

تأثير الاعلام الرقمي على سلوكيات المستخدمين في حماية بياناتهم الشخصية
(دراسة ميدانية)

The impact of digital media on users' behavior in protecting their personal data
(A field study)

إعداد / دينا فهد الموح

233001003

إشراف الدكتورة/ مهيتاب الرافعي

قائمة المحتويات:

3	 مقدمة:
4	 الدراسات السابقة:
10	 التعليق على الدراسات السابقة:
10	 مشكلة الدراسة:
12	 أهمية الدراسة:
14	 أهداف الدراسة:
15	 تساؤلات الدراسة:
15	 مفاهيم الدراسة:
17	 فرضيات الدراسة:
18	 الإطار النظري:
23	 الإطار المنهجي للدراسة:
23	 أدوات جمع البيانات ومقاييس الدراسة:
24	 حدود الدراسة:
25	 المراجع:
27	 ملحق الدراسة:

مقدمة:

في العصر الرقمي الذي نعيش فيه اليوم، أصبح الإعلام الرقمي جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، حيث تلعب الوسائط الرقمية دوراً محورياً في تشكيل الأفكار والمعتقدات والسلوكيات للأفراد على نطاق واسع. مع زيادة استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، ازداد حجم المعلومات التي يتم تبادلها عبر هذه المنصات بشكل كبير، مما أثر بشكل مباشر على وعي الأفراد بأهمية حماية بياناتهم الشخصية وطرق التصرف حيالها.

من الجدير بالذكر أن الإعلام الرقمي ليس مجرد وسيلة لتبادل المعلومات، بل هو أيضاً وسيلة لتوجيه وتحفيز سلوكيات المستخدمين. فمن خلال الرسائل الإعلامية المتعددة والمتنوعة التي يتم بثها عبر المنصات الرقمية، يتعرض الأفراد إلى كمية هائلة من المعلومات المتعلقة بالأمان الرقمي وخصوصية البيانات. هذه الرسائل قد تكون إما توعوية، تهدف إلى زيادة الوعي بأهمية حماية البيانات الشخصية وطرق الحماية المتاحة، أو قد تكون تحذيرية، تسلط الضوء على المخاطر والتهديدات المحتملة المرتبطة بتسرب البيانات وسوء استخدامها (BERNSTEIN, 2023).

بالرغم من الجهود الكبيرة التي تُبذلها المنظمات والمؤسسات التكنولوجية لزيادة الوعي بأهمية حماية البيانات الشخصية، إلا أن استجابة المستخدمين قد تختلف. يمكن أن يُظهر بعض المستخدمين استجابة إيجابية وسريعة تجاه التحذيرات والإرشادات الأمنية، حيث يتخذون إجراءات فعالة مثل استخدام كلمات مرور قوية وتفعيل التحقق بخطوتين، ويقللون من مشاركة المعلومات الشخصية عبر الإنترنت. ومع ذلك، هناك مستخدمين آخرين قد يتباطؤون أو يفتقرون إلى الوعي بمدى خطورة المسألة، مما يعرضهم لخطر الانتهاكات الأمنية وتسرب البيانات.

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً بارزاً في تشكيل سلوكيات المستخدمين فيما يتعلق بحماية بياناتهم الشخصية. فالمستخدمون غالباً ما يشاركون جوانب حياتهم الشخصية عبر هذه المنصات، مما يعرضهم لمخاطر تسرب البيانات. ولكن في الوقت نفسه، يمكن أن تكون هذه المنصات وسيلة فعالة لنشر الوعي حول حماية البيانات الشخصية من خلال الحملات التوعوية والمبادرات الأمنية التي تستهدف مختلف الفئات العمرية والاجتماعية (Albulayhi, 2022).

علاوة على ذلك، يمتد تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات المستخدمين إلى أبعاد أخرى غير نشر المعلومات، بل يشمل أيضاً تحفيز النقاشات والمشاركة المجتمعية حول قضايا الأمان الرقمي وخصوصية البيانات. يمكن أن يكون هذا

التفاعل له تأثير إيجابي في تعزيز الوعي الجماعي بأهمية حماية البيانات الشخصية وتشجيع الأفراد على اعتماد سلوكيات أكثر أمانًا.

الدراسات السابقة:

دراسة (Chen H., 2016) بعنوان:

حماية النفس على الإنترنت: آثار تجارب الخصوصية السلبية على سلوكيات حماية الخصوصية

Protecting Oneself Online: The Effects of Negative Privacy Experiences on Privacy Protective

Behaviors

مع أساس عام في نظرية دوافع الحماية، تبني هذه الدراسة نموذجًا من ثلاث مراحل بدءًا من تجارب الخصوصية السلبية عبر الإنترنت ودوافع حماية الخصوصية عبر الإنترنت وسلوكيات حماية الخصوصية عبر الإنترنت. باستخدام بيانات المسح لعام 2013 (العدد = 528)، تم اختبار نموذج المعادلة الهيكلية المناسب، مما يشير إلى الدعم العام لتقدم النموذج. ومع ذلك، كان هناك دعم في حالة واحدة فقط لدور الوساطة لدافع حماية الخصوصية عبر الإنترنت. في هذه الحالة، أدى الوعي بالكشف عن المعلومات عبر الإنترنت إلى تأثير المعلومات المسروقة على إدارة جهات الاتصال. كان لدافع الحماية الآخر - المخاوف المتعلقة بالخصوصية عبر الإنترنت - تأثيرات أقوى على سلوكيات حماية الخصوصية الأربعة عبر الإنترنت.

