

انتهاك الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي (بحث مستل)

اسراء هاشم سيد

esraa5alattar@gmail.com

أ م د عبدالامير موييت الفيصل

alfaisal_ameer@yahoo.com

المستخلص

مكن التفوق التكنولوجي الذي تمتاز به وسائل الاتصال والاعلام المجال لهيمنة هذه الوسائل وتسيدها الموقف بدلاً عن وسائل الاعلام التقليدية , فالانترنت وماتملكه من مزايا وفوائد أفادت في مجالات الحياة شتى , لاسيما المجال الاعلامي, وحققت مالم تتمكن أية تقنية سبقتها من تحقيقها , وقد لاتتمكن اية تقنية تأتي بعدها من العمل والنجاح بمغزل عنها , تُعد اليوم الركيزة الاساسية للاتصال والتواصل في العالم وأهم وسائل الاتصال الجماهيري والشخصي في آن واحد , فما تتميز به من تفاعلية وإلغاء قيود المكان والزمان صنعت إعلاماً جديداً أتاح للجميع التعبير عما يريدون بحرية تامة , وأصبحت تطبيقات الانترنت ومنها مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما فيسبوك أشهرها وأكثرها إنتشاراً , أهم وسائل الاعلام الجديد , بعد أن بات حائظ صفحة فيسبوك الصحيفة التي تنشر السبق الصحفي للاحداث المهمة والمشاهير , كما أصبح منظومة إعلامية متكاملة لكل فرد لنشر ما يريد ليس بالنص فقط بل بالصوت والصورة , وبث الصورة الحية , فراح يدون فيها كل ما يريد بدءاً من تفاصيل حياته (الشخصية والاجتماعية والعملية) . وبعد ان كان الحديث يدور عن (الحق في الاتصال) و(الحق في المعرفة والحصول على المعلومة) , أصبح يدور حول حماية حقوق الإنسان من مخاطر الاعلام الجديد , لاسيما الحق في الخصوصية (حرمة الحياة الخاصة) , فبيانات المستخدمين ومعلوماتهم الشخصية واتصالاتهم تخزن وتجمع وتعالج إلكترونياً , ليس من إدارة الشبكة والشركات المختصة فحسب , بل من كل من له القدرة والإمكانية على ذلك سواء كان من الهاكرز او مزودي الخدمة او الحكومة أو دول وشركات اخرى , فضلا عن ما أتاحته هذه الوسائل من مزايا مكنت مستخدميها من انتهاك خصوصية بعضهم البعض ونشر ما يريدون تحت اسماء مستعارة , ودون وضع إعتبارات , لاسيما في ظل عدم وجود قوانين وأخلاقيات تحكم هذه الوسائل ومستخدميها فضلا عن عالميته وتأتي هذه الدراسة المسحية لمستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك لمعرفة ما يمثله مفهوم الخصوصية لديهم , ومدى ادراكهم اهميتها وحمايتها , ورصد انواع الانتهاكات المتحققة عبره والاخلاقيات ومدى خصوصية فيسبوك كوسيلة إعلام (بعده أشهر المواقع وأكثرها إنتشاراً وتأثيراً في الشعوب لاسيما العربية فضلا عن انه يعد من الكنوز بسبب ما يحتويه لاسيما في ما يتعلق بمتصيدي المعلومات والبيانات بأصنافهم المختلفة , بعد ان باتت اهم الشخصيات في العالم تتواصل عبره) .

Privacy Violation in Social Media Sites

Dr. Abdul Amir Muait al-Faisal, Ph.D.

Israa Hashim Sayed

Abstract

Technological superiority of the means of communication and media has allowed these methods to dominate and are replaced by alternative position of traditional media. The internet with its advantages and benefits benefited in various areas of life, especially media and achieve what no previous technology could achieve and any technology what comes after it can't be isolated from the internet. Today, the internet is the cornerstone of communication and connection in the world and the most important means of public and personal communication at the same time. The interactive feature of the internet and the cancelation of space and time restrictions create a new media that allowed everyone to express what they wanted freely. The internet applications including social networking sites, especially the Facebook, have become the most important new media after the wall of the Facebook page has become the newspaper that publishes the forefront of important events and celebrities. It also becomes an integrated information system for everyone to spread what he wants not only text but also voice, image and broadcast live image so they write everything he wants from the details of his personal, social and scientific life.

After talking about the right to communicate, right to know and to get information, human rights have become the subject of the dangers of new media, especially the right to privacy. User's data, personal information and contacts are stored, collected and processed electronically not only by the network's management and by the competent companies, but by all those who have the ability to do so, whether they are hackers, service providers, government or other countries and companies. As well as the availability of these means of advantages enable users to violate the privacy of each other and publish what they want under pseudonyms especially in the absence of laws and ethics governing these means and users as well as its globalization.

This survey comes to the users of the social networking site Facebook to find out what the concept of privacy; the extent of their awareness of the importance and protection; monitoring the types of violations achieved through ethics and the extent of the privacy of Facebook as a media .

المقدمة

أتاح التفوق التكنولوجي الذي تمتاز به وسائل الاتصال والاعلام اليوم المجال لهيمنة هذه الوسائل وتسيدها الموقف بديلاً عن وسائل الاعلام التقليدية , فالانترنت وماتملكه من مزايا وفوائد أفادت في مجالات الحياة شتى , لاسيما المجال الاعلامي , وحققت مالم تتمكن أية تقنية سبقتها من تحقيقها , وقد لاتمكن اية تقنية تأتي بعدها من العمل والنجاح بمعزل عنها , تُعد اليوم الركيزة الاساسية للاتصال والتواصل في العالم وأهم وسائل الاتصال الجماهيري والشخصي في آن واحد , فما تتميز به من تفاعلية وإلغاء قيود المكان والزمان صنعت إعلاماً جديداً أتاح لجميع التعبير عما يريدون بحرية تامة , وأصبحت تطبيقات الانترنت ومنها مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما فيسبوك أشهرها وأكثرها إنتشاراً , أهم وسائل الاعلام الجديد , بعد أن بات حائط صفحة فيسبوك الصحيفة التي تنشر السبق الصحفي للاحداث المهمة والمشاهير , كما أصبح منظومة إعلامية متكاملة لكل فرد لنشر ما يريد ليس بالنص فقط بل بالصوت والصورة, وبث الصورة الحية , فراح يدون فيها كل ما يريد بدءاً من تفاصيل حياته (الشخصية والاجتماعية والعملية) .

وبعد ان كان الحديث يدور عن (الحق في الاتصال) و(الحق في المعرفة والحصول على المعلومة) , أصبح يدور حول حماية حقوق الإنسان من مخاطر الاعلام الجديد, لاسيما الحق في الخصوصية (حرمة الحياة الخاصة) , فبيانات المستخدمين ومعلوماتهم الشخصية واتصالاتهم تخرن وتجمع وتعالج إلكترونياً , ليس من إدارة الشبكة والشركات المختصة فحسب , بل من كل من له القدرة والامكانية على ذلك سواء كان من الهاكرز او مزودي الخدمة او الحكومة أو دول وشركات اخرى , فضلا عن ما أتاحتها هذه الوسائل من مزايا مكنت مستخدميها من إنتهاك خصوصية بعضهم البعض ونشر ما يريدون تحت أسماء مستعارة , ودون وضع إعتبارات , لاسيما في ظل عدم وجود قوانين وأخلاقيات تحكم هذه الوسائل ومستخدميها فضلا عن عالميته .

وتأتي هذه الدراسة المسحية لمستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك لمعرفة ما يمثلته مفهوم الخصوصية لديهم , ومدى ادراكهم اهميتها وحمايتها, ورصد انواع الانتهاكات المتحققة عبره والأخلاقيات ومدى خصوصية فيسبوك كوسيلة إعلام (بعده أشهر المواقع وأكثرها انتشاراً وتأثيراً في الشعوب لاسيما العربية فضلا عن انه يعد من الكنوز بسبب ما يحتويه لاسيما في ما يتعلق بمتصيدي المعلومات والبيانات بأصنافهم المختلفة , بعد إن باتت اهم الشخصيات في العالم تتواصل عبره) .

أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

أنعكس تأثير وسائل الاعلام الجديد لاسيما فيسبوك على مجالات الحياة المختلفة , لعل ابرز هذه المجالات هو حقوق الانسان , فبعد ما أتاحتها من أماكن ومزايا مكنت المستخدم من التعبير عن ما يريد بحرية تامة فضلاً عن الوصول الى المعلومة , أصبحت تشكل خطراً على اهم حقوقه والاساس الذي تستمد منه الحقوق الاخرى (الحق في الخصوصية أو الحق في الحياة الخاصة) , ويمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤلات الآتية:

- ١ . مدى خصوصية فيسبوك بعده وسيلة اعلام لدى مستخدميه؟
- ٢ . هل يوجد إنتهاك لخصوصية مستخدمي فيسبوك ؟
- ٣ . ما أسباب إنتهاك خصوصية المستخدم في فيسبوك , واجراءاته لحمايتها؟
- ٤ . ٥- ماهي انواع إنتهاكات الخصوصية التي يتعرض لها مستخدمي فيسبوك , وماهي الأخلاقيات والمسؤوليات التي يلتزم بها موقع فيسبوك ومستخدميه ؟
- ٥ . هل لملكية وسائل الاعلام الجديد ولأعتمادها على الاعلانات اثر في إنتهاك خصوصية مستخدميه؟
- ٦ . هل فيسبوك مسؤول عن حماية معلومات مستخدميه وأمنها وعن حقوقهم , وما القوانين التي تحكم فيسبوك في حال حدوث منازعات؟
- ٧ . ما الجهات التي يتشارك فيسبوك معها معلومات مستخدميه , و كيف يتعامل مع المحتوى المحمي قانوناً(حقوق الملكية الفكرية)؟.

