

تحسين حماية الخصوصية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية في قطاع غزة من خلال التوعية الأمنية والتقنية

توفيق برهوم	رمزي محمد عابد	ايد حسني الشامي	محمد أبو حمادة
الجامعة الإسلامية بغزة	الجامعة الإسلامية بغزة	الجامعة الإسلامية بغزة	جامعة القدس المفتوحة
تاريخ الاستلام	2013/09/12	تاريخ القبول	2014/10/29

الملخص:

تهدف هذه الدراسة لقياس الاهتمام بالخصوصية على الشبكات الاجتماعية لدى مستخدميها في قطاع غزة من المرحلة الإعدادية والثانوية، ومعرفة أهم العناصر التي تساهم في عملية انتهاك الخصوصية وكذلك نقاط الضعف بالاهتمام بالخصوصية، بالإضافة إلى قياس أثر انتهاك الخصوصية لعينة الدراسة على الشبكات الاجتماعية، وقياس أثر التوعية الأمنية حول الخصوصية لدى أفراد العينة. وقد تطرقت الدراسة لتشمل دراسة الخصوصية من إبعادها الخمس (التقنية، القانونية، الشرعية، النفسية والاجتماعية) وأثر هذه الأبعاد في حماية الخصوصية على تلك الشبكات الاجتماعية.

لقد توصلت الدراسة إلى أن هناك مجموعة من النتائج منها: أن هناك أثر واضح في انخفاض الاهتمام بالخصوصية على الشبكات الاجتماعية للفئات المبحوثة قبل عملية التوعية، ولقد طرأ تحسين واضح للاهتمام بالخصوصية على الشبكات الاجتماعية للفئات المبحوثة أثر عملية التوعية، كذلك توصلت الدراسة أن عملية التوعية عملية مستمرة ولذلك خلصت بنتائج أنه لا بد أن يكون للحكومة من خلال وزارات التربية والتعليم والثقافة والأوقاف دور في الإرشاد والتوعية وسن القوانين الضرورية لحماية المستخدمين في حال ما تم انتهاك الخصوصية على تلك الشبكات.

كلمات مفتاحية: الخصوصية، الشبكات الاجتماعية.

Abstract: *This study aims to measure interest in privacy on the social networks for its users in Gaza Strips for middle and high school stage, which use to find out the most important factors that contribute in the process of violation privacy as well as, the weakness points that concern about it. In addition to, this study concerned to measure the effect of the security awareness about privacy for the sample of the study on the social networks. This study interested to study privacy with its five dimensions (technical, legal, religiously, psychological and social) and the effect of these dimension in the protection privacy process on these social networks.*

This study concluded there is a set of results for example, for the process of awareness, there is low interest about privacy for the sample, but after the awareness process, it is clear that there is high interest in about privacy for the same sample.

In addition to, this study arrived to that the process of awareness is continues process. so it assumed that there is a role for the government through the ministries such as education, awqaf and culture, so there is should be a role in guides, awareness and enact the necessary laws to protect the users in case that there is violation privacy in the social networks

Keywords: *privacy, social networks*

1. مقدمة:

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم التواصل والتفاعل بين مختلف شرائح المجتمعات، حيث انتشرت شبكة الإنترنت في كافة أرجاء المعمورة، وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وشبكات المحادثة، التي أضافت الكثير من المميزات في التواصل الحديث.

ومع ظهور شبكات التواصل الاجتماعية مثل: (الفيس بوك Facebook – تويتر Twitter وغيرها)، والتي أتاح البعض منها تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية، والتواصل والتفاعل المباشر بين المشتركين على هذه الشبكات، الأمر الذي أدى إلى انتشارها الواسع وأصبحت تعتبر مواقع التواصل الاجتماعية هي الأكثر انتشاراً على شبكة الإنترنت، كما شجع متصفح الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على المواقع الإلكترونية التقليدية، وبالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام والتي تنتههما بالتأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري، والمساهمة في

انفراط عقده وانهيائه بالإضافة إلى ضياع خصوصية المستخدم على تلك الشبكة، فإن هناك من يرى فيه وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات، وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخرين، والإطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدوره الفاعل والمتميز كوسيلة اتصال ناجعة في الهبات والانتفاضات الجماهيرية.

ولعل ابرز المشكلات التي صاحبت ظهور مواقع التواصل الاجتماعي " الخصوصية"، وتعتبر حماية الخصوصية في البيئة الرقمية عملية متكاملة وليست مجرد إجراء (يونس، 2005). إن مرتكزات ومعالم ومحتوى استراتيجيات حماية خصوصية المعلومات في البيئة الرقمية، وتحديدًا في بيئة الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي عملية متكاملة ما بين العديد من الجوانب منها التقنية والاجتماعية والنفسية والشرعية وأخيرًا القانونية لذلك كانت هذه المرتكزات مجتمعة قادرة على حماية خصوصيتنا على شبكات التواصل الاجتماعي. بناءً على ما سبق عمدت هذه الدراسة لاستنباط مشكلة الخصوصية في الشبكات الاجتماعية لدى مستخدميها من المجتمع الفلسطيني في قطاع غزة، وانتهج الباحثون المنهج الوصفي المسحي كمنهجية لاستعراض المشكلة وتأكيد فرضية البحث، ومن خلال الاستبيانات التي أجريت على عينة من مستخدمي هذه الشبكات، حيث أظهرت هذه الدراسة أن هناك مشكلة واضحة في تدني الاهتمام بالخصوصية في الشبكات الاجتماعية لدى المستخدم الفلسطيني في قطاع غزة ، وعلى اثر هذه النتائج تم عمل توعية شاملة لتوضيح أبعاد المشكلة ومعالجتها من النواحي الخمس "الشرعية والقانونية والنفسية والاجتماعية والتقنية".

2. مشكلة الدراسة:

تتبع مشكلة الدراسة من خلال واقع الانتشار الشاسع الذي حققته المواقع الاجتماعية وغزوها منازل جميع المجتمعات العربية وبدا واضحاً أن معظم المستخدمين للمواقع الاجتماعية هم جيل المراهقين من شباب وشابات المجتمعات العربية دون الانتباه والاهتمام لموضوع الخصوصية والحماية الأمنية، ومما لا شك فيه بان المجتمع الفلسطيني يقع تحت الاحتلال وهناك الكثير من الجهد والعمل المنظم لغزو المجتمع الفلسطيني وانتهاك الخصوصية الخاصة بالمستخدم الفلسطيني في قطاع غزة، ومن هنا كانت فكرة الدراسة في توعية المستخدمين للمواقع الاجتماعية لمفهوم الخصوصية والأمن الالكتروني وكيفية التعامل مع طرق الحماية الأمنية البسيطة والمتوسطة للوصول للدرجة الأمنية المثلى، وبالتالي يتسنى له معالجة المشكلة وتحسين الأمن على حساب المستخدم في المواقع الاجتماعية وحماية خصوصيته على تلك المواقع. إن تحسين حماية الخصوصية على شبكات التواصل الاجتماعي هو موضوع البحث في هذه الدراسة، حيث أن الخصوصية على شبكات التواصل الاجتماعي لدى المستخدم الفلسطيني في قطاع غزة هي النماذج التي يتم تناولها بالبحث

والتحليل، ويرى الباحثون أن هذه الظاهرة تستحق الدراسة والبحث، ويأمل الباحثون أن تعزز بدراسات وبحوث أكاديمية أخرى، لافتقار المكتبات العلمية من مثل هذه الدراسات الأكاديمية لحدثة موضوع البحث، ويتناول الباحثون بالتحليل دراسة الشكل والمضمون للخصوصية على شبكات التواصل الاجتماعي.

وبناء على ما تقدم فقد تم إدراك المشكلة، بصورة أعمق من خلال الملاحظة الأولية والتي تمت بشكل خاص في بعض الجامعات والمعاهد والمدارس، فقد لمس الباحثون حاجة جميع القطاعات الحكومية والأهلية لتوعية أمنية شاملة حول خصوصية المستخدم على شبكات التواصل الاجتماعي، وعلى الرغم من حداثة الموضوع فإن تحسين الخصوصية على شبكات التواصل الاجتماعي لم تحظ بدراسة ميدانية رابطة لمتغيراتهم في البيئة الفلسطينية بقطاع غزة. وتتمثل مشكلة هذه الدراسة في الأسئلة الآتية:

- ما مدى الوعي الأمني والتقني لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع الفلسطيني في قطاع غزة؟
- ما أولويات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية لدى المستخدم الفلسطيني في قطاع غزة؟
- هل هناك وعي أمني حول الخصوصية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع الفلسطيني بقطاع غزة؟
- عند اختيار شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المستخدم الفلسطيني بقطاع غزة، هل هناك مفاضلة بين هذه الشبكات وسبل حماية الخصوصية التي تقدمها؟
- ما أثر التوعية الأمنية والتقنية حول الخصوصية على ممارسة الخصوصية لمستخدم لشبكات التواصل الاجتماعية الإلكترونية؟

3. أهمية الدراسة:

يرى الباحثون أن هذه الدراسة ستسهم في إثراء المكتبات العالمية والعربية بموضوعها، وتستفيد منها بالتحديد الجهات البحثية العلمية في الدراسات الأكاديمية، وكذلك المهتمون بشبكات التواصل الاجتماعي، إلى جانب الدوائر الرئيسية من الوزارات الحكومية (التربية والتعليم والثقافة والأوقاف والجهات الأمنية وغيرها). كذلك تساعد ذوي القانون والتشريعات لدراسة الجوانب القانونية والتشريعية بهذا الخصوص. وبما أن هذه الشبكات تتعلق مباشرة بالخصوصية، فإن الباحثين يأملون أن تفتح هذه الدراسة الباب واسعاً أمام الدارسين والباحثين وصانعي القرار، للخوض أكثر في غمار شبكات

التواصل الاجتماعية وعلاقتها بالخصوصية واستخلاص نتائج جديدة قادرة على المساهمة في حماية تلك الخصوصية.

