

OPEN ACCESS

Submitted: 1 December 2019
Accepted: 21 April 2020

الشباب الأردني وانتهاك خصوصية الآخرين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية

أمجد عمر صفوري

أستاذ الصحافة والإعلام الحديث المساعد، قسم الصحافة والإعلام، كلية الإعلام، جامعة الزرقاء، الأردن
asafori@zu.edu.jo

ملخص

تعد شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية مثل الفيس بوك واليوتيوب وتطبيق الواتساب مصدرًا رئيسًا في الوقت الراهن للتعرف على أبرز الأحداث ونشر المعلومات، أو إعادة نشرها. وتعتبر إشكالية الحفاظ على خصوصية الأفراد من القضايا النقاشية في الوقت الراهن، خاصة في ظل التطور التقني ومحاوله تقنين استخدام هذه المواقع في بعض الدول. ولذلك، هدف البحث إلى التعرف على دوافع انتهاك خصوصية الآخرين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية، ومواقف الشباب الأردني نحوها. ولتحقيق هدف البحث اعتمد المنهج الوصفي المسحي؛ نظرًا لملاءمته لطبيعة البحث وأهدافه فتكونت العينة من (680) طالبًا وطالبة من جامعات حكومية وخاصة في الأردن، تم اختيارهم عشوائيًا من المجتمع لتعبئة الاستمارة الإلكترونية. ومن أبرز النتائج التي توصل إليها البحث:

1. بعض أفراد العينة قد مارس بحقهم انتهاك لخصوصيتهم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي أو التطبيقات الرقمية.
2. تركزت دوافع الانتهاك بحقهم بين الإساءة للآخرين بقصد تشويه السمعة، ثم قلة الوازع الديني والأخلاقي، ثم الابتزاز المادي والتسلية.
3. أكثر الأساليب التي تم استخدامها في انتهاك الخصوصية تمثلت في استخدام الصور الشخصية 50.3%.
4. ارتفاع نسبة متابعة الشبكات الاجتماعية بين الشباب الجامعي الأردني بنسبة 89.3%.
5. أن ثلث أفراد العينة يتابعون المواقع الاجتماعية من باب تقليدهم للجماعات التي ينتمون إليها. وأوصى البحث بضرورة تفعيل القوانين التي تعاقب المنتهكين، والاهتمام بنشر مفاهيم التربية الإعلامية، وكيفية استخدام الإنترنت ومواقفه وتطبيقاته بصورة أمثل.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، التطبيقات الرقمية، انتهاك الخصوصية، التربية الإعلامية، الشباب الأردني

للاقتباس: صفوري، أمجد. «الشباب الأردني وانتهاك خصوصية الآخرين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية»، مجلة أنساق، المجلد 3، العدد 2، 2019

<https://doi.org/10.29117/Ansaq.2019.0102>

© 2020، صفوري، الجهة المرخص لها: دار نشر جامعة قطر. تم نشر هذه المقالة البحثية وفقًا لشروط Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). تسمح هذه الرخصة بالاستخدام غير التجاري، وينبغي نسبة العمل إلى صاحبه، مع بيان أي تعديلات عليه. كما تتيح حرية نسخ، وتوزيع، ونقل العمل بأي شكل من الأشكال، أو بأية وسيلة، ومزجه وتحويله والبناء عليه، طالما يُنسب العمل الأصلي إلى المؤلف.

OPEN ACCESS

Submitted: 1 December 2019
Accepted: 21 April 2020

Attitude of Jordanian youth over violation of others' privacy through social media and web applications: A field study

Amjad Omar Safori

Assistant Professor, Faculty of Media, Zarqa University, Jordan

asafari@zu.edu.jo

Abstract

Social media sites such as Facebook, YouTube and the WhatsApp application are a major source at present to learn about the most important events and use them to publish or re-publish the information. The problem of maintaining the privacy of individuals is one of the issues under discussion at present, especially in light of the technical development and the attempt to legalize the use of these sites in some countries. Therefore, the current study seeks to identify the motives of violating the privacy of others using social networks and applications, while providing solution to this matter from the viewpoint of Jordanian youth.

The research adopts descriptive survey approach, given the relevance of this approach to the nature of the study and its objectives. The study sample consisted of (680) male and female students from governmental and private universities in Jordan, who were randomly selected, to fill the electronic questionnaire for the study. The most prominent results of the study are:

1. Some of the Jordanian youth feel that their privacy has been violated by the use of social media;
2. and the motives for violating their rights were between insulting others with the intention to discredit them, then the lack of religious and moral values, material extortion and entertainment;
3. and the most common methods used in violating privacy were using personal photos (50.3%);
4. with a high rate of following social networks among Jordanian university youth by (89.3%);
5. while a third of the respondents admitted that they are following social sites as a way of imitating the groups to which they belong. The study recommended the necessity of activating the laws that punish violators and paying attention to spreading concepts of media education and how to use the Internet, its sites and applications in an optimal way.

Keywords: Social media; Web applications; Privacy violation; Media literacy; Jordanian youth

للاقتباس: صفوري، أمجد. «الشباب الأردني وانتهاك خصوصية الآخرين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية»، مجلة أنساق، المجلد 3، العدد 2، 2019

<https://doi.org/10.29117/Ansaq.2019.0102>

© 2020، صفوري، الجهة المرخص لها: دار نشر جامعة قطر. تم نشر هذه المقالة البحثية وفقاً لشروط- Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). تسمح هذه الرخصة بالاستخدام غير التجاري، وينبغي نسبة العمل إلى صاحبه، مع بيان أي تعديلات عليه. كما تتيح حرية نسخ، وتوزيع، ونقل العمل بأي شكل من الأشكال، أو بأية وسيلة، ومزجه وتحويله والبناء عليه، طالما يُنسب العمل الأصلي إلى المؤلف.