فروض الدراسة

- ١ . توجد فروق ذات دلالة معنوية في نوع إنتهاكات الخصوصية بتقدير المبحوثين وفقاً لمتغير الجنس (ذكور , إناث).
- ٢ . توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إنتهاك الخصوصية بالنشر دون موافقة والتحصيل الدراسي.
- ٣ . لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إنتهاك الخصوصية بالنشر دون موافقة والمهنة .
- ٤ . توجد فروق ذات دلالة احصائية للأولوية بالنشر على حساب خصوصية الاخرين بتقدير المبحوثين مع التحصيل الدراسي والمهنة .
- ٥ . توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين فيسبوك وخصوصية المستخدم والمهنة

ثانياً أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من الموضوع الذي تتناوله وانعكاساته على المجتمع ومستخدمي وسائل الإعلام الجديد , ويقع هذا البحث في مجال البحوث الاصلاحية, المهمة بتنظيم وسائل الإعلام والاتصال ومسؤوليتها تجاه المجتمع وتكوينها وأساليب السيطرة عليها (١), ففي الوقت الذي يحاول فيه الإعلام الجديد ان يركز على حرية الرأي والتعبير وحرية الحصول على المعلومة, كان نتيجة هذه الحريات التعدي على حق أساس من حقوق الانسان وهو الحق في الخصوصية (الحق في الحياة الخاصة). لاسيما بعد ان خلت وسائله وتطبيقاته من الالتزامات أو القوانين أو الاخلاقيات ماعدا سياسات الخصوصية او سياسات الإستخدام, وبعد فضائح تجسس حكومات ومؤسسات عبر هذه الوسائل على دول وشخصيات مهمة, واخبار إنتهاكها لخصوصية مستخدميها وإستخدام معلوماتهم دون علمهم, لاسيما موقع التواصل الاجتماعي الاشهر « فيسبوك » الثاني عالمياً والاول محلياً وفق تصنيفات موقع اليسكا ,من هنا تأتي أهمية هذه الدراسة لمعرفة مدى أدراك مستخدمي وسائل الاعلام الجديد (فيسبوك) لمفهوم حق الخصوصية واهميته واهمية حمايته ,ومعرفتهم طرق إستخدام بياناتهم وأمن معلوماتهم, ومعرفة مدى التزامهم بالاخلاقيات والمسؤولية تجاه الاخرين, وتحليل سياسة الخصوصية الخاصة بفيسبوك ,للخروج بنتائج تضيف للمكتبة العلمية العراقية, وتوظيفها توظيفاً إيجابياً للمجتمع .

ثالثاً: أهداف الدراسة

ترمي الدراسة الى الاجابة عن تساؤلات المشكلة فضلا عن تحقيق الاهداف الاتية:

- ١ . معرفة مفهوم الخصوصية لدى مستخدمي فيسبوك , ومدى اهميتها لهم واهمية المحافظة عليها .
- ٢ . تحديد وجود إنتهاك للخصوصية في فيسبوك لاسيما مايتعلق بمستخدميه , والوقوف عند أنواع هذه الإنتهاكات التي يتعرض لها مستخدمو فيسبوك سواء من مستخدمين اخرين او نتيجة لخدماته , وتحديد المسؤول عنها واجراءاتهم للحد منها وانواع الإنتهاكات.
- ٣ . رصد اسباب إنتهاك الخصوصية في فيسبوك من وجهة نظر مستخدميه واجراءاتهم لحمايتها.
- ٤ . الكشف عن مدى خصوصية فيسبوك بعده وسيلة اعلام لاسيما فيما يتعلق بمستخدميه.
- ٥ . رصد مبادئ وأخلاقيات فيسبوك, والاخلاقيات التي يتعامل بها مستخدموه, ومسؤوليتهم تجاه منشوراتهم.

٦. الكشف عن الضمانات التي يقدمها فيسبوك لحماية معلومات مستخدميه وأمنهم وحقوقهم , ومعرفة أنواع المعلومات التي يجمعها عنهم والجهات التي يتشارك معها هذه المعلومات.

رابعاً : نوع الدراسة ومنهجها

تعد هذه الدراسة «دراسة وصفية» ترمي الى وصف خصائص ظاهرة معينة وأبعادها و تجميع البيانات والمعلومات اللازمة وتنظيمها وتحليلها للوصول الى اسبابها ومسبباتها (٢) , اعتمدت الدراسة منهج المسح بالعينة (الالكتروني) (Electronic Survey Method) , منهاجاً لها وذلك عن طريق مسح اراء عينة من مستخدمي فيسبوك عن مفهوم الخصوصية واشكال إنتهاكها من جهة , ومسح لسياسة الخصوصية في موقع فيسبوك وشروط إستخدامه ومعاييرها لأستخلاص أهم السياسات والمعايير الحاكمة فيه والضمانات التي يقدمها الموقع لمستخدميه لحماية خصوصيتهم وأمن معلوماتهم وسلامتها. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الالكتروني, بشقيه الوصفي والتحليلي والذي لمرونته يُعدُّ من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية (٣). وتعد الدراسات المسحية من أبرز مناهج البحوث للحصول على البيانات والمعلومات العلمية التي تستهدف الظاهرة وتكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة (٤) .

خامساً : مجالات الدراسة

ينبغي لكل دراسة علمية أن تقف عند مجالات معينة في بحثها , ومجالات هذه الدراسة هي:

١. المجال المكاني : يتحدد هذا المجال في موقع فيسبوك عن طريق الصفحة الشخصية فيه .

٢. المجال الزمني: استغرق العمل الميداني للوصول الى النتائج المطلوبة اربعة أشهر بدأ العمل بتاريخ (١/ ٥/ ٢٠١٥م) ولغاية (٣١/ ٨/ ٢٠١٥م). إذ تضمن العمل الميداني إعداد الاستبانة الخاصة بالبحث واختبارها على عينة البحث وعرضها على الخبراء المختصين والقيام بالتعديلات وتوزيعها على العينة الكترونياً واجراء العمليات الاحصائية عليها , وهي المدة الكافية للوصول الى النتائج المطلوبة.

٣. المجال البشري: تم اجراء الدراسة على عينة من مستخدمي فيسبوك , وكان العدد (٥١٢) مستخدماً.

سادساً: مجتمع الدراسة

هو مفردات أو وحدات الظاهرة موضوع الدراسة جميعها أو هو الحالات كلها التي تنطبق عليها خصائص معينة، سواء كانت افراداً أو سلعاً أو اوزاناً في منطقة معينة(٥). ويتحدد مجتمع البحث بمستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك ، والذي اصبح يعد من ضمن اكبر المجتمعات في العالم بعد تجاوز عدد مستخدميه مليار مستخدم ، وهم مجتمع غير متجانس ومتباين فهم خليط في كل شيء (الدول ، واللغات ، والاعمار ، والاختصاصات ، والظروف السياسية و الاجتماعية والاقتصادية والاديان والطوائف والجنس) ولما كان من العسير تطبيق هذه الدراسة على مستخدمي فيسبوك كلهم، لذلك تم اختيار عينة منهم .

عينة الدراسة

فقد تم اختيار أسلوب العينة غير الاحتمالية التي تستخدم في الدراسات الاستكشافية والتي تعطي نتائج مهمة ومفيدة بالرغم من عدم تعميمها، فقيود الوقت لها حكمها على الباحث علماً انه حتى في حال استخدام العينات الاحتمالية واجراءاتها المنتظمة الا ان هذا لا يضمن دائماً أن تكون العينة ممثلة لكل المجتمع(٦)، ومن اسلوب اختيار العينة غير الاحتمالي اخترنا نوع العينة الشبكية (كرة الثلج Snowball) (العينة المتضاعفة)

وتعرف بأنها الطريقة التي يعتمد اختيار المشاركين فيها على الترشيحات او الاحالات، إذ تبدأ الكرة صغيرة وعند انحدارها تتفرع الى مجموعة من الكرات الصغيرة، وقد استخدمت بهدف الوصول الى اكبر نسبة من المبحوثين، لاسيما مع تشتت مجتمع البحث وصعوبة الوصول اليه وحصره، لذا تعد النوع الانسب لاختيار العينة(٧) وهي عينة يزداد عدد مفرداتها في أثناء مرحلة جمع المعلومات ومع مرور الوقت(٨)، ويبدأ الباحث عن طريق فرد من ابناء المجتمع الاصلي، ثم يقوده الى أفراد اخرين، وهكذا يتسع نطاق معرفة الباحث بالمجتمع ، وتتطلب قدرة من الباحث على اقناع من هم من مجتمع الدراسة للتعاون معه، وتستخدم في حالة عدم توافر قائمة بأفراد المجتمع الاصلي ، يتم اختيار عينة مبدئية صغيرة الحجم نسبياً، ثم يتم الاستعانة بمفردات هذه العينة الصغيرة للإحالة إلى مفردات أخرى إضافية Referrals (٩) ، ويكون الفرد الاول النقطة التي تنطلق منها الكرة متدرجة لتتكشف وتكبر لحين الحصول على اكبر عدد من الافراد وحسب وقت الدراسة المحدد(١٠) وقد بدأنا عن طريق الأصدقاء في فيسبوك وهم من مستخدمي الموقع الذين تنطبق عليهم مواصفات مجتمع البحث وشروط الدراسة ، وقد تم إرسال (٢٠٠) استبانة الكترونية الى الاصدقاء النشطين ، وتمت اتاحة الاستبانة من (١٥/٨-٣١/٨/٢٠١٥) ، فقد تم إيقاف النموذج الالكتروني في ٣١/٨/٢٠١٥.