4. الدراسات والبحوث السابقة:

في أكتوبر عام 1997 قررت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD فحص وتتبع مختلف الحلول التي تسهل تطبيق مبادئ حماية الخصوصية في بيئة شبكات المعلومات العالمية وذلك في إطار السعي لبناء الثقة بالتجارة الإلكترونية وبيئة التقنية والاتصالات ، وقد صدر تقرير خاص عن المنظمة بهذا الخصوص وهو تقرير (تطبيق دليل OECD للخصوصية في البيئة الإلكترونية مع التركيز على الإنترنت) [1] وتوصل التقرير الى ان دليل الخصوصية الصادر عن المنظمة عام 1980 قابل للتطبيق على التقنيات الجديدة أي كان وضعها ما دامت تقوم بأنشطة جمع ومعالجة البيانات ، ودعا التقرير جهات الأعمال في البيئة الالكترونية إلى تبني سياسات واستراتيجيات وحلول تقنية لجهة ضمان حماية خصوصية الأفراد في نشاطهم عبر الشبكة وتحديدًا الإنترنت ، وكذلك دعا التقرير إلى توسيع أنشطة التوعية والتعليم للمسائل المرتبطة بحماية الخصوصية واستخدام التقنيات الحديثة ، كما طالب التقرير بإطلاق أنشطة للقطاعات الحكومية والصناعية وقطاعات الأعمال والمستخدمين وسلطات حماية البيانات لمناقشة الاتجاهات الجديدة المتصلة بحماية البيانات الشخصية في بيئة الشبكات .

واستناداً إلى التقرير المشار إليه، عقدت ورشة عمل تحت عنوان حماية الخصوصية في مجتمع الشبكات العالمية بتاريخ 16 - 17 شباط / فبراير 1998، وذلك من قبل اللجنة الاستشارية للأعمال الصناعية (BIAC) من أجل بيان الآلية التي يطبق فيها دليل الخصوصية الصادر عن المنظمة على الشبكات العالمية، في ضوء الاتجاهات التشريعية للدول الأعضاء في ميدان حماية الخصوصية مع التركيز على تشجيع القطاع الخاص لتبني مدونات سلوك وتنظيمات خاصة بشأن حماية البيانات الشخصية في بيئة شبكات المعلومات العالمية. وقد تناولت ورشة الأعمال هذه المسائل التالية: -

- تحديد احتياجات القطاع الخاص والمستخدمين والمستهلكين لبناء إستراتيجية التعريف بالخصوصية وصيغة هذه الاستراتيجية.
- تطوير تقنيات حماية الخصوصية.
- تطبيق تشريعات الخصوصية ومدونات السلوك والمعايير المقررة في القطاع الخاص
- تبني حلول تعاقدية نموذجية من أجل تدفق ونقل البيانات خارج الحدود.

وفي نهاية بحث هذه المسائل الأربعة توصل المشاركون إلى أن إشاعة الوسائل التقنية لحماية الخصوصية على الخط مسألة أساسية وعنصر جوهري لنمو الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية ، وأكدت الورشة على حماية خصوصية الأفراد في بيئة الشبكات وذلك بالحفاظ على الحقوق من جهة وضمان منع اعتراض تدفق البيانات خارج الحدود من جهة أخرى وأكدت الورشة كذلك على أن حماية الخصوصية تتطلب الوعي والشفافية والفعالية وبنفس الوقت تبني الحلول التكنولوجية الملائمة والشاملة ، وأوصت الورشة بإجراء دراسة مسحية للمتوفر من التعليمات والقواعد القانونية بما في ذلك القوانين والتنظيمات الخاصة والعقود والتقنيات من أجل تحديد فعالية تطبيق القواعد المقررة في بيئة الشبكات ، وهذه الدراسة يتعين كما أوصت الورشة إن تحدد السياسات التقنية والأدوات القانونية اللازمة لضمان حماية فاعلة للخصوصية 1.

1. دراسة استرالية لشركة (آي في جي) لأمان الإنترنت (2008): "صور طفلك على (فيس بوك) تعرضه للخطر"، أكدت هذه الدراسة إن (84%) من الأطفال الكنديين ينشرون صورهم الشخصية على صفحات المواقع الاجتماعية، مثل (فيس بوك)، وهو ما يجعلهم أكثر عرضة لجرائم انتهاك الخصوصية والاعتداءات الجنسية، ووفقاً للدراسة التي أعدتها شركة (آي في جي) لأمان الإنترنت، فإن (81%) من الأطفال في (10) دول غربية لديهم (تواجد رقمي)، وهي النسبة التي ترتفع إلى (92%) في الولايات المتحدة، تليها هولندا (91%)، ثم أستراليا وكندا (84%)، ربعهم كان (متواجداً رقمياً) حتى قبل أن يتواجدوا في صور الفحص بالموجات فوق الصوتية.

وتعليقاً على نتائج الدراسة، قال (بيتر كامبيرون)، المدير العام لشركة (آي في جي): "إنها فكرة مثيرة للقلق، فعالية الأطفال في عالم اليوم يصبح لديهم (تواجد رقمي) بمجرد بلوغهم عامين، وهو التواجد الذي ربما يتوقف عليه شكل حياتهم بأكملها فيما بعد، ما يعزز الحاجة إلى معرفة إعدادات الخصوصية التي يتبعونها على صفحاتهم الشخصية، وإلا ستجد الجميع بإمكانه الوصول إلى صور طفلك بدلاً من اقتصار ذلك على الأهل والأصدقاء"، بحسب ما نقلته صحيفة (مونتريال جازيت) الكندية.

¹ وعلى ضوء التوصية الأخيرة أجري مجموعة خبراء أمن المعلومات والخصوصية دراسة جرى إصدار تقريرها النهائي في آذار 1999 وأحيل التقرير إلى لجنة سياسات المعلومات والكمبيوتر والاتصالات (ICCP) في المنظمة، حيث قامت بتصنيفها واطلاقها. وعرفت هذه الدراسة الهامة بمسح التعليمات والآليات التي تساهم في تطبيق وتنفيذ دليل منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بشأن الخصوصية في شبكات المعلومات العالمية.

ونصحت الشركة على لسان المتحدث باسمها (ليويد بوريت) الآباء بإتباع إعدادات خصوصية صارمة لحماية صورههم ضد أي استخدام غير مشروع، قد يلزم الطفل طيلة حياته، محذرة من أن الخطر الذي قد يتعرض له الطفل في العالم الرقمي يساوي في الخطورة ما يتعرض له في عالم الواقع، وشملت الدراسة (2200) أما تستخدم شبكة الإنترنت ولديها أطفال دون الثانية، في بريطانيا وألمانيا وفرنسا وإيطاليا وإسبانيا وكندا وأمريكا وأستراليا وهولندا واليابان، وجاءت الدراسة بعد يومين من كشف (فيس بوك) عن ملامح خصوصية جديدة تسمح للمستخدمين بتكوين مجموعات تمكنهم من مشاركة الصور والرسائل حصرياً مع أصدقائهم وأفراد عائلاتهم، ويأمل عملاق التواصل الاجتماعي طرح ملامح خصوصية تتيح للمستخدمين التحكم في الوصول إلى المعلومات من قبل تطبيقات طرف ثالث.

وبعد عام من المراقبة أعلنت مفوضة الخصوصية في كندا، (جنيفر ستودارت)، في يوليو (2009) إن سياسة (فيس بوك) لا تتماشى مع قوانين الخصوصية الكندية. ثم أعلنت في وقت لاحق عن اتفاقية مع الشركة لمنح المستخدمين تحكماً أكثر في معلوماتهم الشخصية، وسلطة الحد من وصول مطوري البرامج والمواقع الخارجيين، وفي الشهر الماضي أعادت (ستودارت) التحقق من تحسينات الخصوصية الخاصة بـ (فيس بوك)، لكنها قالت: إن لديها مخاوف جديدة حول زر "أعجبني"، وخاصة الدعوة، اللذين تم تقديمهما بعد التحقيق الأولي (البشبيشي، 2010).

2. دراسة لشركة كيتشوم بلون (2011): "الفيس بوك وحماية الخصوصية الفردية":

أجريت هذه الدراسة في ألمانيا على (الفيس بوك)، وأظهرت نتائج مثيرة للاهتمام على الصعيد العالمي، لأهمية الشبكة الاجتماعية (الفيس بوك)، التي وصل عدد مستخدميها نحو (800) مليون مستخدم، وإن (20) مليون منهم يأتي من ألمانيا وحدها، وبينت الدراسة إن (9) من عشرة من مستخدمي الشبكة الاجتماعية (فيس بوك) لديهم قلق حول سوء استخدام المعلومات الشخصية الخاصة بهم على موقع التواصل المشهور، وإن (6%) فقط من المستطلعين هم مع حماية خصوصياتهم على شبكة الإنترنت، وقال (80 %) إنهم لا يسمحون للجميع بالوصول إلى الصور الخاصة بهم، وإن (12%) لديهم تحفظات، ولكن (8%) فقط عملوا ما يلزم لتأمين صورههم وتبادلها مع الأصدقاء والمعارف، وإن (50%) ينشر صوره بلا قيود على ألفت.

وقال (ديرك بوب) المدير التنفيذي لشركة (كيتشوم Pleon ألمانيا في دوسلدورف): إن "المناقشات الحالية حول استخدام البيانات من الشبكات الاجتماعية عملت حساسية لدى المستخدمين" وقد أجريت الدراسة على (1000) شخص تبدأ أعمارهم من سن 14 فما فوق، وعلى حد قول الشركة

(كينشوم بلون) إنها أجرت الدراسة لحماية العملاء في تطوير استراتيجيات وسائل الإعلام الاجتماعية (الجديدة، 2011).