المقدمة

أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية مثل الفيس بوك واليوتيوب والواتساب للأفراد المشاركة في مختلف الأنشطة عبر الإنترنت، مع إزالة الحواجز أمام مستخدميها لنشر المعلومات وتقاسمها في أي مكان وفي أي وقت. لقد أصبح من الصعب إخفاء المعلومات عن الجمهور في ظل التطور في استخدام وسائل الاتصال الحديثة وتطبيقاتها على المستوى الفردي أو المجتمعي وحتى الإعلامي. فتدقق المعلومات لم يعد مرتبطاً بمناطق جغرافية أو توجهات سياسية محددة كما كان في السابق في الأنماط الصحفية والإعلامية التقليدية. إن أزمة الثقة في المضامين الإعلامية التي تنتشر على هذه المواقع قد تجعل جهود المرسل عديمة الفائدة، أو قد تؤدي إلى الحصول على عكس ما يريده من النتائج والأهداف.

عريباً، وبشكل خاص منذ العام 2010، شهدت المنطقة نقاشاً واسعاً حول الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية في نقل المعلومات ونشرها، خاصة في ظل سلسلة الأحداث السريعة التي شهدتها المنطقة العربية. لقد جادل مؤيدو الدور الإيجابي لشبكات التواصل بأنها أصبحت مصدراً مفتوحاً للأخبار والأحداث، مما يوفر جمهوراً بمكونات وحقائق متعددة 32، فيما يعتقد المعارضون والمشككون بدورها أن آليات استخدامها والأهداف المرجوة منها ما تزال في تناقض حاد؛ فهي تساعد على نشر الشائعات والأكاذيب والتشهير بالآخرين، خاصة في ظل نقص معايير الدقة والمصادقية في العديد من المعلومات والأخبار.

ترتبط المعلومات التي يبحث عنها مستخدمو هذه الشبكات والتطبيقات بأسلوب حياة الأفراد أكثر من ارتباطها بنوعية المعلومات، خاصة في ظل غياب القوانين الفاعلة التي تنظم آليات التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية كمصدر يحتوي أخباراً ومعلومات، مما يتيح المجال أمام بعض المستخدمين لنشر الأخبار أو المعلومات كحقيقة، مستغلين قدرتها على المساعدة في زيادة الانتشار بين المستخدمين في وقت قصير.

مشكلة البحث

لم يعد يخفى على أحد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية، حيث تعد مصدراً للمعلومات وقياس الرأي العام ونشر الأخبار، حسب (Safori 1). ورغم ذلك، فإن هناك العديد من الممارسات المستمرة لانتهاك خصوصية الأفراد من خلال استغلال المواقع الاجتماعية للاطلاع على شؤون الآخرين دون وجه حق. وبناءً على ما تقدم، فإنه يمكن صياغة المشكلة الرئيسة للدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما هي مواقف الشباب الأردني من انتهاك خصوصية الآخرين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية؟ والذي ينبثق منه مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل بالآتي:

1. ما مقدار الساعات التي يقضيها الشباب الأردني في التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية؟
2. ما الدوافع من استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية بقصد انتهاك خصوصية الآخرين؟
3. ما أشكال الخصوصية المنتهكة نتيجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية؟

4. من أكثر الفئات انتهاكاً لخصوصيتهم؟
5. ما طرق حماية خصوصية الآخرين على شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية؟
6. هل توجد فروق دالة إحصائية تتعلق باتجاهات الشباب الأردني نحو انتهاك خصوصية الآخرين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية، تعزى للمتغيرات التالية (الجنس، المستوى التعليمي)؟

أهداف البحث

1. تحديد أبرز شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية التي يستخدمها الشباب الأردني للحصول على المعلومات عن الآخرين.
2. الكشف عن دوافع من يحاول استغلال هذه الشبكات والتطبيقات لانتهاك خصوصية الغير.
3. تحديد أشكال انتهاك الخصوصية ودوافعها.
4. معرفة المقترحات الفاعلة لحماية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية من انتهاك خصوصيتهم.
5. التعرف إلى الفروق بين استجابات العينة، فيما يتصل باتجاهات الشباب الأردني نحو انتهاك خصوصية الآخرين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية، تعزى للمتغيرات التالية (الجنس، المستوى التعليمي).

أهمية البحث

يُعنى البحث بتسليط الضوء على كيفية استغلال بعض مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية لانتهاك خصوصية الآخرين، وخاصة من وجهة نظر الشباب الذين يعتبرون الفئة الأكثر استخداماً لهذه المواقع. ويقدم البحث توضيحاً لموضوعه، انتهاك الخصوصية، خاصة في ظل ازدياد حالات انتهاك الخصوصية التي تشكل خطراً يهدد السلامة المجتمعية. تساهم نتائج هذا البحث في الأدبيات المتعلقة بالإعلام الرقمي وفهم ممارسات التواصل الاجتماعي في الأردن، من حيث التعرف على أبرز المشكلات التي تواجه مستخدميها والمقترحات اللازمة لمواجهتها.

نوع البحث ومنهجه

يندرج هذا البحث ضمن الدراسات الوصفية التي تسعى إلى عرض خصائص ظاهرة محددة كمياً أو كيفياً استناداً إلى تساؤلات وفروض مبدئية للوصول إلى نتائج دقيقة (المشهداني 162). ولتحقيق هذا الغرض، فقد تم الاعتماد على المنهج المسحي الذي يعرف بأنه «المنهج الذي يستهدف وصف سمات أو آراء أو اتجاهات أو سلوكيات عينات من الأفراد ممثلة لمجتمع ما، بما يسمح بتعميم نتيجة المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة» (المشهداني 163).

مجتمع البحث وعينته

يمثل الشباب الأردني الفئة الأكبر في المجتمع الأردني والتي تعتبر الفئة الأكثر تعليمًا مقارنة بالفئات الأخرى. ولذلك تم اختيار الشباب الجامعي من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية كمجتمع البحث الرئيس لغرض تحديد اتجاهات الشباب الأردني نحو انتهاك خصوصية مستخدميها. وللوصول إلى تمثيل أفضل لمجتمع البحث، فقد اعتمد الباحث في اختيار عينة الدراسة على أسلوب العينة العشوائية البسيطة بهدف الوصول إلى أكبر نسبة تمثيل لمجتمع البحث، ولإعطاء فرصة متساوية لأفراد المجتمع ليكونوا جزءًا من العينة (الحيزان 83). وبلغت عينة الدراسة 680 مفردة تم جمعها خلال شهر آب 2019، بواسطة توزيع استمارة إلكترونية عبر مجموعات الطلبة في الجامعات الأردنية الرسمية والخاصة (اليرموك، الأردنية، مؤتة، الزرقاء، البترا، الشرق الأوسط) على الفيس بوك.

