6- أهداف الراسة.

7- حدود الدراسة.

8- تحديد المفاهيم.

9- الدراسات السابقة.

10- الخلفية النظرية.

11- المنهج وأدوات جمع البيانات.

12- العينة وكيفية اختيارها.

❖ خلاصة الفصل

**تمهيد:**

إن البحث العلمي هو عرض مفصل أو دراسة متعمقة تشمل كشفا لحقيقة جديدة أو حل لمشكل تعهد الباحث بتقصيها والكشف عنها، ولهذا الغرض يعتمد على أسس منهجية يترتب عليها تحديد إشكالية الدراسة والأسباب التي دفعته نحو اختيار الموضوع وكذلك فرضيات وأهداف الدراسة مع تحديد المفاهيم المستعملة، وصولا إلى الدراسات السابقة.

## 1- الإشكالية:

عرفت المجتمعات البشرية أواخر القرن العشرين تطورا هائلا في الميدان تكنولوجيا الإعلام والاتصال، مما نجم عنه طفرة نوعية مهدت لظهور ما يعرف " بالإعلام الجديد " الذي يربط أقطار العالم ضمن مجموعة ديناميكية مترابطة الأطراف قائمة على أسس تكنولوجية اختزلت الأبعاد الجغرافية للعالم.

هذا التحول الجذري أدى إلى اهتزاز العديد من المفاهيم والخصوصية لم تكن بمنأى عن ذلك، حيث أن خصوصية الفرد تشمل حياته الشخصية، واليومية والاجتماعية والعلمية واهتماماته، وتختلف آراء العلماء حول مفهوم الخصوصية في فالعالم *ريتشارد بوسنر يقول « أن الخصوصية هي حق الناس في تغطية معلومات عنهم» بالتالي تعني الحق في اختيار السرية أي يجعلون بعض المعلومات سرية وخاصة بهم ومعلومات أخرى متاحة للعامة، أما بالسبة لـ جيفري ريمان عرف الخصوصية من ناحية الاعتراف بملكية الشخص لواقعه المادي والمعنوي وحقه الأخلاقي في تقرير مصيره، يعني الخصوصية ضرورية وأساسية للتنمية والمحافظة على التشخص وحدد " آلان بوستن" أربع حالات للخصوصية : العزلة، الحميمية، التحفظ والغفلية: تعرف العزلة: على أنها الانفصال المادي والمحسوس عن الآخرين، الحميمية: هي علاقة وثيقة بين شخصين أو أكثر تتسم بالراحة والصراحة، الغفلية: تعني رغبة الأشخاص في الحصول على أوقات للخصوصية العامة، أما التحفظ: هو خلق أي حاجز نفسي ضد تطل غير مرغوب به.

ربما تفهم الخصوصية أنها متطلب من أجل تطوير حس الفرد بهويته الذاتية وتعزيز نموه الشخصي، أما في الذين الإسلامي فحث على خصوصية الفرد وأوصى المسلم بحفظ أخيه المسلم إن تمكن منها.

قال عز وجل « يا أيها الذين آمنوا لا تدخلوا بيوتا غير بيوتكم حتى تستأنسوا وتسلموا على أهلها ذلكم خير لكم لعلكم تذكرون».[1]

والمحافظة على الخصوصية تعتبر من صفات المؤمنين الذين صدقوا الله ورسوله الكريم يقول صلى الله عليه وسلم « من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليقل، خيرا أو ليصمت »[2] وقوله أيضا « من حسن إسلام المرء تركه ما لا يعنيه».[3]

---

(1)- سورة النور الأية 27.

* ريتشارد بوسنر: هوعالم اقتصاد أمريكي ولد في مدينة نيويورك. كان قاضي دائرة بالولايات المتحدة لمحكمة الاستئناف للدائرة القضائية السابعة بالولايات المتحدة في شيكاغو بين عامي 1981 و2017، وكبير محاضرين في جامعة شيكاغو في كلية القانون.

(2)-محمد بن إسماعيل البخاري : الجامع الصحيح المسند من حديث رسول الله وسننه وأيامه، ط1، المكتبة السلفية، القاهرة، 1400هـ، ص6138.

(3)-عبد القادر بن بدران: شرح كتاب الشهاب في الحكم والمواعظ والآداب، ط1، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الكويت، 1428 هـ، ص 292.

تعتبر وسائل الإعلام من المتغيرات التي ساهمت بشكل كبير في انتهاك الخصوصية ونادرا ما يمر يوم دون أن ترد أخبار عن خصوصية بعض الأفراد، فمند ظهور أول وسيلة إعلامية والمتمثلة في الصحف الورقية لم يكن هناك اهتمام كبير بموضوع الخصوصية حيث كان محتواها عبارة عن بعض الأخبار والمقالات والمعلومات التي يتم نشرها عن شخصيات بارزة في المجتمع آنذاك ومع ظهور وسائل الإعلام الأخرى : إذاعة، تلفزيون والميزات الجديدة التي جلبتها بخصوص طرق إيصال المضامين الإعلامية التي كانت تنشر في شكل ورقي مطبوع وتطورت لتتناول الحياة الخاصة للأفراد خاصة الجانب الحميمي منها وعرضها على شاشات التلفزة بهدف كسب الجمهور والشعبية حتى لو أدى ذلك إلى انتهاك خصوصيتهم وذلك بتجاوز القوانين والأعراف والتقاليد، أما تناول خصوصيات المشاهير والشخصيات العامة أو السياسية قد لا يكون فقط بهدف كسب الشعبية أو السبق الصحفي بل يتعدى هذه الأغراض.

ومع هذه التطورات وازدياد الاهتمام بموضوع الخصوصية وبروز الأنترنت في الصورة وما تملكه من مزايا وفوائد أفادت في مختلف مجالات الحياة لا سيما المجال الإعلامي وحققت ما لم تتمكن أي تقنية سبقتها من تحقيقها ، وتعد اليوم الركيزة الأساسية للاتصال والتواصل في العالم وأهم وسائل الاتصال الجماهيري والشخصي في آن واحد فما تميز به من تفاعلية وإلغاء القيود الزمان والمكان فتحت إعلاما جديدا أتاح للجميع التعبير عن خصوصيتهم، وأصبحت تطبيقات الأنترنت ومنها مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص " الفيس بوك" أشهرها وأكثرها انتشارا بعد أن بات حائط صفحة "الفيس بوك" الصفحة التي تنشر السبق الصحفي للأحداث المهمة والمشاهير وأصبح منظومة إعلامية متكاملة لكل فرد الحق في نشر ما يريد ليس بالنص المكتوب فقط بل بالصوت والصورة وبث الصورة الحية، فراح يدون كل ما يريد بدء من تفاصيل حياته الشخصية والاجتماعية والعملية.

فالخصوصية في موقع " الفيس بوك " تتمثل في البيانات الشخصية للفرد والمستخدم والتي يتم نشرها وتداولها خلال الوسائط الرقمية وتتمثل هذه البيانات في البريد الإلكتروني ، الحسابات البنكية، الصور الشخصية معلومات عن العمل والمسكن والحالة العائلية فهذه البيانات تخزن وتعالج إلكترونيا ليس من إدارة الشبكة والشركات المختصة وحسب بل كل من لديه القدرة والإمكانية على ذلك سواء كان الهاكرز أو مزودي الخدمة أو الحكومة أو شركات أخرى فضلا عما أتاحته هذه الوسائل من مزايا مكنت مستخدميها من انتهاك خصوصية بعضهم البعض ونشر ما يريدون تحت أسماء مستعارة دون وضع اعتبارات لا سيما في ظل عدم وجود قوانين وأخلاقيات تحكم هذه الوسائل ومستخدميها فضلا عن عالميته.

أثبتت بعض الدراسات حول العالم حول موضع المطروح أن فئة الطلبة الجامعيين هم الأكثر استخداما للفيس بوك "، والفئة الفاعلة والمتفاعلة في المجتمع والمشاركة في مختلف الأحداث، وأمام تزايد تأثيره عليهم نحاول

أن نفهم نظرتهم لموضوع الخصوصية ولذلك من خلال طرح التساؤل التالي: ما هي اتجاهات طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست نحو موضوع الخصوصية في موقع " الفيس بوك"؟

**2- تساؤلات الدراسة :**

1) كيف ينظر طلبة قسم الإعلام والاتصال لموضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك؟

2) كيف تساهم طبيعة استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال للفيس بوك في انتهاك خصوصيتهم وخصوصية غيرهم أو الحفاظ عليها؟

3) ما مدى حرص طلبة قسم الإعلام والاتصال على مراعاة سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري في التعامل مع موضوع الخصوصية أثناء استخدامهم للموقع؟

**3- فرضيات الدراسة:**

1) تختلف وجهات نظر طلبة قسم الإعلام والاتصال لموضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك.

2) تساهم طبيعة استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال للفيس بوك في انتهاك خصوصيتهم وخصوصية غيرهم وذلك بوعي منهم .

3) يحرص طلبة قسم الإعلام والاتصال على مراعاة سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري فيما يخص موضوع خصوصيتهم وخصوصية غيرهم أثناء استخدامهم للموقع.

**4- أسباب اختيار الموضوع:**

ليس من السهل اختيار أي موضوع علمي قابل للدراسة فهو يخضع لضوابط معينة حيث يكون هناك عدة أسباب ذاتية وأخرى موضوعية تتمثل فيما يلي:

**أ) أسباب ذاتية:**

1) الرغبة الشخصية في دراسة الموضوع.

2) حب المعرفة والفضول العلمي والاطلاع على المواضيع الجديدة والمتغيرة.

3) تقارب الموضوع مع اهتماماتنا وميولاتنا واستعداداتنا المعرفية.

**ب) أسباب موضوعية:**

1) الوقوف على أهمية الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك".

2) الرغبة في إثراء المكتبة الجامعية بدراسة علمية جديدة.

3) موضوع الدراسة مرتبط ارتباطا وثيقا بمجال الإعلام والاتصال حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبح لها تأثير كبير على الطلبة.

4) الحاجة والضرورة التي أفرزتها قلة الدراسات العلمية المتعلقة بالموضوع.

**5- أهمية الدراسة:**

تبرز أهمية الدراسة من خلال كونها من بين الدراسات الحديثة من جهة ومن جهة أخرى سعيها إلى الكشف عن اتجاهات الطلبة نحو موضوع الخصوصية في الفيس بوك، في ظل ما ترصده الدراسات ومراكز الأبحاث بخصوص التنامي المتزايد في معدلات استخدامه بغية الوصول إلى مدى وعي هذه الفئة من المجتمع بخطر انتهاك خصوصيتهم داخل هذا الموقع.

**6- أهداف الدراسة:**

يمكننا تلخيص أهداف الدراسة بشكل منهجي على النحو الآتي:

1. التعرف على موقع الفيس بوك باكتشاف ماهيته ودوره وأهميته.
2. معرفة نظرة الطلبة الجامعيين لموضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك.
3. معرفة كيفية انتهاك الخصوصية عن طريق طبيعة استخدامات الطلبة الجامعيين لموقع الفيس بوك.
4. معرفة الضوابط اللازمة التي يتبعها القانون الجزائري حول موضوع الخصوصية في الفيس بوك.
5. التعرف على سياسة الفيس بوك فيما يخص موضوع خصوصية مستخدميه.
6. معرفة مدى تقيد الطلبة الجامعيين بسياسة الفيس بوك وضوابط القانون الجزائري حول موضوع الخصوصية.

**7- حدود الدراسة:**

يحدد نطاق ومضمون الدراسة بالحدود الآتية:

أ) **الحدود الموضوعية:**

تقتصر هذه الدراسة على بيان الانتهاكات الخاصة بخصوصية الطلبة الجامعيين في موقع الفيس بوك ومدى احترامهم وتطبيقهم لسياسة الخصوصية داخل هذا الموقع والقانون الجزائري.

**ب) الحدود المكانية:**

تنحصر الحدود المكانية لدراستنا في جامعة تاسوست – جيجل – حيث تقرر حسب مجتمع الدراسة والعينة المختارة من أن تطبق هذه الدراسة على طلبة الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

**ج) الحدود الزمانية:**

أجريت الدراسة الحالية خلال السنة الجامعية 2021/2020م، بدأنا الإطار المنهجي بداية شهر جافني بعد أن قمنا بجمع المراجع حول الموضوع دراستنا والدراسات التي تساعدنا في ذلك، إلى غاية الأول من شهر مارس 2021م، حيث قمنا بتحديد مشكلة الدراسة ومنهجها وكدى مفاهيم الدراسة وأدوات جمع البيانات

وعرض الدراسات السابقة وصولا إلى المقاربة النظرية، ومن 4مارس إلى 10 ماي قمنا بإنجاز الإطار النظري للدراسة، ومن 21 ماي إلى نهاية جوان شرعنا في انجاز الإطار الميداني للدراسة بدءا بإعداد وتصميم الاستمارة الخاصة بالدراسة وعرضها للتحكيم، بعدها قمنا بتوزيعها على المبحثين، ثم قمنا بتفريغ البيانات وتحليلها وصولا إلى النتائج العامة وتحليل النتائج في ضوء الفرضيات.

## 8- تحديد المفاهيم:

### 1) الطالب الجامعي:

- يعرف بأنه من أنهى المرحلة الثانوية بنجاح ثم التحق بالجامعة وبدأ احتكاكه بالمناخ الجامعي حيث الحرية مقابل المسؤولية، والاحترام نحو نمط ونوع من الحياة والتعليم إضافة إلى إمكانية بناء الذات.[1]
- كما يعرف بأنه ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية ومرحلة التكوين المهني إلى الجامعة تبعا لتخصصه بواسطة شهادة تؤهله لذلك.[2]
- هو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة إذ يرتكز المئات والآلاف من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية.[3]

**- التعريف الإجرائي:**

على ضوء ما سبق يمكن القول أن الطالب الجامعي هو ذلك الفرد المؤهل بشهادة للالتحاق بمؤسسة التعليم العالي من أجل استكمال تعليمه والرفع من مستواه العلمي وهو يعتبر أحد أهم العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التعليمية طيلة التكوين في جو يتصف بالحرية والمسؤولية.

### 2) الخصوصية :

- تعرف على أنها تحكم الأفراد في مدى وتوقيت وظروف مشاركة حياتهم مع الآخرين، وتدخل الخصوصية كحق يمارسه الفرد للحد من اطلاع الآخرين على مظاهر حياته التي يمكن أن تكون أفكارا أو بيانات شخصية.
- هي عدم المساس بالحقوق الخاصة للإنسان بصفة عامة وحقوقه الإعلامية والمقروءة أو المسموعة أو المرئية على شبكات الإعلام الاجتماعي من خلال التدخل المباشر أو استخدام أسلوب التخفي من تلك المواقع.[4]

(1)- مختار عبد الجواد السيد: قضايا المجتمع العربي في عصر المعلومات" المؤتمر السنوي العاشر" دار الفكر العربي، القاهر، 2002م، ص162.

(2)- فضيل دليو وآخرون: الجامعة تنظيمها وهيكلها، دار البحث، الجزائر،1995م، ص13.

(3)- محمد على: الشاب العربي والتغيير الاجتماعي، ب ط، دار النهضة العربي، بيروت، 1985م، ص16.

(4)- انتهاك الخصوصية الرقمية في الصحافة، المهنة الصحفية والحياة الصحفية، مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، القاهرة 2017م، ص05.

- **التعريف الإجرائي:**

هي قدرة الفرد أو الأشخاص على عزل أنفسهم أو معلومات عنهم وبذلك يعبرون عن أنفسهم بطريقة انتقائية ومختارة.

**3) الفيس بوك:**

○ عبارة عن موقع على الأنترنت، هذا الأخير دوره الرئيس في شبكة التواصل هو أقرب إلى وسيلة اتصال من كونه وسيلة إعلام.[1]

○ موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا تديره شركة " فيس بوك " محدودة المسؤولية كملكية خاصة.[2]

- **التعريف الإجرائي:**

هو موقع إلكتروني تم إطلاقه في سنة 2004 وهو يستخدم للتواصل الاجتماعي وهو الشبكة الاجتماعية الأكثر شعبة وشهرة على الأنترنت.

**9- الدراسة السابقة:**

➢ **الدراسة الأولى:**

✓ عنوان الدراسة: الفيس بوك وحماية الخصوصية الفردية" دراسة لشركة كتشوم بلوم2011.

✓ خلصت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- أهمية الشبكة الاجتماعية " الفيس بوك" والتي وصل عدد مستخدميها نحو 800 مليون مستخدم، و20مليون من مستخدمي الفيس بوك حول العالم يأتون من ألمانيا وحدها، وبينت الدراسة أن 9 من 10 من مستخدمي هذه الشبكة الاجتماعية لديهم قلق حول سوء استخدام المعلومات الشخصية الخاصة بهم على شبكة الأنترنت وقال 80% أنهم لا يسمحون للجميع بالوصول إلى صورهم الخاصة بهم.

- 12% لديهم تحفظات ولكن 8% فقط عملوا ما يلزم لتأمين صورهم وتبادلها مع الأصدقاء والمعارف.

- 50% ينشر صوره بلا قيود على الأنترنت.

✓ تهدف هذه الدراسة إلى حماية العملاء وتطوير استراتيجيات وسائل الاعلام الاجتماعية.

✓ عينة الدراسة: أجريت هذه الدراسة على 100 شخص تبدأ أعمارهم من سن 14 سنة فما فوق.

(1)- عبد السلام الأشهب: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك أنموذجا" .

(2)- فؤاد شعبان، عبيدة صبطي: تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديث،ط1، دار الخلدونية للنشر، الجزائر، 2012م، ص179.

وقد أفادتنا هذه الدراسة في نوع العينة المستخدمة.

➢ **الدراسة الثانية:**

✓ عنوان الدراسة:" اتجاهات الشباب السوداني نحو انتهاك الخصوصية على موقع التواصل الاجتماعي.

✓ تهدف هذه الدراسة إلى تحديد نوع وسائل التواصل الاجتماعي التي يستغلها الشباب السوداني للحصول على معلومات الأفراد وانتهاكها.

✓ الكشف عن دوافع من يحاول استغلال هذه المواقع للكشف عن خصوصية الغير.

✓ معرفة الطرق التي تساعد الشباب في الحصول على معلومات حساب الأفراد المراد استغلاله عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ الوصول إلى المعلومات التي تحقق المستغلين لوسائل التواصل الاجتماعي لانتهاك خصوصية الأفراد.