3. دراسة لشركة (digital surgeons) (2010): "الفيس بوك وتويتر خلال (2010)"، قامت شركة (digital surgeons) والمتخصصة بتسويق العلامات التجارية على الشبكات الاجتماعية بإعداد دراسة تحليلية لمستخدمي (الفيس بوك وتويتر) خلال 2010 أو ما يسمى بـ (Social demographics)، وبينت أن أكثر من (500) مليون مستخدم للفيس بوك وإن (100) مليون مستخدم لتويتر ولكن ما هو سلوك المستخدمين؟ من أشهر فيهما؟ وما هو تعليم المستخدمين على الشبكتين؟ ومن أين يأتي المستخدمين؟ نسبة استخدام الهواتف في الدخول على الشبكتين؟ وأكثر من ذلك، وحسب الدراسة تتضح النسب التالية:

الفيس بوك: نسبة اهتمام المستخدمين (88%)، والمستخدمين للفيس بوك بشكل دائم ويومي (41%)، ومستخدمي الفيس بوك عبر الهواتف (30%)، والمستخدمين المهتمين بالعلامات التجارية (40%)، نسبة المستخدمين المحدثين لحساباتهم الشخصية بشكل يومي (12%)، ونسبة المستخدمين خارج الولايات المتحدة (70%).

تويتر: نسبة اهتمام المستخدمين (87%)، والمستخدمين بشكل دائم ويومي (27%)، ومستخدمي تويتر عبر الهواتف (37%)، والمستخدمين المهتمين بالعلامات التجارية (25%)، والمستخدمين المحدثين لحساباتهم الشخصية بشكل يومي (67%)، ونسبة المستخدمين خارج الولايات المتحدة (60%). وذكر المصدر أن معظم الدراسة قامت على دراسة سلوك وتركيب المستخدمين داخل الولايات المتحدة، وبالرغم من الاختلاف الواضح في الاستخدام بين (الفيس بوك وتويتر)، إلا أن الدراسة توضح مدى قوة الشبكات الاجتماعية وجذبها لطبقات المجتمع المختلفة، ومن الجديد بالذكر أن إحدى الدراسات أثبتت وجود ما يسمى: (الضمير الافتراضي)، والذي تكون نتيجة استخدام الشبكات الاجتماعية (تيدوز، 2010).

4. دراسة موقع "بيت.كوم" (2011): "غالبية العرب يستخدمون الإنترنت للدراسة":

أظهرت دراسة حديثة إن غالبية مستخدمي الإنترنت في الدول العربية يلجؤون إلى الشبكة الإلكترونية للدراسة مع أصدقائهم، أو العثور على أصدقاء جدد، مقارنة بمستخدمي الإنترنت لأغراض أخرى، مثل التعلم عبر الإنترنت أو التسوق الإلكتروني أو البحث عن وظيفة.

وذكرت الدراسة المتخصصة التي أجراها موقع "بيت.كوم" أحد أكبر مواقع التوظيف في الشرق الأوسط، إن السبب الرئيسي لاستخدام الإنترنت في المنطقة العربية، يعود إلى المشاركة في

النشاطات الاجتماعية على الشبكة الإلكترونية، بمعدل يصل إلى ثلاث ساعات أو أكثر بصفة يومية، وكشفت النتائج إن (67%) ممن شملتهم الدراسة، يستخدمون الإنترنت في التواصل الاجتماعي، بينما ذكر (36%) منهم إنهم يتواصلون يومياً مع أصدقائهم عبر البريد الإلكتروني، فيما يتواصل (31%) مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مثل (فيس بوك) و(تويتر) وغيرها. وأضافت إن مشاهدة الفيديو والاستماع إلى الموسيقى من الأمور التي تحظى بشعبية ضمن النشاطات اليومية للاتصال بشبكة الإنترنت، فيما تأتي نسبة ملحوظة من هذه النشاطات اليومية على الإنترنت من غرض البحث عن عمل، في ظل وجود نسبة (36%) من المشاركين يستخدمون الإنترنت لإيجاد وظيفة، ومن النشاطات (الأقل شعبية) لمستخدمي الإنترنت تحميل (البودكاست) وتحظى بنسبة (47%)، والمشاركة في دورات تعليمية إلكترونية بنسبة (42%)، والألعاب الإلكترونية (40%) ورفع مقاطع فيديو إلى مواقع مشاركة الفيديو (37%)، وتحميل الصور بنسبة (32%)، كما بينت الدراسة إن (43%)، قالوا إنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في مكان العمل، فيما كان السبب الرئيسي في عدم استخدام تلك المواقع في مكان العمل "عدم توفر الوقت الكافي" لدى (63%)، مقابل (16%) قالوا إن تلك المواقع "محبوبة" في أماكن عملهم (CNN العربية، 2011)

5. التعليق على الدراسات والبحوث السابقة:

لا شك أن للدراسات السابقة أهمية كبيرة لدى كافة الباحثين الأكاديميين، أو المعاهد والجامعات ومراكز الأبحاث، أو الشركات والمؤسسات البحثية عند القيام بأي بحث علمي معتمد ورصين، وقد يستفيد من هذه الدراسات الباحثون أو الجهات البحثية الأخرى، إذا كانت تتعلق بمواضيع بحثهم أو تقترب منها في الإجابة على تساؤلات الدراسة وصياغة فروضها وتحقيق أهدافها، ومن خلالها يتوصل الباحثون إلى نتائج واستنتاجات ومقترحات قد تسهم في إثراء مواضيعهم البحثية، والتي من شأنها أن تعوض النقص الحاصل في الدراسات التي سبقتها، ويلاحظ أن معظم الدراسات السابقة وبالرغم من قلتها، قد تناولت إلى حد ما بعض الجوانب الأساسية من هذه الدراسة، وأشارت إلى أهمية الخصوصية وطرق حمايتها، وركزت على مفهوم الخصوصية على شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني واليات تحسين الحماية لهذه الخصوصية. وتناولت المواقع الإلكترونية وأهميتها وأنواعها وآفاقها، وتوقفت معظمها عند المواقع الاجتماعية، التي أصبحت في متناول أي متصفح لشبكة الإنترنت، بالرغم من التعامل الحذر معها الذي أكدت عليه بعض الدراسات، وتأثيراتها السلبية المنظورة وغير المنظورة على جيل الشباب والمراهقين، إلا أن معظم الدراسات أكدت على الدور الإيجابي الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي، في التقارب بين الشعوب من خلال تقديم الأخبار والمعلومات وتبادل الثقافات، والخروج على سلطة الرقيب وإتاحة المجال لإبداء الرأي وحرية

الاختيار، والدور المتميز الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك Facebook، تويتر Twitter، واليوتيوب Youtube وغيرها)، في أحداث (ثورات الربيع العربي). وقد اقترنت بعض الدراسات من هذه الدراسة في تأكيد وإثبات: (تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الخصوصية لدى مستخدميها بقطاع غزة)، وهو الهدف الذي يسعى الباحثون في الوصول إليه في هذه الدراسة، واختلفت بعض الدراسات عن هذه الدراسة كون هذه الدراسة تتعلق بمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في قطاع غزة والذي لم تتطرق إليه أي دراسة سابقة، ولم تتحدث أي دراسة سابقة عن قياس مدي الاهتمام بالخصوصية على الشبكات الاجتماعية لدى مستخدميها في قطاع غزة. وكذلك ركزت الدراسة على اختيار الفئة الأكثر استخداماً لتلك الشبكات دون الاهتمام بالخصوصية وهي المرحلة الثانوية. لذلك كانت هذه الدراسة الجديدة التي من خلالها يتم قياس الخصوصية على الشبكات الاجتماعية لمستخدميها في قطاع غزة.

6. منهجية وفرضيات الدراسة: -

1. منهجية الدراسة: -

لاختبار فرضيات الدراسة ولتحقيق صحة الدراسة استخدم الباحثون المنهج الوصفي المسحي لتحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة (البشبيشي، 2010).

2. فرضيات الدراسة: -

هناك بعض الفرضيات التي افترضها الباحثون من خلال الملاحظة والمقابلة والاستطلاع وغيرها من أدوات دراسة المشكلة هذه الافتراضات يتم عرضها في هذا الجانب وقياس مدى ملائمة الدراسة لهذه الفرضيات وعليه فان فرضية الدراسة صيغت على شكل فرضية رئيسية وفرضيات أخرى انبثقت عن الفرضية الرئيسية وهي على النحو التالي: -

6.2.1. الفرضية الرئيسية:

توجد دلالة إحصائية على انخفاض الاهتمام بالخصوصية والحماية الأمنية على الشبكات الاجتماعية لدى مستخدميها من طلاب قطاع غزة في المرحلة العمرية من التاسع إلى الثاني عشر.

6.2.2. الفرضيات الفرعية:

- توجد دلالة إحصائية على تحسن الاهتمام بالخصوصية والحماية الأمنية على الشبكات الاجتماعية لدى مستخدميها من طلاب قطاع غزة في المرحلة العمرية من التاسع إلى الثاني عشر بعد إجراء التوعية الأمنية حول الخصوصية.
- هناك دلالة إحصائية على زيادة الوقت المبذول لتصفح ومتابعة المواقع الاجتماعية عن غيرها من المواقع.

- امتلاك المستخدم أكثر من حساب على المواقع الاجتماعية مما يجعله عرضة للانتهاك الخصوصية.
- يوجد أثر إحصائي على أن موقع Facebook هو أكثر المواقع استخداماً لدى عينة الدراسة.