جمع البيانات

شكلت الاستمارة الأداة الرئيسة للحصول على البيانات، وبما يتفق وأهداف البحث وطبيعة الجمهور المبحوث؛ حيث تم اعتمادها وفقًا لمجموعة من الخطوات؛ أولها تحديد أهداف البحث والتساؤل الرئيس، ثم التساؤلات الفرعية، إضافة إلى تحديد المجتمع المستهدف. والخطوة الثانية إعداد تصميم مبدئي للاستمارة استنادًا إلى أهداف البحث والتساؤل الرئيس للدراسة، حيث تم تقسيمها إلى عدة محاور (استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية، المعرفة بحقوق الخصوصية، دوافع انتهاك الخصوصية، الأساليب المقترحة لحماية حق الخصوصية)، والتأكد من وضوح الأسئلة وشموليتها تفاديًا لعدم وضوح مفرداتها، للوصول إلى صيغة نهائية للاستبيان بعد عرضها على محكمين مختصين في الإعلام في جامعات اليرموك والزرقاء والشرق الأوسط، بلغ عددهم ثمانية.

قياس الصدق والثبات

تعدّ مسألة صدق أدوات الدراسة من القضايا الرئيسة في الدراسات الوصفية، حيث إن صدق أداة الدراسة يؤدي إلى «الوصول إلى المقياس الصحيح المستخدم، والتأكد من أن الاستمارة تقيس - بالفعل - المعلومات المطلوبة (المشهداني 129)، حيث تم عرضها على مختصين¹ في مجال البحث العلمي والإحصاء؛ للقيام بمراجعتها وإبداء الملاحظات حولها، بهدف تصميم الاستمارة بشكل نهائي وفقًا لملاحظاتهم.

الأمر الآخر المهم في إجراءات التأكد من أداة الدراسة، هو مقياس الثبات؛ أي درجة الاستقرار، أو الاتساق لمفردات الاستبيان وثباتها عند تجربتها (0.7) (المشهداني 153). ولتحقيق ذلك، فقد تم توزيع الاستبيان على عينة عشوائية بلغت 100 شاب جامعي من المجتمع للتأكد من اتساق الإجابات، خلال شهر حزيران 2019، حيث حققت الاستمارة نسبة ثبات مرتفعة بلغت 91%، على مقياس ألفا.

1 - أسماء المحكمين:

- محمد هاشم، أستاذ الاتصال الجماهيري، جامعة اليرموك.
- عبد الباسط هاشم، أستاذ مشارك في الإعلام، جامعة الزرقاء.
- عمر محمود، أستاذ مشارك في القانون، جامعة الزرقاء.

مفاهيم البحث ومصطلحاته

- شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية: في إطار هذا البحث تعرّف بأنها مواقع أو تطبيقات تتيح للمستخدمين التعبير عن آرائهم وجعلها مرئية، والتواصل مع الآخرين ضمن بيئة مجتمع افتراضية، مع القدرة على التحكم في المعلومات المنشورة، ومن يمكن الوصول إليها.
- الحق في الخصوصية: في إطار هذا البحث يعرف بأنه حق من حقوق الإنسان بعدم اتخاذ إجراءات من قبل الحكومات أو القطاع الخاص أو الأفراد، يمكن أن تهدد الخصوصية.
- انتهاك الخصوصية: في إطار هذا البحث، فإن انتهاك الخصوصية يمثل انتهاك حق شخص آخر، بصورة جدية، وبدون وجه حق، في أن تصل أموره وأحواله إلى علم الغير، وتكون صورته عرضة لأنظار الجمهور.

الدراسات السابقة

1. دراسة النمر (النمر 1) بعنوان «حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على ضوء التشريعات في مملكة البحرين»، والتي هدفت وضمن منهج تحليلي ومقارن إلى التطرق إلى آلية حماية المستخدم على شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية، ومختلف التحديات التي تواجه المستخدمين لحماية خصوصياتهم في هذه العالم الافتراضي، إضافة إلى موضوع الخصوصية والبيانات ذات الطابع الشخصي، مع بيان مفهوم معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي وتحديد المسؤول عن معالجتها على شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية. ووصلت الدراسة إلى ضرورة إيجاد آلية معينة تبين للمستخدم وتنبهه على خطورة وأهمية ضبط الإعدادات، بما يساعد المستخدم على تأمين حسابه عن طريق ضبط إعدادات الخصوصية على الموقع لتحديد نطاق الخصوصية على حسابه، وأن شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية تثير تحديات كبيرة تتعلق بعضها بالمصادقية التي تتمتع بها الأدلة المتحصلة من هذه المواقع.
2. دراسة البيطار (البيطار 1) بعنوان «أثر استخدام تطبيق الواتساب على العلاقات الاجتماعية، نموذج مدينة طرابلس - لبنان»، والتي هدفت إلى تبيان طبيعة العلاقات الناشئة والتحويلات التي طرأت على أنماط التواصل المجتمعي التي بدأت تأخذ منحى مختلفاً بتخطيها حدود الزمان والمكان بفعل التكنولوجيا الرقمية. واعتمدت الدراسة على الاستبيان وبما مجموعه 386 مفردة. وتوصلت الدراسة إلى أن الشبكات الاجتماعية والتطبيقات استطاعت أن تفرض تغيرات واضحة في أشكال التواصل على مستوى العلاقات الاجتماعية، واستحداث منظومة قيم جديدة تختلف عن المنظومة السائدة.
3. دراسة المطالقة والعمرى (المطالقة والعمرى 1) بعنوان «أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك في ضوء بعض المتغيرات»، والتي سعت إلى توضيح أثر المواقع الاجتماعية على العلاقات الأسرية من وجهة نظر الشباب الجامعي. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، من العينة المكونة من (565) من طلبة جامعة اليرموك تم اختيارهم بطريقة عشوائية. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أبرزها: أن استخدام المواقع الاجتماعية يؤثر بشكل واضح على العلاقات الأسرية للشباب الجامعي؛ من جهة جانب الآثار الدينية والأخلاقية، والآثار الاجتماعية، ثم الآثار الصحية.