حجم العينة

وبما انه اعتمدت عينة (كرة الثلج) فقد تم إرسال (٢٠٠) أستاذة للاصدقاء من مستخدمي فيسبوك والطلب منهم ايصال الاستبانة الى اكبر عدد من مستخدمي فيسبوك من اصدقائهم, فكان عدد الردود (٥١٢) مستخدماً, وهو ما مثل حجم العينة.

ثامناً: الصدق والثبات

الصدق: للتأكد من صدق الاداة المستخدمة في الدراسة وهي «الاستبانة», والاستعانة بعدد من الخبراء الاكاديميين من ذوي الخبرة والاختصاص, ولهم سعة الاطلاع على البحوث والدراسات الميدانية والالمام بمناهج البحث, وذلك للحكم على مدى صلاحية الاسئلة في الاستبانة وجدواها علمياً, وقد أبدوا ملاحظاتهم وتعديلاتهم على الاسئلة الواردة في الاستبانة, ولتحقيق هذا الصدق استخدمنا الصدق الظاهر او صدق المحكمين الذي يقوم على التقييم الذاتي المنتظم لمدى تعبير مضمون المقياس عن الهدف منه (١١), لتحديد صلاحية المقياس وكانت نسبة الصدق (٩٥,٩) %*.

الثبات: ويقصد به مدى ثبات النتائج التي يتم التوصل إليها بتكرار القياس على الخاصية نفسها او الافراد أنفسهم في المواقف والظروف نفسها (١٢). وبعد مرور (١٠) ايام من اجراء اختبار الاستبانة على (٤٠) مستخدم بإعادة التطبيق Test-retest واختبار المبحوثين, ثم استخدام معامل الثبات ألفا (**) (Alpha) فقد بلغت قيمته (٨٥,٩) % وهي نسبة تدل على وضوح الاستمارة وقابليتها للتطبيق.

الجدول (١) يوضح المعلومات التي يقوم فيسبوك بجمعها من المستخدم وعنه

ت	أنواع المعلومات التي تجمع عن المستخدم
١	كل الأمور التي يقوم بها المستخدم والمعلومات التي يوفرها.
٢	الأمور التي يقوم الآخرون بها والمعلومات التي يوفرها عنه.
٣	شبكة معارفه والأشخاص الذين يتواصل معهم.
٤	معلومات حول عمليات الدفع.
٥	معلومات الجهاز.
٦	معلومات من مواقع الويب والتطبيقات التي تستخدم خدمات فيسبوك.
٧	معلومات من شركاء خارجيين.
٨	معلومات من شركات فيسبوك العشر.

الشركات العشر التي تملكها فيسبوك و التي تجمع وتتشارك معلومات المستخدم معه هي كما موضحة في الجدول (٢) :

الجدول (٢) الشركات التي تملكها شركة فيسبوك

ت	اسم الشركة	موقعها الالكتروني
١	Facebook Payments Inc	(https://www.facebook.com/payments_terms_privacy)
٢	أطلس Atlas	(http://atlassolutions.com/privacy-policy)
٣	إنستغرام Instagram LLC	(http://instagram.com/about/legal/privacy)
٤	Mobile Technologies Inc	(http://jibbig.com/privacy.html)
٥	Onavo	(http://www.onavo.com/privacy_policy)
٦	Parse	(https://parse.com/about/privacy)
٧	Moves	(http://moves-app.com/privacy)
٨	Oculus	(http://www.oculus.com/privacy)
٩	LiveRail	(http://www.liverail.com/privacy-policy)
١٠	WhatsApp Inc	(http://www.whatsapp.com/legal/#Privacy)

الجهات التي تتشارك مع فيسبوك في معلومات المستخدم فهي موضحة في الجدول (٣)

الجدول (٣) الجهات التي تتشارك مع فيسبوك معلومات مستخدميه

ت	الجهات التي تتشارك مع فيسبوك في معلومات المستخدم
١	الأشخاص الذين يتواصل معهم ويشارك معهم المحتويات
٢	الأشخاص الذين يرون محتوى يشاركه الآخرون بخصوصه.
٣	التطبيقات أو المواقع أو الخدمات الأخرى التابعة لجهات خارجية والتي تستخدم خدمات فيسبوك أو تتكامل معها.
٤	المشاركة داخل شركات فيسبوك العشر
٥	مالك جديد لفيسبوك
٦	عملاء وشركاء خارجيون
٧	خدمات الاعلانات والقياس والتحليل
٨	الموردون ومقدمو الخدمات ، والشركاء الآخرون.
٩	الجهات المسؤولة أو الحكومات تنفيذاً لطلبات قانونية

جدول (٤) توزيع افراد العينة حسب الفئات العمرية

النسبة	التكرار	العمر
٪٦٥,٦	٣٣٦	٣٤-١٨
٪٢٩,٣	١٥٠	٥٠-٣٥
٪٥,١	٢٦	٥٠+
٪١٠٠	٥١٢	المجموع

جدول (٥) توزيع افراد العينة حسب التحصيل الدراسي

النسبة	التكرار	التحصيل الدراسي
٪٧٠,٩	٣٦٣	بكلوريوس
٪٩,١٨	٩٧	شهادة عليا
٪٧,٨	٤٠	ثانوية
٪٢,٣	١٢	متوسطة
٪١٠٠	٥١٢	المجموع

جدول (٦) توزيع افراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

النسبة	التكرار	الحالة الاجتماعية
٪٥٦,٣	٢٨٨	متزوج/ة
٪٤٠,٨	٢٠٩	أعزب/عزباء
٪٢,٥	١٣	مطلق/ة
٪٠,٤	٢	أرمل/ة
٪١٠٠	٥١٢	المجموع

جدول (٧) توزيع افراد العينة حسب المهنة

النسبة	التكرار	المهنة
٪٤٥,٣	٢٣٢	إعلامي/ة
٪١٣,٩	٧١	غير ذلك
١٢,٥	٦٤	طالب/ة
٪٦,٥	٣٣	كاسب/ارية بيت
٪٤,٦	٢٤	مهندس/ة
٪٢,٨	١٤	رجل امن
٪١,٧	٩	محامي/ة
٪١,٣	٧	طبيب/ة
٪١٠٠	٥١٢	المجموع

جدول (٨) يوضح توزيع افراد العينة حسب أماكن السكن

النسبة	التكرار	السكن
٪٧١,٣	٣٦٥	بغداد
٪١٦	٨٢	محافظة العراق الاخرى
٪٤,٧	٢٤	بلد عربي
٪٤,٧	٢٤	بلد اجنبي
٪٣,٣	١٧	إقليم كردستان
٪١٠٠	٥١٢	المجموع

جدول (٩) مفهوم الخصوصية

النسبة	التكرار	مفهوم الخصوصية
٪٣٦,٦	٣٠٦	حقي في الاحتفاظ بكل ما يخصني لنفسي
٪٣٠,٣	٢٥٣	عدم استخدام معلوماتي من جهات أخرى دون موافقتي
٪٢٠,١	١٦٨	أسرتي وحياتي الخاصة
٪١٣	١٠٨	اسراري
٪١٠٠	٨٣٥	المجموع

جدول (١٠) يوضح ما يقع في نطاق الخصوصية (أكثر من خيار)

النسبة	التكرار	نطاق الخصوصية
٪٢٦,١	٣٠٤	اتصالاتك ورسائلك
٪٢٤,٥	٢٨٥	معلوماتك الخاصة وصورك
٪٢٢,١	٢٥٧	عائلتك ومنزلك
٪٢٠,٣	٢٣٦	اسرارك
٪٥,٧	٦٧	عملك
٪١,١	١٣	أخرى
٪١٠٠	١١٦٢	المجموع

جدول (١١) يبين أنواع الانتهاكات التي يتعرض لها المستخدم

النسبة	التكرار	الاختيار
٪٢٠,٤	٢٥٦	اضافتك الى مجموعة
٪١٧,٥	٢١٩	الاشارة اليك
٪١٦,٤	٢٠٥	دعوتك لشيء ما أو (لعبة، أو تطبيق أو الاعجاب بصفحة)
٪١,٢٣	١٦٥	رسائل من اشخاص لاتعرفهم
٪١٢,٨	١٦١	تحديد موقعك من احد الاصدقاء
٪١٢,٢	١٥٣	مشاركة صورك الشخصية
٪٣,٩	٤٩	النكز
٪٢,٨	٣٥	اقتراح اصدقاء
٪٠,٤	٦	أخرى
٪١٠٠	١٢٤٩	المجموع

جدول (١٢) يبين نوعاً من أنواع الانتهاكات (فرض الاصدقاء)

النسبة	التكرار	الاختيار
٪٥٥,٥	٢٧٨	مجاملة
٪٢٦,١	١٣١	أقاربك
٪١٢,٨	٦٤	أخرى
٪٥,٦	٢٨	رئيسك في العمل
٪١٠٠	٥١٢	المجموع