7. متغيرات الدراسة: -

في ضوء نموذج الدراسة ولغرض الإحاطة بمشكلة الدراسة لا بد من التعرف على المتغيرات الرئيسية ومتغيراتها الفرعية والتي تم اختيارها وتكييفها بما يتلاءم واتجاهات الدراسة وطبيعة الفئات المبحوثة، ويمكن تقديم تعريف إجرائية لمتغيرات الدراسة على النحو الآتي: -

1. الخصوصية (المتغير المستقل):

يكاد ينعقد الإجماع على صعوبة التوصل الى تعريف جامع مانع للحق في الحياة الخاصة، أو الخصوصية أو السرية الشخصية كما يسميها البعض. ولهذا نجد تعريفات متعددة ومتباينة قد تم وضعها للحق في الحياة الخاصة، لا بين النظم القانونية المختلفة، ولكن في إطار النظام القانوني الواحد، فللفقه تعريفاته²، ولل قضاء تعريفاته، وهي تتباين في الإطار الواحد، أما التشريعات، فقد اتجهت الى عدم إيراد تعريف للحق في الحياة الخاصة تاركة هذا الأمر للفقهاء والقضاء، واكتفت بوضع نصوص تكفل حماية الحق وتعدد صور الاعتداء عليه. أما سبب شبه الإجماع على ان تعريف الحق في الخصوصية من الأمور الصعبة، فهو يرجع لاختلاف المفهوم الذي يمثل أساساً لتحديد التعريف اضافة الى التباين في التعريفات تبعا لنظم القانونية المختلفة. في كثير من الدول فان مفهوم الخصوصية اختلط وارتبط بمفهوم حماية البيانات وهو ما يضع الخصوصية ضمن اطار الحق في حماية البيانات الخاصة، وفي خارج نطاق هذا المفهوم فان الخصوصية ظهرت كوسيلة لتحديد الخطوط الفاصلة بين حق الفرد المطلق وبين حق المجتمع بالتعرض لشؤونه، لكن هذا التباين لم يمنع من نشوء العديد من التعريفات من قبل الفقهاء القانوني والنظم القضائية.

² يعرف أستاذ القانون الدولي (I.F Westin) الحق في الحياة الخاصة أو حرمة الشخصية بأنه : - " حق الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات في أن يقرروا بأنفسهم زمن وكيفية ومدى نقل المعلومات عن أنفسهم الى الآخرين ، والخصوصية ، منظورا إليها من علاقة الفرد بالمشاركة الاجتماعية ، هي انسحاب الفرد الطوعي والمؤقت من المجتمع العام عبر وسائل مادية أو نفسية " انظر : الدكتور صالح جواد كاظم، عن التكنولوجيا الحديثة والسرية الشخصية (فصل من كتاب) مباحث في القانون الدولي، الطبعة الأولى، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، 1991. ص 136). ويعرفه خبراء مكتب العلوم والتقنية المرتبط بالبيت الأبيض الأمريكي بأنه: - " حق الفرد في أن يحدد بنفسه ما يتقاسمه مع الآخرين في أفكاره وعواطفه والحقائق المتعلقة بحياته الشخصية ". الدكتور سامي الشواء، الغش المعلوماتي كظاهرة إجرامية مستحدثة، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر السادس للجمعية المصرية للقانون الجنائي، القاهرة، 25-28 تشرين أول / أكتوبر 1993. ص 170. كما عرفه مؤتمر رجال القانون المنعقد في استوكهولم في مايو 1967 بأنه: - " الحق في أن يكون الفرد حرا في أن يترك ليعيش كما يريد مع أدنى حد للتدخل الخارجي " الدكتور أسامة عبد الله قايد، المرجع السابق، ص 13

وفي تعريف آخر يعرفها أون من جامعة حيفا على أن "الخصوصية هي الحق في أن نحافظ على دائرة من حولنا تشمل جميع الأمور التي هي جزء منا مثل الجسم، البيت، الأفكار، المشاعر، الأسرار والهوية. الحق في الخصوصية يمنحنا القدرة على أن نختار لأي جزء مما هو داخل الدائرة نسمح للآخرين الاقتراب منه أو الإطلاع عليه وأن نكون أصحاب السيطرة على حجم وطريقة وزمن استعمال الآخرين لهذه الأجزاء التي قررنا أن نعرضها أو نكشفها" (أون، 2005). ويعرف الباحثون الخصوصية "على أنها هي الحق للفرد بالتحكم بمصادره ومعلوماته وبياناته على شبكات التواصل الاجتماعي دون السماح للغير بالعبث أو التلصص على هذه المعلومات إلا بأذن صاحبها، وحماية هذه الخصوصية يتم عبر القوانين التشريعية والتقنية التي بموجبها يحمي الفرد خصوصيته على تلك المواقع". وتم الاعتماد على المراجع النظرية لتحديد متغيراته الفرعية والتي تعد الأكثر إستخداما في مجتمع الدراسة وقد تم تقسيمه إلى متغيرات فرعية، تحوي كل منها مجموعة من الأسئلة التي تتعلق بالاستفسار عن العناصر التي تحويها بحيث تضمن المقياس المتغيرات التالية: (بنود الخصوصية، الحماية الأمنية، الحماية التقنية)

2. السلوك الاجتماعي (المتغير التابع):

- يعتبر السلوك الاجتماعي متغيراً تابعاً يتأثر بعدة جوانب وهذه الجوانب كما يلي: -
- الجانب النفسي: الأسباب النفسية الكامنة خلف كل من انتهاك خصوصية مستخدمي الشبكات الاجتماعية من جهة والمستخدم المتهاون (الذي يقوم بنشر معلومات من شأنها فضح أو انتهاك خصوصية هذا المستخدم) من جهة أخرى.
 - الجانب الاجتماعي والأخلاقي: التأثيرات السلبية الناجمة عن انتهاك الخصوصية على سعيد الفرد، الأسرة، والمجتمع.
 - الجانب الشرعي: رؤية الشريعة حول وجوب الاحتفاظ بالخصوصية ورداع التعقب لخصوصية الغير. كما يتناول دور ولي الأمر بمتابعة مواليه من باب كلكم راع وكلكم مسئول عن رعيته.
 - الجانب القانوني: بنود القانون الفلسطيني فيما يتعلق بخصوصية الإنسان الفلسطيني بشكل عام وخصوصيته الإلكترونية بشكل خاص.

8. الدراسة الميدانية (مجتمع الدراسة وعينتها وحدودها وأدواتها): -

1. مجتمع الدراسة: -

هو عبارة عن جميع مفردات المجتمع الذي تطبق عليه الدراسة، ويعتبر جميع الطلبة في قطاع غزة في المرحلة الدراسية الإعدادية والثانوية.

2. عينة الدراسة: -

يشمل مجتمع الدراسة على جميع طالب وطالبة المرحلة الإعدادية والثانوية في قطاع غزة، تكونت عينة البحث من 1000 عينة حيث تم الاستجابة على 823 عينة وإرجاع 177 عينة.

3. خصائص مجتمع الدراسة: -

تم استهداف عدة فئات للدراسة، منها فئات مبحوثة لتحقيق فرضيات الدراسة ومنها فئات استهدفت بهدف التوعية وكانت على النحو التالي:

الفئة الأولى - طلبة المدارس: تم استهداف مجموعة من طلبة المدارس 1000 طالب وطالبة من المستوي السابع إلى المستوى الثاني عشر، بهدف قياس متغيرات الدراسة.

الفئة الثانية - الفئات التي تم استهدافها من خلال التوعية وهي (طلاب المدارس - خطباء المساجد - الأكاديميون والباحثون والمهتمون بانتهاك الخصوصية على المواقع الاجتماعية وكذلك بعض الفئات الحكومية بغرض الاطلاع على مشكلات الدراسة والمساهمة في نشر التوعية فيها)

لعل أهم الأسباب التي دعت إلى اختيار طلاب المدارس كنموذج للبحث والدراسة هي أن نصيب طلاب الصف التاسع إلى الثاني عشر من استخدامهم للمواقع الاجتماعية دون الاهتمام للخصوصية تمثل النصيب الأكبر من إجمالي المستخدمين للمواقع الاجتماعية في قطاع غزة، جدول (1) يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب الجنس.

جدول (1) التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	422	51.3	51.3	51.3
	أنثى	401	48.7	48.7	100.0
	Total	823	100.0	100.0	

من خلال جدول (1) يتضح أن 51.3% من عينة الدراسة هم من الذكور بينما 49.7% هن من الإناث.

جدول (2) التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب المرحلة الدراسية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	إعدادي	465	56.5	56.5	56.5
	ثانوي	358	43.5	43.5	100.0
	Total	823	100.0	100.0	

من خلال جدول (2) يتضح أن 56.5% من المرحلة الإعدادي بينما 43.5% من مرحلة الثانوي.

جدول (3) التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب مكان الدراسة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	مدرسة حكومية	367	44.6	44.6	44.6
	مدرسة خاصة	1	.1	.1	44.7
	الأونروا	455	55.3	55.3	100.0
	Total	823	100.0	100.0	

من خلال جدول (3) يتضح أن توزيع عينة الدراسة حسب مكان الدراسة 55.3% طالب من المدارس الحكومية 44.6% طالب من المدارس الأونروا.

9. حدود الدراسة: -

تتخصر هذه الدراسة في جانبين رئيسين: -

1. **حدود مكانية:** في إطار الحدود المكانية لقطاع غزة وبالتحديد طلاب الصف التاسع إلى الصف الثاني عشر، وكذلك في الحدود الافتراضية لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت، ولهذا يركز الباحثون على الزيارات المتواصلة لهذه المواقع، ومتابعة كل ما يكتب وينشر حولها خصوصاً (الفيس بوك Facebook).
2. **حدود زمنية:** في الحدود الزمانية خلال الفترة التي تم اختيارها: (1 / 6 / 2012 - 1 / 6 / 2013).