✓ و قد تبلورت أهداف هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي:

- ما اتجاهات الشباب السوداني نحو استغلال وسائل التواصل الاجتماعي لانتهاك خصوصية الأفراد؟

ويتفرع السؤال الرئيسي إلى عدة أسئلة فرعية:

- ما حجم الساعات التي يقضيها الشباب السوداني في التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما الدوافع وراء استخدام الشباب السوداني لوسائل التواصل الاجتماعي انتهاك خصوصية الفرد؟
- ما الطرق التي تساعد الشباب السوداني في جمع المعلومات الكافية للحصول على حسابات الأفراد؟
- ما العوامل والدوافع التي تدفع الشباب لاستغلال وسائل التواص الاجتماعي لانتهاك خصوصية الأفراد؟
- ما أشكال انتهاك الخصوصية؟
- من هم أكثر الفئات انتهاكا لخصوصيتهم وما أثر انتهاك الخصوصية على المجتمع من وجهة نظر عينة البحث؟

✓ منهج هذه الدراسة هو المنهج المسحي تم تطبيقه على عينة مكونة من 150 مفردة تم اختيارها عشوائيا واعتمد الباحث من أجل جمع المعلومات على أداء الاستبيان.

✓ خلصت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- ارتفاع نسبة الجامعيين وما فوق الجامعيين من المتابعين لمواقع التواصل الاجتماعي 44% و32% على التوالي.
- ارتفاع درجة المتابعين لمواقع التواصل الاجتماعي حيث شكلوا أغلب أفراد العينة بنسبة89.3%.
- انتظام أغلب أفراد العينة في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 57%.
- الواتساب والفيس بوك في طليعة مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعها أفراد العينة بنسبة 25% لكل موقع وهذا يتناسب مع أغلب الدراسات التي أجريت في المجال.

- 33% من أفراد العين تقوم بنشر موضوعات خاصة بهم و30% تشارك في نقاش الموضوعات المنشورة من الآخرين وهذا يعني تفاعل أفراد العينة على مواقع التواصل.
- أغلب أفراد العينة يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي من 3 إلى 5 ساعات يوميا.
- 47.3% من أفراد العينة يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي تماشيا وتقليدا لغيرهم من أفراد العينة.
- أغلب أفراد العينة لم يمارسوا عملية انتهاك خصوصية الآخرين وهي أسباب دينية أخلاقية بنسبة 65%، الخوف من العقاب 27%.
- نسبة كبيرة من أفراد العينة قد تعرضت لشكل من أشكال انتهاك الخصوصية وذلك بنسبة 70%.
- المراهقين هم أكثر فئة ممارسة لانتهاك الخصوصية بنسبة 44%.
- أخطر آثار انتهاك الخصوصية هو التهديد والابتزاز بنسبة 60%.
- الدخول إلى المواقع المشبوهة هو الذي يؤذي إلى انتهاك الخصوصية بنسبة 62.5%.
- أغلب أفراد العينة يوافقون على ضرورة سن قوانين صارمة تعاقب المنتهكين بنسبة 44%.
- أهم أسباب انتهاك الخصوصية هو التشهير وإساءة السمعة بسبة 44%، يليها الفضول بنسبة 25.7%.

و قد أفادتنا هذه الدراسة في تناولها لموضوع مواقع التواصل الاجتماعي وانتهاك الخصوصية، وكذا كيفية تطبيق نظرية الاستخدامات والإشاعات على موقع الدراس، أيضا يمكن القول أنه استفدنا من هذه الدراسة في نوع العينة المستخدمة وكدى طريقة ترتيب محاول الاستمارة.

- **الدراسة الثالثة:**

✓ دراسة بعنوان: " استغلال الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي"

✓ تهدف هذه الدراسة لتوضيح كيفية استغلال الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي والأضرار التي تنجم عن ذلك.

✓ المخاطر التي يواجهها المستخدمون بسبب استغلال بياناتهم الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ اعتمدت هذه الدراسة على استبيان وجه إلى مجموعة من المدونين.

✓ خلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- أهمية المحافظة على الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد أفادتنا هذه الدراسة في نوع الأداة المستخدمة لجمع المعلومات وكيفية ترتيب المحاور.

## 10- الخلفية النظرية:

### أ) مدخل الاستخدامات والإشاعات:

نظرية الاستخدامات والإشاعات تبلورت في بداية السبعينيات من القرن العشرين كرد فعل لمفهوم وسائل الإعلام للسيطرة على وسائل الاتصال الجماهيري، وتعنى هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة تطبيقية منظمة حيث تظهر إجابيه الجمهور تعتبره جمهورا نشطا ليس مستقبلا سلبيا لوسائل الاتصال الجماهير، حيث ينتقي الأفراد الوسائل التي يتعرضون لها وكذلك المضمون الذي يشبع رغباتهم وحاجاتهم النفسية والاجتماعية، عبر قنوات المعلومات الترفيه المتوفرة.

وجاءت هذه النظرية كبديل لأبحاث التي تتعامل مع تأثير المباشر لوسائل الاتصال على جمهور المتلقين، وقد عرفت بأنها دراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة.[1]

### ب) افتراضات النظرية:

1. جمهور المتلقين هو جمهور نشيط، واستخدامه لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف معينة.
2. يمتلك أعضاء الجمهور القدرة على تحديد احتياجاتهم وتحديد الوسائل المناسبة لتلبية هذه الاحتياجات ويتحكم في ذلك عدة عوامل: الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات.
3. تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل: الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات ، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة.
4. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وليس من خلال مستوى الرسائل.[2]

### ج) انتقادات:

1. يرى عدد من الباحثين أنها لا تزيد عن كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاءات. وفي هذا للأمور خاصة أن هناك خلاف حول تحديد المصطلحات والمفاهيم.
2. الإشكالية الثانية التي يركز عليها " دينس ماكويل" أن نتائج هذه البحوث ربما تتخذ دريعة لإنتاج المحتوى الهابط، خصوصا عندما يرى البعض أنه يلبي احتياجات أعضاء المتلقين في مجالات التسلية والترفيه.

(1)- عبد النبي عبد الله الطيب: فلسفة ونظريات الإعلام، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، د، ب، 2016م، ص145.

(2)- كمال الحاج: نظريات الاعلام والاتصال، جامعة الاترامية السورية، سوريا، 2020م،ص94.

3. الإشكالية الثالثة في تطبيق هذه النظرية التي يراها بلومر هي عدم التحديد لمفهوم النشاط الذي تصف به جمهور المتلقين في علاقته بالاستخدام والاشباع، فهناك العديد من المعاني التي تشرح هذا المفهوم منها المنفعة فوسائل الاعلام لها استخدامات محددة للجمهور، والأفراد يضعون هذه الوسائل في اطار هذه الاستخدامات وهذا يعني أن وسائل الإعلام هي التي تحدد وظائفها ثم يحدد الفرد استخدامه لهذه الوظائف.
4. ومن جانب آخر فإن تطبيق هذه النظرية يطرح تساؤلات حول قياس الاستخدام فهل يكفي الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض لوسائل الاعلام أو محتواها في قياس التعرض أو الاستخدام.[1]
5. هذه النظرية لم تعطي صورة مفصلة وأكثر تصاعديا لإشاعات وسائل الاعلام.
6. لم تكشف الروابط بين الإشعاعات التي يتم إقرارها وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي يتم اشباعها.[2]

❖ تطبيق النظرية على موضوع الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشاعات باعتبارها ملائمة لموضوع دراستنا، حيث يمكننا من خلال فرضياتها معرفة اتجاهات الطالب الجامعي حول موضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك.

يمكن من خلال هذه النظرية معرفة وجهات نظر الطلبة الجامعيين لموضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك ومعرفة طبيعة استخدامهم للفيس بوك.

من خلال هذه الدراسة نسعى لمعرفة سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري فيما يخص موضوع الخصوصية.

## 11- المنهج وأدوات جمع البيانات.

### أ) المنهج:

لم يعد الأساسي في التقدم اليوم هو الحصول على كم معرفي أكثر وإنما الأساس هو الوسيلة التي تمكننا من الحصول على هذا الكم واستثماره في أقصى وقت ممكن وبأبسط الجهود، والوسيلة في ذلك هي المنهج بكل معطياته لذلك يعتبر إجراء استخدام في بلوغ غاية محددة، فالمنهج هو أسلوب يستخدم في عملية تحصيل المعرفة الخاصة لموضوع معين.[3]

والمنهج العلمي هو فن هادف وعملية لوصف التفاعل المستمر بين النظريات والحقائق من أجل الوصول إلى حقائق ذات معنى. هو التقصي المنظم باتباع أساليب علمية محددة للحقائق العلمية قصد التأكد من

(1)- محمد عبد الحميد: نظرية الاعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتاب، القاهرة، 2004م، ص291، 292.
(2)- بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011م ،ص86.
(3)- محمد محمد القاسم: المدخل إلى مناهج البحث العلمي، درا المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2003م، ص52.

صحتك[1]، ويختلف المنهج من دراسة إلى أخرى على حسب طبيعة وشكل الموضوع البحث وتبعا لاختلاف الباحثين وقدراتهم وإمكانياتهم واستنادا إلى كتب المنهجية، فإن المنهج الوصفي هو الأكثر كفاءة في الكشف عن حقيقة الظاهرة وابراز خصائصها فحين يريد الباحث أن يدرس ظاهرة ما فإنه أول خطوة يقوم بها هي وصف الظاهرة التي يريد دراستها وجمع المعلومات والمعطيات عنها.

فالمنهج الوصفي يقوم بوصف الظاهرة كما هي في الواقع ووصفها وصفا دقيقا والتعبير عنها كيفا وكما.[2]

يمكن تعريف المنهج الوصفي هو أحد أشكال التحليل والتقسيم العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كميا عن طريق جمع بيانات ومعلومات مقننة عن الظاهرة أو المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.[3]

وهو مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف ظاهرة اعتمادا على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلا كافيا دقيقا، لاستخلاص دلالاتها والوصول إلى نتائج الظاهرة أو الموضوع محل البحث.[4]

وتتماشى مع أهداف وطبيعة موضوع الدراسة فقد اعتمدنا على تطبيق المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها كيفا وكميا، فالتفسير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أم التفسير الكمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى.[5]

**ب) أدوات جمع البيانات:**

يركز الباحث على تقنيات لجمع المعطيات والبيانات الخاصة بالظاهرة المراد دراستها واختيار التقنية أو الوسيلة المعتمد عليها، يتوقف أساس على طبيعة موضوع الدراسة، والهدف المراد الوصول إليه وبما أننا بصدد معرفة اتجاهات الطلب الجامعيين نحو موضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك، وتماشيا مع طبيعة الموضوع فقد اعتمدنا على استمارة ( استبيان ) لجمع المعلومات الكافية التي تخدم دراستنا حيث يعتبر هذا الأخير أنسب الوسائل المستعملة وأكثرها شيوعا للحصول على البيانات التي تكون كمنطلق أساسي للباحث من أجل الإجابة وتحليل الأسئلة التي طرحها في بداية الدراسة.

(1)- أحمد عظمي: منهجية كتاب المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، د،ب، 2009م، ص20.

(2)- عمار بوحوش، محمد محمود: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995م، ص129.

(3)- محمد عبد الجبار حندقجي، نواف عبد الجبار حندقجي: مناهج البحث العلمي منظور تربوي معاصر، عالم الكتب الحديثة، الأردن، 2012م ص194.

(4)- هاني الحفظي: المنهج الوصفي التحليلي، إدارة الخدمات، السعودية: د،س، ص2.

(5)- بشير صالح الراشدي: مناهج البحث التربوي رؤية تطبيقية مبسطة، درا الكتاب الحديث، الكويت، 2000م، ص59.

**الاستبيان:**

هو مجموعة من الأسئلة المرتبطة ببعضها البعض، تهدف إلى تحقيق غاية واحدة وهي المبرزة في إشكالية البحث، والتي يسعى لها الباحث حيث يقدم الاستبيان مجموعة من الأفراد الذين تم اختيارهم من خلال العينة للإجابة على الأسئلة المدونة كما أن عدد الأسئلة غير محدود وهذا يقود إلى طبيعة الموضوع والعناصر المطروحة في الإشكالية، ولكن يجب أن تكون الأسئلة واضحة وهادفة وتسعى لمعالجة كل الجوانب المطروحة من قبل الباحث وبالتالي فإن إعداد الاستبيان يخضع عادة إلى مجموعة من الخطوات.[1]

وانطلاقا من مشكلة بحثنا فقد تم تصميم الاستبيان انطلاقا من وضوع بحثنا، حيث تم تقسيم الاستمارة إلى أربعة محاور:

**المحور الأول:** تناولنا فيه بعض المتغيرات الأولية التي تم إدراجها لمساعدتنا في تحليل البيانات وهي: السن، الجنس المستوي التعليمي.

**المحور الثاني:** تناولنا فيه مؤشرات الفرضية الأولى( مستوى الفهم لموضوع الخصوصية لدى الطلبة الجامعيين) وعدد بنوده ثمانية.

**المحور الثالث:** تناولنا فيه مؤشرات الفرضية الثانية ( انتهاك خصوصية الطلبة في موقع الفيس بوك بوعي أو غير وعي) وعدد بنوده أحد عشر.

**المحور الرابع:** تناولنا فيه مؤشرات الفرضية الثالثة ( سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري حول موضوع الخصوصية) وعدد بنوده تسعة.

## 12- العينة وكيفية اختيارها:

إن العينة نموذج يشمل جانبا أو جزءا من محددات المجتمع الأصلي المعني بالبحث، تكون ممثلة له وتحمل صفاته المشتركة وهذا النموذج يغني الباحث عن دراسة كل الوحدات ومفردات المجتمع الأصلي خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات.[2]

هي مجوعة من العناصر الممثلة للمجتمع الأصلي للبحث وهذا باتباع إجراءات منهجية في اختيار هذه العينة.[3]

(1)- يخوش الصديق: منهجية البحث العلمي، درا قرطبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010م، ص63-64.

(2)- مبروك إبراهيم: البحث العلمي ودوره في التقنية في العالم الرقمي، ط1، دار الوفاء لدينا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2015م، ص91.

(3)- وائل عبد الرحمان التل، عيسى محمد قحل: البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ط2، دار الحامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007م ص10.

ولقد قمنا باختيار عينة البحث التي تأخذ بعض خصائص ومميزات المجتمع البحث ،وانطلاقا من هذه المعطيات الميدانية ونظرا لكبر حجم مجتمع الدراسة المتمثل في طلبة الإعلام والاتصال جامعة جيجل، قطب تاسوست، اعتمدنا عينة عشوائية، حيث أخذنا نسبة 10% من المجتمع الكلي المقدر بـ986 طالبا في قسم الاعلام والاتصال وتحصلنا على 98 استمارة قمنا بتوزيعها بطريقة عشوائية.

$$x = \frac{\text{العينة} + \text{المجتمع الكلي}}{100} \qquad 98 = \frac{986 \times 10}{100}$$

- **العينة العشوائية البسيطة:**

هي طريقة منظمة لأنها تعطي فرصا متساوية لكل فرد من أفراد المجتمع لاختبارها، وبهذه الحالة توصف العينة على انها غير مجبرة وبأنها مفيدة ومأثرة، لا سيما عندما يكون هناك تجانسا وصفات مشتركة بين جميع أفراد المجتمع الأصلي المعني بالبحث أو عندما يكون المجتمع الإحصائي كبيرا.[1]

تختار العينة العشوائية البسيطة في حالة توافر شرطين أساسين هما أن يكون أفراد المجتمع الأصلي معروفين أو يكون هناك تجانسا بين هؤلاء الأفراد.[2]

العينة البسيطة هي عينة اختيرت بطريقة يكون لكل عنصر من المجتمع نفس فرصة الاختيار، وأن اختيار أي عنصر لا يرتبط باختيار أي عنصر آخر.[3]

(1)- حسن محمد جواد الجبوري: منهجية البحث العلمي، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، ص130.

(2)- دوقان عبيدات: البحث العلمي، مفهومه وأدواته وأساليبه، ط14، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، ص100.

(3)- ربحي مصطفى عليان: طريق جمع المعلومات والبيانات لأغراض البحث العلمي، ط1، دار صفاء، الأردن، ص235.

## خلاصة الفصل:

يعتبر الإطار المنهجي من أهم الخطوات التي يقوم بها الباحث من أجل بناء دراسته، حيث يساهم بشكل كبير في توجيه الباحث للوجهة الصحيحة للدراسة من خلال مشكلة بحثه وتساؤلاتها وفرضياتها. إضافة إلى أهمية الدراسة وأهدافها أو الأهداف التي دفعتنا إلى البحث في هذا الموضوع وصولا إلى منهج الدراسة ونوعها، وعينتها وأدوات جمع البيانات والاعتماد على المقاربة النظرية للدراسة، كل هذه العناصر تعمل على تحديد وتوضيح موضوع الدراسة بدقة.

الإطـــــار النـظري

# الفصل الأول: الفيس بوك.

- ❖ تمهيد.
- ❖ المبحث الأول: مفهوم ونشأة وتطور الفيس بوك.
  - ➢ المطلب الأول: مفهوم الفيس بوك.
  - ➢ المطلب الثاني: نشأة وتطور الفيس بوك.
- ❖ المبحث الثاني: خصائص واستخدامات الفيس بوك.
  - ➢ المطلب الأول: خصائص الفيس بوك.
  - ➢ المطلب الثاني: استخدامات الفيس بوك.
- ❖ المبحث الثالث: تأثيرات الفيس بوك.
  - ➢ المطلب الأول: التأثيرات الإيجابية للفيس بوك.
  - ➢ المطلب الثاني: التأثرات السلبية للفيس بوك.
- ❖ خلاصة الفصل.

**تمهيد:**

أحدث الفيس بوك نقلة نوعية في مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تطور كثيرا ليصبح الموقع الاجتماعي رقم واحد، وليتخطى عدد مشتركيه المليارات، والهدف من تأسيس هذا الموقع الالكتروني أن يقوم بعمل كتب الوجوه بطريقة أسهل وأوسع وأكثر فاعلية، وخلال فترة قصيرة تحول موقع الفيس بوك إلى ظاهرة إلكترونية تستحق الدراسة والبحث، وسنتطرق في هذا الفصل إلى أهم العناصر المتعلقة بالفيس بوك بداية نعرف هذا الموقع وبيان نشأته، خصائصه واستخداماته وأخيرا سنلقي الضوء على ايجابيات وسلبيات هذا الموقع .