جدول (١٣) يبين التصرف مع محتويات تنتهك خصوصية الاخر

الاختيار	التكرار	النسبة
أحذفه	٢٩٦	٪٥٧,٨
احظر الشخص الذي اشار الي به	١٠٧	٪٢٠,٩
ابلق عنه	٦٩	٪١٣,٥
لا افعل شيئاً	٢١	٪٤,١
اعتذر من الشخص الذي يسيء له المنشور	١٩	٪٣,٧
المجموع	٥١٢	٪١٠٠

جدول (١٤) يبين أنواع إنتهاكات حقوق الملكية الفكرية

الاختيار	التكرار	النسبة
نعم		
الاختيار	التكرار	النسبة
مقالات	١٤٤	٪٢٨,١
صور واعمال فنية	٩٧	٪١٨,٩
محتوى ينتهك حقوق الملكية الفكرية لكتب	٩٦	٪١٨,٨
المجموع	٣٣٧	٪٦٥,٨
كلا		
المجموع	١٧٥	٪٣٤,٢
المجموع	٥١٢	٪١٠٠

جدول (١٥) يبين حالات انتحال الشخصية عبر صفحات فيسبوك وأساليب التعامل معها

الاختيار	التكرار	النسبة
كلا		
نعم		
الاختيار	التكرار	النسبة
أبلغت الموقع عنه	٧٤	٪١٤,٥
استخدمت التبليغ الاجتماعي من الاهل والاصدقاء لقلقه	٢١	٪٤,١
لم افعل شيئاً	٢٠	٪٣,٩
رفعت دعوى قضائية ضده	٢	٪٠,٤
المجموع	١١٧	٪٢٢,٩
المجموع	٣٩٥	٪٧٧,١
المجموع	٥١٢	٪١٠٠

جدول (١٦) يبين مجموعة عبارات تعد اسباباً لإنتهاك الخصوصية في فيسبوك

المجموع	كلا	نعم	العبارة
٥١٢	١٥٦	٣٥٦	معالجة معلومات المستخدم إلكترونياً وإنشاء علاقات ارتباطية بينها.
%١٠٠	%٣٠,٥	%٦٩,٥	
٥١٢	٦٧	٤٤٥	عدم وجود قوانين رادعة , وعدم ازالة المحتويات المسيئة بعد الإبلاغ عنها.
%١٠٠	%١٣,١	%٨٦,٩	
٥١٢	٨٨	٤٢٤	عدم الالتزام بقوانين البلد المحلية , ودياناته ومقدساته.
%١٠٠	%١٧,٢	%٨٢,٨	

جدول (١٧) يبين سبب البحث وقراءة معلومات غير الاصدقاء في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاختيار
%٣٥,٨	١٨٣	لارسال طلبات صداقة لهم
%٢١	١٠٨	لمعرفة اخبارهم
%٢٠,٧	١٠٦	لاشباع الفضول لا اكثر
%١٦,٢	٨٣	للتعرف عليهم بعد قراءة تعليق ملفت لهم
%٦,٣	٣٢	أخرى
%١٠٠	٥١٢	المجموع

جدول (١٨) يبين أثر اعتماد وسائل الاعلام الجديد على الاعلانات في إنتهاكها الخصوصية

النسبة	التكرار	الاختيار															
		نعم															
%٧٥,٦	٣٨٧	<table border="1"> <thead> <tr> <th>النسبة</th> <th>الاختيار</th> <th>السبب</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>%٤١,١</td> <td>١١٢</td> <td>لان هدف الشركات متعددة الجنسية هو الارباح الهائلة</td> </tr> <tr> <td>%١٩,٦</td> <td>١٠٠</td> <td>لانها استغلت الاعلام والتواصل للحصول على المعلومات</td> </tr> <tr> <td>%١٤,٩</td> <td>٧٦</td> <td>حولت الاعلام الى صناعة معلومات</td> </tr> <tr> <td>%٧٥,٦</td> <td>٣٨٧</td> <td>المجموع</td> </tr> </tbody> </table>	النسبة	الاختيار	السبب	%٤١,١	١١٢	لان هدف الشركات متعددة الجنسية هو الارباح الهائلة	%١٩,٦	١٠٠	لانها استغلت الاعلام والتواصل للحصول على المعلومات	%١٤,٩	٧٦	حولت الاعلام الى صناعة معلومات	%٧٥,٦	٣٨٧	المجموع
النسبة	الاختيار	السبب															
%٤١,١	١١٢	لان هدف الشركات متعددة الجنسية هو الارباح الهائلة															
%١٩,٦	١٠٠	لانها استغلت الاعلام والتواصل للحصول على المعلومات															
%١٤,٩	٧٦	حولت الاعلام الى صناعة معلومات															
%٧٥,٦	٣٨٧	المجموع															
%٢٣,٢	١١٩	كلا															
%١,٢	٦	اخرى															
%١٠٠	٥١٢	المجموع															

جدول (١٩) يبين المسؤولية الاجتماعية لدى المستخدم

المجموع	كلا	نعم	السؤال
٥١٢	١٤٣	٣٦٩	هل تتحمل المسؤولية الكاملة تجاه الآخرين عند استخدامك فيسبوك؟
%١٠٠	%٢٧,٩	%٧٢,١	
٥١٢	١٩٢	٣٢٠	هل لنشر الحقيقة الأولية على خصوصية الآخرين في منشوراتك؟
%١٠٠	%٣٧,٥	%٦٢,٥	
٥١٢	٦٥	٤٤٧	هل يجب ان تتحمل وسائل الاعلام الجديد مسؤولية إنتهاك خصوصية مستخدميها وتضمن لهم حمايتها؟
%١٠٠	%١٢,٧	%٨٧,٣	

جدول (٢٠) يبين اثر الشركات متعددة الجنسيات على الخصوصية

النسبة	التكرار	الاختيار		
		نعم		
%٨٧,٥	٤٤٨	النسبة	الاختيار	السبب
		%٤١,١	١١٢	لأنها تسعى لزيادة الارباح حتى لو كان على حساب
		%٥٩,١	٣٠٣	التضحية ببعض القيم العامة
		%١٦	٨٢	لأنها شركات تجارية غير اعلامية قد تكون لها مآرب اخرى
		%٧٥,٦	٣٨٧	لأن هدفها هو جمع المعلومات ولاتهمها خصوصية
		%١٢,٣	٦٣	المستخدمين
		%٨٧,٤	٤٤٨	المجموع
%١٠,٣	٥٣	كلا		
%٢,٢	١١	أخرى		
%١٠٠	٥١٢	المجموع		

جدول (٢١) يبين أسباب انتهاك الخصوصية في وسائل الاعلام الجديد ومنها فيسبوك

النسبة	التكرار	الاختيار
%٥٥	٢٨٢	عدم وجود قوانين تحكمها
%١٨,٤	٩٤	امتلاكها من شركات متعددة الجنسية
%١٦,٤	٨٤	عدم التزامها بأخلاقيات الصحافة والاعلام
%٧,٨	٤٠	مزايا هذه الوسائل وخصائصها
%٢,٣	١٢	أخرى
%١٠٠	٥١٢	المجموع

أختبار الفرضيات الإحصائية للبحث باستخدام برنامج spss (التحليل الكمي)

لإختبار الفرضيات الإحصائية للدراسة أستعملنا مقياس النزعة المركزية (الانحراف المعياري والمتوسط الحسابي ومتوسط الخطأ المعياري) واختبار (T Test) واختبار (%²), فضلاً عن تحليل التباين في إتجاهين (Two Way ANOVA) الذي يمكن من الكشف عن الفروق الإحصائية و الكشف عن المتغيرات التي تسبب الفروق مسببة للفروق في حال وجودها وذلك بإجراء المقارنات المتعددة (Multiple Comparisons) بأستعمال اختبار (f) للكشف عن الفروق ذات الدلالة المعنوية بين المتغيرات.***.

الفرض الأول : هناك فروق ذات دلالة معنوية في نوع إنتهاكات الخصوصية وفقاً لمتغير الجنس(ذكور إناث).

من الجدول (٢٢- أ-) يتضح وجود فروق ذات دلالة معنوية في نوع إنتهاكات الخصوصية وفقاً لمتغير الجنس(ذكور إناث) ، إذ يظهر هناك أختلافاً واضحاً بين الذكور والإناث في تحديد نوع الانتهاك المتحقق عبر فيسبوك, و تدل النتائج على إن أكثر ما يعده الذكور انتهاكاً لخصوصيتهم هو على التوالي تحديد الموقع و أضافتهم إلى مجموعة والإشارة اليهم, فيما تعد الإناث ووفق الجدول (٢٢- ب-) ان الرسائل من أشخاص غير معروفين من ابرز أنواع إنتهاك خصوصيتهن يليها مشاركته صورهم الشخصية ثم أضافتهم الى مجموعة.

جدول (٢٢- أ-) يبين أنواع الإنتهاكات بالنسبة للذكور

الذكور	أضافتك إلى مجموعة	الإشارة إليك	دعوة للعب أو الإعجاب	تحديد موقعك	مشاركة صورتك الشخصية	رسائل من أشخاص لا تعرفهم	النكز	اقترح صديق	اخرى
العدد	٢٠٩	٢٠٢	١٦٦	١٢١	٩٠	٧٨	٣٣	٢٥	٦
النسبة	%١٦,٨	%١٦,٣	%١٣,٤	%٩,٧	%٧,٢	%٦,٣	%٢,٦	%٢	%٠,٤

جدول (٢٢- ب-) يبين أنواع الإنتهاكات بالنسبة للإناث

الإناث	رسائل من أشخاص لا تعرفهم	مشاركة صورتك الشخصية	اضافتك لمجموعة	تحديد موقعك	دعوة للعب أو الاعجاب	الإشارة إليك	النكز	اقترح صديق	اخرى
العدد	٨٧	٦٣	٤٧	٤٠	٣٩	١٧	١٦	١٠	-----
النسبة	%٧	%٥	٣,٧	%٣,٢	%٣,١	%١,٣	%١,٢	%٠,٨	-----

الفرض الثاني : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين انتهاك الخصوصية بالنشر دون موافقة والتحصيل الدراسي.