10. أدوات الدراسة:

استخدم الباحثون عدة وسائل لجمع البيانات وتحليل هذه البيانات للوصول لمعلومات تثبت صحة فرضيات البحث وكان من هذه الوسائل ما يلي: -

1. **الملاحظة:** من خلال بعض الزيارات التي أجراها الباحثون مع ذوي الاختصاص في المجال التقني والمجال الاجتماعي والشرعي والقانوني حول الخصوصية على الشبكات الاجتماعية وجد الباحثون باعثاً قوياً وتحفيزاً قوياً من المتخصصين لعلاج تلك المشكلة.
2. **الاستبيان:** وهو الطريقة التي اعتمد عليها الباحثون بشكل كبير في عملية جمع البيانات بطريقة منظمة ودقيقة، وقد قام الباحثون بتصميم استبانتيين الأولى كانت استبانة لدراسة واقع المستخدمين الفلسطينيين بقطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية وقياس مدى فهمهم وتطبيقهم لبنود السرية والخصوصية على حساباتهم، أما الاستبانة الثانية فكان الغرض

تحسين حماية الخصوصية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية في قطاع غزة

- منها قياس مدى تأثير توعية المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي وتحديد مدى احتياجهم لعمليات توعية متخصصة لاحقة.
- احتوت الاستبانتان على أسئلة يسهل إجابتها من قبل المشاركون، وكانت الأسئلة على ثلاثة أنواع فقط:
- النوع الأول هو أسئلة يختار المشاركون إجابة واحدة من عدة اختيارات.
 - النوع الثاني هو أسئلة اختيار لإجابات متعددة.
 - النوع الثالث هو أسئلة إجابتها نعم أو لا.
3. **ورشة عمل:** حيث تم دعوة مسئولين في المجال التقني والتربوي والحكومي لاستطلاع آرائهم حول أفضل الحلول المقترحة لمشاكل انتهاك الخصوصية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية في المجتمع الفلسطيني.
4. **يوم دراسي:** تم دعوة متخصصين في مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالإضافة إلى خطباء المساجد وطلاب مدارس وأولياء أمورهم ومدرسيهم، وتم مناقشة خصوصية المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية من الجانب التقني والتربوي والاجتماعي والقانوني والشرعي.
5. **نشرات توعية وجداريات:** تضمنت عبارات توعية حول مخاطر انتهاك خصوصية المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، وأهم الإجراءات التي يمكن إتباعها لحماية خصوصية المستخدم لهذه الشبكات.

11. فحص الصدق والثبات:

1. صدق المحكمين:

تم عرض الاستبانة التي صممها الباحثون على محكمين حيث اقترحوا المحكمين بتعديل بعض الفقرات وقام الباحثين بالاستجابة لهذه الملاحظات القيمة وتعديل الاستبانة لتظهر بصورتها النهائية.

2. صدق الاتساق الداخلي:

11.2.1. دراسة الاتساق الداخلي للمحور الثاني

جدول (4) معاملات ارتباط فقرات المحور الأول مع الدرجة الكلية له

الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الأولى	0.646	0.000
الثانية	0.643	0.000
الثالثة	0.535	0.000

توفيق برهوم وآخرون

0.000	0.529	الرابعة
0.000	0.526	الخامسة

نلاحظ من خلال جدول (4) أن جميع قيم معاملات الارتباط كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 حيث نستنتج من ذلك أن جميع الفقرات مرتبطة من الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي له وهذا بدوره يؤكد صدق الاتساق الداخلي للمحور الثاني.

11.2.2. دراسة الاتساق الداخلي للمحور الثالث

جدول (5) يوضح أن جميع قيم معاملات الارتباط كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 حيث نستنتج من ذلك أن جميع الفقرات مرتبطة من الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي له وهذا بدوره يؤكد صدق الاتساق الداخلي للمحور الثالث.

جدول (5) معاملات ارتباط فقرات المحور الثاني مع الدرجة الكلية له

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الفقرة
0.000	0.550	الأولى
0.000	0.564	الثانية
0.000	0.561	الثالثة
0.000	0.490	الرابعة
0.000	0.588	الخامسة
0.000	0.558	السادسة
0.000	0.427	السابعة
0.000	0.497	الثامنة
0.000	0.313	التاسعة
0.000	0.583	العاشر
0.000	0.516	الحادي عشر

11.2.3. دراسة الاتساق الداخلي للمحور الرابع

جدول (6) يوضح أن جميع قيم معاملات الارتباط كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 حيث نستنتج من ذلك أن جميع الفقرات مرتبطة من الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي له وهذا بدوره يؤكد صدق الاتساق الداخلي للمحور الرابع.

12. محاور الدراسة: -

الطريقة التي تم تنفيذ هذه الدراسة من خلال ثلاث مراحل: المرحلة الأولى تصميم استبانة أولية وتحليل نتائجها، المرحلة الثانية تنفيذ عملية توعية، والمرحلة الثالثة هي تصميم وتحليل نتائج استبانة ثانية.

1. الاستبانة الأولى:

تم تصميم الاستبانة الأولى لدراسة واقع المستخدم الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية وتحديد الفئات العمرية الأكثر استخداماً لهذه الشبكات، كما هدفت هذه الاستبانة لتحديد مواطن الخلل التي يتعرض لها المستخدم والتي تمثل تهديداً لانتهاك خصوصيته، وبناءً على نتائج هذه الاستبانة تم تحديد المواضيع التي تم التركيز عليها في عملية التوعية، وقد لوحظ من الاستبانة الأولى أن الفئة الأكثر استخداماً للمواقع الاجتماعية هي الفئة المبحوثة في الاستبانة الثانية لذلك تم اختيار الفئة المبحوثة من السابع إلى الثاني عشر بناءً على نتائج الاستبانة الأولى جدول (7) يوضح أن السن الأكثر استخداماً للشبكات الاجتماعية هو الذي تم التركيز عليه في هذه الدراسة.

جدول (6) معاملات ارتباط فقرات المحور الثالث مع الدرجة الكلية له

الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الأولى	0.461	0.000
الثانية	0.183	0.000
الثالثة	0.381	0.000
الرابعة	0.455	0.000
الخامسة	0.472	0.000
السادسة	0.365	0.000
السابعة	0.310	0.000
الثامنة	0.307	0.000
التاسعة	0.254	0.000
العاشر	0.374	0.000
الحادي عشر	0.425	0.000

جدول (7) الفئة العمرية للأبناء الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16 فأقل	47	5.0	68.1	68.1
	17-19	12	1.3	17.4	85.5
	20 فأكثر	10	1.1	14.5	100.0
	Total	69	7.4	100.0	
Missing	System	867	92.6		
Total		936	100.0		

جدول (7) يوضح أن 68% من أبناء عينة الدراسة هم من فئة العمرية 16 فأقل وهذا دليل واضح على أهمية الدراسة ونشر الوعي على مستخدمين شبكات التواصل الاجتماعي لهذه الفئة العمرية.

2. عملية التوعية:

تم التركيز في عملية التوعية على النقاط التي تم استخلاصها من نتائج تحليل الاستبانة الأولى، وتمت عملية التوعية باستخدام وسائل مقروءة مثل صور (جداريات) وكذلك نشرات مطبوعة، كذلك تم استخدام وسائل مسموعة من خلال حملات وبرامج إذاعية، وبرامج مرئية أيضا تم بثها عبر الفضائيات، كذلك تصميم صفحة عبر فيسبوك تحمل اسم الدراسة ومن خلالها يتم عرض تعليمات توعوية للحفاظ على الخصوصية، نذكر هنا بعض النقاط التي تم التركيز عليها في عملية التوعية هي:

- تعريف المستخدم بمفاهيم هامة مثل شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، أمن المعلومات، والخصوصية.
- ضرورة توخي الحذر وترك الفضول عند تصفح شبكة الانترنت والاهتمام بالحفاظ على خصوصية المستخدم وعدم نشر معلومات خاصة بالمستخدم على الشبكة.
- الاهتمام بكلمات المرور الخاصة بالمستخدم لشبكة الانترنت ولشبكات التواصل الاجتماعي، وتوضيح معايير حمايتها وزيادة أمنها.
- الحفاظ على المعلومات الخاصة بالمستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية مثل تاريخ الميلاد وعنوان السكن والصورة الشخصية بالإضافة لموقع المستخدم الحالي على الخريطة، وعدم نشرها لعامة مستخدمي هذه الشبكات.

3. الاستبانة الثانية:

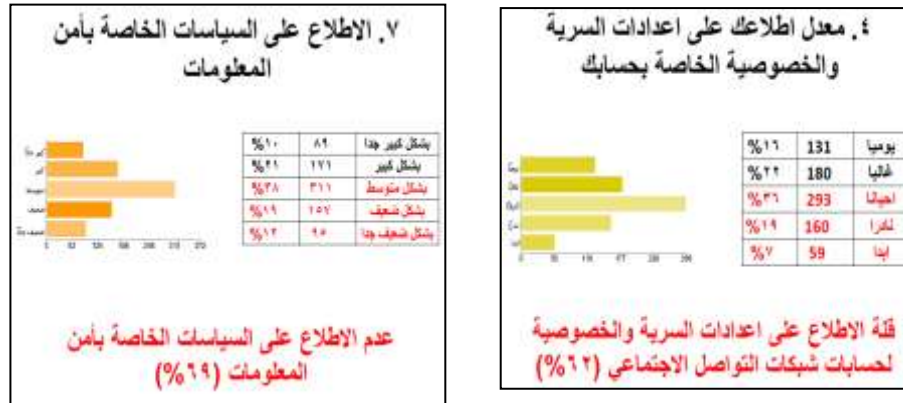
كان الهدف من نشر الاستبانة الثانية هو قياس مدى تأثير عملية التوعية على المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، وكانت الفئة المستهدفة هم طلبة المدارس في المرحلتين الإعدادية والثانوية، وذلك بناء على نتائج تحليل الاستبانة الأولى، ومن الملاحظ أن هناك حدوث تحسن في بعض بنود لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية في قطاع غزة.