## ❖ المبحث الأول: مفهوم ونشأة وتطور الفيس بوك.

### ➢ المطلب الأول: مفهوم الفيس بوك.

**أ) اصطلاحا:**

1- هو شبكة تواصل اجتماعية مجانية منتشرة على الأنترنت، تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء صفحات شخصية، تحمل الصور والفيديوهات، ارسال الرسائل إلى العائلة والزملاء بهدف التواصل.(1)

2- موقع للتواصل الاجتماعي الذي يعتمد بشكل كبير على المحتوى المزود من قبل المستخدمين مثل: الآراء والمدونات الشخصية والصور الفتوغرافية الرقمية وغيرها، الغرض الأساسي من الموقع هو التواصل بين المستخدمين المسجلين به، وقد يصل عدد المسجلين إلى 175 مليون شخص.(2)

3- هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي رغم أن عمره قصير إلا أن مواقفها أصبحت الأشهر والأكثر استخداما وتأثيرا على مستوى العالم، وهو الشركة محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها.(3)

4- موقع للتواصل الاجتماعي بين المستخدمين لإقامة العلاقات الاجتماعية ولإنتاج مضامين قد تكون نصوص مكتوبة أو تسجيلات مصورة أو مسموعة.(4)

5- هو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليقات وكل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجز الزمان والمكان، ويعد الفيس بوك اليوم منبرا افتراضيا للتعبير، واتخذه الشباب اليوم بديلا للأحزاب السياسية العاجزة والفاشلة.(5)

6- هو منصة على الأنترنت أو الهاتف المحمول يتيح تفاعل ثنائي الاتجاه عبر محتويات ينتجها المستخدمون لأنفسهم فضلا عن التواصل بين المستخدمين.(6)

7- هو أحد المواقع التي شكلت ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت لتكوين أصدقاء جدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب ويمكن للمشتركين في الموقع الاشتراك في شبكة واحدة أو أكثر على الموقع.(1)

---

(1)- حسان أحمد قميحة: الفيس بوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة، مصر، 2017م، ص24.

(2)- رضوان بلجنري: مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014م،ص49.

(3)- الصديق الصادق العامري: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، مركز السلطان قابوس العالمي للثقافة والعلوم، سلطنة عمان 2015م، ص174.

(4)- إبراهيم بعزيز: تكنولوجيا الاتصال الحديث وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط1، دار الكتاب، القاهرة،2011م، ص157.

(5)- رشا أديب محمد عوض: آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من جهة ربات البيوت،2013م، ص.

(6)- سيناكايسر: وسائل التواصل الاجتماعي، المؤسسة الدولية الديمقراطية والانتخابات، شركة بانفلوس ( الترجمة العربية)، ذ، م، 2015م،11.

8- هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصا الشباب في جميع أنحاء العالم فالمستخدمون يقومون باستمرار بتداول الملفات والصور ومقاطع الفيديو ويعلقون على ما ينشرون في صفحاتهم من آراء وأفكار وموضوعات متنوعة وكذلك المشاركة الفعالة تكون غالبا في المحادثات والدردشات.[2]

9- هو موقع يمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم البعض ومشاركة الاهتمامات والفعليات وكذلك البحث عن أصدقاء الدراسة أو البحث عن عمل جديد أو حتى التعرف على كل ما هو جديد في حياة من تعرف.[3]

10- هو الموقع الأول في مواقع التواصل الاجتماعي بمليار مشترك، ز هو الوسيلة الأنجح في مختلف المجالات.[4]

11- الفيس بوك حركة اجتماعية ويعد من الأوائل شبكات التواصل الاجتماعي ويزيد عمره عن عشرات السنوات، وله شهرة واستخدام وتأثير على مستوى العالم.[5]

12- يعد من أشهر شبكات التوصل الاجتماعي، وقد أثير الجدل حول موقع الفيس بوك على مدار الأعوام القليلة الماضية وانطلق كنتاج غير متوقع من موقع فيس ماس لطلاب جامعة هارفرد.[6]

13- من أهم شبكات التواصل الاجتماعي وهو موقع للشبكات الاجتماعية على الأنترنت لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب.[7]

---

(1)- رأفت مهند عبد الرزاق حمودي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، قسم الصحافة، كلية الآداب والعلوم، العراق 2013م،ص49.

(2)- عبد الرحمان إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016م، ص63.

(3)- راندة عاشور عبد العزيز: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الصورة الإعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2015م،ص24.

(4)- مصعب حسام الدين لطفي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التغيير السياسي ، أطروحة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2012م، ص93.

(5)- د،م: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجا، ط1، مركز المحتسب للاستثمارات، المملكة العربية السعودية، 1437هـ ص26.

(6)- عبد الحليم موسى يعقوب: الإعلام الجديد والجريمة الالكترونية، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2014، ص 12، 13.

(7)- رضا أمين: الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2015م، ص 13-14.

## ➢ المطلب الثاني: نشأة وتطور الفيس بوك.

عندما جلس مارك بوكر بيرج (23) عاما أمام شاشة الكومبيوتر في حجرته بمساكن الطلبة في جامعة هارفارد الأمريكية العريقة، وبدأ يصمم موقعا جديدا على شبكة الأنترنت، كان لديه هدف، وهو تصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة ويمكنهم تبادل أخبارهم وصورهم وأراءهم. أطلق جوكر بيرج موقع فيس بوك في 04 فيفري لسنة 2004 وحقق نجاحا سريعا في وقت قصير، وسرعان ما لقي رواجا بين طلبة جامعة هارفارد واكتسب شعبية واسعة يتهم الأمر الذى شجع على توسيع قاعدة يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى وطلبة الثانوية الذين يسعون للتعرف على الحياة الجامعية.[1]

استمر موقع الفيس بوك قاصرا على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين ثم قرر جوكر بيج أن يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع إلى 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2007م إلى أكثر من 40 مليون مستخدم حاليا ويأمل أن يبلغ العدد 50 مليون مستخدم بنهاية 2007م وفي نفس الوقت قرر أن يفتح أبواب الموقع أمام المبرمجين ليقدموا خدمات جديدة لزواره، وأن يدخل في تعاقدات مع معلمين يسعون للاستفادة من قاعدته الجماهيرية الواسعة، كان من الطبيعي أن بلغت النجاح السريع الذي حققه الموقع أنظار العاملين في صناعة المعلومات، فمن ناحية بات واضحا أن سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت ينمو بشكل هائل ويسد احتياجا هاما لدى مستخدم الأنترنت خاصة من صغار السن، ومن ناحية أخرى نجح موقع الفيس بوك في هذا المجال بشكل كبير.[2]

يعتبر الفيس بوك الأن من أكبر وأشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء صداقات على الإطلاق، في سنة 2008م أصدر الفيس بوك أو منصة دردشة وقد كان التطور الأبرز للفيس بوك في سنة 2009م، حيث شهد تغيرا في التصميم وإضافة خصائص جديدة من بينها زر الإعجاب، أما في عام 2010م فأتى الفيس بوك بالإشعارات إلى الشريط الأعلى في الموقع عبر التصميم الجديد وفي سبتمبر 2011م قام الفيس بوك بإصدار تحديث جديد ليدخل ضمن خصائصه التايم لاين، وفي 2012م قام الفيس بوك بتوسيع إمبراطوريته، وظل في التطور إلى يومنا هذا.[3]

(1)- عبد الرزاق محمد الدليمي: الاعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر، الأردن، 2011، ص184، 185.
(2)- فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، ط1، القاهرة، 2011م، ص205، 206.
(3)- إيهاب خليفة: حروب مواقع التواصل الاجتماعي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 20016م، ص27.

## ❖ المبحث الثاني: خصائص واستخدامات الفيس بوك.

### ➢ المطلب الأول: خصائص الفيس بوك.

يتميز موقع الفيس بوك على غيره من المواقع الأخرى بعد خصائص نذكر منها:

1- لوحة الحائط wall: وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء ارسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

2- النكزة pokes: تتيح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي اشعار بخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

3- الصورphotos: تمكن المستخدمين من تحميل ألبومات من أجهزتهم إلى الموقع.

4- الحالة status: تتيح للمستخدمين إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أجل أعمال في الوقت الحالي.

5- التعليقات facebook notes: متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.

6- الهدايا gifts: تتيح للمشتركين ارسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم، الذي يقوم باستقبال الهدايا.[1]

7- المناسبات event: إقامة دعوة للأصدقاء أو أعضاء المجموعة معينة لحدث مهم أو عمل جماعي أو اجتماعي على أرض الواقع توضح فيه عنوان الحدث والتاريخ وبداية ونهاية وتحديد الأصدقاء المدعوين له.

8- الإشارة tags: هي خاصية متاحة في الصور والفيديوهات حيث يمكن أن تلفت انتباه الأصدقاء عبر الإشارة لهم في صورة أو مقطع فيديو.

9- الإعجاب like: خاصية متاحة بنفس آلية التعليقات متاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المتضمنة لها.[2]

10- إرسال الرسائل الفورية chat: ارسال الرسائل الفورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج comet وهو تطبيق يوفر للمستخدمين إمكانية التواصل مع الأصدقاء.

11- السوق market place: هو السوق الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.

12- إمكانية Facebook beta: إعادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام الخاصة بمستخدميه على شبكة محددة.[1]

(1)- ليلى أحمد جرار: الفيس بوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012م، ص57، 58.

(2)- وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، د، ب، 2010م، ص18.

13- الملف الشخصيprofile: عند الاشتراك في الموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية.

14- المجموعات groups: من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الأنترنت تستطيع ان تنشئ مجتمعا الكترونيا يجمع حول قضية معينة.

15- إضافة صديق add friend: يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.

16- التغذية الإخبارية newsfeed: تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتغيير بعض البيانات، مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي.(2)

17- خاصية wediocall: هي خاصية أدخلها موقع فيس بوك بالتعاون مع شركة بغرض المحادثات، حيث يستفيد المستخدمون من هذه الخاصية من خلال خيار موجود داخل إطار الدردشة.(3)

## ➢ المطلب الثاني: استخدامات الفيس بوك.

1- يتيح فرصة التواصل بين الأصدقاء.

2- يستخدم في نشر الصور والمعلومات والفيديوهات.

3- يتيح الفيس بوك إمكانية اللعب من خلال توفره على كم كبير من الألعاب الالكترونية إضافة إلى إمكانية دعوة الأصدقاء للمشاركة في اللعب.

4- يستخدم في نشر مختلف الأخبار المختلفة وبسرعة كبيرة مع إمكانية توثيقها لحظة حدوثها من خلال ميزة البث المباشر .

5- يستخدم كوسيلة للترويج من خلال الصفحات ذات الأغراض التجارية قصد الوصول إلى أكبر عدد من الزبائن.

6- يساهم في العملية التعلمية التعليمية من خلال الصفحات التي تعنى بالجانب التعليمي.

7- توفير ميزة البحث العلمي من خلال الكم الكبير من الكتب والبحوث والمقالات العلمية المتوفرة. (4)

---

(1)- مروى عصام صلاح: الإعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع ، الأردن، 2015م، ص216.

(2)- خالد يوسف غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية،ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013م، ص35، 36.

(3)- نوال بركات: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، مذكرة دكتوراه، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2016/2015م، ص164.

(4)- محمد منصر: شبكات التواصل الاجتماعي كأوعية علمية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية بجامعة حمة لخضر ، الوادي ، الجزائر، 2015.

8- توفير فرصة للتعلم عن بعد والمشاركة في الدورات المختلفة. [1]

9- كما تستخدمه مختلف الجهات بهدف توجيه الرأي العام وتقديم النصح والإرشاد في مختلف المجالات.

10- المشاركة في المؤتمرات والحوارات الحية المباشرة.

11- دعوة الأصدقاء إلى الحفلات، أو عروض تمثيلية، أو اجتماعات، أو أي نوع آخر من اللقاءات التي يتفق عليها الأصدقاء في الموقع.

12- إمكانية شراء أو اقتناء أي سلعة من خلال الفيس بوك. [2]

13- إمكانية الاشتراك بدل المصادقة: عندما يصادق أحد المستخدمين مستخدما آخر في الفيس بوك فإن ذلك معنا أن تصل منشورات كل مستخدم منهما إلى الآخر وتظهر في صفحته الرئيسية.

14- التحكم بقوائم الأصدقاء أصبح أمرا سهلا: ترتيب الأصدقاء ووضعهم في قوائم مخصصة من الأمور العامة في الفيس بوك وخاصة عندما يكون عدد الأصدقاء كبيرا.

15- كتابة المنشور وتحديد المكان الذي أتت منه.

16- الفيس بوك للإعلاميين: توفير ثورة من الفرص للإعلاميين.[3]

17- توفير معلومات التي تتعلق بالصحة.

18- يستخدمه النساء كمرجع للحصول على كل الأمور التي تهتم بالجمال.

19- الحصول على المعلومات التي تهم الأسرة وتربية الأطفال وطرق التعامل معهم.

20- الاطلاع على ما يجري من أحداث سياسية واجتماعية من خلال اشتراكهم للتحديث من الصفحات العاملة والناشطة في هذا المجال.[4]

(1)- خديجة عيد العزيز إبراهيم: واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعات صعيد مصر، مجلة العلوم التربوية العدد03، 2014، مصر، ص414.

(2)- مؤيد منصف جاسم السعدي: الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي ،ط1، ألفا للوثائق، الجزائر 2008م، ص17.

(3)- ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام: الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015م ص201،207.

(4)- كمال عماد إبراهيم القنذلجي: الإعلام والمعلومات، الأنترنت، دار اليازوري العرمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013م، ص357،355.

## ❖ المحث الثالث: تأثيرات الفيس بوك.

### ➢ المطلب الأول: تأثيرات إيجابية.

يقوم هذا الموقع بتقديم خدمات كثيرة لمستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم.

1- إتاحة الفرصة للصداقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع.

2- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال: وذلك عن طريق الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، كذلك خدمات التسويق والترويج للمنتجات.

3- يتيح الفيس بوك فرصة تحميل ألبومات الصور: حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا.

4- التواصل مع مجتمعات افتراضية متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضوية في التدريب والتعلم.

5- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات.[1]

6- يعطي الناس القدرة على المشاركة مع الأصدقاء والأهل ويجعل العالم أكثر انفتاحا.

7- يسعى لخلق بيئة يمكن للأفراد الدخول بانتظام لتتبع ما يفعله الأصدقاء والزملاء، وتبادل الأنشطة الخاصة بهم والتفاعل حول المصالح المشتركة والهوايات.

8- يربط الأفراد داخل المدن أو المناطق أو العمل أو المنزل أو أي مكان آخر.[2]

9- التفاعل بين الناس من خلال إمكانية التعليق على آراء الآخرين واستشارتهم والاقتباس منهم.[3]

10- التواصل الاجتماعي والتعرف على الأصدقاء والاطمئنان على أخبارهم وتقديم الدعم العاطفي والاجتماعي لمستخدمي الفيس بوك.

11- التعاون في العمل المدرسي أو الجامعي أو الاجتماعي وإفساح المجال للتعبير عنن ذواتهم وتطوير شخصيتهم من خلال التواصل الاجتماعي على الفيس بوك.

12- نشر وتحرير الثقافة وتوعية الشباب.

13- التعرف على العالم الخارجي والعادات الجديدة والغربية في المجتمعات والمشاركة في القضايا المدنية والمحلية حيث يعمل ذلك دافعا معنويا للمستخدمين.[4]

14- تحقيق قدر كبير من التواصل والتشبيك بين المجموعات الشبابية.

---

(1)- علي خليل شقرة: الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014م، ص68،69.

(2)- حسن محمود هتنمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015م، ص93.

(3)- عبد الكريم بكار: أولادنا ووسائل التواصل الاجتماعي، ط1، دار وجوه للنشر والتوزيع المملكة العربية السعودية، 2017، ص9.

(4)- جامعة الأزهر: مستوى استخدام طلبة جامعة مؤتة لشبكتي الواتساب والفيس بوك وعلاقته بكل من البناء القيمي وفاعلية الذات الأكاديمية، مجلة كلية التربية، الجزء الأول، العدد 164، يوليو2015م، ص214.

15- انتشار ما يعرف بظاهرة اعلام المواطن بفضل الطبيعة التفاعلية التي يتميز بها الموقع الافتراضي والناجمة عن تزايد حجم التطور التقني المستخدم فيه.

16- تدشين جيل جديد وهو المجتمع الافتراضي.

17- نجاح عملية الترابط مع المجتمع الخارجي.[1]

18- سهولة الاستخدام وسهولة التعامل مع الموقع.

19- مجانية الاستعمال واتاحته للجميع دون تمييز.

20- السقف العالمي من المصداقية.

21- إمكانية وضع محددات المعلومات والمستخدمين.

22- سهولة البحث عن الأصدقاء القدماء والأصدقاء الجدد دون تكلفة.

23- سلسلة ترابط المعلومات وإمكانية ارسالها للأصدقاء وهذا ما يرفع عدد المستخدمين بسرعة كبيرة في فترة زمنية قليلة.

24- تنوع الوسائط التي يعتمد عليها الموقع مقارنة بالوسائل الأخرى، بالتالي تنوع الملفات التي يمكن تبادلها بين المشتركين.

25- المرونة التي يمنحها الموقع للمشتركين في قبول أو رفض الأصدقاء الذين يرغبون في مشاركة صفحاتهم.

26- الاستخدام المتنوع لموقع الفيس بوك لأغراض عديدة، حيث أصبح وسيلة ترابط وإدامة الصلة بين الأفراد.[2]

➢ **المطلب الثاني: تأثيرات سلبية**

1- استغلال الفيس بوك من طرف جهات مشبوهة في نشر الفتن بين الناس والأديان والطوائف.

2- استغلال الصور والبيانات والأنشطة الاجتماعية للمستخدمين والمتاجرة بها.

3- انتهاك خصوصية المستخدمين.

4- الإدمان على الفيس بوك.[3]

(1)- مصعب حسام الدين لطفي قنلوني: دور مواقع التواصل لاجتماعي في عملية التجنيد الشباني: مصر نموذجا، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العلية، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2012م، ص158،157.

(2)- حارث عبود، مزهر العاني: الاعلام والهجرة إلى العالم الرقمي،ط1، دار الحامة للنشر والتوزيع ، الأردن، 2014م، ص145،144.

(3)- علي محمد عبد الله: شباب الفيس بوك والعالم الافتراضي، وكالة الصحافة العربية ، مصر، 2017م، ص50،49.