4. دراسة البرجي (البرجي) بعنوان «أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية»، وبقصد التعرف على دوافع الاستخدام للشباب المصري لموقع الفيس بوك، والكشف عن العلاقات الاجتماعية وطبيعة الصداقات التي تتكون نتيجة لهذا التعرض. بلغ حجم العينة 136 شاباً، عن طريق العينة العشوائية البسيطة، وكشفت الدراسة عن أن التسلية والترفيه يعدّان من أبرز دوافع استخدام الطلاب للمواقع الاجتماعية، وأن أفراد العينة قد قاموا بتطوير علاقاتهم مع الآخرين عبر استخدام الشبكات الاجتماعية.

5. دراسة جابر والشافي (جابر والشافي 2) بعنوان «حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة انتهاك الخصوصية في موقع فيس بوك»، والتي هدفت إلى معالجة مشكلة حماية خصوصية المستخدمين للشبكات الاجتماعية في مواجهة الغير، بتقديم نظرة قانونية لمسألة الحماية القانونية للبيانات الشخصية. وقد توصلت الدراسة إلى ضرورة خضوع شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية في معالجتها للبيانات الشخصية لمجموعة من الضوابط القانونية والفنية لضمان حمايتها، وضرورة الموازنة بين الحق في الخصوصية والحق في الإعلام، إضافة إلى ضرورة التزام جميع مستخدمي المواقع الاجتماعية بالضوابط اللازمة للحفاظ على خصوصيتهم، خاصة وأن سياسية الشبكات الاجتماعية لا تحمي هذا الأمر.

6. دراسة نورمان (نورمان 7) بعنوان «استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة على عينة من مستخدمي الفيس بوك في الجزائر». هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام الشبكات الاجتماعية وخاصة من المستخدمين الجزائريين للفيس بوك. واعتمدت الدراسة على الاستبيان باستمارة مقسمة على ثلاثة محاور، وبلغ حجم العينة 280 مفردة تم اختيارهم عن طريق الاقتراع المباشر. بينت الدراسة أن النسبة الأكبر من المبحوثين تقضي أكثر من ثلاث ساعات في استخدام الفيس بوك يومياً، ويفضل أغلب المبحوثين موقع الفيس بوك للتواصل مع الأهل والأصدقاء، كشفت الدراسة أيضاً أن متغير النوع يؤثر في استخدام أفراد العينة للفيس بوك، وأن أفراد العينة الأكبر سنّاً يتعاملون بوعي عند استخدامهم لموقع الفيس بوك.

الاستفادة من الدراسات السابقة

سعت بعض الدراسات التي تم استعراضها إلى تبيان العلاقة بين الاستخدام والإشباع وكذلك تناولت الدراسات موضوع الخصوصية وعلاقته بأسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية. استفاد الباحث مما تم استعراضه من دراسات في تحديد أبعاد مشكلة البحث وأدوات جمع البيانات. ويلاحظ قلة الدراسات التي تتناول قضية الخصوصية والاتجاهات المتعلقة بها في الدراسات العربية، خاصة أن العديد من الدراسات اتجهت نحو النظرة القانونية في تفسير ظاهرة انتهاك الخصوصية مع إغفال الآراء المتعلقة بذلك والمرتبطة بمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية، مما يميز هذا البحث واعتباره إضافة لدراسات الإعلام الرقمي.

النظريات المفسرة للبحث

اعتمد البحث في تفسير متغيراته على نظريتي «الاعتماد على وسائل الإعلام»، و«نظرية الاستخدامات والإشباع»، بهدف تفسير العلاقة بين وسائل الإعلام ومستخدميها.

● أولاً: نظرية «الاعتماد على وسائل الإعلام» Media dependency Theory

أتجه العلماء في مجال الإعلام إلى تفسير السلوك الذي يتبعه المستقبل ومدى علاقته بالمرسل، فظهرت نظريات إعلامية تفسر تلك العلاقة، ومن تلك النظريات نظرية «الاعتماد على وسائل الإعلام». ترى هذه النظرية أن المتلقي أو المستقبل يعتمد على الوسيلة المتوفرة له لتكوين آرائه وأفكاره، ومن خلالها يتم اعتماده عليها كمصادر للمعلومات. وارتبطت هذه الفكرة بمدى حاجة المتلقي للحصول على المعلومات، حيث ترتبط بشكل طردي مع نسبة تعرضه وحاجته لوسائل الإعلام. تركز النظرية على أن وسائل الإعلام المختلفة تعد من أكثر المؤثرات على الأفكار والآراء لدى المواطنين والأفراد، وارتفعت العلاقة مع مرور الزمن وتقدم التكنولوجيا، خاصة بعد ظهور الإعلام الجديد، الذي يعتمد على الإنترنت (أبو إصبع 162).

تعتمد النظرية بشكل رئيس على تأثيرات محدّدة في المتلقي، وهي تأثيرات معرفية، وجدانية وسلوكية، وأن تحقيق تلك التأثيرات بأكبر قدر ممكن يرتبط بقدرة الوسيلة الإعلامية على نقل المعلومة بطريقة مميزة، ويرتبط أيضاً بالبيئة المحيطة بالمتلقي، وتفسر النظرية دورة كاملة ما بين المرسل والمستقبل والمجتمع بشكل عام؛ إذ إن الوسيلة الإعلامية المتمثلة بالمرسل تقوم بنقل المعلومة بطريقة محددة، وأن المتلقي يتعرض لتلك المعلومة، فتنتقل المعلومة ويزداد تأثيرها بين أفراد المجتمع، حتى تصبح تأثيراتها واضحة على المجتمع بشكل عام، حيث تأخذ الوسيلة الإعلامية البعد الثقافي والمعرفي والعاطفي لدى المستقبل من أجل التأثير فيه (أبو إصبع 163).

