

اتجاه مستخدمات موقع إنستغرام في الجزائر نحو الإفصاح عن الخصوصية الرقمية دراسة استطلاعية على عينة من المستخدمات

The trend of Instagram users in Algeria towards disclosing digital privacy A survey study on a sample female users

محمد رضا العيفية¹

مخبر التنمية الاجتماعية وخدمة المجتمع، جامعة الوادي-الجزائر

mohamedreda-laifa@univ-eloued.dz

د فاطمة الزهراء قيطة

جامعة الوادي-الجزائر

guita-fatimazohra@univ-eloued.dz

تاريخ الوصول 20/02/2024 القبول 28/03/2024 النشر على الخط 15/06/2024

Received 20/02/2024 Accepted 28/03/2024 Published online 15/06/2024

ملخص:

تهدف هذه الدراسة المسحية إلى رصد اتجاه مستخدمات موقع إنستغرام في الجزائر نحو الإفصاح عن خصوصيتهم الرقمية، حيث أصبحت خصوصية مستخدمي الموقع السوسيو رقمية من المواضيع التي تفرض نفسها باستمرار لدى الباحثين في ظل الاستخدام المتزايد لها وبالخصوص لدى شريحة المرأة، حيث مثلت هذه المواقع أدوات لتمكين المرأة للتعبير عن ذاتها ومارسة أدوارها بعيداً عن إكراهات السياسات المادية، وهو ما دفعنا لمساءلة وعي المرأة الجزائرية المستخدمة لموقع إنستغرام بعرض خصوصيتها الرقمية، ومحاولة الاحاطة بهذه الظاهرة وقياسها في إطار علاقتها بالأبعاد السوسيو رقمية، وقد قمنا بتطبيق دراستنا بالاعتماد على الاستبيان الإلكتروني وعينة متاحة قوامها 172 مفردة، وخلصنا إلى النتائج التالية: فيما يخص استخدامات عينة الدراسة لموقع إنستغرام فقد كانت متعددة ومتنوعة المجالات، أما فيما يتعلق ببعد الهوية الرقمية وبعد النفسي فقد كان اتجاه متوسط إجابات عينة الدراسة بإجمالي محايد، وفيما يتعلق بالبعد الاجتماعي والتقني فقد كان اتجاه متوسط إجابات عينة الدراسة بإجمالي موافق.

الكلمات المفتاحية: الاتجاهات، المرأة، موقع إنستغرام، الخصوصية، الخصوصية الرقمية.

Abstract:

This survey study aims to monitor the trend of Instagram users in Algeria towards disclosing their digital privacy, as the privacy of users of social digital sites has become one of the topics that constantly imposes itself among researchers in light of the increasing use of it, especially among women, as these sites represent tools to empower women to express themselves. About themselves and exercising their roles away from the coercions of material contexts, which is what prompted us to question the awareness of Algerian women who use Instagram by displaying their digital privacy and trying to capture this phenomenon and measure it within the framework of its relationship to the socio-technical dimensions. We applied our study by relying on the electronic questionnaire and an available sample of 172 individuals. We concluded the following results:

Regarding the study sample's uses of the Instagram website, it was multiple and varied in areas. As for the digital identity dimension and the psychological dimension, the average trend of the study sample's answers was neutral overall, and with regard to the social dimension Technically, the average trend of the study sample's answers was generally agreed.

Keywords: trend, women, Instagram, privacy, digital privacy

¹ المؤلف المراسل: محمد رضا العيفية البريد الإلكتروني: mohamedreda-laifa@univ-eloued.dz

1. مقدمة:

لطالما شكل حضور المرأة في الفضاءات الافتراضية واستخدامها للموقع السوسيو رقمية أحد الإشكالات التي ما زالت تطرح بين الباحثين بشكل مستمر، فقد شكلت مفاهيم كالفضاء العمومي الافتراضي النسوي والدراسات الجندرية والهوية الافتراضية للمرأة وغيرها مواضيع خصبة للبحث وفق مقاربات علمية مختلفة، ورغم تعدد سياقات هذه البحوث وتنوع اهتمامات الباحثين وخصوصياتهم المعرفية إلا أن ما طرحته هذه الظواهر قد أخذ اهتماما بالغا من قبل الباحثين المشغلين على ظواهر الميديا الجديدة. وبين المواضيع التي فرضت نفسها مؤخرا كأحد الظواهر الجديرة بالبحث فيما يرتبط بحضور المرأة الافتراضي هو الخصوصية الرقمية للمرأة في هذه البيئات الرقمية، وما يرتبط بها من إشكالات وأبعاد متنوعة تجعل من هذه الظاهرة مجالا متعدد الأبعاد والتخصصات، فقد أفرز استخدام المواقع السوسيو رقمية أنماطا جديدة من السلوكيات لم تكن موجودة من قبل، فمشاركة المعلومات الخاصة وتفاصيل الحياة اليومية والاهتمامات والتفضيلات عبر مختلف الحسابات السوسيو رقمية أصبحت من أكثر انشغالات المستخدمات عبر هذه المواقع، كشكل من أشكال الحضور الافتراضي وعرض الهوية والذات، وقد ازداد الحديث مؤخرا عن الإشكالات التي تنتج عن هذه السلوكيات والتي ترتبط بشكل مباشر بخصوصية المستخدمات وما قد تتعرض له من انتهاكات تهدد أمنهن وتواجدهن عبر الفضاءات الافتراضية، فالخصوصية كحق من حقوق الإنسان لم يكن موضوعا سجاليا من قبل، لكن تزايد الاهتمام به قد رافق تطور وتنامي تطبيقات الأنترنت واستخداماتها المتعددة، والتي ترتبط بشكل مباشر بكيان الأشخاص الافتراضي والذي يعد امتدادا للتواجد الواقعي.

ويزداد الاهتمام بهذا الموضوع في السياقات العربية لدى المرأة المستخدمة لهذه المواقع لما تختله من مكانة خاصة فرضتها المراجعات الاهوية والثقافية والجندرية من جهة، والاستخدام المتزايد لهذه المواقع من قبل المرأة العربية والجزائرية على وجه الخصوص من جهة أخرى، لهذا بات من الضروري الالتفات حول هذه الإشكالية المتعددة الأبعاد والبحث عن أسبابها والعوامل المتحكمة فيها.

إشكالية الدراسة:

أدى تبني استخدام المواقع السوسيو رقمية إلى تجاوز وظائفها الاتصالية والترفيهية إلى المجالات الاجتماعية والسياسية والأمنية، فسرعان ما تغلغلت هذه المواقع في أبعاد الحياة الاجتماعية وأصبحت تشكل فضاءات موازية للفضاءات المادية، وتحولت إلى أدوات للتمكين والتعبير عن الذات والهويات المختلفة أمام الشرائح المتعددة في المجتمعات، وبعيدا عن النظرة الطوباوية لهذه المواقع أسس هذا التواجد الافتراضي المتزايد إلى انتلاج بعض القضايا التي ظهرت في الواجهة في السنوات الأخيرة خاصة فيما يتعلق بتهديدات الخصوصية الرقمية لمستخدمي المواقع السوسيو رقمية، وتبين هذه الإشكالات أساسا من العوامل المرتبطة بالتصورات والتمثلات والاستخدامات المختلفة لهذه المواقع وعلاقتها بعوائق المستخدمين حول خصوصيتهم الرقمية، ذلك أنه من العبر النظر في موضوع الخصوصية الرقمية من زاوية التقنية فقط، وفي هذا المقام يجادل papacharissi بأنه تظهر ثنائية الاجتماعي والتقني في فهم الخصوصية الرقمية عبر الأنترنت بشكل أساسي، فالتفكير في فهم الخصوصية الرقمية من منطلق تقني فقط سيؤدي إلى الواقع في فح الختيمية التكنولوجيا، بل لابد من توسيع زاوية النظر ذلك أن التكنولوجيا واستخداماتها يتم التفاوض بشأنها بين الأفراد والمجتمع

ضمن التكنولوجيا نفسها، وبالتالي ليست التكنولوجيا فقط هي التي تؤثر في إدراك الخصوصية الرقمية بل الطرق والممارسات الخاصة بمستخدمي هذه التكنولوجيات، كما تتحكم أيضاً في تصميم تلك التقنيات¹.