5- أضرار اجتماعية: حيث يمكن الفيس بوك الأشخاص من وضع أي اسم مستعار يختارونه أو إضافة أسماء عائلات بهدف تشويه صورة هذه العائلات عن طريق إضافة معلومات أو صور مخلة بالآداب والاخلاق وغيرها من الأفعال المشينة.

6- أضرار نفسية: حيث تنتج عن هذه الأضرار عن طريق قيام بعض الأشخاص باستفزاز الأخرين عن طريق نشر صورهم أو سرقة حساباتهم ونشر بعض الافتراءات على ألسنتهم وغيرها من الأعمال التي يمكن أن تؤذي الفرد.

7- أثار سلبية على المراهقين: فيما يتعلق بشرب الخمر والمخدرات أو الزنا أو المثلية الجنسية ومثيلاتها.

8- تضييع الوقت بات الشباب يقضون الكثير من أوقاتهم على موقع الفيس بوك هذا دون اكتراث للوقت الذي يمضونه عليه ودون عمل توازن بين الضروريات وغيرها.

9- الإساءة للدين: قيام بعض المخربين بعمل ما يمكن تسميته بحرب بين الأديان على الفيس بوك وذلك من عن طريق الإساءة لدين معين أو تشويه صورته بأي وسيلة تتاح له.[1]

10- الإدمان وإضعاف مهارات التواصل.

11- ظهور لغة جديدة بين الشباب: وهي لغة جديدة تجمع بين اللغتين العربية والفرنسية ولا يفهمها إلا المتعاملون بها.

12- انعدام الخصوصية: وذلك بسبب المنشورات وطرق التفاعل المستخدمين لموقع الفيس بوك.

13- التعرض للجرائم الالكترونية عن طريق الفيروسات الرقمية التي يتم توجيهها إلى مختلف مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك".

14-انتحال الشخصيات العامة والمشاهير عن طريق وضع الصور الخاصة بهم في الملف الشخصي للمستخدم واستغلالها بشكل يسيء للشخصية المشهورة أو يخدع المستخدمين الآخرين.[2]

(1)- سلمان بكر بن كران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي،ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015م ص173،174.

(2)- صفاء بقلول، مريم بوهلة: دور الفيس بوك في التحصيل الدراسي للطلبة الجامعيين، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة أم البواقي، الجزائر، 2015م/2016م، ص42.

## خلاصة الفصل:

أصبح الفيس بوك وسيلة مهمة وفعالة للتواصل بين الأفراد والمجتمعات، ونشر وتداول المواضيع المتنوعة في مختلف المجالات، ومن هذا المنطلق حاولنا معرفة الفيس بوك، حيث تطرقنا في هذا الإطار إلى ماهية الفيس بوك ومفهومه ونشأته وخصائصه وصولا إلى استخداماته وآثاره السلبية والإيجابية.

# الفصل الثاني: خصوصية المستخدم بين الواقع والفضـــــاء الرقمـــــي.

- تمهيد.
- المبحث الأول: الخصوصية.
  - المطلب الأول: مفهوم الخصوصية.
  - المطلب الثاني: ظهور وتطور مصطلح الخصوصية.
  - المطلب الثالث: مظاهر الخصوصية.
  - المطلب الرابع: خصائص الخصوصية.
- المبحث الثاني: الخصوصية في موقع الفيس بوك.
  - المطلب الأول: صور انتهاك الخصوصية في موقع الفيس بوك.
  - المطلب الثاني: سبل حماية الخصوصية في موقع الفيس بوك.
- خلاصة الفصل.

**تمهيد:**

تعد الخصوصية من الحقوق الأساسية للإنسان وهو من أكثر الحقوق المثيرة للجدل من فقهاء القانون منذ زمن بعيد، وكذلك حرمة الحياة الخاصة وقدسيتها التي صانتها الحضارات القديمة والأديان السماوية والدساتير والقوانين في غالية دول العالم، إن مفهوم الخصوصية من المفاهيم النسبية المرنة بعد تغير هذا المفهوم وتبدله بين مجتمعات وأخرى ومن الثقافات والموروث الحضاري للدول، وكذلك بين زمان وآخر، ولعل ظهور الحواسب وثورة المعلومات والأنترنت أعطى هذا الحق زخما خاصا، لا سيما بعد انتشار مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيس بوك، وسنتطرق في هذا الفصل إلى ماهية الخصوصية، مفهوم المصطلح، مظاهر وخصائص الخصوصية والخصوصية في موقع الفيس بوك والانتهاك وسبل الحماية.

## ❖ المبحث الأول: الخصوصية.

### ➢ المطلب الأول: مفهوم الخصوصية.

**1) لغة:**

يقصد بها حالة الخصوص، فيقال خصه الشيء، فيقال خصه خصا، واختصه أي أفرده دون غيره، ويقال اختص فلانا بالأمر وتخصص له إذا انفرد.[1]

**2) اصطلاحا:**

– هي اتجاه من جانب فرد نحو فرد في حدود الطبقة الخاصة للعلاقة بينهما أكثر من الحدود المتصلة بمستويات السلوك المجرد.[2]

– تعرف بأنها خصوصية الفرد التي يحق له أن يحتفظ بها سرا في داخله بعيدا عن أعين الناس وألسنتهم، والتي لا تمس واجباته نحو المجتمع وليس لها تأثير في الصالح العام ولا يحق نشرها هذه الأسرار سواء لتشويه صورته وزلزلة ثقة الناس فيه.[3]

– الحق الذي يملكه الإنسان في الحفاظ على سرية معلوماته وعلاقاته الشخصية حيث أن كل إنسان له مطلق الحق بأن يكون بعيدا عن المراقبة وتعريض معلوماته وبياناته للنشر دون موافقته على ذلك.

– هو حق الفرد في أن يقرر بنفسه من وإلى أي حد يمكن أن يطلع الغير على شؤونه الخاصة، وفي إطار الاعتداءات التي أصبحت تطال حياته الخاصة.[4]

– هو ترك الإنسان يعيش وحيدا بحيث يخلو إلى نفسه ويتخلى عن الناس الذين يألفهم، وذلك من أدنى حد في التدخل من جانب الغير، ويتمثل ذلك أساسا في أن يكون بعيدا عن تجسس الغير وأعينهم ولا يجوز نشر ما يمكن أن يتم العلم به دون تجسس، فالعلم بالخصوصيات لا يبرر نشرها دون إذن صاحبها.[5]

– تبقي الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي حق الفرد المستخدم في أن يقرر بنفسه متى وكيف وإلى أي مدى تصل المعلومات الخاصة به إلى الآخرين من بين المستخدمين أو القائمين عليها، وبذلك يتضح أن لكل فرد

(1)– ابن منظور: تهذيب لسان العرب، ط1، دار الكتب العلمية، لبنان، 1993م، ص290.

(2)– فاروق مداس: قاموس مصطلحات علم الاجتماع، درا مدني. د،م. 2003م، ص115.

(3)– حسن علي الفلاحي: الاعلام التقليدي والاعلام الجديد، ط1، درا غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2013م، ص281،280.

(4)– كريطة عائشة، حق الخصوصية لمستخدم الفضاء الرقمي المخاطر والتحديات، مجلة الحقيقة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة جيجل، مجلد8 عدد 2، جوان2019م، ص 257.

(5)– حسن السوداني: تكنولوجيا الاعلام الجديد وانتهاك حق الخصوصية، العدد11 جوان 2014م، دفاتر السياسة والقانون، الدنمارك، ص220.

الحق في الحماية من التدخل في شؤونه، والحق أيضا في الاختيار الحر للآلية التي يعبر بها عن نفسه ورغباته وتصرفات الآخرين.[1]

– ترتبط بسرية الحياة الخاصة لمستخدمي تلك المواقع، سواء كانت وقائع أو معلومات في الحاسب الشخصي أو الهاتف الذكي، أو تم تخزينها في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي التي تنشر فيها المستخدم والتي قد يتم اختراقها.[2]

– إمكانية البقاء في عزلة بعيدا عن المشاركة مع الغير، وهو استثناء يجد بقاءه واستمراريته في المثال الواقعي الذي يتكامل برفض التعامل مع المؤسسات التي يتطلب الدخول إلى شبكاتها دفع مبالغ مالية.[3]

– الخصوصية هي حق الأفراد في عدم إفشاء او نشر معلومات عن أنفسهم فتثمنه أمور تدخل في عداد الأمور الخاصة.[4]

– تعني الحفاظ عل البيانات الشخصية من الاستخدام الغير مخول مثل: الإضافة والحذف والتعديل.

## ➢ المطلب الثاني: ظهور وتطور مصطلح الخصوصية .

### 1– الخصوصية في الحضارات القديمة:

### 1–1 بلاد ما بين النهرين( بلاد الرافدين):

تعتبر مدونة حمورابي من أشهر المدونات القانونية التي صدرت في بابل باعتبارها أهم مرجع للتشريع، حيث في هذه المدونة إحدى أقدم الاشارات لبوادر الاهتمام بالحق في الخصوصية وذلك في المادة 21 منها والتي تنص على أنه: « إذا أحدث رجل ثغرة في دار ما من أجل السرقة فعليهم أن يعدموه أمم الثغرة ويقيموا عليه الجدار، أي أن يدفنوه داخل الجدار. فمن خلال هذه المادة يتضح ان مدونة حمورابي تهدف إلى حماية سكينة المسكن وذلك عندما يتم الاعتداء عليه ( حرمة المسكن) ».

ومن المظاهر الأخرى لحفظ الخصوصية الأفراد في هذه الحضارة العريقة نجد أنه كان على الكهنة توخي الحرص الشديد في سجلات القرابين الموجهة إلى الآلهة الخاصة بهم من طرف المواطنين.

(1)– تومي فضيلة: ايديولوجيا الشبكات الاجتماعية وخصوصية المستخدمين الانتهاك والاختراق، مجلة علوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر، العدد03، سبتمبر2017م، ص44.

(2)– محمد بن عبد القحطاني: حماية الخصوصية الشخصية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي رسالة ماجستير، قسم الشريعة والقانون جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2015م، ص102.

(3)– شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال ، المخاطر والتأثيرات والتحديات، الدار المصرية اللبنانية، اللبنانية، 2000م، ص27.

(4)– محمود أحمد حامد علي: الخصوصية وسرية البينات، 2019م، ص2.

### 1-2 مدونة مان في الحضارة الهندية:

كانت لهذه المدونة التاريخية الدينية في الحضارة الهدية القديمة على قدر كبير من الأهمية فقد بسط من خلالها قانون العقوبات من أجل فرض الحماية اللازمة لحرمة المسكن والأفراد، واعتبر الاعتداء على حرمة المنزلة جريمة يجب توقع عقوبة صارمة لمن يقدم على فعلها ولذك هدف الحفاظ على أسرار الأفراد من الانتهاكات الصادرة من الآخرين.[1]

### 1-3 الحضارة المصرية القديمة:

يرى الباحثون على تقسيم تاريخ القانون في مصر إلى عدة عصور من خلال هذه الدراسة سوف نركز على أهم مراحل:

- **العصر الفرعوني:**

في هذا العصر كان يسود قانون مصري أصيل نابع من البيئة المصرية، ورغم قلة الوثائق ونذرتها إلا أنه من المؤكد أن ذلك العصر تميز بتقنين بعض الجرائم الدينية والأخلاقية والاجتماعية والثورة على الملك، من خلال نظام الجيش، وسلامته اخلال المواطنين بواجباتهم، الاعتداء على المقدسات، المساس بالعدالة، القتل، الزنا والاغتصاب. كما تم تقسيم الجرائم إلى جنايات وجنح، وقد بسط بعض الاحكام حماية غير مباشرة للمسكن وذلك عن طريق تجريم ارتكاب جريمة الزنا في البيت باعتباره مكانا مقدس، بالإضافة إلى بعض القوانين التي تجرم السرقة والعقوبة المترتبة عنها وأيضا التطرق م خلالها إلى حماية خصوصية الأفراد الشخصية.[2]

- **الحضارة الرمانية:**

يرى كثير من فقهاء القانون المعاصرون أن ظهور الحق للحياة الخاصة كان مرتبطا بالنظام القانوني العتيد الذي عرفته الحضارة الرومانية وينطلق أنصار هذا الرأي من أنه رغم أن القانون الروماني لم يعترف بالحقوق المدنية لجميع الناس على حد سواء إلا أنه اعترف بهذه الحقوق للمواطن الروماني الذي يعتبره وحده من يتمتع بشخصية قانونية كاملة خلال تلك الفترة.

ولعل من بين الحقوق التي اعترف بها القانون الروماني القديم في مجال الحق في الحياة الخاصة هي عبارة عن بعض قوانين تجرم الاعتداء والايذاء والمقصود هنا كل فعل قد يغير وجه حق ومن بين أنواع الايذاء الذي حددها القانون الروماني هي: إيذاء الجسم وذلك في ماعدا القتل، وتطور مجال هذا القانون ابتداء من القرن الثامن قبل الميلاد وأصبح يشمل الاعتداء على الجسم ماديا ومعنويا والذي يمس شرف واعتبار الشخص.

(1)- مجادي نعيمة: الحق في الخصوصية بين الحماية الجزائرية والضوابط الإجرائية للتحقيق، تخصص العلوم القانونية فرع القانون الإجرائي. كلية الحقوق والعلوم السياسية 2018م/2019م الموافق لـ 1439هـ/ 1440هـ جامعة جيلالي لياس يدي بلعباس، الجزائر،ص14،16.

(2)- نفس المرجع، ص16.

بعد هذا الوقت امتد نطاق التحريم إلى السب والتعرض للنساء في الطريق العام وخاصة مع بداية العصر الجمهوري وبداية العصر الامبراطوري، حيث وجدت بعض القوانين تضمن حرمة المسكن وذلك خلال القرن 81 قبل الميلاد من خلال مدونة " جو سيتان ".[1]

**2- الخصوصية في الأديان السماوية:**

اهتمت الشرائع السماوية بالحياة الخاصة ونصت على حرمتها في الديانة اليهودية ورد في سفر التكوين ما يشير إلى حرص أدم وحواء لستر ما ظهر منها بعد أن أكلا من الشجرة فوسوس لهما الشيطان للاقتراب منها مخالفة لأمر الرب.

أما في الديانة المسيحية ورد في الانجيل متى ما يفيد النهي عن المساس بالحق في الحياة وحماية الأعراض والنهي عن الزنا ومنع الاطلاع على العورات وغض البصر من الضروريات.

أما في الدين الإسلامي فقد حضت الحياة الخاصة بحرمة وحماية، وللفرد الحق في طلب المحافظة على خصوصياته وهي التي يريد أن يحتفظ بها لنفسه ومن هنا كان حفاظ الإسلام على الحياة الخاصة وجعلها مبدأ مهما من مبادئ حقوق الإنسان وإحدى أهم المقومات الأساسية في المجتمع المسلم.[2]

## ➢ المطلب الثالث: مظاهر الخصوصية.

تحتل الخصوصية مكانة خاصة ضمن الحقوق الشخصية، وذلك لجمعه بين الجانب المادي والمعنوي لشخصية الإنسان، ويهدف كل جانب من هذه الجوانب إلى حماية مجموعة من المظاهر والقيم التي تضمن للإنسان كرامته وتحمي خصوصياته.

**أ) المظاهر المادية:**

يتمثل المظهر المادي للخصوصية في الكيان الخارجي للإنسان والذي تتحقق فيه حركة وممارسه الحياة الخاصة.

**1- حرمة المسكن:** تعد حرمة المسكن بالنسبة إلى الفرد واحدة من التطبيقات لحق الإنسان في حرمة حياته الخاصة، لأن المنزل هو مستودع أسراره ومعقل خصوصياته، وواحته التي يناجي فيها ذاته.[3]

(1)- محمدي بدر الدين: المسؤولية المدنية الناشئة عن المساس بالحق في الحياة الخاصة، أطروحة نيل شهادة دكتوراه، علوم القانون الخاص، كلية الحقوق جامعة الجزائر1، الجزائر، 2014م/2015م، ص 12،13.

(2)- سوزان عدنان: انتهاك حرمة الحياة الخاصة عبر الأنترنت ، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، دمشق، المجلد29، العدد03 2013م، ص428.

(3)- محمود خليل بحر: حماية الحياة الخاصة في القانون الجنائي، دار النهضة العربية، القاهرة، ص50.

**2- حرمة المكان الخاص:** هو كل مكان مغلق يمنع الآخرين من الدخول إليه، فهو خاص بصاحبه فقط دون الآخرين، ولا يدخله إلا من يسمح له بالدخول.

**3- حرمة المراسلات:** مجموع الأفكار التي يتضمن التعبير عن المشاعر والافضاء عن الأسرار، فلب الحياة هو أسرار الشخص[1].

**4- الذمة المالية:** يمكن تصوير الذمة المالية بوعاء تصب فيه حقوق والتزامات الشخص، فتنعكس عليه الآثار القانونية لمعاملاته، والعناصر المكونة للذمة في حد ذاتها، ويدخل في نطاق الذمة المالية مرتبات الموظفين والعاملون في القطاع الخاص وأجور أصحاب المهن الحرة، وهذه الذمة المالية تدخل في مظاهر حفظ الحياة الخاصة للفرد عن طريق التفرقة بين دخل أصحاب المهن الحرة والقطاع الخاص والقطاع الحكومي.[2]

**ب) المظاهر المعنوية:**

يعتبر الكيان المعنوي للشخص هو الجانب الثاني لخصوصيته، وهو مجموع الأخبار والمعلومات والأحوال التي يسعى الفرد لإطفاء طابع السرية عليها حماية لمكنونه النفسي والعقلي وتتمثل هذه المظاهر في:

**1- حرمة المحادثات الشخصية:** تتمثل في المكالمات والاحاديث الخاصة والسرية، فهي تستمد من حرمة الحياة الخاصة للشخص، وذلك باعتبار أن هذه الأخيرة ليست إلا تعبيرا عن هذه الحياة.[3]

**2- المعلومات والبيانات الشخصية:** تعتبر من أهم مظاهر الخصوصية وأكثر عرضة لاعتبارها أحد المنطلقات السرية والبوادر الأولى التي يرتكز عليها المشرع.[4]

**3- الحياة العائلية:** نشأ بموجب الحياة العائلية الكثير من الأمور التي تستوجب السرية والكتمان والعديد من الأسرار التي تستوجب الحفظ كالحالة الصحية للزوجين والحياة العاطفية، والمراسلات بينهما.