يقوم نموذج النظرية على خطوات، حيث يقوم المتلقي في الخطوة الأولى باختيار الوسيلة الإعلامية وفقاً لأهداف محددة؛ حيث إن التعرض للمحتوى يرتبط بمدى اهتمام المتلقي أولاً، أو أن المتلقي قد يتعرض للمحتوى بشكل عرضي دون انتقاء مسبق (مكاوي والعبد 401)، وفي حال تأثر المتلقي بالمحتوى فإن تعرضه للمحتوى ذاته سوف يزداد؛ مما يعزز من التأثيرات فيه، وبالتالي تظهر التأثيرات السلوكية في الفرد، ومنها في المجتمع. وقد تكون النظرية أكثر وضوحاً في حالة المناطق التي تشهد حروباً أو عدم استقرار أو نزاع سياسي، حيث قد يجد المتلقي في محتوى محدد ما يرغب به وفقاً لمعرفته وعاطفته، مثل الحب والكراهية لطرف دون الآخر (مكاوي والعبد 403).

تقوم هذه النظرية على عدد من الافتراضات حسب ماكويل (McQuail 207) وهي:

1. تختلف المجتمعات وفقاً لدرجة استقرارها، فكلما زادت حالات الاضطراب وعدم الاستقرار في مجتمع ما، كلما زاد اعتماد أفرادها على وسائل الإعلام.
2. كلما كان النظام الإعلامي القائم في مجتمع ما قادراً على تحقيق أهداف الجمهور في هذا المجتمع وإشباع احتياجاته كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
3. تختلف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام بين الجمهور وفقاً لظروفهم وخصائصهم وأهدافهم.

● ثانياً: نظرية الاستخدامات والإشباع Uses and Gratification Theory

تقوم فكرة النظرية على أن جمهور الوسيلة الإعلامية ليس عنصراً سلبياً بل عنصراً إيجابياً. بدأت الدراسات الأولى التي توضح أسباب استخدام وسائل الإعلام من قبل الجماهير في العقد الرابع من القرن العشرين، وظهرت بشكل واضح خلال الحرب العالمية الثانية، ومنها اتفق العلماء على أن الجمهور هو من ينتقي وسائل الإعلام التي

يتعرض لها، وهو من يختار المضمون وفقاً لحاجاته التي يرغب في إشباعها (مكاوي والعبد 362).

اختلفت تسمية نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث منهم من أطلق عليها مسمى نموذج، ومنهم من اعتبرها نظرية، ويُعد كاتز وبلومر في عام 1974، أول من أظهر النظرية في كتاب متكامل في كتابها «استخدام وسائل الاتصال الجماهيري»، حيث صَوَّر الكتاب الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام، ودوافع اختيار الفرد أو المتلقي لها، والمحتوى الذي تقوم بعرضه، واستندت النظرية على مجموعة من الفروض وفقاً لكاتز وبلومر (Ruggiero 4)، وهي:

1. استخدام الأفراد لوسائل الإعلام يحقق لهم أهدافاً مقصودةً تلي ما يطمحون إليه، وأن الجمهور عنصر فعال في عملية الاتصال.
 2. تعود الرغبة في اختيار الوسيلة الإعلامية لإشباع حاجات محددة إلى الجمهور نفسه، وتختلف تلك الرغبات بين الأفراد وفقاً لاحتياجاتهم.
 3. الأفراد هم من يختارون وسائل الإعلام التي تشبع رغباتهم، فالوسيلة الإعلامية لا تستخدم الجمهور بل الجمهور هو من يستخدمها.
 4. يعلم الجمهور مدى الفائدة التي قد يجنيها نتيجة اختياره لوسائل الإعلام التي يتعرض لها، وهو أعلم أيضاً بدوافعه واحتياجاته.
 5. يتم التعرف إلى القيم السائدة في المجتمع وفقاً للمحتوى الذي يتابعه الجمهور، وليس المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام.
- وتسعى النظرية إلى معرفة كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، وذلك بعد دراسة الجمهور الفاعل في متابعة الوسيلة الإعلامية، لغايات (4) (Safori et al.):
1. التعرف إلى سبب وكيفية استخدام وسائل الإعلام من قبل الأفراد.
 2. التعرف إلى دوافع استخدام وسيلة إعلام محددة دون غيرها، أو الدوافع وراء تعرضه لمحتوى محدد دون غيره.
 3. التعرف إلى نتائج استخدام الأفراد للوسائل الإعلامية، فذلك يقود إلى فهم عملية الاتصال الجماهيري.

نتائج البحث

• أولاً: التحليل الديموغرافي لأفراد العينة:

جدول 1: توزيع أفراد العينة وفقاً للجامعات

المفردة	التكرار	النسبة المئوية
جامعة حكومية	380	55.9
جامعة خاصة	300	44.1
	680	100.0

بلغ عدد المشاركين في الدراسة 680 طالباً وطالبة من الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة (اليرموك، الأردنية، مؤتة، الزرقاء، البترا، الشرق الأوسط)، تم جمع إجاباتهم على أداة البحث من خلال توزيع استمارة إلكترونية من خلال صفحة عمادة شؤون الطلبة في الجامعات المذكورة سابقاً على موقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك).

جدول 2: البيانات الديموغرافية لأفراد العينة

المفردة	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	294	43.2
أنثى	386	56.8
	680	100.0

جدول 3: المستوى التعليمي لأفراد العينة

المفردة	التكرار	النسبة المئوية
بكالوريوس	486	71.5
دراسات عليا	194	28.5
	680	100.0

استهدف البحث طلبة من الجامعات الحكومية والخاصة بهدف الوصول إلى تمثيل أفضل، حيث بلغت نسبة مشاركة الطلبة من الجامعات الحكومية 55.9%، فيما كانت مشاركة الطلبة من الجامعات الخاصة 44.1%، فيما كانت نسبة مشاركة الإناث في الدراسة 56.8% ونسبة 43.2% للذكور. ويشير الجدول رقم 3 إلى المستوى التعليمي لأفراد العينة، حيث إن أفراد العينة هم من الطلبة الجامعيين؛ مما يؤشر إلى الثقة بإجاباتهم.

● ثانياً: تحليل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية

جدول 4: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية

النسبة المئوية	التكرار	المفردة
89.3	607	بانتظام
10.7	73	أحياناً
0.0	0	نادراً
100.0	680	

يكشف الجدول رقم 4 درجة استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية أن غالبية أفراد العينة من متابعي شبكات التواصل الاجتماعي وبانتظام، حيث بلغت نسبتهم 89.3%، فيما 10.7% من أفراد العينة يتابعونها على فترات متباعدة (أحياناً).