تؤدي هذه الوضعية في محاولة فهم الخصوصية الرقمية لمستخدمي الواقع السوسيو رقمية إلى ضرورة الاقتراب من التصورات التي يحملها هؤلاء المستخدمين عن خصوصيتهم، ويشير Joseph b. Walther في هذا السياق أنه كلما كشف المستخدمون المزيد من المعلومات عن أنفسهم زاد استمتاعهم بالمزايا التي تقدمها هذه المواقع، وفي الوقت نفسه كلما أفصح المستخدمون عن المعلومات التي تخصهم زاد خطر التعرض لما يتبعونه انتهاك خصوصيتهم الرقمية²، وتعبر aigul kaskina عن هذه الفكرة بما تسميه مفارقات الخصوصية *privacy paradox* الذي يعكس تصورات المستخدمين حول مخاطر الخصوصية وسلوكياتهم في الكشف عن خصوصيتهم مقابل المزايا التي يتحصلون عليها، وقد أكدت بعض الدراسات اتساع الفجوة بين التصورات والسلوكيات المرتبطة بالخصوصية الرقمية، هذه السلوكيات التي تبتعد إلى حد كبير عن العقلانية، حيث توصلت هذه الدراسات إلى أن الأشخاص الذين لديهم تصور عالٍ لمخاطر الخصوصية يكشفون عن جزء كبير من خصوصيتهم، كما كشفت دراسة حديثة أخرى أنه على الرغم من وجود نية معلنة من قبل المستخدمين في التمتع بخصوصية رقمية لكن عند وجود حافر معين تختفي هذه النية، وقد قسم الباحثون تلك الحوافر إلى حوافر داخلية متعلقة بالتكيف الاجتماعي والجدية والإشار، وحوافر خارجية تتعلق بتوفير المال والوقت واهتم هؤلاء الباحثين بالتعرف على تأثير هذه الحوافر في الكشف عن معلومات أكثر أو أقل، كما توصلوا إلى أنه أيضاً من أسباب هذه المفارقة هو الجهد الإضافي الذي قد يؤدي إلى الكسل بحيث يتراجع المستخدمون في ضبط إعدادات الخصوصية الرقمية بسبب بعض تعقيدات تلك الإعدادات التي قد تكون متعبة و تتطلب جهداً³.

في مقابل العوامل السوسيوتقنية السابقة تدخل العوامل الجندرية بشكل كبير في الإشكالات المرتبطة بالخصوصية الرقمية، وفي هذا الصدد يرى Mike thelwall أن الخصوصية على الأنترنت تحمل بعدها متعلقاً بالجender ينبع من مخاوف خارج نطاق الأنترنت، ومن الأمثلة الواضحة لذلك المطارة الإلكترونية التي تتعرض لها النساء بصفة كبيرة وفق إحصائيات منظمة الصحة العالمية، وبالتالي يكون حماية التفاصيل الحساسة أكثر أهمية بالنسبة للإناث، كما أنه هناك عوامل أخرى أيضاً تزيد من مخاوف الخصوصية الرقمية كالتنمر الإلكتروني على المرأة⁴، حيث تشير بعض الدراسات الأجنبية كدراسة etzioni الذي توصل إلى أن النساء الأميركيات أكثر اهتماماً بقضايا الخصوصية من الرجال، كما خلص Terry في دراسته إلى أن النساء والرجال يختلفون في

¹ Philipp k. masur, situational privacy and self-disclosure, communication processes in online environment, springer, bow York, 2017, p 13.

² Joseph b. Walther, introduction to privacy online, privacy online perspectives on privacy and self-disclosure in the social media, springer, New York, 2011, p 03.

³ Aigul kaskina, citizen privacy framework, case of a fuzzy-baszd recommender system for political participation, springer, New York, 2022, p p 11 12.

⁴ Mike Thelwell, privacy and gender in the social web, privacy online perspectives on privacy and self-disclosure in the social media, springer, New York, 2011, p 251.

العوامل المرتبطة بمخاوف الخصوصية، وهي الفكرة التي أكدتها Kazmierczak الذي وجد اختلافات بين الذكور والإناث في موقفهم تجاه الخصوصية¹.

وعند الحديث عن أكثر الواقع السوسيو رقمية استخداما يبرز الانستغرام كأحد الواقع التي تعرف اقبالا متزايدا في السنوات الأخيرة من قبل المرأة حيث سجلت إحصائية حديثة أن 47% من أصل 02 مليار مستخدم نشط من مستخدمي الانستغرام من فئة النساء نهاية 2023²، أما في الجزائر بشكل خاص أكدت دراسة نشرت سنة 2023 أن 8.4 مليون يستخدمون الواقع بشكل نشط وما يعادل 43.7% من فئة الإناث³.

كما تعدد الخصائص التي يتميز بها الانستغرام عن باقي الواقع الأخرى وتنوع الخدمات التي يتتيحها لمستخدميه، كما يعتبر موقعا لعرض الذات والهوية من خلال التركيز على نشر المحتويات من صور وفيديوهات قصيرة، ما يجعله أداة للتمكين لدى المرأة في التعبير عن هويتها وبالتالي مجالا أوسع للكشف عن خصوصيتها.

وبناء على العوامل الاجتماعية والتكنولوجية والجندرية السابقة تبرز إشكالية محورية جديرة بتسليط الضوء عليها تتمحور حول تصورات مستخدمات موقع انستغرام في الجزائر عن خصوصيتها الرقمية في إطار الأبعاد سابقة الذكر، لهذا بات من الضروري مساعدة تجاه مستخدمات الانستغرام في السياق الجزائري بمعنى اهتمامهن بالإفصاح عن خصوصيتها الرقمية من خلال استخدام موقع انستغرام، ومدى وعيهن بالتهديدات التي قد تتعرض لها، وعلاقة ذلك بالأبعاد السوسيونفسية والتكنولوجية والتي قد تتحكم بدورها في هذه التصورات واستخدامات الموقع.

وانطلاقا من هذا تدفعنا السياقات السابقة لطرح التساؤل الرئيسي التالي: ما هو تجاه مستخدمات موقع انستغرام في الجزائر نحو الإفصاح عن خصوصيتها الرقمية؟

وللإجابة عن هذا التساؤل المحوري قمنا بتفكيكه إلى خمس تساؤلات وفق الأبعاد التالية:

كيف تستخدم المستخدمات موقع انستغرام بشكل عام؟ -

ما هو تجاه مستخدمات موقع انستغرام نحو بعد الهوية الافتراضية؟ -

ما هو تجاه مستخدمات موقع انستغرام نحو بعد الاجتماعي؟ -

ما هو تجاه مستخدمات موقع انستغرام نحو بعد النفسي؟ -

ما هو تجاه مستخدمات موقع انستغرام نحو بعد التقني؟ -

¹ Mohammad Nouri, **privacy, gender, and space: domestic space and women's privacy in Yazid, a thesis submitted for the degree of doctor of philosophy**, Yazd university, 2015, p 34.

² مات إلغيرين، إحصائيات واتجاهات **INSTAGRAM** تحديث 2024، متاح على الرابط:

³ <https://www.websiterating.com/ar/research/instagram-statistics>، تاريخ الزيارة: 16-02-2024 على الساعة 17:00.

³ عبد الناصر حنو، هذا عدد مستخدمي يوتيوب وفيسبوك وانستغرام في الجزائر، متاح على الرابط: <https://tadamsanews.dz> تاريخ الزيارة 21-03-2024 على الساعة 11:30.

أهمية الدراسة:

يعد موضوع دراستنا من المواضيع الحديثة والراهنة التي تشغّل على أحد الإشكاليات التي أفرزها الاستخدام المتزايد للمواقع السوسيو رقمية وهي الخصوصية الرقمية والانتهاكات التي قد تعرّض لها، حيث تعدّ الخصوصية من حقوق الأفراد الأساسية التي تكفلها القوانين والمجتمعات، إلا أنه مع تطور تطبيقات الميديا الجديدة وخاصة المواقع السوسيو رقمية ازداد الحديث عن الخصوصية لدى مختلف شرائح المستخدمين، وأشكال الاعتداءات التي تتعرّض لها والتي ترتبط بالبيانات الشخصية لهم، ما قد يؤثّر على كيّانهم ويفضي إلى مشاكل على مستوى الفرد والمجتمع، لهذا وجب الالتفات إلى هذه المواضيع ورصد أسبابها والعوامل المؤثرة فيها. كما تكمن أهمية دراستنا أيضاً بتخصيص شريحة المرأة المستخدمة لهذه المواقع، لما تختلّه المرأة من مكانة في المجتمع جعلتها موضوعاً للدراسات في تخصصات مختلفة، كما تبرّز أهمية دراستنا أيضاً من خلال تنوع الأبعاد التي سنركّز عليها لمحاولة تقديم فهم أفضل للموضوع خاصة في ظل نقص الدراسات التي سلطت الضوء على هذه الإشكالية.

أهداف الدراسة:

نروم في دراستنا الوصول إلى الأهداف التالية:

- التعرّف على الكيفية التي تستخدم بها المستخدمات الموقع.
- تحديد اتجاه مستخدمات موقع انستغرام نحو بعد الهوية الافتراضية.
- تحديد اتجاه مستخدمات موقع انستغرام نحو بعد البعد الاجتماعي.
- تحديد اتجاه مستخدمات موقع انستغرام نحو بعد البعد النفسي.
- تحديد اتجاه مستخدمات موقع انستغرام نحو بعد البعد التقني.