**4- الجانب الصحي:** تعتبر الحياة الصحية للفرد من صميم خصوصياته التي لا يجوز الكشف عنها

**5- الجانب المالي:** ثروة الفرد ورصيده المالي من الأمور التي يشكل الكشف عنها مساسا بالحق في الخصوصية.

**6- الرأي السياسي:** يعتبر جانبا مظهرا من مظاهر الخصوصية بالنظر إلى طابع السرية الذي تتميز به.[5]

---

(1)- رشيد شميشم: الحق في الحياة الخاصة، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية ، الجلفة، العدد 12، ديسمبر2018م، ص165،163.

(2)- بن سعيد صبرينة: حماية الحق في حرمة الحياة الخاصة في عهد التكنولوجيا، أطروحة دكتوراه، قسم الحقوق، كلية العلوم القانونية، جامعة لخضر باتنة، 2014م، 2015م، ص55.

(3)- بن يونس فريدة: الحماية الجنائية لحرمة الحياة الخاصة في مواجهة الصحافة، مذكرة لنيل شهادة ماجيستر، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، 2005م/2006م، ص39.

(4)- بن عيدة محمد: مكانة الحق في الحياة الخاصة في ظل التعديل الدستوري 16-01 ، مجلة الأستاذ الباحث الدراسات القانونية والسياسية العدد10، المجلد الأول، جوان 2018م، ص44.

(5)- بيوخلاف: تطور الحياة الخاصة للعامل، شهادة ماجيستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة ورقلة، 2010م/2011م، ص14.

## ➢ المطلب الرابع: خصائص الخصوصية.

تنفرد الخصوصية بجملة من الخصائص والميزات التي فرضتها بعض المعطيات التي تتمتع بها، ومن بين هذه الخصائص نذكر:

**1- السرية:**

تعتبر السرية الخاصية الأولى للحق في حرمة الحياة الخاصة ومن أهم العناصر التي يقوم عليها، وقد اعترف بها القانون وأقره لضمان احترام شرف الفرد وحماية شخصيته، فالحق في الخصوصية يعني أن يضرب الإنسان على نفسه ستارا من السرية سواء كان واضحا أو حديثا ولتحديد مفهومه وضعت عدة معايير هي:

أ- **معيار المصلحة:** يستند في تحديده لسرية المصلحة، فضابط السر هنا أن تكون هناك مصلحة مشروعة في ان يبقى نطاق العلم بالواقعة محصورا في أشخاص معينين فمثلا: صاحب المهنة ملزم بكتمان السر المهني.

**ب- معيار الضر:** يرى هذا المعيار أن السر هو كل أمر يضر إفشاؤه بسمعة المجني عليه أو يمس كرامته.

**ج- الإرادة:**

يعد سرا إذا أراد كتمانه فالسر يتوقف على إرادة صاحبه في أن ينحصر نطاق العلم بالواقعة في أشخاص محدودين، والشرط الجوهري لنظرية الإرادة هو علم صاحب السر سواء أكانت هذه النظرية ضمنية أو صريحة.[1]

**2- الاتساع:**

يحظى الحق في الخصوصية مجالا واسعا من الحياة الخاصة لحرمات الإنسان فهو حق يجمع بين الجانب المادي والمعنوي للشخصية الحياتية للإنسان ويعترف الفرد بالتحديد من السلطات اتجاه الغير مما يجعله من أوسع الحقوق ويتضح هذا من خلال العديد من التعاريف والتقسيمات التي أشار إيها الفقهاء والتشريعات على حد سواء.

**3- النسبية:**

لقد ساهم خضوع فكرة الخصوصية لمنظومة القيم الدينية وتأثيرها بالتقليد والأعراف التي تحكم المجتمعات والنظام السياسي الذي تسير عليه الدولة ودوره في إثارة هذه الخاصية وظهورها، وتتجسد هذه النسبية في اختلافه من مكان إلى آخر ومن زمان إلى آخرو من شخص إلى آخر.

**4- الحرية:** تعني حرمة الحياة الخاصة عند البعض أن يعيش الفرد كما يحلو له دون ازعاج من الغير.[2]

(1)- بن سعيدة صبرينة: مرجع سابق، ص68.

(2)- بن حيدة محمد: الحق في الخصوصية في التشريع الجزائري، شهادة ماجيستر، قسم العلوم القانونية والإدارية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة أدرار، 2009م/2010م، ص45،46.

## ❖ المبحث الثاني: الخصوصية في موقع الفيس بوك.

### ➢ المطلب الأول: صور انتهاك الخصوصية في موقع الفيس بوك.

**1- ادخال معطيات أو معلومات وهمية:** إذ يمكن بهذه الوسيلة أن يستولي على البيانات شخصية غالبا ما يتعلق بعناصر الذمة المالية بغية تحقيق أموال لنفسه.

**2- التجسس الالكتروني على الحياة الخاصة مخاطر الفيروسات:** يعد المتخصصون الفايروس بأنه مرض يصيب الحاسوب، وهو برنامج صغير يزرع بالأقراص والأسطوانات الخاصة بالحاسوب لأهداف تخريبية.[1]

**3- سرقة المعلومات الخاصة:** وهي المعلومات متعلقة بالبيانات الشخصية وسرقة كلمة السر.

**4- التزوير المعلوماتي:** عن طريق التسلل الالكتروني إلى البيانات، إذ يقوم القراصنة بمحاولة الدخول إلى نظام الوصول إلى هذه المعلومات التي تكون غالبا سرية.[2]

**5-** انتهاك أو اقتحام عزلة أو خلوة الفرد.

**6-** الافشاء العلني للوقائع الخاصة الماسة باحترام الشخص العادي.

**7-** تشويه سمعة الشخص في نظر الجمهور.

**8-** الاستلاء على بعض عناصر الشخصية.[3]

**9-** التدخل في الحياة الخاصة والعائلية.

**10-** التدخل في تكامله الجسماني والعقلي والتشكيك في مبادئه وثقافته.

**11-** الاعتداء على شرفه وشخصيته.

**12-** وضعه تحت أضواء خادعة.

**13-** بيان بعض المواقف المحرجة غير الهامة في حياته الخاصة.

**14-** استخدام اسمه أو شخصية مشابهة لشخصيته.

**15-** التجسس والتلصص والمراقبة.

**16-** الاستخدام السيئ لاتصالاته الشخصية.

**17-** استخدام المعلومات المأخوذة والمعطاة بواسطته في حالات الثقة المهنية.[4]

---

(1)- طوني عيسى: التنظيم القانوني لشبكة الأنترنت، دراسة مقارنة في ضوء القوانين الوضعية والاتفاقيات الدولية، منشورات الجلي الحقوقية لبنان 2001م، ص169.

(2)- بولين أنطنيوس أيوب: الحماية القانونية للحياة الشخصية في مجال المعلوماتية، منشورات الجلي الحقوقية، لبنان، 2099م، ص186.

(3)- عبد الحميد الشراربي: الجرائم التعبيرية جرائم الصحافة والنشر، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004م، ص199،198.

(4)- نفس المرجع، ص199.

## ➢ المطلب الثاني: سبل حماية الخصوصية في موقع الفيس بوك.

يعد الفيس بوك من أهم شبكات التواصل الاجتماعي في هذا العصر، وذلك بسبب انتشاره وتنوع خدماته وانخفاض تكلفته، حيث أصبح العالم مجتمعا افتراضيا يمكن افراده من التفاعل مع بعضهم البعض ومشاركة معارفهم. ومع تزايد اقبال الناس للاستفادة من إيجابيات ظهر الشعور بمخاطره وتهديداته أيضا مما يدخل في نطاق الخصوصية للمستخدم، ولعل أهم سبل حماية الخصوصية في هذا الموقع نذكر منها:

1- عدم ارسال معلومات شخصية إلا من خلال قناة مشفرة باستخدام بروتكول (https)، لأن بروتكول التشفير يعتمد على شهادة إلكترونية تصدر من جهة مستقلة تتحقق من هوية الموقع قبل إصدارها، وتنقل البيانات داخل قناة مشفرة بحيث لا يستطيع أحد الاطلاع عليها أثناء انتقالها.

2- ضرورة تصميم سياسات الخصوصية في المنشآت لحماية المعلومات الشخصية من للموظفين والعملاء، وهذا أمر أساسي في سبل حماية المعلومات الشخصية من الاستخدام الغير مع ضرورة تجنب استخدام كلمات سر سهلة التخمين.

3- لا تستخدم أجهزة الحاسبات العامة مثل: مقاهي الأنترنت أو معامل الجامعة للوصول إلى المعلومات الشخصية الهامة.

4- فحص الجهاز دوريا من خلوه من الفيروسات وبرامج التجسس المعروفة.

5- تحديث نظام التشغيل والمتصفح بشكل منتظم لسد الثغرات التي قد يتسلل منها المخترقون لسرقة الملفات والمعلومات.

6- استخدام التشفير لحماية الملفات الالكترونية التي تحتوي على معلومات شخصية هامة.[1]

7- منع نشر موضوع يتناول نواحي أسرية لحياة الإنسان الشخصية أو حالته الصحية أو السلوكية.

8- منع تصوير محتوى رسالة أو استخدام محتواها دون إذن بذلك من الشخص الذي يبعث إليه المحتوى.

9- عدم نشر صورة إنسان في ظروف من الممكن أن تهينه أو تصويره في ملكيته الخاصة.[2]

(1)- سبل حماية الخصوصية في العالم العربي، هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات الملكة العربية السعودية، ص1،3.

(2)- مأمون عبد العزيز إبراهيم : قانون الاعلام والصحافة، ط1، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016م،ص125.

## خلاصة الفصل:

تعتبر الخصوصية من الأمور الملازمة لشخصية الإنسان وحياته اليومية، فهي ضرورية لاستمراره والحفاظ على كرامته، فالخصوصية تطورت مع تطور الفرد على مر العصور، فمنذ أن كانت تعتبر فقط خصوصية المسكن والمال أصبحت الآن مع ظهور الأنترنت خصوصية الكترونية تمس بصفة مباشرة الحياة الواقعية للفرد.

الإطـــار التـــطبيقي

# الإطـــــار التطبيقـــــــي

- ❖ تمهيد.

1- عرض النتائج وتحليلها.

2- نتائج الدراسة.

3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.

- ❖ خلاصة الفصل.

**تمهيد:**

سنتناول في هذا الفصل الإطار الميداني للدراسة، حيث سنقوم فيه بتدوين بيانات استمارة الاستبيان التي جمعناها ميدانيا، بعد توزيعها على عينة قوامها(98) مفردة، ثم نقوم بعرض النتائج التي توصلنا إليها في الجداول الإحصائية، وتحليلها وتفسيرها، وثم نقوم بمناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة.

## 1- عرض النتائج وتحليلها:

### 1-1 المحور الأول: البيانات الشخصية.

**الجدول رقم(01):يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.**

| الجنس | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| ذكر | 32 | %32.7 |
| أنثى | 66 | %67.3 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول على أن الإناث أكبر نسبة بين أفراد عينة البحث إذ بلغت 67.3% ومعدل قدره 66 مفردة مقابل نسبة 32.7% ومعدل قدره 32 مفردة بالنسبة للذكور، وهذا راجع إلى أننا وزعنا الاستمارات على الجنسين بطريقة عشوائية بسيطة حتى نعرف رأي واتجاه كلى الجنسين في الموضوع. ضف إلى ذلك فعدد الإناث في قسم الإعلام والاتصال أكبر من عدد الذكور .

**الجدول رقم(02):يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن.**

| سن أفراد عينة الدراسة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| أقل من 20 سنة | 1 | %1 |
| من 20 إلى 25 سنة | 82 | %83.2 |
| أكثر من 25 سنة | 15 | %15.3 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول على أن الطلبة من سن 20 إلى 25 سنة أكبر نسبة 83.2% ومعدل 82 مفردة، ثم يليها الطلبة من 25 سنة فأكثر بنسبة 15.3% ومعدل 15 مفردة، وكأصغر نسبة طلبة أقل من 20 سنة بنسبة 1% وبمعدل 1 مفردة، ويفسر ارتفاع هذه النسبة كون غالبة الطلبة واصلوا دراستهم دون انقطاع.

**الجدول رقم(03):يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.**

| المستوى التعليمي | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| الثانية | 23 | %23.5 |
| الثالثة | 28 | %28.6 |
| ماستر1 | 23 | %23.5 |
| ماستر2 | 24 | %24.5 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول على أن طلبة السنة الثالثة أكبر نسبة إذ بلغت 28.6% وبمعدل 28 مفردة، ثم تليها طلبة الماستر2 بنسبة 24.5% وبمعدل 24 مفردة، ثم طلبة الماستر 1 والسنة الثانية بنسبة 23.5% ومعدل23 مفردة، ويفسر هذا الارتفاع لكون عدد طلبة السنة الثالثة يفوق عدد طلبة المستويات الأخرى.

## 1-2 المحور الثاني: كيف ينظر طلبة قسم الاعلام والاتصال لموضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك؟

**الجدول رقم(04): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول بداية استعمال موقع الفيس بوك.**

| سنوات الاستعمال | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| أقل من سنة | 4 | % 4.1 |
| مند سنتين | 8 | % 8.2 |
| أزيد من ثلاث سنوات | 86 | %87.8 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول على أن أغلبية الطلبة بدأوا استعمال الفيس بوك مند أزيد من ثلاث سنوات، وذلك بنسبة بلغت 87.8% ومعدل قدره 86 مفردة، ثم يليها من بدأ استعماله مند سنتين بنسبة بلغت 8.2% ومعدل قدره 8 مفردات، ثم أقل من سنة بنسبة 4.1% ومعدل قدره 4 مفردات، ونفسر ارتفاع أكبر نسبة هنا لقدم موقع الفيس بوك وإطلاع الطلبة على أحدث التطبيقات.

**الجدول رقم(05): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الوقت الذي يمضيه الطلبة في تصفح الفيس بوك.**

| مدة التصفح في اليوم | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| أقل من ساعة | 22 | %22.4 |
| من ساعة إلى ساعتين | 24 | %24.5 |
| ثلاث ساعت فأكثر | 52 | %53.1 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول على أن أغلبية أفراد عينة البحث يقضون من ثلاث ساعات فأكثر على موقع الفيس بوك وذلك بنسبة بلغت 53.1% ومعدل قدره 52 مفردة، ثم تليها الإجابة من ساعة إلى ساعتين بنسبة بلغت 24.5% ومعدل قدره 24 مفردة، وأخيرا أصغر نسبة بلغت 22.4 % ومعدل قدره 22 مفردة والتي تعود إلى

عبارة أقل من ساعة واحدة، ونفسر ارتفاع النسبة الأولى هنا بسهولة استخدام الموقع وانتشاره الواسع، واهتمام الطلبة به، حيث أصبحوا مدمنين عليه وإضافة إلى إمكانية الاطلاع عليه في أي وقت.

**الجدول رقم(06): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الفترات المفضلة لتصفح الفيس بوك.**

| الفترات المفضلة للتصفح | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| الصباح | 5 | %5.1 |
| الظهيرة | 2 | %2 |
| المساء | 9 | %9.2 |
| الليل | 38 | %38.8 |
| لا يوجد وقت محدد | 44 | %44.9 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول على أن أغلب الطلبة ليس لديهم وقت محدد لتصفح الفيس بوك وذلك بنسبة بلغت 44.9% ومعدل قدره 44 مفردة، ثم عبارة الفترة الليلية بنسبة 38.8% ومعدل قدره 38 مفردة، ثم فترة المساء بنسبة بلغت 9.2% ومعدل قدره 9 مفردات، ثم فترة الصباح بنسبة بلغت 5.1% ومعدل قدره 5 مفردات، ثم فترة الظهيرة كأصغر نسبة إذ بلغت 2 % ومعدل قدر بمفردتين، ويفسر ارتفاع النسبة الأولى إلى مجانية الموقع وتوفر الأنترنت في كل مكان وزمان، وكدى الوقت الفراغ الخاص لكل طالب.

**الجدول رقم(07): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول مع من يتم تصفح الفيس بوك.**

| مع من يتم التصفح | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| بمفردك | 69 | %70.4 |
| مع العائلة | 3 | %3.1 |
| مع الأصدقاء | 4 | %4.1 |
| دون تحديد | 22 | %22.4 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول على أن أغلبية الطلبة يتصفحون الفيس بوك بمفردهم بسبة بلغت 70.4% ومعدل قدره 69 مفردة، ثم نسبة 22.4% ومعدل 22 مفردة لمن يتصفحون دون تحديد، ثم نسبة 4.1% ومعدل4 مفردات لمن يتصفحونه مع الأصدقاء، ثم الخيار الأخير مع العائلة بنسبة 3.1% ومعدل 3 مفردات، ويفسر ارتفاع هذه النسبة بعدم رغبتهم في أن يطلع أي فرد على أسرارهم وما يقومون به على صفحاتهم.

**الجدول رقم(08): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول توفير الفيس بوك لحماية الخصوصية والبيانات الشخصية.**

| الإجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 45 | %45.9 |
| لا | 53 | %54.1 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول على أن أفراد العينة الذين أجابوا بـ " لا " بلغت نسبتهم 54.1% ومعدلهم 53 مفردة، ثم تليها نسبة الذين أجبوا بـ " نعم " حيث بلغت نسبتهم 45.9% ومعدل قدره 45 مفردة، ويفسر ارتفاع النسبة الأولى هنا لعدم ثقتهم في نظام أمان الفيس بوك وانتهاك خصوصيتهم.

**الجدول رقم(09): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الإجابة بنعم لسؤال في الجدول رقم 08.**

| الإجابات المتعلقة بنعم لسؤال الجدول 08 | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| حرية التحكم في إعداد الخصوصية عبر الموقع. | 28 | %28.6 |
| نظام الأمان الذي يتبعه موق الفيس بوك في حماية مستخدميه | 17 | %17.3 |
| **المجموع** | 45 | %45.9 |
| الإجابة بـ " لا " | 53 | %53.7 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول على أن أغلبية الطلبة الذين أجابوا بـ " نعم " في الجدول السابق يرون أن خاصية حرية التحكم في إعداد الخصوصية داخل موقع الفيس بوك هي أولى أسباب الحفاظ على خصوصيتهم داخل الموقع وذلك بنسبة بلغت 28.6% ومعدل قدره 28 مفردة، ثم يليها الخيار الثاني المتمثل في نظام الأمان الذي يتبعه الفيس بوك لحماية مستخدميه بنسبة بلغت 17.3% وبمعدل قدره 17 مفردة، ويرجع سبب ارتفاع أعلى نسبة هنا إلى التغيرات والميزات التي يوفرها الفيس بوك لمستخدميه.