يتضح من الجدول (٢٣) الذي يوضح أسباب انتهاك الخصوصية بالنشر دون موافقة وفق التحصيل الدراسي الآتي:

ان ٣٠,٧% من المبحوثين هم من لم يقوموا بانتهاك خصوصية الاخرين بالنشر دون موافقة , و ابرز اسباب إنتهاك الخصوصية بالنشر دون موافقة كان (لنشر سبق صحفي) الذي اتفقت عليه فئة (متوسطة) و(بكالوريوس) , اما فئة ثانوي فكان السبب هو الترفيه , فيما كان إطلاع الناس هو المبرر لحملة الشهادات العليا.

جدول (٢٣) يوضح اسباب إنتهاك الخصوصية بالنشر دون موافقة وفق التحصيل الدراسي

اسباب انتهاك الخصوصية	التحصيل الدراسي	سبق صحفي	اطلاع الناس	تصرف غير اخلاقي	ترفيه	كلا	مج
متوسطة		٥	١	١	٣	٢	١٢
		%١	%٠,٢	%٠,٢	%٠,٦	%٠,٤	%٢,٣
ثانوي		١٠	٢	٤	١٨	٦	٤٠
		%٢	%٠,٤	%٠,٨	%٣,٥	%١,٢	%٧,٨
بكالوريوس		١٠٢	٥٦	٢٠	٨٠	١٠٥	٣٦٣
		%١٩,٩	%١٠,٩	%٣,٩	%١٥,٦	%٢٠,٥	%٧٠,٩
شهادة عليا		١٥	١٧	٩	١٢	٤٤	٩٧
		%٢,٩	%٣,٣	%١,٨	%٢,٣	%٨,٦	%١٨,٩
المجموع		١٣٢	٧٦	٣٤	١١٣	١٥٧	٥١٢
		%٢٥,٨	%١٤,٨	%٦,٦	%٢٢,١	%٣٠,٧	%١٠٠

يتضح من الجدول أدناه أن قيمة (Sig.) أقل من مستوى الدلالة الذي هو (٠,٠٥) وهو ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية بين اسباب إنتهاك الخصوصية والتحصيل الدراسي. وما يؤكد ذلك ان قيمة (Sig.) اقل من قيمة مربع كاي مما يعني قبول الفرضية بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إنتهاك الخصوصية بالنشر دون موافقة والتحصيل الدراسي.

مربع كاي	القيمة	درجة الحرية	.Sig
٣٦,٧٦٨*	١٢	٠	

الفرض الثالث : لاتوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إنتهاك الخصوصية بالنشر دون موافقة والمهنة .

يتضح من الجدول (٢٤) ان هناك فروقاً ذات دلالة معنوية لأن هناك أختلاف بين المهن والنشر دون موافقة ووفق ما يتناسب مع نوع المهنة , إذ يتضح ان الاعلامي يبحث عن السبق الصحفي كذلك المحامي , فيما برر الطالب والكاسب والمهندس ورجل الامن ذلك بانه للترفيه , وأشار الطبيب والتدريسي الى أنه لاطلاع الناس على انتهاك ما.

الجدول (٢٤) يوضح العلاقة الإحصائية بين إنتهاك الخصوصية بالنشر دون موافقة والمهنة .

المجموع	كلا	ترفيه	تصرف غير اخلاقي	اطلاع الناس	سبق صحفي	
٦٤	١٥	٢٣	٧	٨	١١	طالب
%١٢,٥	%٢,٩	%٤,٥	%١,٤	%١,٦	%٢,١	
٣٥	١٠	١٢	٣	٣	٧	كاسب
%٦,٨	%٢	%٢,٣	%٠,٦	%٠,٦	%١,٤	
٢٥٥	٦٤	٤٩	٨	٤٠	٩٤	اعلامي
%٤٩,٨	%١٢,٥	%٩,٦	%١,٦	%٧,٨	%١٨,٤	
١١	٢	٤	-	-	٥	محامي
%٢,١	%٠,٤	%٠,٨	-	-	%١	
٢٦	١٤	٧	١	٣	١	مهندس
%٥,١	%٢,٧	%١,٤	%٠,٢	%٠,٦	%٠,٢	
٩	٤	١	-	٤	-	طبيب
%١,٨	%٠,٨	%٠,٢	-	%٠,٨	-	
١٨	٨	٥	-	٢	٣	رجل امن
%٣,٥	%١,٦	%١	-	%٠,٤	%٠,٦	
٦٢	٢٦	٤	١٠	١٣	٩	تدريسي
%١٢,١	%٥,١	%٠,٨	%٢	%٢,٥	%١,٨	
٣٢	١٤	٨	٥	٣	٢	اخرى
%٦,٣	%٢,٧	%١,٦	%١	%٠,٦	%٠,٤	
٥١٢	١٥٧	١١٣	٣٤	٧٦	١٣٢	المجموع
%١٠٠	%٣٠,٧	%٢٢,١	%٦,٦	%١٤,٨	%٢٥,٨	

أما قيمة (Sig.) أقل من (٠,٠٥) وهو مستوى الدلالة بين اسباب إنتهاك الخصوصية والتحصيل الدراسي مما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية. ومايؤكد ذلك عندما نقارن قيمة (Sig.) مع قيمة مربع كاي اذ قيمة مربع كاي أكبر مما يعني رفض الفرضية الاساسية وقبول الفرضية البديلة بوجود علاقة ارتباطية بين اسباب إنتهاك الخصوصية والمهنة .

.Sig	درجة الحرية	القيمة	مربع كاي
.	٣٢	*٩٧,٠١٣	

الفرض الرابع : وجود فروق ذات دلالة احصائية للأولوية بالنشر على حساب خصوصية الآخرين مع التحصيل الدراسي والمهنة .

يتضح من الجدول (٢٥) وجود فروق ذات دلالة معنوية للأولوية بالنشر على حساب خصوصية الآخرين مع التحصيل الدراسي والمهنة اذ ظهرت قيمة (sig) للمتغيرات كافة اقل من قيمة (f) مما يدل على وجود فروق معنوية ، و (e*w) تعني وجود علاقة تفاعلية بين الأولوية بالنشر والمهنة والتحصيل الدراسي وهذا مايفسر إنتهاك الخصوصية بأعطاء الأولوية للنشر على حساب خصوصية الآخرين .

الجدول (٢٥) يوضح وجود فروق ذات دلالة معنوية للأولوية بالنشر على حساب خصوصية الآخرين مع التحصيل الدراسي والمهنة

Sig	f	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجة الحرية	تحليل التباين
.	**١٣٩,٨٧١	٣٢,٥٣٠	٩٧٥,٩٠١	٣٠	موديل
.	**١٠٤١,٦٣٤	٢٤٢,٢٥٤	٩٦٩,٠١٧	٤	التحصيل الدراسي
٤٨٨	٩٣٤	٢١٧	١,٧٣٨	٨	المهنة
٢٣٢	١,٢٢٩	٢٨٦	٥,١٤٨	١٨	تحصيل الدراسي*المهنة
		٢٣٣	١١٢,٠٩٩	٤٨٢	الخطأ
			١٠٨٨	٥١٢	المجموع

الفرض الخامس : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين فيسبوك وخصوصية المستخدم والمهنة.

يوضح الجدول(٢٦) اختلاف الآراء حول ما اذا كان فيسبوك يحمي خصوصية المستخدم أو يخترقها ويوضح الجدول أن هناك مهناً ترى أن فيسبوك يقلل الخصوصية (اعلامي ، ومحامي، وطبيب ، ورجل امن ، وتدريسي) و (وطالب ، وكاسب) اشاروا الى أن فيسبوك لالعلاقة له بحماية أو اختراق الخصوصية

الجدول (٢٦) يوضح العلاقة الإحصائية بين فيسبوك وخصوصية المستخدم والمهنة.

المجموع	ليس له علاقة بها	يخترق خصوصيتك	يقلل من خصوصيتك	يدعم خصوصيتك	
٦٤	٢٦	١١	٢٠	٧	طالب
%١٢,٥	%٥,١	%٢,١	%٣,٩	%١,٤	
٣٥	١٣	١٠	١١	١	كاسب
%٦,٨	%٢,٥	%٢	%٢,١	%٢	
٢٥٥	٦٢	٦١	٨١	٥١	اعلامي
%٤٩,٨	%١٢,١	%١١,٩	%١٥,٨	%١٠	
١١	٢	١	٦	٢	محامي
%٢,١	%٠,٤	%٠,٢	%١,٢	%٠,٤	
٢٦	١٣	٧	٥	١	مهندس
%٥,١	%٢,٥	%١,٤	%١	%٠,٢	
٩	١	٢	٤	٢	طبيب
%١,٨	%٠,٢	%٠,٤	%٠,٨	%٠,٤	
١٨	٦	٢	٩	١	رجل امن
%٣,٥	%١,٢	%٠,٤	%١,٨	%٠,٢	
٦٢	١٣	١٧	٢٣	٩	تدريسي
%١٢,١	%٢,٥	%٣,٣	%٤,٥	%١,٨	
٣٢	١٦	٦	٧	٣	اخرى
%٦,٣	%٣,١	%١,٢	%١,٤	%٠,٦	
٥١٢	١٥٢	١١٧	١٦٦	٧٧	المجموع
%١٠٠	%٢٩,٧	%٢٢,٩	%٣٢,٤	%١٥	

من الجدول أدناه يتضح وجود فروق ذات دلالة معنوية بين فيسبوك وخصوصية المستخدم تبعاً للمهنة إذ قيمة (sig) اقل من ($٠,٠٥$) ، وهذا ما أكدته قيمة مربع كاي إذ كانت أكبر من (sig) مما يعني قبول الفرضية بوجود علاقة ارتباطية بين فيسبوك وخصوصية مستخدميه والمهنة .