كما تهدف دراستنا إلى:

- التركيز على موقع انستغرام بشكل خاص بما يحمله من خصائص وخدمات من خلال مستوى إفصاح مستخدماته في الجزائر عن خصوصيّتهن الرقمية.

مفاهيم الدراسة:**- الاتجاه: *trend***

يعد من المفاهيم شائعة الاستخدام في عدة تخصصات لكنه وجد مكانه في علم النفس وعلم النفس الاجتماعي، يعرّفه ألبورت (allport) بأنه حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي أو النفسي تنتظم من خلال خبرة الشخص، وتكون ذات توجّه تأثيري أو دينامي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواضف التي تستثيرها هذه الاستجابة، وعرفها أحمد صالح بأنّها مجموع استجابات القبول أو الرفض إزاء موضوع اجتماعي جديٍ معين¹، ركز هذين التعريفين على أن الاتجاهات هي استجابات اتجاه الأشياء أساسها خبرة وتحريقة الأفراد وتكون هذه الاستجابات بالقبول أو الرفض، أي أن الاتجاهات هي تقييم شيء معين بدرجة معينة من التفضيل أو عدم التفضيل.

¹ سناه حسن عماد، الاتجاهات النفسية والاجتماعية، مجموعة النيل العربية، مصر، 2010، ص 15.

ونعرف الاتجاه إجرائيا في دراستنا بأنه:

الاستعدادات المعرفية والنفسية والسلوكية التي تحملها مستخدمات موقع انستغرام في الجزائر نحو الإفصاح عن خصوصيتهم الرقمية عبر موقع انستغرام وترتبط تلك الاستعدادات بالسياق السوسيونفسي والتقني لهن.

- الاستخدام :use

يطرح هذا المفهوم عدة إشكالات حول طبيعة تحديد معناه، نظرا لتدخله مع عدة مفاهيم أخرى كالاستعمال والممارسة، بالإضافة إلى تعدد التيارات المعرفية التي قامت بتعريفه، حيث يعتبر مفهوما معقدا تشارحه العديد من التعريفات التي لا تحظى بالإجماع، ويقودنا البحث عن التعريفات التي قدمت لمفهوم الاستخدام إلى كتابات علماء الاجتماع الذين انصبوا أعمالهم حول علاقة التكنولوجيا بالفرد والمجتمع وبصورة أكثر تحديدا تيار سوسيولوجيا الاستخدامات، فوقا لما أشار إليه بيار شامبا (pierre chambat) في كتابه التكنولوجيا والمجتمع أن الاستخدام لا يعد موضوعا طبيعيا بل هو بناء اجتماعي، فبناء على سياقات التحليل والأطر النظرية المختلفة تشير فكرة الاستخدام إلى سلسلة من التعريفات تتراوح بين قطبي الاعتماد البسيط إلى التملك¹، ويعرف الاستخدام في معجم روبرت لعلم الاجتماع (1999) وفق معنيين أساسين للكلمة: أولا يشير إلى الممارسة الاجتماعية بفعل الأكاديمية والتكرار والتي تجعله أمرا طبيعيا في ثقافة معينة، ثانيا يشير إلى استخدام شيء طبيعي أو رمزي لأغراض معينة، وبالتالي التفكير في الاستخدامات الاجتماعية للسلع أو الأدوات أو الأشياء لتسلیط الضوء على المعانى الثقافية المعقدة لهذه السلوكيات في الحياة اليومية²، نلاحظ من خلال التعريف الأول ضرورة وجود عنصر التكرار للوصول إلى مرحلة عملية الاستخدام بالإضافة إلى توفر عنصر السياق الثقافي الذي يؤطر هذه العملية، أما التعريف الثاني فيركز على الغاية من الاستخدام والمعانى التي يضفيها الأفراد على تلك الأشياء أثناء الاستخدام.

ونعرف إجرائيا على أنه:

الاستعمال المتكرر لموقع إنستغرام في الحياة اليومية للمستخدمات، بحيث يتحول هذا الاستعمال المتكرر إلى الاستخدام الذي تتحكم فيه السياقات السوسيتقنية والتي تجعل مستخدماته تتمثل لهذا الموقع ويظهر هذا التمثل في عدة أنماط وطرق استخدام.

- موقع إنستغرام :Instagram

هو موقع تم إنشاؤه عام 2010 وتم شراؤه من قبل موقع فيسبوك عام 2012، وقد أثبت موقع فيسبوك على أنه أحد أكثر أربع الشبكات الاجتماعية استخداما في أقل من عقد من الزمن بعد الفيسبوك واليوتيوب والواتساب³.

إجرائيا:

¹ Philippe breton, **serge prolux, l'explosion de la communication a l'Aube du xxi siècle**, les éditions du boréal, canada, 2002, p 255.

² Serge prolux, **penser les usages des technologies de l'information et de la communication aujourd'hui: enjeux-modelés -tendances**, presses universitaires de bordeaux, bordeaux, 2005, p02.

³ Aurèlie moulin, **le guide Instagram**, Eyrolles, paris, 2020, p 07
526

هو أحد الواقع السوسيو رقمية التي عرفت استخداماً كبيراً مؤخراً، يقوم أساساً على تبادل ونشر الصور والفيديوهات القصيرة، كما يسمح للمرأة المستخدمة له بالتعبير عن ذاتها و هويتها من خلال ما تنشره و تتابعه و تتفاعل معه.

- الخصوصية :privacy

تعد من المفاهيم المتعددة الأبعاد و صعبة التحديد نظراً لجملة من العوال السوسيو ثقافية والتكنولوجية بالإضافة إلى تعدد التخصصات التي اهتمت بدراسة الخصوصية و علاقتها ببعض المفاهيم اللصيقة بها، و يرى دانيال سولوف daniel j. solove أحد أبرز المشتغلين حول قضيّاً الخصوصية في كتابة "فهم الخصوصية" في هذا السياق أنه من الصعب إيجاد معنى محدد لهذا المفهوم، وأنّاء استعراضه لمجموعة من التعريفات التي قدمت لمفهوم الخصوصية و علاقتها بالمفاهيم المشابهة، أكد أنه من الصعب إيجاد معنى محدد وتعريف واحد يشمل المعاني المتعددة لمفهوم الخصوصية¹، و سنقوم بتعريفها في هذه الدراسة من خلال عدة أبعاد كمحاولة للإحاطة بهذا المفهوم الفضفاض.

تعريف ذو بعد تشريعى:

تعرف الخصوصية في مجال التشريع من منظور الحق على أنها حق الفرد في حماية أسراره الشخصية والملاصقة للشخصية والعائلة و مراسلاته و سمعته و حرمة منزله و ملكيته الخاصة وفي عدم اختراقها أو كشفها دون موافقته²، و تدعم التشريعات و القوانين الدولية و الخاصة هذا الحق و يختلف النظر للخصوصية من بلد إلى آخر.

تعريف ذو بعد معلوماتي:

يمكن النظر إلى الخصوصية من ناحية المعلومات يطلق عليها بالخاصة كونها تتعلق بالشخص ذاته و تنتهي إلى كيانه كإنسان مثل الاسم و العنوان و رقم الهاتف وغيرها من المعلومات، فهي معلومات تأخذ شكل بيانات تلزم الاتصال بشكل شخص طبيعي معرف أو قابل للتعريف³.

تعريف ذو بعد اجتماعي:

يعرفها rachels من هذا المنظور على أنها معايير تنظم الأنواع المختلفة من الكشف والافصاح عن المعلومات المناسبة، وبالتالي تسمح لنا الخصوصية بالحفاظ على علاقات مختلفة مع أشخاص مختلفين، وهذا بدوره ما يسمح للمجتمع بالعمل بطريقة سلية وبالنسبة للجميع⁴.

التعريف الاجرائي: نعرف الخصوصية في دراستنا بأنّها قدرة الفرد على التحكم في كل ما يرتبط بحياته الخاصة من اسم و صورة والافصاح عن ما يريد من العناصر السابقة دون التعدي عليها و انتهايتها من طرف الآخرين.

¹ Daniel j. Solove, **understanding privacy**, Cambridge Massachusetts, London England, 2008, p p 13 14.

² طارق جمعة السيد راشد، حماية خصوصية البيانات الشخصية في العصر الرقمي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2019، ص 27.

³ بشري حسين الحمداني، القرصنة الالكترونية -أسلحة الحرب الحديثة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2014، ص 170.

⁴ Marjin sax, **privacy from an ethical perspective, the handbook of privacy studies, an interdisciplinary introduction**, Amsterdam university press, Amsterdam, 2018, p 160.