**الجدول رقم(10): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الخاصيات التي تعزز التحكم في حماية الخصوصية داخل موقع الفيس بوك.**

| خاصيات تعزيز الحماية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| التحكم في الأشخاص الذين يرون ما تقوم به على الفيس بوك | 22 | %22.4 |
| التحكم في الأشخاص الذين يمكنهم البحث عنك | 14 | %14.3 |
| التحكم في خاصية التعرف على الوجه في الصورة ومقاطع الفيديو | 7 | %7.1 |
| تحديد الأشخاص الذين يمكنهم التفاعل معك ومع منشوراتك عبر الفيس بوك | 10 | %10.2 |
| تحديد الأشخاص الذين يمكنهم متابعتك والتعليق عل منشوراتك | 6 | %6.1 |
| إمكانية حظر الأشخاص | 6 | %6.1 |
| إمكانية التحكم في حالة النشاط في وقت الاستخدام | 10 | %10.2 |
| إمكانية التحكم في عرض الأنشطة خارج الفيس بوك | 6 | %6.1 |
| إمكانية إخفاء قائمة الأصدقاء الخاصة بك | 17 | %17.3 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول على أن أكبر نسبة هنا تتعلق بخاصية التحكم في الأشخاص الذين يرون ما تقوم به على الفيس بوك بنسبة بلغت 22.4% ومعدل قدره 22 مفردة، ثم تليها عبارة إمكانية إخفاء قائمة الأصدقاء بنسبة بلغت 17.3% ومعدل قدره 17 مفردة، ثم تليها عبارة التحكم في الأشخاص الذين يمكنهم البحث عنك بنسبة بلغت 14.3% ومعدل بلغ 14 مفردة، بعدها تأتي خاصية تحديد الأشخاص الذين يمكنهم التفاعل مع منشوراتك عبر الفيس بوك وإمكانية التحكم في إمكانية عرض الأنشطة خارج الفيس بوك بنسبة بلغت 10.2% ومعدل قدره 10 مفردات، ثم عبارة التحكم في خاصية التعرف على الوجه في الصورة ومقاطع الفيديو بنسبة بلغت 7.1% ومعدل قدره 7 مفردات، وأخيرا لدينا عبارة تحديد الأشخاص الذين يمكنهم متابعتك والتعليق على منشوراتك، وإمكانية حظر الأشخاص وإمكانية التحكم في عرض الأنشطة خار ج الفيس بوك وذلك بنسبة بلغت 6.1% ومعدل قدره 6 مفردات، ويفسر ارتفاع أكبر نسبة هنا باختيار الطلبة للأفراد الذين يمكنهم رؤية ما يقومن به على الفيس بوك، ويحافظون على منشوراتهم وتفاعلهم مع الأصدقاء فقط.

**الجدول رقم(11): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول كيف ينظر الطلبة لموضوع الخصوصية عبر موقع الفيس بوك.**

| النظرة لموضوع الخصوصية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| أمر بالغ الأهمية ويدعو للتعامل معه بحذر | 57 | %58.2 |
| أمر عادي | 40 | %40.8 |
| أمر بدون أهمية | 1 | %1 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن نسبة عبارة " أمرا بالغ الأهمية ويدعو للتعامل معه بحذر " بلغت 58.2% ومعدل 57 مفردة، ثم تليها عبارة " أمر عادي" بنسبة بلغت 40.8% ومعدل 40 مفردة، ثم تليها عبارة " أمر بدون أهمية " بنسبة 1% ومعدل 1مفردة ، وتفسر أعلى نسبة إلى اهتمام الطلبة بموضوع الخصوصية داخل الموقع.

**3-1 المحور الثالث: طبيعة استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال للفيس بوك ومساهمتها في انتهاك خصوصيتهم وخصوصية غيرهم أو الحفاظ عليها.**

**الجدول رقم(12): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول سبب تفضيل الفيس بوك على المواقع الأخرى.**

| سبب تفضيل الفيس بوك | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| سهولة الاستخدام | 44 | %44.9 |
| انتشاره الواسع | 37 | %37.8 |
| أكثر أمانا | 3 | %3.1 |
| لأغراض البحث العلمي | 4 | %4.1 |
| المساعدة على حرية التعبير وإبداء الرأي | 10 | %10.2 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن عبارة سهولة الاستخدام هي أكبر نسبة إذ بلغت 44.9% ومعدل قدره 44 مفردة، ثم يليها عبارة انتشاره الواسع بنسبة بلغت 37.8% ومعدل قدره 37 مفردة، ثم عبارة المساعدة على حرية التعبير وإبداء الرأي بنسبة بلغت 10.2% ومعدل قدره 10 مفردات، وكآخر نسبتين: عبارة لأغراض البحث العلمي بنسبة بلغت 4.1% ومعدل قدره 4 مفردات، ولأكثر أمانا 3.1% ومعدل قدره 3 مفردات ونفسر النسبة المرتفعة لما يتميز به الموقع من خصائص واستخدامات وللتطور الحاصل في تقنياته.

**الجدول رقم(13): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول طبيعة الصفحات التي يتم تصفحها عبر موقع الفيس بوك.**

| طبيعة الصفحات المتصفحة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| ترفيهية | 26 | %26.5 |
| إعلامية | 16 | %16.3 |
| تعليمية | 14 | %14.3 |
| اجتماعية | 28 | %28.6 |
| دينية | 11 | %11.2 |
| سياسية | 3 | %3.1 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن عبارة الصفحات الاجتماعية هي أكبر نسبة إذ بلغت 28.6% ومعدل قدره 28 مفردة، ثم تليها عبارة الصفحات الترفيهية بنسبة بلغت 26.5% ومعدل قدره 26 مفردة، ثم عبارة الصفحات الإعلامية بنسبة بلغت 16.3% ومعدل قدره 16 مفردة، وبعدها عبارة الصفحات التعليمية بنسبة بلغت 14.3% ومعدل قدره 14 مفردة، ثم عبارة الصفحات الدينية بنسبة بلغت 11.2% ومعدل قدره 11 مفردة وأخيرا الصفحات السياسية بنسبة بلغت 3.1% ومعدل قدره 3 مفردات، ونفسر ارتفاع هذه النسبة كون الموقع اجتماعي يربط بين الأفراد ويتناول مواضيع اجتماعية، ضف إلى ذلك أنه موقع للترفيه وإمضاء الوقت ومشاهدة الفيديوهات والصور.

**الجدول رقم(14): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الخدمات المفضلة في موقع الفيس بوك.**

| الخدمات المفضلة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| الدردشة | 64 | %65.3 |
| مشاركة الصور | 18 | %18.4 |
| مشاركة الروابط | 4 | %4.1 |
| مشاركة الفيديوهات | 7 | %7.1 |
| البث المباشر | 5 | %5.1 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن الدردشة هي أكبر نسبة حيث بلغت 65.3% ومعدل قدره 64 مفردة، ثم تليها مشاركة الصور بنسبة بلغت 18.4% ومعدل قدره 18 مفردة، ثم مشاركة الفيديوهات بنسبة 7.1% ومعدل7مفردات، وأخيرا البث المباشر بنسبة 5.1% ومعدل 5 مفردات، ومشاركة الروابط بنسبة4.1% ومعدل 4مفردات، ويفسر هذا الارتفاع لكون الدردشة الخاصية الأساسية التي يوفرها الفيس بوك لمستخدميه.

**الجدول رقم(15): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول اسم صفحة الفيس بوك.**

| اسم الصفحة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| اسم مستعار | 36 | %36.7 |
| اسم حقيقي | 62 | %63.3 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن عبارة الاسم الحقيقي هو اسم صفحة الفيس بوك عند اغلب الطلبة بنسبة بلغت 63.3% ومعدل قدره 62، ثم عبارة اسم مستعار بنسبة بلغت 36.7% ومعدل قدره 36 مفردة، ويفسر ارتفاع النسبة الأولى إلى سهولة العثور عليهم من طرف الأصدقاء.

**الجدول رقم(16): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول المنشورات على صفحة الفيس بوك.**

| نوع المنشورات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| مناسبات خاصة | 13 | %13.3 |
| مواقف ونشاطات | 21 | %21.4 |
| انشغالات وشكاوى | 4 | %4.1 |
| صور | 26 | %63.5 |
| فيديوهات | 16 | %16.3 |
| أخبار عامة | 18 | %18.4 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول على أن المنشورات التي تتضمن الصور هي أكبر نسبة حيث بلغت 26.5 % ومعدل قدره 26 مفردة، ثم تليها مواقف ونشاطات 21.4% ومعدل 21 مفردة، ثم أخبار عامة بنسبة 18.4 % ومعدل 18 مفردة، ثم تليها الفيديوهات بنسبة 16.3% ومعدل قدره 16 مفردة، ثم تليها مناسبات خاصة بنسبة 13.3% ومعدل قدره 13 مفردة، وأخيرا انشغالات شكاوى بنسبة 4.1% ومعدل قدره 4 مفردات، ويفسر ارتفاع النسبة الأولى كون الموقع للترفيه واعتبار الصور أفضل طريقة للتعبير.

**الجدول رقم(17): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول نشر المعلومات والصور الخاصة على الفيس بوك.**

| نشر المعلومات والصور الخاصة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| دائما | 9 | %9.2 |
| أحيانا | 51 | %52 |
| أبدا | 38 | %38.8 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أنه يتم النشر بشكل غير دائم وهي أكبر نسبة إذ بلغت 52 % ومعدل 51 مفردة ثم تليها لم يتم النشر أبدا بنسبة 38.8% ومعدل 38 مفردة، وأخيرا دائما بنسبة 9.2% ومعدل 9مفردات ويفسر ارتفاع هذه النسبة إلى عدم اهتمامهم لخصوصيتهم وتعرضهم للانتهاك.

**الجدول رقم(18): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول وجهة المنشورات التي تنشرها على صفحتك في موقع الفيس بوك.**

| وجهة المنشورات المنشورة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| للعامة | 37 | %37.8 |
| خاص | 13 | %13 |
| أصدقاء محددين | 48 | %49 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن المنشورات توجه لأصدقاء محددين كأكبر نسبة إذ بلغت 49% ومعدل قدره 48 مفردة، ثم عبارة للعامة بنسبة بلغت 37.8% ومعدل قدره 37 مفردة، ثم تليها عبارة خاص بنسبة بلغت 13% ومعدل قدره 13 مفردة، ويعتبر ارتفاع النسبة الأولى إلى عدم تفضيلهم أن يطلع الغرباء أو العامة على نشاطاتهم داخل الموقع وبذلك يتم الحفاظ على مناشرهم بين الأصدقاء فقط.

**الجدول رقم(19):يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول مصدر المنشورات.**

| مصدر المنشورات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| خاص بك | 66 | %67.3 |
| منشورات الأصدقاء | 32 | %32.7 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول على أن أكبر نسبة بلغت 67.3 % ومعدل قدره 66 مفردة تعود إلى عبارة " خاص بك" ، ثم تليها عبارة " منشورات الأصدقاء " بنسبة بلغت 32.7% ومعدل قدره 32، ويرجع ارتفاع النسبة الأولى إلى أن الطلبة يجدون صنع محتوى يعبر عنهم وعن آرائهم واهتماماتهم وحياتهم الخاصة.

**الجدول رقم(20):يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الإجابة رقم " 2" لسؤال هل تقوم بالإشارة إلى صاحب المنشور؟**

| الإشارة لصاحب المنشور | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 22 | %22.4 |
| لا | 10 | %10.2 |
| مجمع من أجابوا | 32 | %32.7 |
| مجموع من لم يجيبوا | 66 | %67.3 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن أفراد عينة البحث الذين أجابوا بـ " نعم " بلغت نسبتهم 22.4% ومعدل قدره 22 مفردة، ثم تليها نسبة 10.2% ومعدل 10 مفردات لمن اجابوا بـ " لا"، ويعتبر ارتفاع النسبة الأولى إلى أن الطلبة يفضلون أن يشيروا إلى صاحب المنشور، وذلك إما احتراما له أو لأغراض أخرى.

**الجدول رقم(21):يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول إعادة نشر المنشورات الخاصة من قبل مستخدمين آخرين.**

| إعادة نشر منشوراتك من طرف الغير | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| عاديا | 47 | %48 |
| مزعجا | 27 | %27.6 |
| يعد انتهاكا للخصوصية | 24 | %24.5 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن أفراد عينة البحث الذين اختاروا عبارة " عاديا" هم أكبر نسبة إذ بلغت نسبتهم 48% ومعدل قدره 47 مفردة، وتتأتي بعدها عبارة" مزعجا" بنسبة بلغت 27.6% ومعدل قدره 27 مفردة، وأخيرا تليها عبارة " يعد انتهاكا للخصوصية " بنسبة بلغت 24.5% ومعدل قدره 24 مفردة ويفسر ارتفاع النسبة الأولى لكون هذه المنشورات عامة وليس لها أي أهمية، ويتم نشرها للترفيه وتمضية الوقت.

**الجدول رقم(22): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الصور المستعملة في الملف الشخصي على الفيس بوك.**

| صورة الملف الشخصي | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| صورتك الشخصية | 34 | %34.7 |
| صورة مشاهير | 12 | %12.2 |
| صور أخرى | 52 | %53.1 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن عبارة صورا أخرى هم أكبر نسبة إذ بلغت نسبتهم 53.1% ومعدل قدره 52 مفردة، ثم تليها عبارة الصورة الشخصية بنسبة بلغت34.7% ومعدل قدره 34 مفردة، تليها عبارة صورة المشاهير بنسبة بلغت 12.2% ومعدل قدره 12، وارتفاع النسبة الأولى بين مجموع هذه النسب راجع إلى عدم قدرتهم على وضع صورهم في الملف الشخصي خوفا من العائلة والعادات والتقاليد المجتمع أو خوفا من سرقة صورهم.

**1-4 المحور الرابع: مدى حرص طلبة قسم الاعلام والاتصال على مراعاة سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري في التعامل مع موضوع الخصوصية أثناء استخدامهم للموقع.**

**الجدول رقم(23): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول هل سبق أن قامت إدارة الفيس بوك بحذف أو تعليق حسابك**

| حذف أو تعليق الحساب | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 45 | %45.9 |
| لا | 53 | %54.1 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن أفراد عينة البحث الذين أجابوا بـ " لا " هم أعلى نسبة إذ بلغت نسبتهم 54.1% ومعدل قدره 53 مفردة، ثم تليها نسبة أفراد عينة البحث الذين أجابوا بـ " نعم " إذ بلغت نسبتهم 45% ومعدلهم 45 مفردة، ونفسر ارتفاع النسبة الأولى مقارنة بالنسبة الثانية لاحترام الطلبة لسياسة الفيس بوك وأن محتواهم محتوى إيجابي.

**الجدول رقم(24): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول سبب حذف أو تعليق الحساب من طرف إدارة الفيس بوك.**

| سبب الحذف أو التعليق | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| منشوراتك ذات محتوى حساس | 15 | %15.3 |
| منشورات غير لائقة | 5 | % 5 |
| تعرض صفحتك للتبليغ | 25 | %25.5 |
| المجموع | 45 | %45.9 |
| الذين أجابوا بـ " لا " | 53 | %54.1 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن أفراد عينة البحث الذين تعرض صفحتهم للتبليغ هم أكبر نسبة إذ بلغت نسبتهم 25.5% ومعدلهم 25 مفردة، ثم يليها السبب الثاني المتمثل في منشورات ذات محتوى حساس بنسبة بلغت 15.3% ومعدل قدره 15مفردة، وأخيرا منشورات غير لائقة بنسبة بلغت 5% ومعدل قدره 5 مفردات ويفسر ارتفاع النسبة الأولى أن الصفحة مخالفة لمعايير المجتمع أو أشخاص لا يريدون وجودك في الواقع الافتراضي ولا يريدون أن تتواصل مع أحد أو تتطلع على الأخبار.

**الجدول رقم(25): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول رفض إدارة الفيس بوك نشر أحد منشوراتك.**

| رفض إدارة الفيس بوك نشر منشوراتك | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 17 | %17.3 |
| لا | 81 | %82.7 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن أفراد عينة البحث الذين أجابوا بـ " لا " قد حظيت بأكبر نسبة إذ بلغت 82.7% ومعدلهم 81 مفردة، ثم تليها نسبة الذين كانت إجابتهم بـ " نعم" إذ بلغت نسبتهم 17.3% ومعدل قدره17 مفردة، وارتفاع النسبة الأول راجع إلى أن منشوراتهم تكون مطابقة لمعايير النشر الخاصة بموقع الفيس بوك.

**الجدول رقم(26):يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول إجابتهم بنعم في الجدول 25.**

| الإجابات المتعلقة بالإجابة بنعم في الجدول 25 | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| خطاب عنصرية أو كراهية | 3 | %3.1 |
| موضوعات ذات دلالة حساسة | 6 | %6.1 |
| منشورات مخالفة لسياسة الفيس بوك | 8 | %8.2 |
| مجموع الذين أجابوا بـ " نعم " | 17 | %17.3 |
| مجموع الذين أجابوا بـ " لا " | 81 | %82.7 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن سبب رفض إدارة الفيس بوك لنشر أحد المنشورات كونها مخالفة لسياسة الموقع وذلك بنسبة بلغت 8.2% ومعدل قدره 8 مفردات، يليها السبب الثاني المتمثل في موضوعات ذات دلالة حساسة بنسبة بلغت 6.1% ومعدل قدره 6 مفردات، ثم يليها السبب الأخير خطاب عنصرية أو كراهية بنسبة بلغت 3.1% ومعدل قدره 3 مفردات، ونفسر أعلى نسبة بجهل الطلبة بالسياسة الخاصة بتقنين المنشورات.

**الجدول رقم(27): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الإجراءات المتبعة عند رفض أحد المنشورات على الفيس بوك.**

| الإجراءات المتبعة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| التراجع عن النشر | 51 | % 52 |
| الانتقال إلى فضاء آخر أكثر حرية | 20 | %20.4 |
| تعديل المنشور ليوافق سياسة الفيس بوك | 27 | %27.6 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن على أغلب أفراد عينة البحث يتراجعون عن النشر عند رفض أحد منشوراتهم وذلك بنسبة بلغت 52% ومعدل قدره51 مفردة، يليها الإجراء المتمثل في تعديل المنشورات لتوافق سياسة الفيس بوك بنسبة بلغت 27.6% ومعدل قدره 27 مفردة، وأخيرا الانتقال إلى فضاء أكثر حرية بنسبة بلغت 20.4% ومعدل قدره 20 مفردة، ونفسر أعلى نسبة لدينا هنا بمحاولة أفراد العينة الحفاظ على صفحتهم من الحذف أو التعليق وكذلك الحرص على عدم وجود أي مشكل داخل حسابهم ، واحتراما لسياسة الفيس بوك وما تقرره إدارته.