جدول 5: ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية

النسبة المئوية	التكرار	المفردة
4.0	27	أقل من ساعة واحدة
17.4	118	ساعة وأقل من ثلاث ساعات
50.7	345	ثلاث ساعات وأقل من خمس ساعات
27.9	190	أكثر من خمس ساعات
100.0	680	

فيما يتعلق بساعات استخدام هذه الشبكات والتطبيقات (الجدول رقم 5)، يستخدم نصف أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية من ثلاث ساعات إلى خمس يوماً 50.7%، بينما بلغت نسبة أولئك الذي يستخدمونها خمس ساعات فأكثر 27.9%، مما يؤكد أن هذه الشبكات والتطبيقات أصبحت جزءاً من حياة أكثر من ثلثي أفراد العينة.

جدول 6: أكثر شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية استخدامًا¹

المفردة	التكرار	النسبة المئوية
الفييس بوك	568	31.0
تويتر	120	6.6
انستغرام	264	14.4
سناب شات	272	14.9
واتساب	336	18.4
يوتيوب	184	10.1
جوجل +	86	4.7
	1830	100.0

بهدف التعرف على أكثر الشبكات الاجتماعية والتطبيقات استخدامًا، فقد تم إتاحة المجال لأفراد العينة لاختيار أكثر من بديل عند إجابتهم؛ للتعرف على اتجاهاتهم نحو الاستخدام. يوضح الجدول 6 أن موقع الفييس بوك ما زال أكثر الشبكات الاجتماعية استخدامًا بين أفراد العينة وبنسبة 31%، فيما جاء تطبيق الواتساب في المرتبة الثانية بنسبة 18.4%، فيما يلاحظ ارتفاع استخدام تطبيقي إنستغرام وسناب شات بين الطلبة أفراد العينة وبنسبة 14.4% و14.9% على التوالي، وهو مؤشر على ازدياد اهتمام الطلبة بهذه التطبيقات التي تعنى أكثر بنشر الصور.

جدول 7: التفاعل مع الشبكات الاجتماعية

المفردة	التكرار	النسبة المئوية
أكتفي بالتصفح	86	12.6
اشارك بالتعليق	173	25.4
أشارك بنشر موضوعات على صفحتي الشخصية	328	48.2
أقوم بإعادة نشر موضوعات من صفحات أخرى	93	13.7
	680	100.0

يوضح الجدول رقم 7 درجة تفاعل أفراد العينة مع هذه المواقع، حيث تظهر النتائج أن ما يقرب من نصف أفراد العينة 48.2% يشاركون بنشر موضوعات على صفحاتهم الشخصية، وثلث أفراد العينة يشاركون بالتعليقات 25.4%، بينما 13.7% يقومون بإعادة نشر موضوعات من صفحات أخرى، فيما بلغت نسبة أفراد العينة الذين يكتبون بتصفح هذه المواقع والتطبيقات دون مشاركة فاعلة 12.6%.

1 - تم إتاحة المجال لأفراد العينة لاختيار أكثر من بديل لمعرفة أثر المواقع والتطبيقات استخدامًا.

جدول 8: أسباب متابعة الشباب للشبكات الاجتماعية والتطبيقات

النسبة المئوية	التكرار	المفردة
35.7	243	متابعة الأخبار
3.7	25	متابعة الإعلانات
11.6	79	التسلية وملء الفراغ
29.1	198	تماشياً مع المجتمع
13.5	92	التعليق على القضايا العامة
4.4	30	تعلم أشياء جديدة
1.9	13	إدارة الصفحات على الشبكات الاجتماعية
100.0	680	

يتضح من الجدول رقم 8 أن دور نشر المعلومات والأخبار ما زال يتصدر أسباب متابعة الشباب للشبكات الاجتماعية والتطبيقات، حيث إن 35.7% من الشباب يستخدمون هذه الشبكات لمتابعة الأخبار. ووفقاً لنتائج الدراسة، فإن ما يقارب ثلث أفراد العينة يتابعون المواقع الاجتماعية من باب تقليد الجماعات التي ينتمون إليها وبنسبة 29.1%.

● ثالثاً: انتهاك الخصوصية

جدول 9: هل لديك معرفة مسبقة بمصطلح «حق الخصوصية»؟

النسبة المئوية	التكرار	المفردة
82.6	562	نعم
17.4	118	لا
100.0	680	

جدول 10: هل سبق ومارس أحدهم انتهاكاً لخصوصيتك باستخدام هذه المواقع؟

النسبة المئوية	التكرار	المفردة
32.6	222	نعم
67.4	458	لا
100.0	680	

تشير النتائج المتعلقة بانتهاك الخصوصية إلى أن غالبية أفراد العينة لديهم معرفة مسبقة بمصطلح انتهاك الخصوصية 82.6%. ورغم هذا الاهتمام بهذه القضية في الآونة الأخيرة، إلا أن ثلث أفراد العينة 32.6% يقرون بأن أحدًا ما قد مارس انتهاكاً لخصوصيتهم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية.

جدول 11: دوافع انتهاك الخصوصية

النسبة	التكرار	المفردة
9.9	67	الفضول
32.1	218	الإساءة إلى الآخرين (تشويه السمعة)
10.9	74	التسلية وملء الفراغ
13.8	94	الابتزاز المادي
7.9	54	الجهل بالعواقب القانونية
25.4	173	قلة الوازع الديني والأخلاقي
100.0	680	

من الجدول 11 أعلاه، يتضح أن الإساءة إلى الآخرين، بقصد تشويه السمعة، يمثل أقوى الدوافع لانتهاك الخصوصية 32.1%، وجاء في المرتبة الثانية قلة الوازع الديني والأخلاقي بنسبة 25.4% ثم الابتزاز المادي والتسلية بنسبة 13.8% و 10.9% تبعاً. وفيما يتعلق بالوعي القانوني بهذه القضية، فإن ما نسبته 7.9% من أفراد العينة فقط، يعتبرون أن الجهل بالعواقب القانونية هو من دوافع انتهاك الخصوصية، وهي نسبة منخفضة مقارنة بالدوافع الأخرى.