أما الخصوصية الرقمية :digital privacy

تعرف على أنها السيطرة الانتقائية على من يصل إلى المعلومات الشخصية، بما في ذلك معلومات الاتصال والاتصالات والبيانات الشخصية¹، وتعكس هذه السيطرة عن وعي المستخدمين بخصوصيتهم من خلال سلوكياتهم عبر بيئة الأنترنت والتي تختلف من شخص لأخر.

ونعرفها إجرائياً بأنها كل المعلومات الشخصية المرتبطة بمستخدمات موقع إنستغرام في الجزائر، تتشكل هذه المعلومات من اسم الحساب والصورة الشخصية وتفاصيل الحياة الخاصة، والتي يختلف الإفصاح عنها من مستخدمة لأخرى وتحكم في ذلك العوامل السوسيو-ثقافية.

2. الجانب التطبيقي للدراسة:**2.1 الإجراءات المنهجية للدراسة:****1.1.2 نوع الدراسة ومنهجها:**

تدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات المسحية التي تشير إلى تلك البحوث التي يكون فيها المسح في الوقت الحاضر لظاهرة قائمة بالفعل وقت إجراء الدراسة²، وتماشياً مع نوع الدراسة فإننا سنعتمد على المنهجي المسحي الذي يعرف على أنه دراسة الظواهر عن طريق جمع البيانات حولها وحول مكوناتها وظروفها الحالية بالاعتماد على مجموعة متنوعة من التقنيات تصب في جملتها في هذا الغرض: الملاحظة بأنواعها، المقابلة، الاستبيان، تحليل المضمون، التقنيات الإحصائية، أي كل ما من شأنه أن يساعد في مسح الظاهرة³، وسنقوم في دراستنا بجمع البيانات والمعلومات حول موضوع اتجاه مستخدمات موقع إنستغرام في الجزائر نحو الإفصاح عن خصوصيتهم الرقمية وتحليلها إحصائياً ومحاولة وصفها وإيجاد العلاقات بينها وصولاً لتفسيرها، فالمنهج المسحي يهدف إلى دراسة شاملة مستعرضة ومحاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقدير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين⁴.

2.1.2 أداة الدراسة:

تماشياً مع طبيعة دراستنا وأهدافها ومنهجها يعد الاستبيان الإلكتروني أداة مناسبة تمكناً من جمع البيانات والاجابة على تساءلات الدراسة، وقد قمنا بإعداد الاستبيان الإلكتروني من خلال المخاور التالية:

- عنصر خاص بالبيانات السوسيو-ثقافية.
- محور خاص بكيفية استخدام عينة الدراسة لموقع إنستغرام وتضمن 04 أسئلة.
- محور خاص باتجاه المستخدمات عينة الدراسة نحو بعد الهوية الافتراضية وتضمن 04 عبارات.
- محور خاص باتجاه المستخدمات عينة الدراسة نحو البعد الاجتماعي وتضمن 03 عبارات.

¹ Mike Thelwell, **privacy and gender in the social web, privacy online perspectives on privacy and self-disclosure in the social media**, opcite, p 251.

² أحمد بن مرسل، **الأسس العلمية لبحوث الاعلام والاتصال**، الورسم، الجزائر، 2013، ص 99.

³ يوسف تمار، **مبادئ البحث العلمي -المطلقات النظرية والتوجهات التطبيقية**، دار مدنی، الجزائر، 2021، ص 106.

⁴ فاطمة عوض صابر، **میرفت علی خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي**، مكتبة ومطبعة الاشعاع، الإسكندرية، مصر، 2022، ص 89.

- محور خاص باتجاه المستخدمات عينة الدراسة نحو البعد النفسي وتتضمن 05 عبارات.
- محور خاص باتجاه المستخدمات عينة الدراسة نحو البعد التقني وتتضمن 05 عبارات.

ولتجنب عنصر التحيز في الاستبيان الالكتروني وتحقيق الاستفادة القصوى منه يرى فضيل دليو أنه يجب أن تكون مدة تواجد الاستبيان على الأنترنت طويلة بما فيه الكفاية حتى يتسرى لجميع مفردات الفئات المستهدفة فرصة المشاركة في الاستبيان وبالتالي تجنب العينات المتحيزية¹، ولتحقيق هذا الشرط قمنا بإرسال الاستبيان وفسح المجال لعينة الدراسة بالإجابة لفترة امتدت من 12-2023 إلى غاية 31-01-2024 ، وهي فترة نراها كافية للوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمات من جهة وتمكننا من الحصول على أراء متنوعة ومختلفة من جهة أخرى.

وبالنسبة للأساليب الإحصائية المستخدمة في دراستنا فقد اعتمدنا على:

- المتوسط الحسابي المرجح: من خلال حساب طول الخلية والمدة وهي عبارة عن حاصل قسمة 2 (عدد المسافات) على 3 عدد الخيارات 3/2 ثم إضافة أقل قيمة في المقياس وهي الواحد الصحيح.

والجدول التالي يوضح طول الفقرات ودرجاتها:

الجدول رقم (01) يوضح طول الفقرات ودرجاتها:

الدلالة	موافقة	محايدة	معارضة
القيمة	3	2	1
الفئات	1.66-1	2.33-1.67	3-2.34
الدرجة	مرتفعة	متوسطة	منخفضة

الخصائص السيكوفونية للاستبيان:

- الصدق: وقد جرى التحقق من صدق الاتساق الداخلي حيث قمنا بحساب معامل الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتهي إليه وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي spss الإصدار 22 ، والجدول التالي توضح ذلك:

الجدول رقم (02) يوضح ارتباط كل عبارة مع الدرجة الكلية للبعد (صدق الاتساق الداخلي)

البعد	العبارات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الهوية الرقمية	1	0.76	0.01
	2	0.72	0.01
	3	0.75	0.01
	4	0.71	0.01
	5	0.50	0.01
البعد الاجتماعي			

¹ فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 230.

0.01	0.73	6	
0.01	0.69	7	
0.01	0.67	8	البعد النفسي
0.01	0.61	9	
0.01	0.66	10	
0.01	0.71	11	
0.01	0.53	12	
0.01	0.60	13	البعد التقني
0.01	0.68	14	
0.01	0.55	15	
0.01	0.46	16	
0.01	0.63	17	

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات Spss

من خلال القيم الموضحة في الجدول أعلاه نلاحظ أن هناك ارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتهي إليه، حيث كانت القيمة الأدنى بعد (المهوية الرقمية) 0.71 والقيمة العليا 0.76، أما (البعد الاجتماعي) كانت أدنى قيمة له 0.50 وأعلى قيمة 0.69، وتظهر قيمة الارتباط (للبعد النفسي) بـ 0.53 كأدنى قيمة و 0.71 كأعلى قيمة، أما عبارات (البعد التقني) فكانت مقبولة كذلك وهذا من خلال معاملات الارتباط التي أظهرتها وهي 0.46 كأصغر قيمة و 0.68 كأكبر قيمة، وكل القيم قيم مقبولة ودالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01

-الثبات: لقياس مدى ثبات أداة الدراسة استخدمنا (معامل ألفا كرونباخ) للتأكد من ثبات أداة الدراسة، والمجدول رقم (03) يوضح معاملات ثبات أداة الدراسة.

المجدول رقم (03) يوضح معامل الثبات ألفا لكل متغير والثبات الكلي للاستبيان:

معامل الثبات ألفا كرونباخ	عدد العبارات	المتغيرات
0.78	4	بعد المهوية الرقمية
0.73	3	البعد الاجتماعي
0.75	5	البعد النفسي
0.72	5	البعد التقني
0.73	17	الثبات الكلي للاستبيان

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss

يتم التأكيد من ثبات الاستبيان من خلال اختبار معامل ثبات ألفا كرونباخ والذي يعتبر من أهم الاختبارات، وذلك للتأكد من جودة أداة الدراسة، وعليه من خلال نتائج الجدول الموضحة أعلاه يتضح لنا أن قيم ألفا كرونباخ لمتغير المهوية الرقمية قدر بـ 0.78

ومتغير بعد الاجتماعي قدر بـ 0.73، أما متغير بعد النفسي قدر بـ 0.75 وأخيراً بعد التقني 0.72، أما الثبات الكلي للاستبيان فبلغت قيمته 0.72 وعليه يمكن القول بأن شرط الثبات قد تحقق.

وعليه ومن خلال نتائج الثبات (ألفا كرونباخ) وصدق الاتساق الداخلي في الجداول السابقة يتضح لنا بأن الأداة تتمتع بصدق وثبات يجعلها قابلة للاعتماد عليها.

وبعد ذلك قمنا بتجريب الاستبيان على عينة تتكون من 10 مفردات للتأكد من وضوح الأسئلة قبل التوزيع.