13. تحليل محاور الدراسة: -

1. تحليل نتائج الاستبانة الأولى:

من خلال تحليل نتائج الاستبانة الأولى خلص الباحثون إلى النتائج التالية:

- أكثر من 63% من العينة التي شملتهم الاستبانة يستخدمون شبكة الانترنت منذ أكثر من 6 سنوات، وهذا يشير إلى أن استخدام الانترنت ليس بالأمر الحديث على مجتمعنا الفلسطيني في قطاع غزة.
- 64% من عينة الدراسة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية بشكل يومي، مما يؤكد على أهمية نشر ثقافة الاستخدام الآمن لهذه الشبكات في المجتمع. كما أن 89% من مستخدمي شبكات التواصل يستخدمون شبكة Facebook مما دفع الباحثين للتركيز على هذه الشبكة خلال دراستهم.
- شكل (1) يوضح أن هناك نسبة 62% من عينة الدراسة ليس لديهم إطلاع على إعدادات الخصوصية، وأن 69% منهم ليس لديهم إطلاع على الإعدادات الخاصة بأمن المعلومات، كما أن 52% منهم لا يستخدم مميزات الخصوصية التي تتيحها المواقع الاجتماعية، هذه النتيجة تتطابق مع الفرضية الأولى من البحث بأن هناك انخفاض بالاهتمام بالخصوصية والحماية الأمنية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية في قطاع غزة.
- يوضح أن 46% من المستخدمين الذين شملتهم الدراسة يستخدمون مميزات الخصوصية لحساباتهم بشكل قليل، 67% منهم يطلع على إعدادات السرية والخصوصية الخاصة بحساباتهم بشكل قليل، كما أن 72% منهم لا يفهم بنود السرية والخصوصية بشكل كاف، الأمر الذي يؤكد على أهمية التوعية بهذا الخصوص، وهذه النتيجة تتطابق مع الفرضية الأولى من البحث.
- 45% من عينة الدراسة يتقبلون فكرة تتبع نشاطاتهم على شبكة الانترنت من بحث وتصفح وبيع أو شراء من قبل شبكات التواصل الاجتماعي مما يعطي مؤشرا على ضرورة التركيز في عملية التوعية على الاهتمام بالخصوصية أثناء استخدام شبكة الانترنت.



شكل (1): توضيح لنسبة عدم الاهتمام بالخصوصية على الشبكات الاجتماعية

- 37% من المستخدمين يقومون بالاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية مجارة للركب فقط مما يدل على أهمية توعية المجتمع بان استخدام هذه الشبكات يجب أن يكون وفق وعي تام بالخدمات التي يمكن الاستفادة منها.
- 50% من عينة المستخدمين الذين شملتهم الدراسة يستخدمون تطبيقات وألعاب ملحقه بشبكة التواصل الاجتماعي التي يستخدمون، الأمر الذي يحتم على الباحثين توعية المستخدمين بالثغرات الأمنية التي تشكلها هذه التطبيقات والتي تهدد خصوصيتهم.
- 30% من عينة الدراسة يفعلون خدمة تحديد الموقع على الخريطة في حساباتهم، و73% منهم ينشر بيانات شخصية صحيحة وحديثة على حساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي، مما يعطي مؤشرا بضرورة التركيز خلال عملية التوعية على الاهتمام بالمعلومات الخاصة بالمستخدم وعدم نشرها على حساباتهم لما له أثر على انتهاك خصوصيتهم.
- 42% من عينة الدراسة يستخدمون كلمة مرور موحدة لأكثر من حساب على شبكة الانترنت، و45% لا يستخدمون كلمات مرور معقدة لحساباتهم، الأمر الذي يدل على أهمية التركيز على توعية المستخدمين بالمعايير التي يجب مراعاتها عند اختيار واستخدام كلمات المرور.
- 20% من عينة الدراسة لا يعتبر أن اهتمام شبكة التواصل الاجتماعي بالخصوصية هو معيار رئيس لاختيار هذه الشبكة، الأمر الذي يدل على أهمية تسليط الضوء على الاهتمام بالخصوصية واعتبارها معيارا أساسيا يؤخذ به عند الاشتراك بشبكات التواصل الاجتماعي.
- أكثر من 60% من عينة الدراسة هم من فئة الطلاب مما أعطى مؤشرا بضرورة الاهتمام بتوعيتهم بشكل خاص بمعايير الحفاظ على خصوصيتهم على شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية.

تحسين حماية الخصوصية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية في قطاع غزة

- 68% من المستخدمين الذين شملتهم الدراسة لا يقومون بمتابعة أبنائهم خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، مما يدل على أهمية التركيز على هذه النقطة أثناء عملية التوعية.

2. تحليل نتائج الاستبانة الثانية:

نتائج تحليل الاستبانة الثانية كانت على النحو التالي:

13.2.1 تحليل بيانات المحور الثاني (استخدام الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية)

جدول (8) تحليل نتائج المحور الأول

الفقرة	يومية %	غالباً %	أحياناً %	نادراً %	أبداً %	المتوسط	الوزن النسبي	النتيجة
الأولى	56.3	26.1	13.7	3.6	0.2	1.65	33.1%	يومية
الثانية	40.9	29.9	20.5	6.0	2.7	2.00	39.9%	غالباً
الثالثة	15.9	21.9	35.6	19.4	7.2	2.80	56.0%	أحياناً
الرابعة	5.5	9.6	8.1	14.3	62.5	4.19	83.7%	نادراً
الخامسة	3.8	8.0	9.6	16.9	61.7	4.25	85.0%	أبداً
النتيجة الكلية للمحور						2.98	59.5%	أحياناً

نلاحظ من خلال الجدول (8) والذي يوضح تحليل لبيانات المحور الثاني (استخدام الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية) أن نتيجة الكلية للمحور هي أحياناً بمتوسط 2,98 ووزن نسبي 59.5% وهذا يعطي مؤشر واضح على إن نسبة استخدام المواقع الاجتماعية لدي عينة الدراسة عالية وبحاجة لدراسة مشكلة الخصوصية على تلك الفئة.

13.2.2 تحليل بيانات المحور الثالث (الاستخدام الآمن وإعدادات الخصوصية على حسابات الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية):

جدول (9) تحليل نتائج المحور الثاني

الفقرة	كبير جداً %	كبير %	متوسط %	ضعيف %	ضعيف جداً %	المتوسط	الوزن النسبي	النتيجة
الأولى	22.7	36.1	33.9	5.0	2.3	2.28	45.6%	كبير
الثانية	10.8	20.8	37.8	19.1	11.5	3.00	60.0%	متوسط
الثالثة	16.2	32.2	33.2	12.4	6.1	2.60	52.0%	متوسط
الرابعة	44.3	26.5	18.8	6.7	3.6	1.99	39.8%	كبير

توفيق برهوم وآخرون

كبير	45.2%	2.26	5.8	8.3	23.9	29.9	32.1	الخامسة
متوسط	64.3%	3.21	23.8	20.4	23.7	17.4	14.7	السادسة
متوسط	67.4%	3.37	30.1	20.0	20.2	15.9	13.7	السابعة
كبير جداً	35.6%	1.78	5.6	5.0	10.7	19.3	59.4	الثامنة
متوسط	57.2%	2.86	20.8	14.1	22.1	16.5	26.5	التاسعة
كبير	49.5%	2.48	7.7	14.3	23.8	26.4	27.8	العاشر
كبير	39.0%	1.95	5.3	4.7	15.7	27.9	46.3	الحادي عشر
كبير	50.5%	2.52	النتيجة الكلية للمحور					

نلاحظ من خلال الجدول (9) والذي يوضح تحليل لبيانات المحور الثاني (الاستخدام الآمن وإعدادات الخصوصية على حسابات الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية) أن نتيجة جميع الفقرات كانت، كما وكانت النتيجة الكلية للمحور هي كبير بمتوسط 2.52 ووزن نسبي 50.5%.

13.2.3. تحليل بيانات المحور الرابع (تفاعل التواصل من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني)

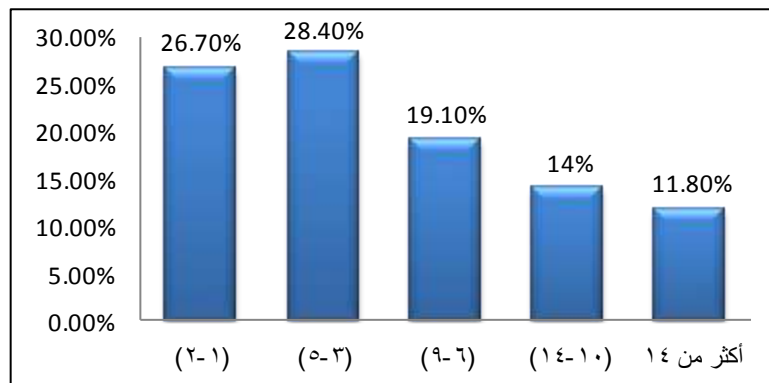
جدول (10) تحليل نتائج المحور الثالث

الفقرة	نعم	لا	المتوسط	الوزن النسبي	النتيجة
الأولى	54.6	45.4	1.45	87.3%	نعم
الثانية	16.5	83.5	1.83	73.4%	لا
الثالثة	73.6	26.4	1.26	50.5%	نعم
الرابعة	66.6	33.4	1.33	53.4%	نعم
الخامسة	71.6	28.4	1.28	51.4%	نعم
السادسة	41.2	58.8	1.59	63.5%	لا
السابعة	31.6	68.4	1.68	67.4%	لا
الثامنة	68.2	31.8	1.32	52.7%	نعم
التاسعة	23.1	76.9	1.77	70.8%	لا
العاشر	63.3	36.7	1.37	54.7%	نعم
الحادي عشر	76.5	23.5	1.23	49.4%	نعم
النتيجة الكلية للمحور					
			1.47	58.7%	نعم

نلاحظ من خلال الجدول (10) والذي يوضح تحليل لبيانات المحور الثالث (تفاعل التواصل من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني) أن نتيجة جميع الفقرات كانت نعم، كما وكانت النتيجة الكلية للمحور هي نعم بمتوسط 1.47 ووزن نسبي 58.7%.

من خلال تحليل نتائج الاستبانة الأولى خلص الباحثون إلى النتائج التالية:

- 45% من عينة الدراسة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية لمدة أكثر من 5 ساعات أسبوعياً، و 41% منهم يستخدمون هذه الشبكات بشكل يومي، مما يدل على ضرورة نشر ثقافة الاهتمام بالوقت وتنظيمه خصوصاً لفئة الطلاب الذين هم في أشد الحاجة للاهتمام بأوقاتهم، شكل (2) يوضح عدد الساعات التي يتم قضاؤها عبر المواقع الاجتماعية وهذا يعطي مؤشر ذو دلالة إحصائية صحة فرضية الدراسة.