**الجدول رقم(28): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول اختراق معارفك لحساب فيس بوك.**

| اختراق معارف لحساب فيس بوك | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 28 | %28.6 |
| لا | 70 | %71.4 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول على أن أغلبية الطلبة لا يعرفون أي مستخدم مقرب لهم قد سبق له وأن قام باختراق حساب شخص آخر وذلك بنسبة بلغت 71.4% ومعدل قدره 70 مفردة، يليهم الذين أجابوا بـ " نعم " بنسبة بلغت 28.6% وبمعدل قدره 28 مفردة، ويفسر ارتفاع النسبة الأولى بأن كل طالب مهتم بحسابه وليس لديه أي غاية من اختراق حساب شخص آخر أي أنه يحرص على احترام خصوصية غيره.

**الجدول رقم(29): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول هل تعتبر سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري عائقا أمام ما تنشره من مواضيع.**

| الإجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 37 | %37.8 |
| لا | 61 | %62.2 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن أفراد عينة البحث الذين أجابوا بـ " لا" بلغت نسبتهم 62.2% ومعدلهم قدره 61 مفردة، تليها نسبة الذين أجابوا بـ " نعم " والتي بلغت 37.8% ومعدل قدره 37 مفردة، ونفسر ارتفاع النسبة الأولى أن الطلبة يطلعون ويحترمون سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري أثناء النشر.

**الجدول رقم(30): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول الوقت مساهمة سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري في حماية الخصوصية.**

| الإجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 38 | %38.8 |
| لا | 60 | %61.2 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن أفراد عينة البحث الذين أجابوا بـ " لا" بلغت نسبتهم 61.2% معدلهم 60 مفردة، تليها نسبة الذين أجابوا بـ " نعم " والتي بلغت 38.8% معدلهم 38 مفردة، ويرجع الارتفاع في نسبة الإجابة بـ" لا " إلى أنه لا يوجد قانون محدد يحمي خصوصية المستخدم في الفيس بوك رغم التعرض للانتهاكات والاختراق من طرف الهاكرز، ضف إلى ذلك أن سياسة الفيس بوك تهتم بما يخالفها ويعارضها وليس بما يعارض مستخدميها.

**الجدول رقم(31): يمثل توزيع إجابات أفراد عينة البحث حول كيف ينظر الطلبة لسياسة الفيس بوك والقانون الجزائري في التعامل مع موضوع الخصوصية.**

| الإجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| متكاملان | 34 | %34.7 |
| متعارضان | 64 | %65.3 |
| **المجموع** | **98** | **%100** |

تدل بيانات الجدول أن أفراد عينة البحث الذين اختاروا عبارة متعارضان هي أكبر نسبة إذ بلغت 65.3% ومعدلهم 64 مفردة، تليها نسبة الذين اختاروا عبارة متكاملان والتي بلغت 34.7% ومعدلهم 34 مفردة وارتفاع النسب الأولى راجع إلى أن كل من سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري لديهم قوانينهم الخاصة وكل سياسة لديها رؤية مختلفة لموضوع الخصوصية.

## 2- نتائج الدراسة:

بعد إجراء الدراسة الميدانية وتحليل جداول الاستبيان توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نستعرضها كالآتي:

- بالنسبة للبيانات الشخصية تبين أن أغلب أفراد العينة في جميع السنوات كانت من الإناث، حيث تتراوح نسبتهن 67.3% والذكور 32.7%، أما فيما يتعلق بتوزيع افراد العينة حسب السن نجد الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة هي الأكثر تكرار في أغلب السنوات بنسبة 83.7%، كما نجد أن أغلب الطلبة من المستوى سنة ثالثة بنسبة 28.6%.
- بالنسبة كيف ينظر طلبة قسم الاعلام والاتصال لموضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك؟ فقد تبين أن أغلب أفراد العينة بدأوا استعمال موقع الفيس بوك مند أزيد من ثلاث سنوات بنسبة 87.8%، أما الوقت الذي

يقضيه الطلب في تصفح الموقع فأغلبهم من ثلاث ساعات فأكثر بنسبة 53.1%، أما الفترات المفضلة لتصفح موقع الفيس بوك فأغلبهم لا يوجد لديهم وقت محدد بنسبة 44.9%.

- تشير النتائج إلى أن أغلب الطلبة يفضلون تصفح الموقع بمفردهم بنسبة70.4%، وتبين أن أغلبيتهم يرون أن الفيس بوك لا يوفر الحماية لخصوصيتهم وبياناتهم الشخصية بنسبة54.1%، أما بالنسبة للذين أجابوا بنعم فيرون سبب حماية الفيس بوك للخصوصية هو حرية التحكم في إعداد الخصوصية عبر الموقع بنسبة 28.6%.
- بالنسبة للخاصيات التي تعزز التحكم في حماية خصوصية موقع الفيس بوك فقد تبين أن أغلبية أفراد العينة يفضلون التحكم في الأشخاص الذين يرون ما يقومون به على الفيس بوك بنسبة 22.4%، أما رأي الطلبة لموضوع الخصوصية عبر موقع الفيس بوك فقد تبين أن أغلبيتهم يرون أنه أمر بالغ الأهمية ويدعون إلى التعامل معه بحذر بنسبة 58.2%.
- بالنسبة لطبيعة استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال للفيس بوك ومساهمتها في انتهاك خصوصيتهم وخصوصية غيرهم أو الحفاظ عليها فقد تبين أن سبب تفضيل موقع الفيس بوك عن المواقع الأخرى هو سهولة الاستخدام بنسبة 44.9%، أما طبيعة الصفحات التي يتصفحها عبر موقع الفيس بوك فتبين أن الصفحات الترفيهية والاجتماعية بنسبة 26.5% و28.6% على التوالي.
- كما توصلت الدراسة إلى أن أغلب الطلبة يرون أن الخدمات المفضلة في موقع الفيس بوك هي : الدردشة بنسبة 65.3%، وتبين أن أغلب الطلب يستخدمون اسم حقيقي على صفحة الفيس بوك بنسبة 63.3 % أما بالنسبة للمنشورات على الفيس بوك فتبين أن أغلب الطلبة ينشرون الصور بنسبة26.5%.
- كشفت الدراسة أنه يتم نشر المعلومات والصور الخاصة على الفيس بوك بشكل غير دائم بنسبة 52%، أما وجهة المنشورات على صفحة الفيس بوك فأغلب الطلبة يوجهونها إلى أصدقاء محددين بنسبة 49%، أما بالنسبة لمصدر المنشورات فأغلب الطلبة ينشرون منشورات خاصة بهم بنسبة 67.3%، أما بالنسبة للإشارة لصاحب المنشور فقد تبين أن أغلهم أجابوا بنعم بنسبة 42.4%.
- كشفت الدراسة أن أغلب الطلبة من أفراد العينة يرون أن إعادة نشر المنشورات الخاصة من قبل مستخدمين آخرين أمرا عاديا بنسبة 48%، أما بالنسبة للصورة التي تستعمل في الملف الشخصي على الفيس بوك فأغلب الطلبة يستخدمون صورا مختلفة بنسبة 53.1%.
- أما بخصوص مدى حرص الطلبة قسم الاعلام والاتصال على مراعاة سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري في التعامل مع موضوع الخصوصية أثناء استخدامهم للموقع، فقد تبين أن إدارة الفيس بوك تقوم بحذف أو تعليق

الحساب فأغلب الطلبة لم يتعرضوا لحذف أو تعليق الحساب بنسبة 54.1%، أما بالنسبة للذين أجابوا بنعم فإن سبب حذف هو تعرض صفحتهم للتبليغ بنسبة 25.5%.

- أظهرت لنا الدراسة أن معظم أفراد العينة لم يتعرضوا لرفض نشر إدارة الفيس بوك لأحد منشوراتهم بنسبة 82.7%، أما الذين تم رفض أحد منشوراتهم فالسبب راجع إلى كون منشوراتهم مخالفة لسياسة الفيس بوك بنسبة 8.2%، أما بالنسبة للإجراءات المتبعة عند رفض أحد المنشورات فأغلب الطلبة يتراجعون عن النشر بنسبة 65.2%.
- أكدت الدراسة أن معظم الطلبة لم يسبق لأحد معارفهم أن قام باختراق حساب فيس بوك معين وذلك بنسبة 71.4%.
- أظهرت لنا الدراسة أن أغلب الطلبة لا يعتبرون سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري عائقا أمام ما يقوم بنشره من مواضيع وذلك بنسبة 62.2%، أما بالنسبة لحماية الخصوصية من قبل سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري فأغلب الطلبة يرون أنهما لا يحميان الخصوصية بنسبة 61.2%، أما عن وجهة نظر الطلبة لسياسة الفيس بوك والقانون الجزائري في التعامل مع موضوع الخصوصية فأغلب أفراد العينة يرون أنهما متعارضان بنسبة 65.3%.

## 3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

### 3-1 الفرضية الأولى:

تختلف وجهات نظر طلبة قسم الاعلام والاتصال لموضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك.

من خلال النتائج المعبر عنها في الجداول الخاصة بمحور طلبة قسم الاعلام والاتصال لموضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك يتضح أن هناك من يمثل له موضوع الخصوصية عبر موقع اليس بوك أمرا بالغ الأهمية والحساسية ويدعو إلى التعامل معه بحذر، وهناك من يراه أنه أمر عادي وهذا يدفعنا إلى القول بأن النظرية تحققت، ومنه نؤكد الفرضية القائلة: باختلاف وجهات نظر طلبة قسم الاعلام والاتصال لموضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك.

### 3-2 الفرضية الثانية:

تساهم طبيعة استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بوعي في انتهاك خصوصيتهم وخصوصية غيرهم.

كشفت الدراسة عن صحة هذه الفرضية من خلال إجابات أفراد العينة ، حيث يستخدمون اسما حقيقيا في صفحتهم الشخصية بنسبة 63.3%،كما أنهم يقومون بنشر معلومات وصور خاصة بهم بشكل غير دائم وهناك أفراد عينة ينشرون منشورات الأصدقاء في صفحتهم الخاصة مع الإشارة إليهم.

### 3-3 الفرضية الثالثة:

يحرص الطلبة الجامعيون على مراعاة سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري فيما يخص موضوع خصوصيتهم وخصوصية غيرهم أثناء استخدام الموقع.

بينت الدراسة في الجدول 23 قيام إدارة الفيس بوك بتعليق أو حذف الحساب، فأغلبية أفراد العينة لم يتعرضوا لذلك، أما في الجدول 25 فأغلب أفراد العينة لم يتعرضوا لعدم نشر منشوراتهم، وفي الجدول 27 عن احتمال رفض أحد المنشورات فأغلب أفراد العينة يتراجعون عن النشر، ومنه نؤكد صحة الفرضية القائلة: أن الطلبة يحرصون على مراعاة سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري أثناء استخدامهم للموقع.

**خلاصة الفصل:**

تناولنا في هذا الفص الإطار التطبيقي للدراسة، حيث قمنا بتفريغ المعطيات المتحصل عليها من استمارة البحث في الجداول الإحصائية والتعليق عليها وتحليلها وتفسيرها والوصول إلى أهم نتائج الدراسة، ثم مناقشة هذه النتائج في ضوء الفرضيات.

خـــاتمة

**خاتمة:**

سعينا من خلال هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات طلبة قسم الاعلام والاتصال نحو موضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك، كون أن هذا الموقع له تأثيرا كبيرا على الطلبة مما أثار وأظهر قضية الخصوصية، لذلك ركزنا على معرفة وجهات نظر طلبة قسم الاعلام والاتصال لموضوع الخصوصية في الفيس بوك، إضافة إلى التعرف على كيفية مساهمة استخدام الطلبة للفيس بوك في انتهاك خصوصيتهم وخصوصية غيرهم أو الحفاظ عليها، وكذلك معرفة مدى حرصهم على اتباع سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري فيما يخص موضوع الخصوصية أثناء استخدامهم للموقع.

توصلنا في هذه الدراسة إلى أن اتجاهات طلبة قسم الاعلام والاتصال نحو موضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك مختلفة وكل له وجهة نظر حول هذا الموضوع، حيث هناك من يعتبره موضوع بالغ الأهمية وهناك من يعتبره موضوعا عاديا، فخصوصية الطلبة عبر حسابهم على الموقع هم من يتحكمون بها سواء بحفظها أو اظهارها، وبالتالي إما يحافظ عليها أو يعرضها للانتهاك.

كما توصلنا إلى أن الطلبة مطلعون على سياسة الفيس بوك، حيث يحترمون ويتبعون ما تقره السياسة الخاصة في نشر المنشورات، أما بالنسبة لخصوصيتهم فهم لم يتلقوا الحماية سواء من الفيس بوك أو القانون الجزائري، كون سياسة الموقع تهتم بما يخالفها وما يعارضها ومن يتبعها، أما القانون الجزائري فلا توجد قوانين أو عقوبات محددة تفرض على كل من ينتهك أو يخترق خصوصية شخص معين.

# قائمة المراجع

## ❖ قائمة المراجع:

### 1- القرآن الكريم.

### 2- المعاجم:


- ابن منظور: تهذيب لسان العرب، ط1، دار الكتب العلمية، لبنان، 1993م.
- فاروق مداس: قاموس مصطلحات علم الاجتماع، درا مدني. د،م. 2003م.


### 3- الكتب:


- إبراهيم بعزيز: تكنولوجيا الاتصال الحديث وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط1، دار الكتاب القاهرة،2011م.
- أحمد عظمي: منهجية كتاب المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، د،ب، 2009م.
- انتهاك الخصوصية الرقمية في الصحافة، المهنة الصحفية والحياة الصحفية، مركز هردو لدعم التعبير الرقمي القاهرة 2017م.
- إيهاب خليفة: حروب مواقع التواصل الاجتماعي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 20016م.
- بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، أسامة للنشر والتوزيع، الأردن،2011م .
- بشير صالح الراشدي: مناهج البحث التربوي رؤية تطبيقية مبسطة، درا الكتاب الحديث، الكويت 2000م.
- بولين أنطنيوس أيوب: الحماية القانونية للحياة الشخصية في مجال المعلوماتية، منشورات الجلي الحقوقية لبنان، 2099م.
- حارث عبود، مزهر العاني: الاعلام والهجرة إلى العالم الرقمي،ط1، دار الحامة للنشر والتوزيع ، الأردن 2014م.
- حسان أحمد قميحة: الفيس بوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة، مصر، 2017م.
- حسن السوداني: تكنولوجيا الاعلام الجديد وانتهاك حق الخصوصية، العدد11 جوان 2014م، دفاتر السياسة والقانون، الدنمارك.
- حسن علي الفلاحي: الاعلام التقليدي والاعلام الجديد، ط1، درا غيداء للنشر والتوزيع عمان2013م.
- حسن محمد جواد الجبوري: منهجية البحث العلمي، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن.

- حسن محمود هتنمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، 2015م.
- خالد يوسف غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية،ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع الأردن، 2013م.
- د،م: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر، ط1، مركز المحتسب للاستثمارات، المملكة العربية السعودية، 1437هـ.
- دوقان عبيدات: البحث العلمي، مفهومه وأدواته وأساليبه، ط14، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان.
- راندة عاشور عبد العزيز: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الصورة الإعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلا ع الثورات العربية، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2015م.
- ربحي مصطفى عليان: طريق جمع المعلومات والبيانات لأغراض البحث العلمي، ط1، دار صفاء، الأردن.
- رشا أديب محمد عوض: آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من جهة ربات البيوت، 2013م.
- رضا أمين: الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2015م.
- رضوان بلجنري: مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، جسور للنشر والتوزيع الجزائر، 2014م.
- سبل حماية الخصوصية في العا لم العربي، هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات الملكة العربية السعودية.
- سلمان بكر بن كران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي،ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015م.
- سينا كايسر: وسائل التواصل الاجتماعي، المؤسسة الدولية الديمقراطية والانتخابات، ذ، م.
- شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتأثيرات والتحديات، الدار المصرية اللبنانية اللبنانية 2000م.
- الصديق الصادق العامري: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، مركز السلطان قابوس العالمي للثقافة والعلوم، سلطنة عمان، 2015م.
- طوني عيسى: التنظيم القانوني لشبكة الأنترنت، دراسة مقارنة في ضوء القوانين الوضعية والاتفاقيات الدولية، منشورات الجلي الحقوقية لبنان 2001م.

- عبد الحليم موسى يعقوب: الإعلام الجديد والجريمة الالكترونية، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر 2014.
- عبد الحميد الشراربي: الجرائم التعبيرية جرائم الصحافة والنشر، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004م.
- عبد الرحمان إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016م.
- عبد الرزاق محمد الدليمي: الاعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر، الأردن،2011.
- عبد السلام الأشهب: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .
- عبد القادر بن بدران: شرح كتاب الشهاب في الحكم والمواعظ والآداب، ط1، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الكويت، 1428 هـ.
- عبد الكريم بكار: أولادنا ووسائل التواصل الاجتماعي، ط1، دار وجوه للنشر والتوزيع المملكة العربية السعودية، 2017.
- عبد النبي عبد الله الطيب: فلسفة ونظريات الإعلام، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، د،ب، 2016م.
- علي خليل شقرة: الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن 2014م.
- علي محمد عبد الله: شباب الفيس بوك والعالم الافتراضي، وكالة الصحافة العربية ، مصر، 2017م.
- عمار بوحوش، محمد محمود: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1995م.
- فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، ط1، القاهرة،2011م.
- فضيل دليو وآخرون: الجامعة تنظيمها وهيكلها، دار البحث، الجزائر،1995م.
- فؤاد شعبان، عبيدة صبطى: تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديث،ط1، دار الخلدونية للنشر الجزائر، 2012م.
- كمال الحاج: نظريات الاعلام والاتصال، جامعة الاترامية السورية، سوريا، 2020م.
- كمال عماد إبراهيم القنذلجي: الإعلام والمعلومات، الأنترنت، دار اليازوري العرمية للنشر والتوزيع، عمان 2013م.
- ليلى أحمد جرار: الفيس بوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012م.