3.1.3

مجتمع الدراسة والعينة

بالنظر إلى موضوع دراستنا الذي يستهدف معرفة اتجاه مستخدمات موقع إنستغرام في الجزائر نحو الإفصاح عن خصوصياتهن الرقمية يتمثل مجتمع دراستنا في كل مستخدمات موقع إنستغرام في الجزائر، وبالتالي فإنه لا يمكن بأي حال من الأحوال اللجوء إلى عينات احتمالية، وهذا راجع إلى ضخامة مجتمع البحث وعدم تجانسه وصعوبة تحديد خصائصه، وبالتالي لجأنا إلى العينة غير الاحتمالية المتاحة، والتي تعرف على أنها صنف العينات غير الاحتمالية والمقصود بها تلك العينة التي يتعامل الباحث على ما توفر لديه من وحداتها لأنها لا يستطيع جمع أكثر من ذلك¹.

وقد قمنا بإرسال الاستبيان إلى 380 مستخدمة واسترجعنا منها 172 استبيان قابل للتحليل، وعليه فقد قدرت عينة دراستنا بـ 172 مفردة من مستخدمات موقع إنستغرام في الجزائر.

¹ يوسف ثمار، *أصول تحليل المضمون وتقنياته*، ديوان المطبوعات الجامعية، 2017، ص 101.

2.3 عرض نتائج الدراسة وتحليلها:

الجدول رقم (04) يوضح البيانات السوسيوDemografic للدراسة:

المتغير	الفئات	النسبة	النكرار
السن	من 15 إلى 20 سنة	%10.5	18
	من 21 إلى 30 سنة	%66.3	114
	31 سنة فما فوق	%23.3	40
المستوى التعليمي	متوسط	3.5%	06
	ثانوي	3.5%	06
	جامعي	61%	105
	دراسات عليا	32%	55
الحالة الاجتماعية	عزباء	77.3%	133
	متزوجة	22.7%	39
المهنة	بطالة	70.9%	122
	موظفة	29.1%	50
المجموع		%100	172

المصدر: من إعداد الباحثين

توضح بيانات الجدول رقم (04) الخصائص الديمografية لعينة البحث والتي جاءت على النحو التالي:

- من حيث متغير السن: نلاحظ أن الفئات العمرية لعينة الدراسة متنوعة، حيث سجلت أعلى نسبة للفئة العمرية (من 21 إلى 30 سنة) بنسبة 66.3%， ثم تلتها الفئة العمرية (31 سنة فما فوق) بنسبة 23.6%， أمّا أدنى نسبة فسجلت لدى الفئة (من 15 إلى 20 سنة) بنسبة 10.5%. ويمكن القول أن غالبية عينة الدراسة تنتمي إلى شريحة الشباب وهي الفئة العمرية الأكثر ارتباطا واستخداما للموقع السوسيو رقمية بما فيها الانستغرام، نظراً لعدد الدوافع وال حاجات المختلفة لهذه الشريحة من أجل استخدام هذه الواقع، كما يتضح أيضاً أن الفئات العمرية الأخرى قد سجلت نسب متوسطة

- بالنسبة للمستوى التعليمي: فإن جل أفراد العينة مستواهم التعليمي جامعي حيث بلغت نسبتهم 61% تلتها فئة الدراسات العليا التي قدرت بنسبة 32%， في حين جاءت كل من فئة المتوسط والثانوي بنسبة 3.5% من إجمالي أفراد العينة، وبالنظر إلى

نتائج المتغير السابق الذي يؤكد أن غالبية أفراد العينة من فئة الشباب وبالتالي تتماشى نتائجه مع نتائج هذا المتغير فغالبية الطلبة الجامعيين في الأطوار الثلاثة ينتمون إلى فئة الشباب وهذا ما أكدته بيانات هذا المتغير.

- من حيث الحالة الاجتماعية: تشكلت عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية من النسبة الأكبر لفئة العازبات بنسبة 77,3% فيما كانت فئة المتزوجات بنسبة 22.7%， ويمكن أن يعزى ذلك إلى نتائج المتغيرين السابقين والتي تؤكد أن غالبية عينة الدراسة من فئة الطالبات الجامعيات الشابات.

- من حيث المهنة: تبين أنّ أغلب أفراد العينة بطالات أو غير عاملات وهذا ما عبرت عنه النسبة 70.9%， أما 29.1% منهن فكن موظفات، ويعزى ذلك إلى طبيعة أفراد العينة الذين تبين أن غالبيهن طالبات جامعيات حيث أن هذه الفئة لم تخرج بعد ما يقلل من فرصها في الحصول على وظيفة.

وبشكل عام يمكن القول أن نتائج بيانات الجدول (رقم 04) الذي يعبر عن السمات العامة للدراسة التي تدعم بعضها البعض وتؤكد أن غالبية المستخدمات عينة الدراسة من فئة الشابات الجامعيات العازبات غير الموظفات وهذا ما سيساعدنا في تحليل بيانات الجداول التالية.

الجدول رقم (05) يوضح مدة استخدام موقع انستغرام لدى عينة الدراسة:

النسبة المئوية	النوع	المدة
15.7%	27	أقل من سنة
26.7%	46	من سنة إلى ثلاث سنوات
27.9%	48	من أربع سنوات إلى ست سنوات
29.7%	51	أكثر من ست سنوات
100%	172	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

أكّدت 29.7% من عينة الدراسة بأنّهن يستخدمون موقع الانستغرام لأكثر من ست سنوات ، أما 27.9% يستخدمونه من أربع إلى ست سنوات ، في حين أنّ 26.7% يستخدمونه من سنة إلى ثلاث سنوات ، فيما صرحت نسبة 15.7% بأنّهم يستخدمونه منذ أقل من سنة ، وبالنظر إلى نتائج الجدول أعلاه فإنّ أغلب المستخدمات عينة الدراسة تستخدمون موقع الانستغرام منذ فترة طويلة ، حيث أن هذا الموقع إلى جانب موقع الفيسبوك واليوتيوب من أكثر المواقع استخداما في الجزائر ، فقد لاقى شهرة واسعة لدى أوساط الشباب خاصة لما يقدمه من خدمات تواصلية وترفيهية متنوعة تلقي استحسان هذه الشريحة.

الجدول رقم (06) يوضح طبيعة استخدام موقع انستغرام بالنسبة لعينة الدراسة:

النسبة المئوية	النكرار	استخدام الموقع
%99.4	171	سهل
%0.6	01	صعب
%100	172	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

من خلال البيانات الموضحة في الجدول رقم (06) يتبين أن المستخدمات عينة الدراسة ترين أن موقع انستغرام سهل الاستخدام بنسبة 99.4% وهي نسبة مرتفعة جداً، بينما ترى 0.6% فقط من عينة الدراسة أنه صعب الاستخدام، ويرجع هذا إلى طبيعة هذا الموقع الذي يتميز بالسهولة و السلاسة في استخدامه بدءاً من التسجيل فيه وصولاً إلى التواصل والتفاعل والنشر فيه، بالإضافة إلى أن جل المفردات عينة الدراسة من شريحة الشباب هذه الفتاة التي تعد أكثر ارتباطاً بالموقع السوسيو رقمية وبالتالي أكثر تحكماً في استخدامها، كما وتعتبر سهولة استخدام موقع الانستغرام من العوامل التي ساهمت في انتشاره بشكل كبير منذ ظهوره، إضافة إلى أن أغلب المستخدمات عينة الدراسة تستخدم موقع الانستغرام من فترات طويلة ما يجعلها أكثر تحكماً في استخدامه وهو ما تؤكد له بيانات الجدول رقم (05).