جدول 12: أساليب انتهاك الخصوصية

النسبة المئوية	التكرار	المفردة
8.8	60	التهديد باستخدام المعلومات ضدي
50.3	342	استخدام صوري الشخصية
14.3	97	استخدام بياناتي الشخصية
16.8	114	إرسال رسائل مزعجة إليّ
9.9	67	مخاطبة أصدقاء باسمي (انتحال شخصيتي)
100.0	680	

من الجدول 12، يتضح أن الأساليب التي يعتبرها أفراد العينة انتهاكاً للخصوصية، تتمثل في استخدام الصورة الشخصية أولاً وبنسبة (50.3%)، ثم إرسال رسائل مزعجة (16.8%)، ثم استخدام البيانات الشخصية (14.3%)، ثم انتحال الصفة الشخصية لمخاطبة الآخرين (9.9%)، وأخيراً، التهديد باستخدام المعلومات ضد أصحابها وبنسبة (8.8%).

جدول 13: طرق حماية حق خصوصية الآخرين

النسبة المئوية	التكرار	المفردة
41.8	284	سن قوانين تعاقب المنتهكين/ التوعية القانونية
10.9	74	التأكد من عقود استخدام المواقع والتطبيقات
13.2	90	عدم الانضمام للصفحات أو للمجموعات المجهولة
18.7	127	عدم فتح الروابط التي تصلك من مصادر مجهولة
15.4	105	الاهتمام بمفاهيم التربية الإعلامية
100.0	680	

وفيما يتعلق بالطرق التي يمكن اتخاذها لحماية حق الخصوصية للآخرين على شبكات التواصل الاجتماعي أو التطبيقات الرقمية، يرى أفراد العينة أن سن قوانين تعاقب المنتهكين مع ضرورة التوعية القانونية بمخاطر هذه الظاهرة سيسهم في التقليل من مخاطر انتهاك خصوصية الآخرين 41.8%، مع ضرورة عدم فتح الروابط التي تصل من مصادر مجهولة 18.7%، والعمل على نشر مفاهيم التربية الإعلامية، وكيفية استخدام الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية بالصورة الأمثل 15.4%، والحذر من الانضمام للمجموعات أو الصفحات المجهولة 13.2%، والتأكد من قراءة عقود الاستخدام والقوانين الخاصة باستخدام هذه المواقع والتطبيقات 10.9%.

وفيما يتعلق بالإجابة على التساؤل المتعلق بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد عينة البحث،

فيما يتصل باتجاهات الشباب الأردني نحو انتهاك خصوصية الآخرين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، تعزى للمتغيرات التالية (الجنس، المستوى التعليمي)، فقد تم اختبار الفرضية باستخدام اختبار (T-Test)، كما يتضح من الجدول الآتي:

متغير الجنس:

جدول 14: اختبار (T-Test) لدلالة الفروق في استجابات عينة الدراسة لمتغير الجنس

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة	القرار
ذكر	294	1.573	0.495	1.17	0.142	غير دالة
أنثى	386	1.562	0.497	2.871	0.042	دالة

يوضح الجدول 14 أن قيمة (T) اختلفت وفقاً لمتغير الجنس، حيث بلغت 1.17 ومستوى الدلالة 0.142 للذكور، و2.871 ومستوى الدلالة 0.042 للإناث، وعند مستوى دلالة 0.05، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة للإناث مقارنة بالذكور، ويمكن أن يرجع ذلك إلى أن أساليب انتهاك الخصوصية الموضحة مسبقاً مثل استخدام الصور الشخصية أو إرسال الرسائل المزعجة أو التهديد باستخدام المعلومات الشخصية تكون موجهة أكثر للاستخدام ضد الإناث من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن أن يعزى أيضاً إلى طبيعة تكوين المجتمعات العربية، حيث إن نسبة الإناث أعلى من نسبة الذكور غالباً

متغير المستوى التعليمي:

جدول 15: اختبار (T-Test) لدلالة الفروق في استجابات عينة الدراسة لمتغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة	القرار
بكالوريوس	486	1.573	0.4951	0.344	0.608	غير دالة
دراسات عليا	194	1.552	0.4986			

تشير النتائج الواردة في الجدول 15 إلى أن قيمة (T) بلغت 0.344، ومستوى دلالة 0.608، وعند مستوى دلالة (0.05)، وهذا يؤكد عدم وجود فروق إحصائية، يمكن أن يعزى إلى حملات التوعية الموجهة للشباب الجامعي، التي تنتهجها الجهات المختصة في التحذير من السلبيات التي قد ينتهجها البعض أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى الورشات المتخصصة في التربية الإعلامية والمهتمة بتعريف طلبة الجامعات بالاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي، وطرح العديد من الجامعات لمادة مختصة بذلك (التربية الإعلامية) مثل: جامعات الزرقاء واليرموك وآل البيت والحسين بن طلال والشرق الأوسط، ومعها الإعلام الأردني؛ مما ترك أثراً لديهم في الابتعاد عن أساليب انتهاك الخصوصية باستخدام هذه المواقع.

ومن التحليل السابق، تمثلت أبرز النتائج التي توصل إليها البحث فيما يلي:

1. ارتفاع نسبة متابعة شبكات التواصل الاجتماعي بين الشباب الجامعي الأردني بنسبة 89.3% بشكل منتظم، وأن أكثر من 75% من أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية لأكثر من 3 ساعات يومياً.
2. موقع الفيس بوك ما زال أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً بين أفراد العينة وبنسبة 31%، فيما جاء تطبيق الواتساب في المرتبة الثانية بنسبة 18.4%، فيما يلاحظ ارتفاع استخدام تطبيقي إنستغرام وسناب شات بين الطلبة أفراد العينة وبنسبة 14.4% و 14.9% على التوالي، وهو مؤشر على ازدياد اهتمام الطلبة بهذه التطبيقات التي تعنى أكثر بنشر الصور.
3. يلاحظ تراجع الاعتماد على موقع اليوتيوب 10.1% وقد يعزى ذلك لأن العديد من شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية أتاحت خاصية نشر الفيديوهات أو البث المباشر، حيث لم تعد هذه الميزة محصورة فقط في موقع اليوتيوب كما كان سابقاً.
4. أفراد العينة يتفاعلون بشكل دائم مع الشبكات الاجتماعية سواء من خلال النشر على صفحاتهم الخاصة 48.2%، أو المشاركة بالتعليقات 25.4%، أو إعادة النشر 13.7%، وأن دور شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لنشر المعلومات والأخبار ما زال يتصدر أسباب متابعة الشباب لهذه المواقع والتطبيقات، حيث إن ما نسبته 35.7% يستخدمون هذه المواقع لمتابعة الأخبار.
5. ما يقارب 29.1% من المبحوثين الشباب يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي من باب تقليدهم للجماعات التي ينتمون إليها.
6. قرابة ثلث أفراد العينة 32.6% يقرون بأنه قد مارس أحدهم انتهاكاً لخصوصيتهم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي أو التطبيقات الرقمية، وأن أبرز دوافع الانتهاك تمثلت في الإساءة إلى الآخرين بقصد تشويه السمعة، هو أقوى الدوافع (32.1%)، يليه قلة الوازع الديني والأخلاقي بنسبة 25.4% ثم الابتزاز المادي والتسلية بنسبة 13.8% و 10.9% تبعاً.
7. هنالك وعي قانوني بهذه القضية، رغم إثبات أفراد العينة وجودها على أرض الواقع، حيث إن ما نسبته 7.9% من أفراد العينة فقط، يعتبرون أن الجهل بالعواقب القانونية من دوافع انتهاك الخصوصية، وهي نسبة منخفضة مقارنة بالدوافع الأخرى.
8. ثلث أفراد العينة 32.6%، قد تعرض لشكل من أشكال انتهاك الخصوصية، وأكثر الأساليب التي تم استخدامها في انتهاك الخصوصية تمثلت في استخدام الصور الشخصية 50.3%.
9. 41.8% من أفراد العينة يرون أن سن قوانين صارمة تعاقب المنتهكين، هو الحل الناجع لوقف حالات انتهاك الخصوصية، إضافة إلى العمل على نشر مفاهيم التربية الإعلامية وآليات استخدام الشبكات الاجتماعية بشكل أمثل

الخاتمة:

أشارت النتائج السابقة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية تعدّ جزءاً رئيساً في حياة الشباب؛ من أجل الحصول على الأخبار ونشرها والتواصل مع الآخرين. إلا أن الميزات التي تقدمها هذه الشبكات وتطبيقاتها أصبحت تواجه خطراً، نتيجة تعرض عدد من مستخدميها لعمليات انتهاك للخصوصية، تمثلت بالإساءة بقصد تشويه السمعة، أو الابتزاز المادي أو التسلية، وذلك إما باستغلال استخدام الصور الشخصية أو بإرسال الرسائل المزعجة أو انتحال الشخصية، وبغيرها من أساليب انتهاك الشخصية.

إن ما توصل إليه البحث من نتائج تشير إلى طبيعة تفكير الشباب ونظرتهم تجاه هذه المواقع وتطبيقاتها، حيث إنهم من أكثر الفئات استخداماً لها، والبقاء على تواصل دائم مع الآخرين من خلالها، إضافة إلى أن أسلوب استخدام هذه المواقع، في الوقت الحالي على أقل تقدير، يرتبط بشكل كبير بأسلوب حياة الأفراد أكثر من ارتباطه بنوعية المعلومات، خاصة في ظل غياب القوانين الفاعلة التي تنظم آليات التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية كمصدر يحتوي أخباراً ومعلومات، مما يتيح المجال أمام بعض المستخدمين لنشر الأخبار أو المعلومات كحقيقة، مستغلين قدرة هذه المواقع على المساعدة بزيادة الانتشار بين المستخدمين في قصير.

إن تفعيل القوانين التي تعاقب المنتهكين، والاهتمام بنشر مفاهيم التربية الإعلامية، وكيفية استخدام الإنترنت ومواقع وتطبيقاته بصورة أمثل، سيشكل الخطوة الأولى نحو التقليل من الأخطاء التي قد تواجه مستخدمي هذه الشبكات والتطبيقات؛ مما يشكل نظرة لأبحاث مستقبلية، لم يغطيها البحث الحالي، بالتركيز على رفع مستوى الثقافة الإعلامية لكيفية استخدام وسائل الإعلام لشبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

- أبو إصبع، صالح. الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. ط5، دار المجدلأوي، عمان، 2006.
- البرجي، هشام. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية. المركز العربي للبحوث والدراسات. 2016، على الرابط: <http://www.acrseg.org/40338>.
- البيطار، سونيا. أثر استخدام تطبيق الواتساب على العلاقات الاجتماعية: - نموذج مدينة طرابلس، - لبنان. الملتقى الدولي المحكم حول الخصوصية في مجتمع المعلوماتية، لبنان، 2019.
- جابر، أشرف، و خالد الشافي. «حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة انتهاك الخصوصية في موقع فيس بوك». مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، 2013.
- الحيزان، محمد. البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها. ط2، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2004.
- المشهداني، سعد. مناهج البحث الإعلامي. ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، 2017.
- المطالقة، أحلام، ورائقة العمري. «أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك في ضوء بعض المتغيرات». مجلة دراسات: علوم الشريعة والقانون، المجلد م. 45، ع. 4، ملحق 2، 2018.
- مكأوي، حسن عماد، و عاطف العبد. نظريات الإعلام. مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، 2007.
- النمر، رائد. حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على ضوء التشريعات في مملكة البحرين. الملتقى الدولي المحكم حول الخصوصية في مجتمع المعلوماتية، لبنان، 2019.
- نورمان، مريم. استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية: دراسة على عينة من مستخدمي الفيس بوك في الجزائر. رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر، الجزائر.، 2012.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Mcquail, Denis. Mass communication theory: An introduction. Sage Publications, 1987.
- Ruggiero, Thomas. "Uses and gratifications theory in the 21st century." Mass communication & society, vol. 3, no. 1, 2000, pp.3-37.
- Safori A. O., Rahman N. A., & Mohammed R. "The uses of social networking sites among Jordanian journalists." International Journal of Communication and Media Studies (IJCMS), vol. 6, No. 6, 2016, pp. 1-12.
- Safori, Amjad. "Social Media's Impact on a Journalist's role." Journal of Science Education, vol. 19, no. 1, 2018, pp. 148-62.