Sig	درجة الحرية	القيمة	مربع كاي
٠,٠١٧	٢٤	٤٠,٩١٧	

مناقشة النتائج

دلت نتائج مسح موقع فيسبوك على وجود تناقض في مبادئ وسياسات فيسبوك في كل ممايأتي:

أولاً. ملكية المعلومات : ففي الوقت الذي حدد فيسبوك فيه انه يجب أن يملك الأشخاص معلوماتهم الخاصة وأنهم يتمتعون بحرية مشاركتها مع من يريدون ونقلها أينما ذهبوا، كذلك إزالتها من

١. «خدمة فيسبوك»، ووضع عناصر التحكم بالخصوصية لحماية هذه الخيارات , أشارت الى:

٢. بالرغم من انه يمنح المستخدم إمكانية تخصيص ما يراه والتحكم به ,بإلغاء تتبع وأخفاء منشور والغاء صداقة وحظر الاشخاص والتطبيقات التي لايرغب برؤيتها, أو ابداء رأيه لصاحب المنشور الا انه حدد انه ليس مسؤولاً عن الإجراءات أو المحتوى أو المعلومات أو البيانات التي تخص أطرافاً ثالثة. كما أن عناصر التحكم تلك غير قادرة على تقييد طريقة استخدام المعلومات من الجهات التي تلقتها، ولا سيما في خارج نطاق «خدمة فيسبوك» ,وهو ما يؤكد انها طريقة غير فعالة لحماية خصوصية المستخدم

٣. عند استخدام أحد التطبيقات، يطلب التطبيق إذنًا من المستخدم للوصول إلى المحتوى والمعلومات الخاصة به فضلا عن المحتوى والمعلومات التي شاركها الآخرون معه. تسري على المستخدم شروط إضافية في حال تفاعله مع تطبيق أو منتج أو خدمة بعينها والموافقة عليها. في حال تعارضها مع بيان الحقوق والمسؤوليات هذا، فهي السارية، وهو ما يؤكد وجود ضغوطات على وسائل الاعلام الجديد ومنها فيسبوك.

٤. إن المستخدم في حال موافقته على البيان يمنحها ترخيصاً دولياً غير حصري قابلاً للنقل والترخيص من الباطن وغير محفوظ الحقوق لإستخدام أي محتوى محمي(قانوناً) ينشره على فيسبوك أو له صلة بفيسبوك ,ينتهي ترخيص المحتوى المحمي هذا عندما يحذف المحتوى المحمي الخاص به أو عندما يحذف حسابه ما لم تكن قد تمت مشاركة محتوى حسابه مع آخرين لم يقوموا بحذفه ,علماً إن المستخدم عند حذفه لمحتوى محمي، عليه ان يدرك إن المحتوى المُزال يبقى ضمن النسخ الاحتياطية لمدة زمنية وهنا تعارض مع القانون وعدم وضوح الهدف من وراء خزن معلومات المستخدم .

٥. يتمكن الموقع من الوصول إلى معلومات المستخدم وحفظها ومشاركتها استجابةً لطلب قضائي (مثل أمر تفتيش، أو طلب محكمة أو مذكرة إحضار) إذا توفر لديه اعتقاد

بحسن نية بأن القانون يحتم عليه ذلك ، وأن تكون متوافقة مع المعايير الدولية المقبولة، كذلك بيانات المعاملات المالية المتعلقة بعمليات الشراء على فيسبوك، ومعالجتها والاحتفاظ بها لمدة من الوقت (المبرر هنا هو الرد على الطلبات القانونية ومنع الخطر) ، وهذا يشير الا انه قد يتم انتهاك خصوصية المستخدم بداعي حسن النية بأنه امر قانوني ودون علم المستخدم.

٦. إيقاف تشغيل تطبيقات المنصة كلها : هو ما يحمي معلومات المستخدم ومعلومات اصدقائه لكن عند ايقاف تشغيلها لن يتمكن المستخدم من استخدام التطبيقات أو الالعاب , وفي حال تشغيلها يستطيع كل من يرى معلوماتك مشاركتها مع التطبيقات عند استخدامها , وهذا يمثل انتهاك لخصوصية المستخدمين عن طريق مشاركة معلوماتهم ودون علمهم او موافقتهم مع التطبيقات , حتى في حال عدم استخدامها من قبلهم.

٧. في الوقت الذي يؤكد فيسبوك على حمايته حقوق الملكية الفكرية أشار (٦٥,٨٪) من مستخدميهم انهم وجدوا فيه انتهاكات لحقوق الملكية الفكرية وهو ما يتناقض مع ما يشير اليه فيسبوك.

ثانياً. الأمان : يبين الموقع أنه يبذل قصارى جهده للمحافظة على الأمان ، ولكنه :

١. لا يراقب إجراءات المستخدمين على فيسبوك وليس مسؤولاً عن المحتويات أو المعلومات التي ينقلها المستخدمون أو يتشاركونها على فيسبوك.

٢. ليس مسؤول عن المحتوى أو معلومات عدوانية أو غير لائقة أو مهينة أو غير قانونية أو خلاف ذلك غير مقبولة قد تصادفها على فيسبوك وان استخدامه يكون على مسؤولية مستخدمه الشخصية.

٣. يشير الى انه ولايسمح بوجود منظمة لها نشاط إرهابي، أو جريمة منظمة. ويزيل المحتوى الذي يدعم مثل تلك المجموعات أو يشارك محتوى في ذلك السلوك العنيف أو الإجرامي المذكور لدعم أو مدح قادة تلك المؤسسات أو التجاوز عن أنشطتهم التي تتسم بالعنف الا ان مستخدميه اشاروا الى وجود هكذا محتوى , فضلاً عن الخطاب الذي يحض على الكراهية والذي يتضمن محتوى يهاجم الأشخاص بشكل مباشر على أساس: العرق , أو السلالة , أوالأصل القومي , أوالعقيدة الدينية , أوالتوجه الجنسي , أوالجنس , أوالنوع , أوالهوية , أوالجنسية أوالإعاقة أو الأمراض الخطيرة.

ثالثاً. المجتمع العالمي واحترام القوانين المحلية: في الوقت الذي يتحدث فيسبوك فيه عن سعيه لإنشاء مجتمع عالمي بمعايير ثابتة للأشخاص جميعهم، و لاحترام القوانين المحلية. إلا أنه لا يطبق ذلك فهو :

١. يضع مجموعة أحكام على المستخدمين وغير المستخدمين الذين يتفاعلون مع فيسبوك خارج الولايات المتحدة الموافقة عليها : (منها نقل بياناتهم الشخصية إلى الولايات المتحدة ومعالجتها هناك.

٢. يوفر أحكام معينة تسري على المستخدمين الألمان فقط.

٣. يلزم المستخدم بحل أية مطالبة، أو سبب دعوى أو نزاع يقوم بتحريكها ضد فيسبوك من جراء استخدام هذا البيان أو فيسبوك أمام المحكمة الجزئية الأمريكية لمقاطعة كاليفورنيا الشمالية أو أمام محكمة الولاية الواقعة في مقاطعة سان ماتيو، ويوافق على الخضوع للسلطة القضائية الشخصية للمحاكم بغرض البت في هذه المطالبات جميعها، وهو ما يعطي سلطة للولايات المتحدة على فيسبوك عن طريق إخضاعه لقوانينها دوناً عن الدول الأخرى.

٤. يلتزم فيسبوك بإطار خصوصية الملاذ الآمن بين الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي من جهة وإطار خصوصية الملاذ الآمن بين الولايات المتحدة وسويسرا من جهة أخرى كما هو منصوص عليه من وزارة التجارة بشأن جمع البيانات من دول الاتحاد الأوروبي وسويسرا واستخدامها والاحتفاظ بها، وهو ما يمنح هذه الدول حماية أفضل لخصوصية أفرادها .

رابعاً. فيما يخص خصوصية الصور والفيديو: يزود فيسبوك الأشخاص بطرق للإبلاغ عن الصور ومقاطع الفيديو غير المرخصة والتي يعتقدون أنها تنتهك خصوصيتهم، إذا كان ذلك مطلوباً بموجب قوانين الخصوصية ذات الصلة في بلدانهم، فكيف هو حال البلدان التي لا يوجد بها قوانين صريحة لحماية الخصوصية مثل العراق.