الجدول رقم (07) يوضح المجال الأكثر استخداماً عبر موقع الإنستغرام

النسبة المئوية	النكرار	المجالات
%55.5	146	التعرف على الأخبار
%30	79	التواصل
%10.6	28	العمل
%3.8	10	إقامة صداقات
%100	172	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

تشير البيانات الموضحة في الجدول أعلاه الاستخدامات المختلفة لعينة الدراسة لموقع انستغرام، حيث تستخدمه 55.5% من إجمالي العينة من أجل التعرف على الأخبار، في حين تتجه بعضهن إلى استخدامه في التواصل بنسبة 30%， وكانت 10.6% فقط منهن يخزنون من موقع الإنستغرام كمنصة للعمل من خلاها، بينما 3.8% منهن يستخدمنه لإقامة صداقات، من وجهة نظرنا فإنه تتعدد الخدمات التي توفرها الموقع السوسيو رقمية لمستخدميها بما فيها الانستغرام، منها التواصلية والتوفيقية والإخبارية والتجارية، فقد عرف هذا الموقع انتشاراً واسعاً في السنوات الأخيرة بالنظر إلى الخدمات التي يوفرها، ففي المجال الإخباري فقد لعب

هذا الموقع دوراً كبيراً في نقل العديد من الأخبار الجديدة والمحصريّة، سواءً فيما تعلق بأخبار المشاهير عبر حساباتكم أو الأخبار العامة، أو المواقع والقنوات الإخبارية التي وظفت هذا الموقع لنشر أخبارها، ما جعل العديد من المستخدمين يعتمدون عليه في الحصول على آخر الأخبار التي لا يمكن أن يحصلوا عليها من وسائل الإعلام التقليدية وهذا ما تؤكد النسبة المرتفعة لفئة، وعند الحديث عن استخدامات الواقع السوسيوغرافية لا يمكن إغفال أدوارها التواصلية التي غيرت طبيعة الاتصال بشكل عام من حيث السرعة والتفاعلية مما يجعلها وسيلة فعالة للتواصل مع الأصدقاء وهذا ما تؤكد النسبة المرتفعة لهذا الفئة أيضاً، كما أن استخدامات هذا الموقع تجاوزت الحصول على الأخبار أو التواصل إلى مجال العمل والتجارة الالكترونية فالعديد من مستخدمات موقع الانستغرام تعتمد على هذا الموقع في العمل وتوظيفه كأداة للترويج للمنتجات والسلع، في حين أن فئة إقامة صداقات جديدة جاءت بنسبة منخفضة وهو ما يعكس عد اهتمام عينة الدراسة بذلك.

جدول رقم (08) يوضح اهتمامات المستخدمات عينة الدراسة عبر موقع الإنستغرام

الاهتمامات	النسبة المئوية	النكرار
متنوعة	%37	146
تحميلية	%19.5	77
طبع	%18.2	72
إخبارية	%15.7	62
رياضية	%5.1	20
اقتصادية	%4.6	18
المجموع	100	¹ 395

المصدر: من إعداد الباحثين

من خلال النتائج الموضحة في الجدول رقم (08) نلاحظ أنّ اهتمامات المستخدمات عينة الدراسة عبر الانستغرام متنوعة بشكل كبير أي أنها مزيج بين ما يوفره الانستغرام كموقع لتقديم المضامين المختلفة وفي عدة مجالات وهذا ما عبرت عنه النسبة 37% وهي النسبة الأكبر، وعليه يمكن القول أن موقع الانستغرام بخصائصه المختلفة جعلت منه موقعاً متعدد الاستخدامات وبالتالي يستطيع أن يلبي عدة احتياجات ويحقق عدة إشباعات لمستخدميه، هذا ما يدعم نتائج الجدولين رقم (05) و (06).

وبالنسبة للاهتمامات الفردية فبعضهن يفضلون استخدام موقع الإنستغرام لمتابعة مجال التجميل وذلك بنسبة 19.5% وهو ما نراه يناسب مع طبيعة العينة التي تقتصر على شريحة المرأة المستخدمة لموقع الانستغرام وتحديداً فئة الطالبات الجامعيات، وهو ما تؤكده أيضاً فئة مجال الطبخ التي جاءت بنسبة متقاربة قدرت بـ 18.2% ما يعكس الاهتمامات التي ترتبط بالمرأة عبر الواقع السوسيوغرافية. وبالنسبة لمجال الحصول على الأخبار عبر الإنستغرام فجاءت بنسبة 15.7% ما يؤكد نتائج الجدول رقم (07) التي جاءت فئة التعرف على الأخبار كسبب رئيسي لاستخدام الموقع، أما الاهتمامات الرياضية والاقتصادية فجاءتا كآخر اهتمام تميل

¹ تشير النتائج إلى عدد الإجابات (النكرارات) لا إلى عدد مفردات العينة بسبب طبيعة السؤال متعدد الاختيارات

إليه المستخدمات عبر هذا الموقع بنسبة 50.1% للمجال الرياضي و 4.6% للمجال الاقتصادي والتي يمكن القول أنها اهتمامات رجالية أكثر منها نسائية وهذا ما يفسر النسبة المنخفضة لهاتين الفئتين.

الجدول رقم (09) يوضح اتجاهات مستخدمات تطبيق الإنستغرام اتجاه بعد الهوية الرقمية

الدرجة	الاتجاه	الانحراف	المتوسط	المعياري	معارضة		محايدة		موافقة		الفقرة
					%	ت	%	ت	%	ت	
مرتفع	موافق	0.69	2.58	12.2	21	16.9	29	70	122	1	
متوسطة	محايد	0.86	1.77	51.2	88	20.3	35	28.5	49	2	
متوسطة	محايد	0.73	1.58	56.4	97	29.1	50	14.5	25	3	
متوسطة	محايد	0.83	1.77	48.3	83	25.6	44	26.2	45	4	
متوسطة	محايد	0.77	1.92							المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثين بالأعتماد على مخرجات spss

وفقا للجدول رقم (09) يتضح أن متوسط آراء العينة مستخدمات الإنستغرام حول بعد الهوية الرقمية قدر بـ 1.92 وبانحراف معياري 0.77، ودرجة متوسطة يقابلها الاتجاه محايدة، أي أنّ عينة الدراسة تمثل إلى الحيادية حول العبارات المتعلقة ببعد الهوية الرقمية، حيث كانت أغلب الآراء والاستجابات في عبارات هذا البعد تعبّر عن الاتجاه محايد، باستثناء العبارة رقم 01 التي وقعت ضمن الاتجاه موافقة حيث ترى نسبة كبيرة منها أنّ توظيف الاسم الحقيقي عبر حساباً هن على الإنستغرام يعتبر أمراً عادياً بل ويفضّل ذلك أكثر من الأسماء الوهمية فجاءت بمتوسط حسابي قدر بـ 2.58% ويمكن إرجاع هذه النسب إلى طبيعة عينة الدراسة التي تشكّلت غالبيتها من الطالبات الجامعيات التي عادة ما تفضّل استخدام اسم حقيقي ويكون لهن درجة من الوعي في استخدام هذه المواقع ما يجعلهن يدرّكن صعوبة التعدي على الاسم وانتهاكه، كما يعبر استخدام الاسم الحقيقي عبر الواقع السوسيوّرّقمة بما فيها الإنستغرام أحد أشكال الهوية والحضور الافتراضي.

وعلى عكس ذلك جاءت كل من العبارة رقم 02 و 03 و 04 بإجمالي الاتجاه محايد وبدرجة متوسطة، أي تمثل جل مفردات العينة إلى الحياد حول وضع صورهن الحقيقية على الإنستغرام و مشاركة تفاصيل حياتهن اليومية وأن يفضّل التعرّف عليهن من خلال حساباً هن على الإنستغرام، ويمكن ارجاع هذه النسب إلى تصورات المستخدمات عينة الدراسة حول بعد الهوية الرقمية والذي يرتبط بحضورهن عبر موقع الإنستغرام، حيث تختلف التصورات حول هذا البعد، فما تراه بعضهن خاصاً يمكن أن تراه مستخدمات أخرى شيئاً يمكن مشاركته ولا يعتبر خاصاً، وهذا ما يؤكّد طبيعة الخصوصية الرقمية التي تتحكم في إدراكها عوامل سوسيوّرّقمة وتقنيّة وبالتالي صعوبة وضع تصور واضح للخصوصية في إطار علاقته ببعد الهوية الافتراضية بالنسبة للمستخدمات أنفسهم وبالنسبة للأخرين.

المجدول رقم (10) يوضح اتجاه المستخدمات عينة الدراسة نحو البعد الاجتماعي:

الدرجة	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارضة		محايدة		موافقة		الفقرة
				%	ت	%	ت	%	ت	
مرتفع	موافق	0.74	2.83	4.1	7	8.7	15	87.2	150	5
مرتفع	موافق	0.77	2.44	17.4	30	20.3	35	62.2	107	6
متوسط	محايد	0.86	1.90	41.9	72	25.6	44	32.6	56	7
مرتفع	موافق	0.79	2.39							المجموع

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات spss

يوضح المجدول رقم (10) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية وكذا الانحراف المعياري لاستجابات العينة حول البعد الاجتماعي، حيث نلاحظ أن متوسط آراء المستخدمات للبعد الاجتماعي قدر بـ 2.39 كمتوسط حسابي وبانحراف معياري قدره 0.79 أي بإجمالي موافق وتقابلاً لها درجة مرتفعة، أي أن المستخدمات يهمهن مراعاة السياق الاجتماعي في علاقته بتحديد خصوصيتيهن عبر موقع انستغرام، فاتفاقت جل المستخدمات بمتوسط حسابي قدر بـ 2.83 في العبارة رقم 05 حول اهتمامهن برعاية قيم وعادات المجتمع الجزائري في تحديد خصوصيتيهن عبر حساب الإنستغرام، وهذا ما يؤكد دور النسق القيمي في تحديد تصورات وسلوكيات مستخدمي الواقع السوسيوغرافية فيما يتعلق بحضورهم وتحديداً خصوصيتيهم عبر هذه الواقع، حيث تحدد القيم الجوانب المقبولة و المرفوضة فيما يتعلق بخصوصية المرأة، وخاصة القيم التي مصدرها الدين والمجتمع نفسه.