شكل (2) عدد الساعات الأسبوعية التي تقضي لتصفح المواقع الاجتماعية لدى عينة الدراسة

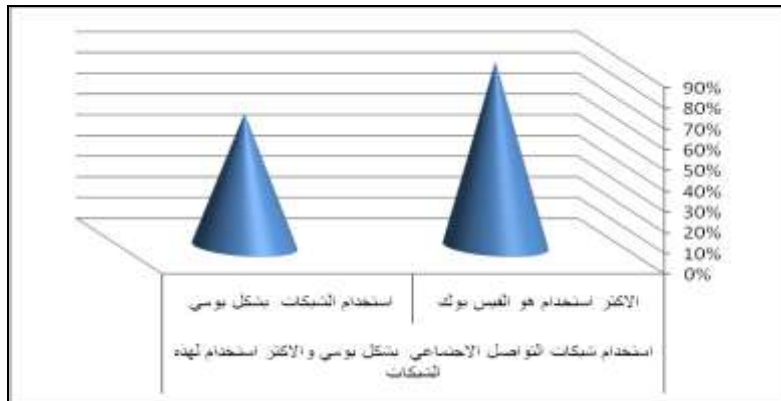
- 62% من عينة الدراسة يطلعون على اعدادات السرية والخصوصية الخاصة بحساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية بشكل قليل، هذه النسبة لم تتغير عن مثيلاتها خلال الاستبانة الأولى مما يعطي مؤشراً بضرورة التوعية بشكل أكبر بأهمية الاطلاع على هذه البنود وفهمها بشكل صحيح.
- 38% من عينة الدراسة يتركون الوصول لمعلومات حسابهم متاحاً للعامة، و 18% منهم لا يستخدمون مميزات الخصوصية المتاحة على حساباتهم في شبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يدل على نشر ثقافة الاهتمام والحفاظ على الخصوصية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية.
- 32% من الفئة المستهدفة بالدراسة يتقبلون فكرة تتبع نشاطاتهم على شبكة الانترنت من بحث وتصفح وبيع او شراء من قبل شبكات التواصل الاجتماعي، مما يؤكد أهمية التركيز في حملات توعية قادمة على مفاهيم الخصوصية والسرية.

- 30% من المستخدمين يقومون بالاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية مجارة للركب فقط مما يدل على الحاجة الماسة للمزيد من عمليات التوعية بأن استخدام هذه الشبكات يجب أن يكون وفق وعي تام بالخدمات التي يمكن الاستفادة منها.
- 72% من عينة المستخدمين الذين شملتهم الدراسة يستخدمون تطبيقات وألعاب ملحقة بشبكة التواصل الاجتماعي التي يستخدمون، الأمر الذي يحتم على الباحثين التركيز على توعية المستخدمين بالثغرات الأمنية التي تشكلها هذه التطبيقات والتي تهدد خصوصيتهم.
- 41% من عينة الدراسة يفعلون خدمة تحديد الموقع على الخريطة في حساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي، مما يعطي مؤشرا بضرورة التركيز خلال عملية التوعية على الاهتمام بالمعلومات الخاصة بالمستخدم وعدم نشرها على حساباتهم لما له أثر على انتهاك خصوصيتهم.
- 32% من عينة الدراسة يستخدمون كلمة مرور موحدة لأكثر من حساب على شبكة الانترنت ولا يستخدمون كلمات مرور معقدة لحساباتهم، الأمر الذي يدل على أهمية التركيز على توعية المستخدمين بالمعايير التي يجب مراعاتها عند اختيار واستخدام كلمات المرور.
- 37% من عينة الدراسة لا يعتبر أن اهتمام شبكة التواصل الاجتماعي بالخصوصية هو معيار رئيس لاختيار هذه الشبكة، الأمر الذي يدل على أهمية التركيز على نشر الوعي بالاهتمام بالخصوصية واعتبارها معيارا أساسيا يؤخذ به عند الاشتراك بشبكات التواصل الاجتماعي.

14. ملخص نتائج الدراسة:

تم إجراء استبانتيين خلال هذه الدراسة، كان الهدف من الاستبانة الأولى هو دراسة واقع مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية في المجتمع الفلسطيني ومن ثم تحديد ما إذا كان هناك بعض النقاط التي تتطلب القيام بتوعية المستخدمين بأفضل الإجراءات حولها، أما الاستبانة الثانية فتم تنفيذها بعد القيام ببعض نشاطات التوعية وكان الهدف منها هو قياس مدى تأثير عمليات التوعية على الفئة التي تم استهدافها من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية. من خلال دراسة نتائج الاستبانة الأولى لوحظ أن 64% من عينة الدراسة من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية يقومون باستخدامها بشكل يومي الأمر الذي أعطى مؤشرا يؤكد على أهمية توعيتهم بوسائل الاستخدام الأمثل لهذه الشبكات. كما تبين أن 89% من هذه العينة يقومون باستخدام شبكة Facebook مما دفع الباحثين إلى تركيز الدراسة على إجراءات حماية الخصوصية المطبقة على هذه الشبكة. كما تبين للباحثين أن 57% من عينة الدراسة هم في المرحلة الدراسية الإعدادية مما أعطى الباحثين دلالة على التركيز على هذه الفئة في عمليات التوعية. وكما هو

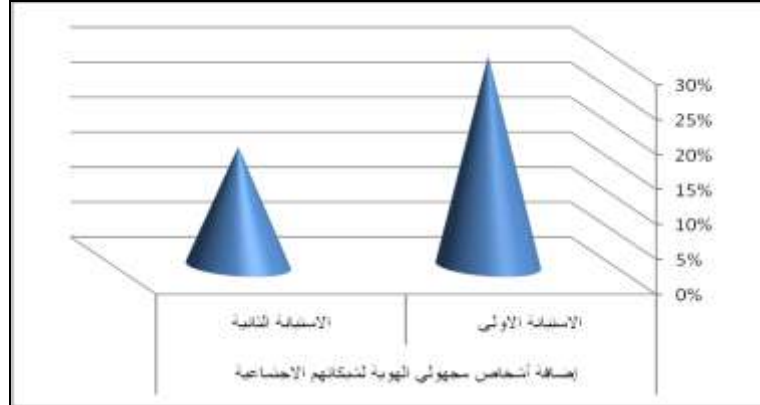
موضح بالشكل (3) فإن الأكثر استخدام لهذه الشبكات هو موقع الفيس بوك وهذا ما يتفق مع الدراسات السابقة التي أجرتها شركة (digital surgeons) (2010) والتي أظهرت أن نسبة الاستخدام لموقع الفيس بوك 88% وكذلك نسبة الاستخدام لهذه الشبكات كان بشكل يومي وهو ما يتفق مع الدراسة التي قام بها موقع "بيت.كوم" (2011) ويؤكد صحة النتائج التي قام بها الباحثون.



شكل (3): استخدام المواقع الاجتماعية بشكل يومي والأكثر استخداما من بين هذه المواقع

أحد أهم العوامل المؤثرة بشكل مباشر على حماية خصوصية المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية هو الاطلاع على بنود السرية والخصوصية المتاحة على هذه الشبكات مع العلم أن هذه البنود قابلة للتغيير بشكل مستمر وبالتالي فإن حماية خصوصية المستخدم تتطلب الاطلاع على هذه البنود بشكل دوري، وعند دراسة مدى اطلاع المستخدمين على هذه البنود تبين أن ما نسبته 63% من عينة الدراسة لا يقومون بالاطلاع على هذه البنود إلا بشكل قليل، هذه النسبة لم تتغير حتى بعد الإشارة لأهمية الاطلاع على بنود السرية ضمن عملية التوعية، مما يدل على أن هذا الأمر يتطلب تسليط الضوء عليه بشكل أكبر من قبل الجهات المعنية.

مقياس آخر له علاقة مباشرة بخصوصية المستخدم هو السماح بإضافة أشخاص غير معروفين لشبكة المستخدم الاجتماعية، أشارت نتائج تحليل الاستبانة الأولى إلى أن 30% من عينة الدراسة من المستخدمين يقبلون بإضافة أشخاص مجهولي الهوية لشبكاتهم الاجتماعية، هذه النسبة تقلصت لتصبح 17% بعد الاهتمام بتوعية المستخدمين بالأثر السلبي لإضافة أشخاص مجهولين إلى شبكاتهم الاجتماعية على خصوصيتهم. شكل (4) يوضح أن هناك تحسن في عملية الحفاظ على الخصوصية من خلال التوعية الأمنية التي قام بها الباحثون وهذا يحقق صحة الفرضية الأولى للبحث والتي افترضها الباحثون بأن التوعية تعطي تحسن على مستوى الحماية للخصوصية على الشبكات الاجتماعية.



شكل (4): إضافة أشخاص مجهولين الهوية للحساب الخاص على الشبكات الاجتماعية

استخدام تطبيقات وألعاب على شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية هو واحد من أسباب انتهاك الخصوصية لمستخدمي هذه الشبكات لأن التقنيات المستخدمة في تصميم هذه التطبيقات والألعاب تحتوي على الكثير من الثغرات الأمنية وبالتالي يسهل على المخترقين انتهاك خصوصية المستخدمين لهذه التطبيقات. قام الباحثون بقياس مدى استخدام هذه التطبيقات من قبل عينة الدراسة فوجدوا أن أكثر من 50% من هذه العينة يقومون باستخدام التطبيقات والألعاب على شبكاتهم الاجتماعية، وهذه النسبة من عينة الدراسة لم تتغير على الرغم من التركيز على هذا المعيار في عمليات التوعية، السبب الرئيس لعدم الاكتراث بالأثر السلبي لاستخدام هذه التطبيقات هو الفئة العمرية لغالبية أفراد عينة الدراسة، الأمر الذي يؤكد على الاهتمام بنشر ثقافة الاستخدام الآمن والصحيح لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية في مراحل دراسية مبكرة، كذلك ضرورة توعية أولياء الأمور بكيفية المتابعة الصحيحة لأبنائهم أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية.