نتائج الدراسة الميدانية

١. دلت نتائج الدراسة على أن مفهوم الخصوصية عند المبحوثين من مستخدمي فيسبوك هو (حقوقهم في الاحتفاظ بكل ما يخصهم لانفسهم) ، إذ حققت هذه الفئة نسبة (٥٩,٨%)، وأن (اتصالاتهم ورسائلهم) هي أول ما يقع ضمن نطاق خصوصيتهم بعد ان حصلت على نسبة مقارنة وهي (٥٩,٤%) ، في حين تبين ان اكثر المعلومات خصوصية لدى مستخدمي فيسبوك هي المعلومات التي تخص (عوائلهم وعنوان سكنهم) فقد حصلت على نسبة (٦٩,٧%) مما يشير الى خصوصية العائلة لدى المستخدم ، وهو

مااتفق مع ما أظهرته الدراسة بأن أغلب مستخدمي فيسبوك لم يقوموا بإنشاء روابط العائلة والاقارب فيه ونسبة (٦٨,٣%)، إذ بينوا انها امور خاصة ولايجب ان البوح بها ونسبة (٥٦,١%) وهو ما يتفق مع ان العائلة تشكل لديهم الخصوصية الاكبر.

٢. بينت الدراسة ان أغلب مستخدمي فيسبوك يطبقون خيارات خصوصية متقدمة في صفحاتهم ونسبة (٧١%) بسبب سماعهم عن إنتهاكات الخصوصية ونسبة (٣١,٨%) وبعد ان ازعجهم تطفل البعض ونسبة (٢٤,٢%)، كما ان لديهم معايير لأضافة الاصدقاء أولها المعرفة المسبقة بهم ونسبة (٤٦,١%)، ومن تحمل مواقعهم اسماء هم الحقيقية جاءت بالمرتبة الثانية ونسبة (٢٦%).

٣. توصلت الدراسة الى ان المبحوثين يشعرون ان فيسبوك وسيلة اعلامية خاصة بهم لنشر ما يرغبون بنشره ونسبة (٥٣,٣%)، كما انهم يشعرون ان خصوصيتهم محمية عند استخدامه ونسبة مقاربة بلغت (٥٣,١%)، و يرون انه أتاح لهم كمأ كيبأر جدآ من الحرية قياساً ببقية وسائل الاعلام ونسبة (٥٠,٨%)، واكثر مما توفره وسائل الاعلام الاخرى ونسبة (٣٤%)، كما يعتقدون ان ليس له علاقة بخصوصيتهم ونسبة (٢٨,٩%) فيما (٢٧,١%) يعتقدون انه يدعم خصوصيتهم، وفي حين بينت النتائج ان لدى مستخدمي فيسبوك شك بأنه وسيلة استخباراتية للتجسس على العالم ونسبة (٤٢,٦%)، واجزم (٣٥,٥%) منهم بأنه كذلك.

٤. توصلت الدراسة الى ان اسباب زيادة جرائم الانترنت عند المبحوثين هي لانه وسيلة عالمية لاتخضع لقانون موحد ونسبة (٥٤,٨%).

٥. أظهرت الدراسة ان ما نسبته (٥٣,٧%) من المبحوثين قاموا بقراءة سياسية الخصوصية في فيسبوك الموافقة عليها، في حين اشار (٤٣%) منهم انهم لم يقرأوها لاسباب عديدة منها انها طويلة جداً بنسبة (٢٤%) ومنهم من اشار الى انها لاتعنيهم كما انها غير مفهومة وليست لها اهمية، وكشفت الدراسة ان (٣٣,٤%) يجدون انها تعمل لمصلحة فيسبوك، فيما اشار (٣٢,٢%) الى انها تعمل لمصلحة المستخدم، فيما أكد (٤٤,٩%) من المبحوثين ان اهداف فيسبوك وسياساته تجاه معلومات المستخدم واضحة.

٦. دلت الدراسة على ان أغلب المبحوثين ليست لديهم معرفة مسبقة بالغرض من خزن معلوماتهم ومعالجتها من فيسبوك ونسبة (٧٠,٩%)، كما ان ما نسبته (٢٥,٤%)

من المبحوثين لديهم معرفة بالجهات التي بإمكانها الوصول الى معلوماتهم الخاصة بعكس أغلبهم حيث اشار (٣٣٪) الى الهاكرز تلاها مزودو خدمة الانترنت والاصدقاء والمواقع وغيرها ، كما اشاروا الى ان الشركات التي يملكها فيسبوك هي الجهات التي تتشارك مع فيسبوك في معلومات المستخدمين وبنسبة (٤٦,٩٪) ، وجاء في المرتبة الثانية بنسبة (٢٥,٤٪) انهم لا يعلمون. وبين اغلب مستخدمي فيسبوك انهم لا يوافقون على استخدام صورهم الشخصية في الاعلان ولو احياناً وبنسبة (٦٤,٣٪) ، كما انهم وبغالبية كبيرة لا يوافقون على منح وسائل الاعلام ترخيصاً دولياً يخولها نقل معلوماتهم والتعريف بها واستخدام المحتوى الخاضع لحقوق الملكية الفكرية ودون رسوم امتياز لهم وبنسبة (٨٨,٧٪) ، وأشار غالبيتهم الى ان استخدام فيسبوك لملفات تعريف الارتباط داخل وخارج فيسبوك إنتهاك لخصوصيتهم وبنسبة (٦٢,١٪) .

٧. كشفت الدراسة عن ان الإجراءات التي يقوم المستخدمون بها لحماية خصوصياتهم في فيسبوك هي تحديد خيارات خصوصية متقدمة وبنسبة (٥٣,٣٪) ، كما انهم يلجؤون الى حظر الاشخاص بسبب نشرهم محتوى يحث على الكراهية وبنسبة (٣٥٪) ، كما أن (٥٧,٨٪) منهم يحذفون من يشير اليهم بمحتوى ينتهك خصوصية الاخر ، في حين بين اغلبهم وبنسبة (٨٥,٩٪) انهم قاموا بحذف تعليق ل احد اصدقائهم ، والسبب هو اساءته لاشخاص اخرين وبنسبة (٢٨,٩٪) فيما جاء بالمرتبة الثانية وبنسبة (٢٤٪) اساءته لهم . كذلك تبين ان اغلب مستخدمي فيسبوك استخدموا ميزة الابلاغ عن صفحات مزيفة في فيسبوك وبنسبة (٦٠,٦٪) وعزوا السبب بالمرتبة الأولى هو لمحاربة التصرفات المسيئة وبنسبة (٤٦,٣٪) .

٨. وضمن الكشف عن أنواع الإنتهاكات بينت الدراسة ان اكثر ما يعده مستخدمو فيسبوك إنتهاكا لخصوصيتهم هو (اضافتهم الى مجموعة) وبنسبة (٥٠,١٪) و تلاها الاشارة اليهم وبنسبة (٤٤,٨٪) ، ثم دعوتهم لشيء ما (لعبة أو تطبيق أو الاعجاب بصفحة) وبنسبة (٣٩,٥٪) ، كما بين اغلب المبحوثين وبنسبة (٦٧,٨٪) انهم تعرضوا لرسائل مسيئة كما تمت الاشارة اليهم بمحتوى مسيء ، وأكد (٩٣,٨٪) من المستخدمين انه مر عليهم منشورات تحض على الكراهية وأكد (٤٢,٨٪) منهم انها كثيرة جداً ، كما بين اغلبهم ان في فيسبوك محتويات تنتهك خصوصية المراهقين تصدرها الفيديو بنسبة (٥٢,٣٪) تلتها الصور بنسبة (٢٠,٤٪) .

٩. توصلت الدراسة الى ان اغلب مستخدمي فيسبوك وجدوا فيه محتوى ينتهك حقوق الملكية الفكرية

وبنسبة (٦٥,٨٪) ابرزها كانت المقالات وبنسبة (٢٨,١٪) تلتها الصور والاعمال الفنية.

١٠. أظهرت الدراسة ان اغلب المبحوثين لم تتعرض صفحاتهم للاختراق سواء (تهكير أو فايروسات) وبنسبة (٦٨٪), كما ان اغلبهم وبنسبة (٧٧,١٪) لم يتعرضوا لانتحال شخصياتهم أو إستخدامهم صورهم ومعلوماتهم .

١١. كشفت نتائج الدراسة عن ان مستخدمي فيسبوك يرون ان معالجة معلومات المستخدم الالكتروني وانشاء علاقات ارتباطية بينها من فيسبوك هو سبب لإنتهاك الخصوصية وبنسبة (٦٩,٥٪) ، كذلك هو عدم وجود قوانين رادعة فيه وعدم ازالة المحتوى المسيء بعد الابلاغ عنه وبنسبة (٨٦,٩٪) ، فضلا عن عدم التزامه بقوانين البلد المحلية واحترام دياناته ومقدساته وبنسبة (٨٢,٨٪) .

١٢. تبين من نتائج الدراسة ان المبحوثين من مستخدمي فيسبوك يلتزمون بأغلب معايير وشروطه التي تعد مرادفة لاخلاقيات الاعلام , فقد أكد (٧٦,١٪) انهم يمتلكون حساباً واحداً , كما تبين ان الغالبية العظمى منهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعية بأسمائهم ومعلوماتهم الحقيقية وبنسبة (٩٤,١٪), وأشار (٧٢,١٪) الى انهم يتحملون المسؤولية الكاملة تجاه الاخرين عند إستخدام فيسبوك , بالمقابل أشار اغلبهم وبنسبة (٨٧,٣٪) الى ان على وسائل الاعلام الجديد تحمل المسؤولية تجاه مستخدميها وحماية خصوصيتهم من الإنتهاك .