كما واتفاقت المستخدمات في العبارة رقم 06 بمتوسط حسابي قدر بـ 2.44 على أن المكانة الاجتماعية تحدد خصوصية الأفراد عبر الإنستغرام، فالمكانة الاجتماعية ترتبط بطبيعة العمل أو التخصص أو العائلة والزواج والتي تعد عناصر قد تتحكم في تحديد تصورات مستخدمات الإنستغرام لحدود خصوصيتيهن الرقمية وتعد عوامل مؤثرة وفي رسم حدود هذه الخصوصية.

أما فيما يتعلق بالعبارة رقم 07 اتجهت عينة الدراسة حول ما إذا كان للعائلة دور في النشر عبر حساباتهن على الإنستغرام على الحياد بمتوسط حسابي قدره 1.90.

الجدول رقم (11) يوضح اتجاه المستخدمات عينة الدراسة نحو البعد النفسي:

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss

أما العبارة رقم 9 فوقعت ضمن المجال موافق بمتوسط حسابي يقدر ب 2.42 وانحراف معياري 0.78، حيث تفضل عينة الدراسة مشاركة كل اهتماماً تهمن وما يفضلها في الواقع عبر حساباتكم الشخصية على الإنستغرام فإذاً مزايا هذا التطبيق أنها تتيح

للمستخدم حرية نشر الأفكار والآراء في إطار التفاعل الاجتماعي الرقمي، حيث تعد مشاركة الاهتمامات والتفضيلات المختلفة من أهم أنماط السلوكيات التي رافقت تطور الواقع السوسيو رقمي، وتختلف طبيعة مشاركة هذه الاهتمامات من مستخدمة إلى أخرى حسب التصور الذي تحمله المستخدمة عن خصوصيتها والحدود التي ترسمها لنفسها.

المجدول رقم (12) يوضح اتجاه عينة الدراسة نحو البعد التقني:

الدرجة	الاتجاه	الانحراف	المتوسط	معارضة		محايدة		موافقة		الفقرة
				الحسابي	%	ت	%	ت	%	
مرتفع	موافق	0.85	2.72	7	12	14	24	79.1	136	13
مرتفع	موافق	0.71	2.40	13.4	23	32.6	56	54.1	93	14
مرتفع	موافق	0.66	2.59	9.9	17	20.9	36	69.2	119	15
مرتفع	موافق	0.54	2.79	6.4	11	7.6	13	86	148	16
متوسطة	محايد	0.84	2.10	30.8	53	27.9	48	41.3	71	17
مرتفع	موافق	0.72	2.52							المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بالأعتماد على مخرجات spss

من خلال نتائج التحليل الإحصائي المبينة في المجدول رقم (12) يتضح أن متوسط استجابات المستخدمات حول البعد التقني جاءت مرتفعة و بإجمالي موافق حيث قدر المتوسط الحسابي الكلي ب 2.52 وبانحراف معياري 0.72، حيث أن أعلى قيمة كانت في العبارة 16 والتي وقعت ضمن المجال المرتفع ب متوسط حسابي يقدر ب 2.79 أي أن العديد منها يؤمن بتحديد الأشخاص الذين يتواصلن معهم عبر حساب الإنستغرام، وهي إحدى الخدمات التي يتيحها الموقع لمستخدميه من خلال تفعيل وضعية الحساب الخاص وبالتالي اختيار الأشخاص الذين يتواصلن معهم، ثم تليها العبارة رقم 13 التي جاءت ضمن المجال المرتفع بمتوسط حسابي قدره 2.72 وانحراف معياري قدره 0.85 أين تهتم المستخدمات بالتحكم الجيد في إعدادات الخصوصية عبر حساباتهم على الإنستغرام وقدر يرجح هذا للخبرة الجيدة في استخدام هذا التطبيق وهذا ما عكسته نتائج الجدولين رقم (05) و (06) التي أكدت من خلالها المستخدمات عينة الدراسة استخدامهن للموقع منذ فترة طويلة كما يرون أنه سهل الاستخدام. ثم العبارة رقم 15 بمتوسط حسابي قدره 2.59 وانحراف معياري يقدر ب 0.66 والتي وقعت أيضا في المجال المرتفع أي أنهن يفضلن الحفاظ على خصوصياتهن من خلال تفعيل الحساب في وضعية الخاص، وتليها العبارة 14 بمتوسط حسابي 2.40 ويعادلها انحراف معياري 0.71 والتي وقعت أيضا ضمن المجال المرتفع، والتي تعبّر عن موافقة مفردات العينة باهتمامهن بالاطلاع على سياسة الخصوصية التي يتيحها تطبيق الإنستغرام باعتبار أن أي تطبيق يتيح لمستخدميه الحفاظ على خصوصياتهم وحمايتها من الاختراق والانتهاك، ثم أن التعرف على استراتيجية عمل هذا التطبيق تمنح أي مستخدمة تعليمات يتبعها حتى يحافظن على هذه الخصوصية وتفعيلها، فيما جاءت أقل قيمة في العبارة رقم 17 التي كان متوسطها الحسابي 2.10 وبدرجة متوسطة بإجمالي محايد، أي أن المستجيبات هنا تنقسم آرائهم بين الموافقة والمعارضة فيما يتعلق بتغيير كلمة سر الحساب بين الفينة والأخرى وذلك للحفاظ على أمنها.

4. نتائج الدراسة:

- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات الفرعية:
- من حيث مدة استخدام عينة الدراسة لموقع انستغرام فقد كانت منذ فترة طويلة تتجاوز الست سنوات، فقد أكدت إجابات المستخدمات عينة الدراسة استخدامهن لموقع انستغرام منذ فترة طويلة.
- بالنسبة لمجالات استخدامات عينة الدراسة لموقع حاز التعرف على الأخبار النسبة الأكبر، حيث تبرز الوظيفة الإخبارية لموقع الانستغرام أكثر من الوظائف الأخرى كالعمل والتواصل وإقامات صداقات، من خلال ما يقدمه من أخبار جديدة تتعلق بكل المجالات ما يجعله موقعًا مفضلاً لهن.
- أكدت الغالبية من عينة الدراسة سهولة استخدام موقع الانستغرام بشكل كبير.
- تبين من خلال النتائج تعدد وتنوع اهتمامات عينة الدراسة عبر موقع انستغرام، والتي تعكس اهتمامات المرأة بالدرجة الأولى وقد تبين ذلك من خلال المجال التجميلي ومجال الطبخ.
- فيما يتعلق ببعد الهوية الرقمية وقع اتجاه المبحوثات ضمن المجال المعايد، أي تتجه غالبية المستخدمات نحو المعايد فيما يخص الظهور بهوية حقيقة.
- كان اتجاه المستخدمات عينة الدراسة نحو البعد الاجتماعي بإجمالي موافق، أي تتجه عينة البحث إلى الموافقة فيما يخص علاقة البعد الاجتماعي بتحديد خصوصيتها الرقمية.
- بخصوص البعد النفسي اتجهت إجابات المبحوثات نحو المعايد.
- وقعت إجابات العينة فيما يرتبط بالبعد التقني ضمن المجال الموافق، أي توافق مستخدمات الإنستغرام إلى ضبط إعدادات الخصوصية لتحكم في خصوصيتها الرقمية.
- فيما يتعلق بعلاقة المتغيرات الديغرافية تبين أن فئة الطالبات الجامعيات من فئة الشابات غير الموظفات هي الفئة الأكثر موافقة على التكشف وعرض خصوصيتها الرقمية.
- تبين أن اتجاه فئة الموظفات يميل نحو المعارضة فيما يتعلق بعرض خصوصيتها الرقمية.

مناقشة النتائج:

يتميز موقع انستغرام بعدة خصائص وخدمات يتيحها لمستخدميه بداعياً بسهولة استخدامه وتنوع المجالات التي يقدمها، وصولاً لكونه أداة لتمكين المرأة في المجتمع من خلال التعبير عن آرائها وعرض ذاتها ما يجعله من أكثر الواقع السوسيو رقمية تفضيلاً لها، هذا ما يطرح عدة إشكالات تتعلق مباشرةً بخصوصيتها عبر هذا الموقع، فقد ازداد الحديث حول الخصوصية الرقمية لمستخدمات تلك الواقع بما فيها الانستغرام من حيث إمكانية التعدي عليها من جهة، ومحاولة فهم سلوكيات مستخدمات هذه الواقع والتي تعبّر عن تصوّراتهن لخصوصيتها الرقمية.