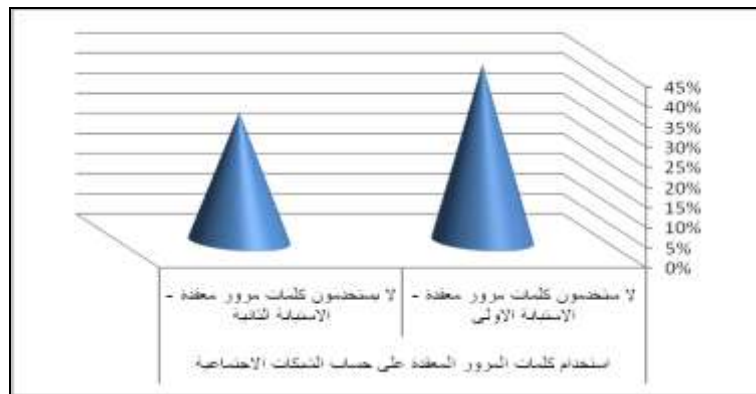
وقد اتضح من الدراسات السابقة والتي أجراها موقع "بيت.كوم" (2011) على الألعاب الإلكترونية والتي أظهرت أن أفراد العينة يقومون باستخدام التطبيقات والألعاب على شبكاتهم الاجتماعية بنسبة 40% وهي قريبة جداً من النسبة التي توصل لها الباحثون في هذا البحث وبهذا يؤكد صحة نتائج وفرضيات البحث.

تحديد موقع مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي على الخريطة هي واحدة من طرق انتهاك خصوصية المستخدم، أشارت نتائج الدراسة أن أكثر من 30% من عينة الدراسة يقومون بتفعيل هذه الخاصية، توعية المستخدمين بالأثر السلبي لتفعيل هذه الخاصية على خصوصيتهم لم يغير هذه النسبة إلى الأفضل.

تحسين حماية الخصوصية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية في قطاع غزة

كلمة المرور أحد وسائل حماية الخصوصية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، واستخدام كلمة مرور معقدة يزيد من مستوى الحماية الذي توفره كلمة المرور، ذلك لأن تعقيد كلمة المرور يقلل من نسبة اكتشافها باستخدام طرق التخمين. 44% من عينة الدراسة لا يستخدمون كلمات مرور معقدة لحساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي دفع الباحثين للاهتمام بتوعية عينة الدراسة بأهمية استخدام كلمات مرور معقدة لحساباتهم مما أدى الى تقليل نسبة الذين لا يستخدمون كلمات مرور معقدة لحساباتهم إلى 32%. التغيير في النسبة لم يكن كبيراً وذلك بسبب الاستخدام اليومي والكبير لشبكات التواصل الاجتماعي من قبل عينة الدراسة الأمر الذي يجعلهم يفضلون كلمات مرور بسيطة يسهل إدخالها عند تسجيل الدخول.

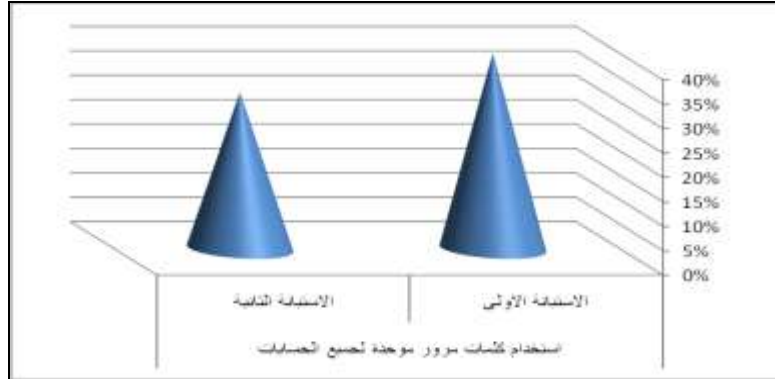
يتضح من شكل (5) أن نسبة الذين لا يستخدمون كلمات مرور معقدة لحساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي وهي واحدة من المشكلات التي تؤثر على الخصوصية فقد وجد الباحثون أن هناك تحسن حيث انخفضت النسبة من 44% إلى 32% نتيجة التوعية التي قام بها الباحثون وهذا يؤكد صحة فرضية البحث الأولى التي تفترض أن التوعية تساهم في حماية الخصوصية على الشبكات الاجتماعية، ويلاحظ الباحثون أن النسبة انخفضت بشكل قليل ويوزع الباحثون السبب في ذلك أن نسبة التوعية لم تكن كافية بالحجم المطلوب ولو استمرت التوعية أكثر لكانت النتيجة أفضل بكثير.



شكل (5): المستخدمون لشبكات التواصل الاجتماعي لا يستخدمون كلمات مرور معقدة لحساباتهم

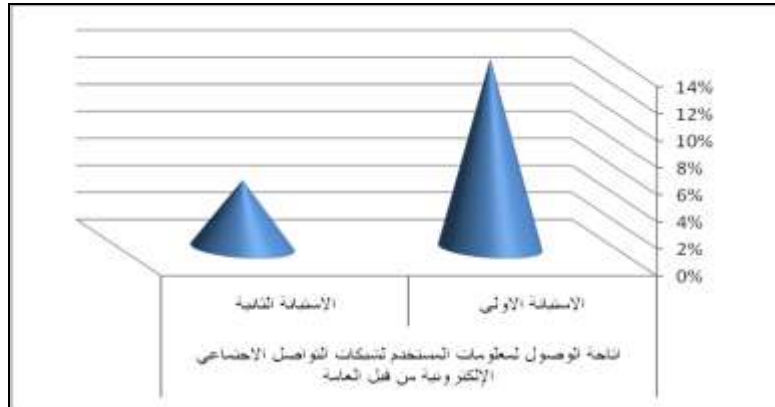
الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية من قبل عينة الدراسة كان له تأثير على استخدامهم لكلمات مرور موحدة لأكثر من حساب على شبكة الإنترنت، حيث وجد الباحثون أن 40% من عينة الدراسة يستخدمون كلمة مرور موحدة لأكثر من حساب، هذه النسبة أصبحت 32% بعد عملية التوعية بالآثار السلبية لذلك على خصوصيتهم. شكل (6) يوضح مدى التحسن الذي طرأ على العينة المبحوثة نتيجة التوعية التي قام بها الباحثون، حيث تبين أن استخدام كلمات المرور

الموحدة لجميع الحسابات والذي بدوره يشكل تهديد أمني على خصوصية المستخدم على شبكات التواصل الاجتماعي قد انخفض نتيجة التوعية التي قام بها الباحثون وهذا يؤكد صحة الفرضية الأولى للبحث.



شكل (6): استخدام كلمات مرور موحدة لجميع الحسابات

اتاحة الوصول لمعلومات المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية من قبل العامة هو أحد معايير قياس الخصوصية للمستخدم. 14% من عينة الدراسة يتحون وصول العامة الى بياناتهم الشخصية، هذه النسبة تغيرت بعد عملية التوعية لتصبح 5%، السبب الرئيس لانخفاض هذه النسبة هو طبيعة عينة الدراسة التي تتصف بأنها مجتمع محافظ. شكل (7) يوضح مقارنة بين النسب في الاستبانة الأولى والاستبانة الثانية لإتاحة الوصول لمعلومات المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي حيث ظهر تحسن واضح وانخفضت النسبة من 14% لتصل إلى 5% وهذا التحسن نتيجة التوعية الأمنية التي قام بها الباحثون.



شكل (7): إتاحة الوصول لمعلومات المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية من قبل العامة

الطبيعة المجتمعية المحافظة لعينة الدراسة كان لها أثر إيجابي أيضا على نتائج الدراسة حيث تبين أن أكثر من 66% من العينة مهتمون بشكل كبير بالحفاظ على خصوصية بياناتهم على كمبيوتر المنزل، وهذا ما يتفق ما كافة الدراسات السابقة التي اعتمد عليها الباحثون.

15. التوصيات:

لقد خلص الباحثون نتيجة عقد ورش العمل، واليوم العملي حول خصوصية مستخدمي الشبكات الاجتماعية في قطاع غزة مشاكل وعلاج مأمول، وكذلك اعتماداً على نتائج هذا البحث إلى جملة من التوصيات حيث تم رفعها إلى الجهات المسؤولة وتم عرضها على الكثير من الجهات (وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وزارة التربية والتعليم، وزارة الثقافة، وزارة الأوقاف والشؤون الدينية، وزارة الداخلية والأمن الوطني، المجلس التشريعي، وغيرها) حتى يتم الاستفادة من هذه التوصيات وهي كالتالي: -

1. تبني يوم وطني حول حماية الخصوصية على الشبكات الاجتماعية.
2. حث خطباء المساجد على الاهتمام بالقضية من الناحية الشرعية.
3. حث الباحثين على الاهتمام بالبحث في هذا المجال والمساهمة في التوعية الأمنية.
4. حث المجلس التشريعي على سن قانون لحماية الخصوصية على الشبكات الاجتماعية.
5. اهتمام وزارة التربية والتعليم بالتعميم على الطلاب من التحذير بالتفريط بالخصوصية على الشبكات الاجتماعية.
6. تنظيم ورش عمل وندوات ولقاءات حول انتهاك الخصوصية على الشبكات الاجتماعية.
7. ليس كل ما يعرف يكتب على الحاسب وينشر على الشبكة، فحاول أن تكون لك أسرارك الخاصة التي تحتفظ بها في غير جهاز الحاسب، أو اجعل لها جهازاً خاصة لا يكون متصل بالشبكة.
8. شفر معلوماتك الخاصة، أي اجعل لها شفرة خاصة من رقم أو نحوه يصعب تخمينها، وحاول تغييرها كل فترة معينة، والبرامج التي تخدم في التشفير كثيرة.
9. اعرف من تضيفهم كأصدقاء أو مشاركين ومطلعين على ملفاتك ومعلوماتك.
10. أعط صلاحية خاصة لأشخاص معروفين بالإطلاع على الملفات الخاصة، أو استخدامها في أضيق نطاق ممكن.
11. احتفظ بنسخ احتياطية من أعمالك أو موقعك أو بياناتك في مكان آمن لا يصل له غيرك أو من تخوله بذلك تحت إشرافك.
12. طور من إمكانيات التقنية والبرمجية واعتمد في الغالب بنفسك أو من تثق بهم.