١٣. اظهرت نتائج الدراسة ان ما نسبته (٦٣,٩٪) من المبحوثين قاموا بتصوير (اشخاص واماكن) دون اذن , والنشر في فيسبوك , برر (٢٣,٢٪) منهم الامر بأنه لنشر سبق صحفي , فيما اشار (١٨,٩٪) الى انه من اجل المرح والتسلية , وهو مايشير الى إنتهاكهم خصوصية البعض وهو امر لا يبرر حتى في الصحافة , كما أشاروا الى ان الأولوية في منشوراتهم هي لنشر الحقيقة على خصوصيات الاخرين وبنسبة (٦٢,٥٪) وهذا مايشير الى إنتهاكهم خصوصية الاخرين .

١٤. كشفت نتائج الدراسة عن انه مازال للاعلانات ضغوطات كبيرة على وسائل الاعلام ومستخدميها ، فأغلب مستخدمي فيسبوك يزعمهم ما يظهر من اعلانات في صفحاتهم أو تطبيقات من فيسبوك وبنسبة (٦٤,٣٪) ، كما ان اغلب مستخدمي فيسبوك يرون ان لاعتماد وسائل الاعلام الجديدة على الاعلانات في تمويلها الاثر في إنتهاكها

للخصوصية ونسبة (٧٥,٦٪) والسبب هو لان هدف الشركات متعددة الجنسيات التي تمتلكها هو الارباح الهائلة ونسبة (٤١,١٪) ،واظهرت الدراسة ان المستخدمين يرون ان هذه الشركات تؤثر عن طريق عدم وضع ضوابط محكمة لحماية خصوصية المستخدم ونسبة (٨٧,٥٪) والسبب هو السعي لزيادة الارباح ولو كان على حساب التضحية ببعض القيم العامة ونسبة (٥٩,١٪) وكشفت الدراسة ان مستخدمي فيسبوك يرون ان السبب وراء إنتهاك الخصوصية في وسائل الاعلام الجديد ومنها فيسبوك هو عدم وجود قوانين تحكمها ونسبة (٥٥٪) وهو مايشير الى اهمية وجود قوانين تحمي خصوصية مستخدم وسائل الاعلام الجديد وتُلزم هذه الوسائل ومالكها.

١٥. ان المبحوثين تعرضوا لإنتهاك خصوصيتهم عبر نشر امور خاصة لا يجب ان يراها الجميع عنهم دفعتهم لحذفها أو اخفائها , كما بينت الدراسة أن أسباب أخفاء المنشورات وحذفها المشار بها للمستخدم في فيسبوك هو أنها خاصة ولا يجب ان يراها الجميع ونسبة (٢٩,٣٪) وهو مايشير الى إنتهاك خصوصية المستخدم بنشر ما هو خاص به ويجب ان لا يراه الجميع, وجاءت بالمرتبة الثانية ونسبة (١٩,٧٪) ان سبب حذفها انها لاتخصهم , وهو مايشير الى التطفل على صفحاتهم.

الاستنتاجات

توصلت الدراسة الى مجموعة من الاستنتاجات فيما يخص إنتهاكات الخصوصية في وسائل الاعلام الجديد بشكل عام وفيسبوك ومستخدميه بشكل خاص ,والتي تضمنت ما يأتي:

١. يتبين من أجابات المبحوثين ان لديهم فهماً عاماً لمفهوم الخصوصية لا يتناسب مع اهميتها في مجتمع المعلومات وفي ظل الاعلام الجديد القائم ووسائله على المعلومات الشخصية.
٢. يتبين من نتائج الدراسة التناقض في اجوبة المبحوثين لاسيما فيما يتعلق بقراءتهم سياسة الخصوصية اذا تدل اغلب اجاباتهم عن الاسئلة المتضمنة محاور هذه السياسة انهم لم يقرأوها ولم يطلعوا حتى على ابرز بنودها.
٣. قلة الوعي القانوني لدى مستخدمي فيسبوك مع ان أغلبهم من حملة شهادة البكلوريوس ,بسبب عدم اسهام بلدانهم بنشر الوعي القانوني وتنقيف المجتمع وتعريفهم بحق الخصوصية واختلافه من بلد لآخر.

التوصيات

ان موضوع الدراسة هو إنتهاك الخصوصية في وسائل الاعلام الجديد فيسبوك انموذجاً وبعد اتمام هذه الدراسة بشقيها النظري والعملي توصي الدراسة بما يأتي :

١- الحاجة الى دراسات عراقية تتناول وسائل الاعلام الجديد لاسيما فيسبوك وتوضيح كل ما يخصها لتوعية المستخدم .

٢- ضرورة توعية المستخدمين وثقيفهم بحقهم في الخصوصية وضمانه وحمايته قانونياً وتشريع قوانين جديدة تتناسب مع ما وصلت اليه وسائل الاعلام الجديد من تطور .

٣- على كل مستخدم لوسائل الاعلام الجديد قراءة بنود وشروط التسجيل وسياسات الخصوصية , ليدرك كيفية تعامل هذه الوسيلة معه ومع معلوماته.

٤- على الشخصيات العامة أو المستهدفين الانتباه لمعلوماتهم وعدم الادلاء بما هو مهم أو خاص أو تحديد موقعهم لعدم استهدافهم فضلا عن حماية انفسهم من المتطفلين و المجرمين .

٥- على فيسبوك تطبيق ضوابط حماية ورقابة صارمة تحمي حقوق الملكية الفكرية وتحمي المستخدم من إنتهاك لاسيما المراهقين , ووضع قوانين تتناسب مع قوانين اغلب الدول لعدم وجود تضارب قد يضر بالمستخدم, كذلك الحد من تدخل الاعلانات أو حصول شركات الاعلانات على معلومات المستخدم واخضاعه للدراسات .

٦- على الدول ومنها بلدنا العراق ادراك اهمية خصوصية مجتمعاتها وافرادها ووضع قوانين تحميها والمطالبة بضمانات لحمايتها , فالموضوع لايقف عند الخصوصية الشخصية بل يتعداه الى خصوصية البلدان وامنها .

المصادر والهوامش

١. بركات عبدالعزيز ، مناهج البحث العلمي، الاصول النظرية ومهارات التطبيق ، القاهرة ، دار الكتاب الجامعي، ص ٤٥.
٢. المصدر نفسه ، ص ٥٠.
٣. (٢) روجر ويمر، جوزيف دومينيك، مدخل الى مناهج البحث الاعلامي، ترجمة: صالح ابو اصبع وفاروق منصور، بيروت ، المنظمة العربية للترجمة ، ٢٠١٣، ص ٣٧٣-ص ٣٧٥.
٤. (٣) بسام عبد الرحمن المشاقبة، مناهج البحث الاعلامي وتحليل الخطاب، عمان، دار اسامة للنشر ، ٢٠١٠ ،
٥. جبر مجيد حميد العتابي، طرق البحث الاجتماعي، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، جامعة الموصل، د ت ، ص ٥٧.
٦. روجر ويمر، جوزيف دومينيك، مدخل الى مناهج البحث الاعلامي، ترجمة: صالح ابو اصبع وفاروق منصور، بيروت ، المنظمة العربية للترجمة ، ٢٠١٣، ص ١٧١.
٧. (٢) مبارك زودة، دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام «الثورة التونسية إنموذجاً»، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة-، قسم العلوم الانسانية شعبة علوم الاعلام والاتصال، ٢٠١٢، ص ٢٤ .
٨. محمد عارف محمد عبدالله، دور قنائة الجزيرة الفضائية في إحداث التغيير السياسي في الوطن العربي «الثورة المصرية إنموذجاً»، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، ٢٠١٢، ص ٩.
٩. مينا وهبة، طرق وادوات جمع البيانات، ورشة عمل عن اساليب جمع البيانات تقييمها الوكالة الامريكية للتنمية الدولية، برنامج دعم المجتمع المدني المصري، للفترة من ١٨-٢١ شباط، ٢٠١٣، pdf، متاح على الرابط التالي: <http://cutt.us/YjVvr> ، تاريخ الوصول، ٢٠١٥/٨/٧.
١٠. عادل مرابطي، عاتشة نحوي، العينة، بحث منشور في مجلة الواحات للبحوث والدراسات، ع ٤، ٢٠٠٩، ص ١٠٠.
١١. شيماء ذوالفقار زغيب، مناهج البحث والإستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩، ص ٨٠.

* وقد استخدم (الصدق الظاهري) لتحديد صلاحية (الاستبانة) أحصائياً وقد تحقق هذا النوع من الصدق باستخدام المعادلة الآتية :

$$\frac{\text{مجموع عدد المراقبين}}{\text{عدد تقاي}} \times 100 = 100 \times \frac{518}{54} = 95.92 = \text{الصدق الظاهري}$$

** معامل ثبات الفا ((Alpha))، والذي يقاس وفق المعادلة الآتية:)

$$\alpha = \frac{c}{n} \left(1 - \frac{c-2}{n-2} \right)$$

إذ ان α :معامل Alpha و (ن):عدد أقسام الاختبار و (ك) أحد قسمي الاختبار

مج 2ع ك : مجموع تباين استجابات الافراد على بنود القسم 2ع
مجموع تباين الاختبار كله

$$\alpha = \frac{54}{53} \left(1 - \frac{8.104}{54.01} \right) = 1.01 (1 - 0.15) = 1.01 \times 0.85 = 0.85,9$$

١٢. شيماء ذوالفقار زغيب، م س ذ، ص ٧٨.

*** أتمد في اجراء التحليل الاحصائي على استشارة د. ليلي حاتم أستاذة الاحصاء في كلية الاعلام -جامعة بغداد.