من خلال السياقات السابقة أصبح من الضروري الالشغال حول خصوصية المرأة الجزائرية المستخدمة لموقع انستغرام من حيث الأبعاد المرتبطة بهذا الموضوع والآليات الكامنة وراءه، حيث يؤكد أغلب الدارسين لهذا المجال تعدد أبعاد الخصوصية الرقمية وصعوبتها دراستها بشكل منفصل عن السياقات السوسيو-تقنية للمستخدمين، وقد اتضح من خلال نتائج الدراسة أن مستخدمات موقع

انستغرام في الجزائر على وعي بعض الجوانب المتعلقة بخصوصيتيهن الرقمية سواء الهوية الافتراضية أو السياق السوسيوتقني، كما اتضحت علاقة هذه الأبعاد بتصورات عينة الدراسة بخصوصيتيهن الرقمية، والذي أكدته البيانات المتعلقة بالعبارات المعبرة عن الأبعاد سالفة الذكر.

وبشكل عام يمكن القول أنه هناك علاقة واضحة بين السياقات السوسيوتقنية وتصورات المستخدمات لخصوصيتيهن الرقمية، وقد انعكست تلك التصورات من خلال اتجاههن نحو العبارات المعبرة عن تلك السياقات، كما يمكن ارجاع النتائج المتحصل عليها إلى طبيعة عينة الدراسة الذي اتضح أهون من فئة الطالبات الجامعيات والدراسات العليا والذي قد يكون عاملاً في فهم تصورات عينة الدراسة لخصوصيتيهن.

5. خاتمة:

توصلنا من خلال دراستنا إلى نتيجة عامة مفادها أن اتجاه مستخدمات موقع انستغرام في الجزائر نحو عرض خصوصيتيهن الرقمية عبر الموقع يتراوح بين الموافقة والحياد، فقد هدفت دراستنا إلى محاولة رصد اتجاه مستخدمات موقع انستغرام في الجزائر نحو الإفصاح عن خصوصيتيهن الرقمية ومدى وعيهن بذلك في إطار المتغيرات السوسيوتقنية التي تتحكم في استخدامهن لهذا الموقع، وقد تم ذلك من خلال أربعة أبعاد تتعلق بالهوية الافتراضية والبعد الاجتماعي والبعد النفسي والبعد التقني، فمن خلال العبارات التي تعكس تلك الأبعاد انقسمت إجابات المستخدمات عينة الدراسة بين الموافقة والحياد.

وأخيراً يمكن القول أن هناك علاقة بين الأبعاد السوسيوتقنية وخصوصية المرأة الجزائرية المستخدمة لموقع الانستغرام.

وكتوصيات لدراستنا: بناء على نتائج الدراسة نؤكد على:

- الالشغال على كل بعد من الأبعاد المرتبطة بالخصوصية الرقمية والتعمق فيها.
- التركيز على الدراسات ذات التوجه الارتباطي من خلال الالشغال على علاقة المتغيرات السوسيوDemografie بالأبعاد السوسيونفسية والسوسيوتقنية التي ترتبط بالخصوصية الرقمية.
- ضرورة التوجه نحو الدراسات الكيفية للتعرف أكثر والكشف عن تصورات مستخدمي موقع الانستغرام حول خصوصيهم الرقمية ودراستها في سياقاتها الطبيعية.

5. قائمة المراجع:

• المؤلفات:

العربية:

1. تمار يوسف، مبادئ البحث العلمي -المنطقات النظرية والتوجهات التطبيقية، دار مدنی، الجزائر، 2021.
2. تمار يوسف، أصول تحليل المضمون وتقنياته، دیوان المطبوعات الجامعية، 2017.
3. جمعة السيد راشد طارق، حماية خصوصية البيانات الشخصية في العصر الرقمي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2019.
4. حسن عماشة سناء، الاتجاهات النفسية والاجتماعية، مجموعة النيل العربية، مصر، 2010.
5. حسين الحمداني بشري، القرصنة الالكترونية -أسلحة الحرب الحديثة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2014.
6. دليو فضيل، مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
7. عوض صابر فاطمة، ميرفت على خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الاشعاع، الإسكندرية، مصر، 2022.

08. بن مرسلاني أحمد، الأسس العلمية لبحوث الاعلام والاتصال، الورسم، الجزائر، 2013.

الأجنبية:

1. Breton Philippe, *Proulx serge, l'explosion de la communication à l'Aube du xxi siècle, les éditions du boréal, canada*, 2002.
2. masur Philipp k., *situational privacy and self-disclosure, communication processes in online environment*, springer, bow York, 2017.
3. Moulin Aurélie, *le guide Instagram*, Eyrolles, paris, 2020.
4. Kaskina Aigul, *citizen privacy framework, case of a fuzzy-baszd recommender system for political participation*, springer, New York, 2022.
5. Mohammad Nouri, *privacy, gender, and space: domestic space and women's privacy in Yazid, a thesis submitted for the degree of doctor of philosophy*, Yazd university, 2015.
6. Sax Marjin, *privacy from an ethical perspective, the handbook of privacy studies, an interdisciplinary introduction*, Amsterdam university press, Amsterdam, 2018.
7. Solove Daniel j., *understanding privacy*, Cambridge Massachusetts, London England, 2008.
8. Thelwell Mike, *privacy and gender in the social web, privacy online perspectives on privacy and self-disclosure in the social media*, springer, New York, 2011.
9. Walther Joseph b., *introduction to privacy online, privacy online perspectives on privacy and self-disclosure in the social media*, springer, New York, 2011.

المقالات:

1. *Serge proulx, penser les usages des technologies de l'information et de la communication aujourd'hui: enjeux-modèles -tendances, presses universitaires de bordeaux, tome01, bordeaux*, 2005.

موقع الانترنت:

01. مات إلبيغرين، إحصائيات واتجاهات INSTAGRAM تحدث على الرابط: <https://www.websiterating.com/ar/research/instagram-statistics> ، تاريخ الزيارة: 2024-02-16 على الساعة 17:00.
02. عبد الناصر حنو، هذا عدد مستخدمي يوتيوب وفيسبوك وانستغرام في الجزائر، متاح على الرابط: <https://tadamsanews.dz> تاريخ الزيارة 2024-03-21 على الساعة 11:30.

References

Tamār Yūsuf, Mabādi' al-Baḥth al-'Ilmī-ālmnīlqāt al-naẓarīyah wa-al-tawajjuhāt al-taṭbīqīyah, Dār Madanī, al-Jazā'ir, 2021.

Tamār Yūsuf, uṣūl taḥlīl al-madmūn wa-taqniyātuh, Dīwān al-Maṭbū'āt al-Jāmi'iyah, 2017.

Jum'ah al-Sayyid Rāshid Tāriq, Ḥimāyat Khuṣūṣīyat al-bayānāt al-shakhsīyah fī al-'aṣr al-raqmī, al-Hay'ah al-Miṣrīyah al-'Āmmah lil-Kitāb, al-Qāhirah, 2019.

Hasan 'māshh Sanā', al-Ittijāhāt al-naṣṣīyah wa-al-Ijtīmā'iyah, majmū'ah al-Nīl al-'Arabīyah, Miṣr, 2010.

Husayn al-Ḥamdānī Bushrā, al-Qarṣānah al-iliktrūnīyah-'slīh al-ḥarb al-hadīthah, Dār Usāmah lil-Nashr wa-al-Tawzī', 'Ammān al-Urdun, 2014.

Dilīyū Faḍīl, madkhal ilá manhajīyah al-Baḥth fī al-'Ulūm al-Insānīyah wa-al-Ijtīmā'iyah, Dār Hūmah lil-Ṭibā'ah wa-al-Nashr wa-al-Tawzī', al-Jazā'ir, 2014

'Awaḍ Ṣābir Fāṭimah, Mīrfit 'alá Khafājah, Usus wa-mabādi' al-Baḥth al-'Ilmī, Maktabat wa-Maṭba'at al-Ishā'ah, al-Iskandarīyah, Miṣr, 2022.

. ibn Mursalī Ahmad, al-Usus al-'Ilmīyah li-Buhūth al-I'lām wa-al-Ittiṣāl, al-Warsim, al-Jazā'ir, 2013.

Web sites :

māta ilyghry, iḥṣā'īyāt wa-ittijāhāt INSTAGRAMtħdyth 2024, mtāħ 'alá alrābħ : https://www.websiterating.com/ar/research/instagram-statistics /, Tārīkh al-ziyārah : 16-02-2024 'alá al-sā'ah 17 : 00.

'Abd al-Nāṣir Ḥinw, Hādhā 'adad Mustakhdimī ywtywb wfysbwk wānstgħrām fī al-Jazā'ir, mtāħ 'alá alrābħ : https://tadamsanews.dz Tārīkh al-ziyārah 21-03-2024 'alá al-sā'ah 11 : 30.