- مأمون عبد العزيز إبراهيم : قانون الاعلام والصحافة، ط1، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن 2016م.
- ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام: الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015م.
- مبروك إبراهيم: البحث العلمي ودوره في التقنية في العالم الرقمي، ط1، دار الوفاء لدينا الطباعة والنشر الإسكندرية، 2015م.
- محمد بن إسماعيل البخاري : الجامع الصحيح المسند من حديث رسول الله وسننه وأيامه، ط1، المكتبة السلفية، القاهرة، 1400هـ.
- محمد عبد الجبار حندقجي، نواف عبد الجبار حندقجي: مناهج البحث العلمي منظور تربوي معاصر عالم الكتب الحديثة، الأردن، 2012م.
- محمد عبد الحميد: نظرية الاعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتاب، القاهرة، 2004م.
- محمد على: الشاب العربي والتغيير الاجتماعي، ب ط، دار النهضة العربي، بيروت، 1985م.
- محمد محمد القاسم: المدخل إلى مناهج البحث العلمي، درا المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع الإسكندرية، 2003م.
- محمود أحمد حامد علي: الخصوصية وسرية البينات، 2019م.
- محمود خليل بحر: حماية الحياة الخاصة في القانون الجنائي، دار النهضة العربية، القاهرة.
- مختار عبد الجواد السيد: قضايا المجتمع العربي في عصر المعلومات" المؤتمر السنوي العاشر" دار الفكر العربي، القاهر، 2002م.
- مروى عصام صلاح: الإعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع ، الأردن، 2015م.
- مؤيد منصف جاسم السعدي: الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي ،ط1، ألفا للوثائق، الجزائر 2008م.
- هاني الحفظي: المنهج الوصفي التحليلي، إدارة الخدمات، السعودية: د، س.
- وائل عبد الرحمان التل، عيسى محمد قحل: البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ط2، دار الحامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007م.
- وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، د، ب، 2010م.

- يخوش الصديق: منهجية البحث العلمي، درا قرطبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010م.

**4- المجلات:**

- بن عيدة محمد: مكانة الحق في الحياة الخاصة في ظل التعديل الدستوري 16-01 ، مجلة الأستاذ الباحث الدراسات القانونية والسياسية، العدد10، المجلد الأول، جوان 2018م.
- تومي فضيلة: ايديولوجيا الشبكات الاجتماعية وخصوصية المستخدمين الانتهاك والاختراق، مجلة علوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر، العدد03، سبتمبر2017م.
- جامعة الأزهر: مستوى استخدام طلبة جامعة مؤتة لشبكتي الواتساب والفيس بوك وعلاقته بكل من البناء القيمي وفاعلية الذات الأكاديمية، مجلة كلية التربية، الجزء الأول، العدد 164، يوليو2015م.
- خديجة عيد العزيز إبراهيم: واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعات صعيد مصر، مجلة العلوم التربوية العدد03، 2014، مصر.
- رشيد شميشم: الحق في الحياة الخاصة، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، الجلفة، العدد 12 ديسمبر2018م.
- سوزان عدنان: انتهاك حرمة الحياة الخاصة عبر الأنترنت، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، دمشق، المجلد29، العدد03، 2013م.
- كريطة عائشة، حق الخصوصية لمستخدم الفضاء الرقمي المخاطر والتحديات، مجلة الحقيقة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة جيجل، مجلد8، عدد 2، جوان2019م.
- محمد منصر: شبكات التواصل الاجتماعي كأوعية علمية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية بجامعة حمة لخضر، الوادي، الجزائر، 2015.

**5- مذكرات التخرج:**

- بن حيدة محمد: الحق في الخصوصية في التشريع الجزائري، شهادة ماجيستر، قسم العلوم القانونية والإدارية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة أدرار، 2009م/2010م.
- بن سعيد صبرينة: حماية الحق في حرمة الحياة الخاصة في عهد التكنولوجيا، أطروحة دكتوراه، قسم الحقوق، كلية العلوم القانونية، جامعة لخضر باتنة، 2014م، 2015م.
- بن يونس فريدة: الحماية الجنائية لحرمة الحياة الخاصة في مواجهة الصحافة، مذكرة لنيل شهادة ماجيستر قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، 2005م/2006م.

- بيوخلاف: تطور الحياة الخاصة للعامل، شهادة ماجيستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة ورقلة 2010م/2011م.
- رأفت مهند عبد الرزاق حمودي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، قسم الصحافة، كلية الآداب والعلوم، العراق، 2013م.
- صفاء بقلول، مريم بوهلة: دور الفيس بوك في التحصيل الدراسي للطلبة الجامعيين، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة أم البواقي، الجزائر، 2015م/2016م.
- مجادي نعيمة: الحق في الخصوصية بين الحماية الجزائرية والضوابط الإجرائية للتحقيق، تخصص العلوم القانونية فرع القانون الإجرائي. كلية الحقوق والعلوم السياسية 2018م/2019م الموافق لـ 1439هـ/ 1440هـ جامعة جيلالي لياس يدي بلعباس، الجزائر.
- محمد بن عبد القحطاني: حماية الخصوصية الشخصية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي رسالة ماجستير، قسم الشريعة والقانون جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2015م.
- محمدي بدر الدين: المسؤولية المدنية الناشئة عن المساس بالحق في الحياة الخاصة، أطروحة نيل شهادة دكتوراه، علوم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1، الجزائر، 2014م/2015م.
- مصعب حسام الدين لطفي قنلوني: دور مواقع التواصل لاجتماعي في عملية التجنيد الشبابي: مصر نموذجا، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العلية، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2012م.
- مصعب حسام الدين لطفي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التغيير السياسي، أطروحة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2012م.
- نوال بركات: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، مذكرة دكتوراه، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة الجزائر2015/2016م.

# قـــائمة المـــلاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بين يحي – جيجل–

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

## استمارة استبيان بعنوان

# اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو موضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك

# دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الاعلام والاتصال

# جامعة محمد الصديق بين يحي – جيجل–

مذكرة تخرج لمتطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص الصحافة المطبوعة والإلكترونية

**ملاحظة:**

نرجو منكم ملأ الاستمارة بكل عناية وموضوعية، وذلك بوضع العلامة ( X ) في الخانة المناسبة، مع العلم أن البيانات المتحصل عليها ستحظى بسرية تامة ولن تستخدم إلا في إطار البحث العلمي، تقبلوا منا فائق عبارات التقدير والاحترام.

**إعداد الطالبتين:**

- حياة بوجرادة
- ندى منقار

**إشراف الأستاذ:**

- عبد الحكيم الحامدي

**السنة الجامعية 2021/2020**

**المحور الأول: البيانات الشخصية.**

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن: أقل من 20 سنة ☐ من 20 إلى 25 سنة ☐ أزيد من 25سنة ☐

3- المستوى التعليمي: الثانية ☐ الثالثة ☐ ماستر 1 ☐ ماستر2 ☐

**المحور الثاني: كيف ينظر طلبة قسم الاعلام والاتصال لموضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك؟**

4- منذ متى وأنت تستعمل موقع الفيس بوك؟

أقل من سنة ☐ منذ سنتين ☐ أزيد من ثلاث سنوات ☐

5- كم من الوقت تمضي في صفحتك لموقع الفيس بوك؟

أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى ساعتين ☐ ثلاث ساعات فأكثر ☐

6- ما هي الفترات المفضلة لديك لتصفح موقع الفيس بوك؟

الصباح ☐ الظهيرة ☐ المساء ☐ الليل ☐

لا يوجد وقت محدد ☐

7- هل تتصفح موقع الفيس بوك؟

بمفردك ☐ مع العائلة ☐ مع الأصدقاء ☐ دون تحديد ☐

8- هل ترى بأن موقع الفيس بوك يوفر حماية لخصوصيتك وبياناتك ؟

نعم ☐ لا ☐

9- إذا كانت الإجابة بـ (نعم): هل يرجع ذلك إلى:

- حرية التحكم في إعداد الخصوصية عبر الموقع ☐
- نظام الأمان الذي يتبعه موقع الفيس بوك في حماية مستخدميه ☐

10- ما هي أهم الخاصيات التي تعزز التحكم في حماية خصوصيتك في موقع الفيس بوك؟

( يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- التحكم في الأشخاص الذين يرون ما تقوم به على الفيس بوك ☐
- التحكم في الأشخاص الذين يمكنهم البحث عنك ☐
- التحكم في خاصية التعرف على الوجه في الصورة ومقاطع الفيديو ☐
- تحديد الأشخاص الذين يمكنهم التفاعل معك ومع منشوراتك عبر الفيس بوك ☐
- تحديد الأشخاص الذين يمكنهم متابعتك والتعليق عل منشوراتك ☐
- إمكانية حظر الأشخاص ☐
- إمكانية التحكم في حالة النشاط في وقت الاستخدام ☐
- إمكانية التحكم في عرض الأنشطة خارج الفيس بوك ☐
- إمكانية إخفاء قائمة الأصدقاء الخاصة بك ☐

11- ماذا يمثل لك موضوع الخصوصية عبر موقع الفيس بوك؟

- أمر بالغ الأهمية والحساسية ويدعو للتعامل معه بحذر ☐
- أمر عادي ☐
- أمر بدون أهمية ☐

**المحور الثالث: طبيعة استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال للفيس بوك ومساهمتها في انتهاك خصوصيتهم وخصوصية غيرهم أو الحفاظ عليها.**

12- ما هو سبب تفضيلك لموقع الفيس بوك على غيره من المواقع الأخرى؟

- سهولة الاستخدام ☐
- انتشاره الواسع ☐
- أكثر أمانا ☐
- لأغراض البحث العلمي ☐
- المساعدة على حرية التعبير وإبداء الرأي ☐

13- ما طبيعة الصفحات التي تتصفحها عبر موقع الفيس بوك؟

- ترفيهية ☐ - اجتماعية ☐
- إعلامية ☐ - دينية ☐
- تعليمية ☐ - سياسية ☐

14- ما هي الخدمات المفضلة لديك على موقع الفيس بوك؟

- الدردشة ☐
- مشاركة الصور ☐
- مشاركة الروابط ☐
- مشاركة الفيديوهات ☐
- البث المباشر ☐

15- هل صفحة الفيس بوك الخاصة بك:

- اسم مستعار ☐
- اسم حقيقي ☐

16- ما الذي تقوم بنشره على صفحتك في الفيس بوك؟ ( يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- مناسبات خاصة ☐ - صور ☐
- مواقف ونشاطات ☐ - فيديوهات ☐
- انشغالات وشكاوى ☐ - أخبار عامة ☐

17- هل تقوم بنشر معلومات وصور خاصة بك؟

- دائما ☐
- أحيانا ☐
- أبدا ☐

18- هل ما تقوم بنشره على صفحتك في موقع الفيس بوك موجه:

- للعامة ☐ - أصدقاء محددين ☐
- خاص ☐

19- عند قيامك بالنشر ، هل هذه المنشورات؟

1- خاصة بك ☐

2- منشورات الأصدقاء ☐

20- إذا كانت الإجابة (2) هل تقوم بالإشارة إلى صاحب المنشور؟

- نعم ☐
- لا ☐

21- هل ترى أن إعادة نشر منشوراتك من قبل مستخدمين آخرين أمرا:

- عاديا ☐
- مزعجا ☐
- يعد انتهاك للخصوصية ☐

22- ما هي الصور التي تستعملها في الملف الشخصي الخاص بك على موقع الفيس بوك؟

- صورتك الشخصية ☐
- صور مشاهير ☐
- صور أخرى ☐

**المحور الرابع: ما مدى حرص طلبة قسم الاعلام والاتصال على مراعاة سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري في التعامل مع موضوع الخصوصية أثناء استخدامهم للموقع؟**

23- هل سبق لك أن قامت إدارة الفيس بوك بحذف أو تعليق حسابك؟

- نعم ☐
- لا ☐

24- إذا كانت الإجابة بـ ( نعم ) هل يرجع ذلك إلى:

- منشوراتك ذات محتوى حساس ☐
- منشورات غير لائقة ☐
- تعرض صفحتك للتبليغ ☐

25- هل سبق أن قامت إدارة الفيس بوك بعدم الموافقة على نشر أحد منشوراتك؟

- نعم ☐
- لا ☐

26- إذا كانت الإجابة بـ ( نعم): هل هذه المنشورات؟

- خطاب عنصرية أو كراهية ☐
- موضوعات ذات دلالة حساسة ☐
- منشورات معارضة للقانون ☐
- منشورات مخالفة لسياسة الفيس بوك ☐

27- حينما يتم رفض أحد منشوراتك على الفيس بوك هل تقوم بـ:

- التراجع عن النشر ☐
- الانتقال إلى فضاء آخر أكثر حرية ☐
- تعديل المنشور ليوافق سياسة الفيس بوك ☐

28- هل سبق لأحد معارفك أن قام باختراق حساب فيس بوك؟

- نعم ☐
- لا ☐

29- هل تعتبر سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري عائقا أمام ما تنشره من مواضيع؟

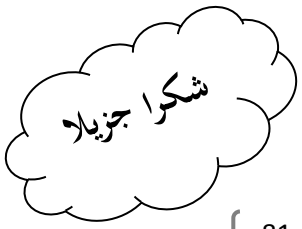
- نعم ☐
- لا ☐

30- حسب رأيك هل تساهم سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري في حماية الخصوصية ؟

- نعم ☐
- لا ☐

31- هل ترى أن سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري في التعامل مع موضوع الخصوصية:

- متكاملان ☐
- متعارضان ☐



الملخص

## الملخص:

تناولت دراستنا اتجاهات الطلبة نحو موضوع الخصوصية في موقع الفيس بوك، وتتجلى أهمية موضوع الخصوصية من خلال جدوره التاريخية العميقة، فقد اعترفت الشرائع والحضارات القديمة على ضرورة حماية الشخص وحماية خصوصيته وذلك بدءا من حضارة العراق القديمة، والحضارة الفرعونية، وكذا الشرائع السماوية وضوابط المجتمع. فالخصوصية مرتبطة ارتباطا وثيقا بالشخص أو الطالب الذي أصبحت سلوكياته تتغير مع التحديات التي يواجهها ويتأثر بما يسير عليه المجتمع من عادات. ومع تطور الوسائل العلمية والتكنولوجية وتعلق الأفراد بالمواقع الالكترونية وظهور الهوية الالكترونية التي تجبر الأفراد على التصريح بمعلوماتهم الكترونيا في إطار الحتمية التكنولوجية أصبحت خصوصية الأفراد مهددة، ويمكن الوصول اليها سواء عبر القرصنة أو استغلال المنصات مفتوحة المصدر، هذه الوضعية المفروضة أفرزت بيئة الكترونية ضاعت من خلالها الخصوصية وحقوق النشر والتأليف، وحدثت جرائم سرقة وتزوير، وجرائم الكترونية سببها الأول الوصول الى بيانات الأفراد عبر مواقع التواصل الاجتماعي كموقع الفيس بوك .

أضحى التدخل لإيقاف هذه الانتهاكات أولوية قصوى لدى الدول والأنظمة في حماية مصالحها ولعل الاتهامات المتبادلة بين الولايات المتحدة الامريكية وروسيا في انتهاك خصوصية العالم السيبراني أثناء الانتخابات الرئاسية، سعت الدول إلى إرساء تشريعات تنظم هذا العالم الافتراضي، فالمشرع الجزائري وضع قوانين تحمي الخصوصية في مظاهر الحياة اليومية ولم يهتم بخصوصية البيانات والمعلومات الشخصية بالتفصيل.

حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين لموضع الخصوصية ونظرتهم ومدى استيعابهم لهذا الموضوع. بين التشريعات القانونية للدولة الجزائرية من جهة، وسياسة الفيس بوك من جهة اخرى وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهتم بوصف الظاهرة وصفا دقيقا وتحليلها، كما اعتمدنا في هذه الدراسة على الاستبيان عن طريق الاستمارة كأداة لجمع البيانات ثم توزيعها على عينة قوامها (98) مفردة من مجتمع الدراسة والمتمثل في طلبة قسم الاعلام والاتصال جامعة جيجل والقطب الجامعي تاسوست سنة 2021/2020.

توصلت الدراسية إلى مجموعة من النتائج أهمها أن هناك اختلافا في وجهات نظر الطلبة الجامعيين وكذلك اختلاف في الاتجاهات نحو هذا الموضوع وأغلبية الطلبة يرونه أمرا بالغ الأهمية، كما أن أغلب الطلبة يحرصون على اتباع سياسة الفيس بوك والقانون الجزائري.

## Summary:

Our study dealt with the students' attitudes towards the issue of privacy on Facebook, and the importance of the issue of privacy is reflected through its deep historical roots. Ancient laws and civilizations recognized the need to protect the person and protect his privacy starting with the ancient civilization of Iraq, the Pharaonic civilization as well as the heavenly laws and the controls of society.

Privacy is closely related to the person or student whose behavior changes with the challenges he faces and is affected by the habits of society. With the development of scientific and technological means and the attachment of individuals to websites and the emergence of electronic identity that forces individuals to declare their information electronically within the framework of technological imperative, the privacy of individuals has become threatened. It can be accessed either through piracy or exploitation of open source platforms. This imposed situation has resulted in an electronic environment in which privacy copyright and authorship has been lost, and crimes of theft, forgery, and electronic crimes have occurred, caused by the first access to individual data through social networking sites such as Facebook.

Intervention to stop these violations has become a top priority for countries and regimes in protecting their interests. Perhaps the mutual accusations between the United States of America and Russia in violating the privacy of the cyber world during the presidential elections, countries sought to establish legislation regulating this virtual world. The Algerian legislator established laws that protect privacy in

the manifestations of daily life. He did not care about the privacy of personal data and information in detail.

Through this study, we tried to find out the attitudes of university students to the position of privacy, their view and the extent of their understanding of this subject. Between the legal legislation of the Algerian state on the one hand, and the policy of Facebook on the other hand, we have relied on the descriptive-analytical approach that is concerned with describing the phenomenon accurately and analyzing it In this study, we also relied on the questionnaire through the form as a tool for collecting data and then distributing it to a sample of (98) individuals from the study community, which is represented by the students of the Department of Media and Communication at Jijel University and the University Pole Tassoust in the year 2020/2021.

The study reached a set of results, the most important of which is that there is a difference in the views of university students, as well as a difference in attitudes towards this topic, and the majority of students consider it a very important matter, and most students are keen to follow the Facebook policy and Algerian law.