دراسة (Belanger, 2019) بعنوان:

التعامل مع الآثار الرقمية: فهم السلوكيات الوقائية على الأجهزة المحمولة

Dealing with digital traces: Understanding protective behaviors on mobile devices

مع تزايد الرقمنة، يتم جمع المزيد والمزيد من المعلومات من الأفراد والمنظمات، مما يؤدي إلى العديد من المخاوف المتعلقة بالخصوصية. وتتفاقم هذه المخاطر بشكل أكبر في عالم الهاتف المحمول حيث يمكن أن يتم جمع البيانات بشكل مستمر وفي كل مكان. عندما يستخدم الأفراد أجهزتهم الخاصة في إعدادات العمل، تصبح هذه المشكلات مصدر قلق

للمؤسسة أيضًا. والسؤال إذن هو كيفية التأكد من قيام الأفراد بسلوكيات حماية المعلومات المناسبة على الأجهزة المحمولة. في هذا البحث، قمنا بتطوير نموذج لحماية معلومات الهاتف المحمول استنادًا إلى تكامل نظرية السلوك المخطط وأدبيات خصوصية المعلومات لاستكشاف سوابق موقف الأفراد تجاه مشاركة المعلومات على أجهزتهم المحمولة، ونواياهم في استخدام إعدادات الحماية. وممارساتهم الفعلية. تم اختبار النموذج ببيانات من 228 مستخدمًا لـ iPhone. تشير النتائج إلى أن نية حماية معلومات الهاتف المحمول تؤدي إلى ممارسة إعدادات الخصوصية الفعلية، وأن الموقف تجاه مشاركة المعلومات والكفاءة الذاتية لحماية خصوصية الهاتف المحمول يؤثر على هذه النية. تشمل محددات الموقف تجاه مشاركة المعلومات الاهتمام بخصوصية الهاتف المحمول والثقة في منصة الهاتف المحمول. وأخيرًا، ترتبط تجربة الغزو السابقة بمخاوف الخصوصية. توفر هذه النتائج نظرة ثاقبة للعوامل التي يمكن استهدافها لتعزيز الإجراءات الوقائية للأفراد للحد من كمية المعلومات الرقمية التي يشاركونها عبر هواتفهم الذكية.

دراسة (Baker-Eveleth، 2021) بعنوان:

فهم سلوكيات حماية الخصوصية لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي

Understanding social media users' privacy-protection behaviors

تهدف الدراسة إلى تحديد الأدوار التي تلعبها تجارب الخصوصية ووسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على سلوكيات حماية الخصوصية. مع توسع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين والوظائف؛ من المهم فهم سلوكيات حماية خصوصية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي والأسس النفسية للمستخدمين التي تحرك تلك السلوكيات. ومن بين هذه التصورات، تقييم المستخدمين لمخاوف الخصوصية الخاصة بهم وفوائد مشاركة البيانات المتأصلة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتي تؤثر على سلوكيات المستخدمين لحماية خصوصيتهم. التصميم/المنهجية/المنهج للبحث في هذه القضايا، تم تطوير نموذج نظري وفرضيات، بناءً على نظرية الكفاءة الذاتية. تم اختبار النموذج النظري تجريبيًا باستخدام 193 إجابة استبيان تم جمعها من الطلاب المسجلين في دورات إدارة الأعمال في جامعة متوسطة الحجم في غرب الولايات المتحدة الأمريكية. أفاد جميع المشاركين أنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل روتيني. تم إجراء التحليل التجريبي باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية في الإصدار 9.4 من PC SAS، النتائج: يشير تقدير المسارات في النموذج الهيكلي إلى أن المخاوف المتعلقة بالخصوصية تؤثر بشكل إيجابي على سلوكيات الحماية لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بينما تؤثر الفوائد المتصورة لمشاركة

البيانات سلبًا على سلوكيات الحماية. تؤثر تجربة الخصوصية بشكل إيجابي على المخاوف المتعلقة بالخصوصية. وبدلاً من ذلك، يؤثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي على الكفاءة الذاتية لوسائل التواصل الاجتماعي وفائدتها الملموسة، والتي بدورها لها تأثيرات ذات معنى على فوائد مشاركة البيانات. الأصالة/القيمة النتائج السابقة حول تأثير الكفاءة الذاتية على سلوكيات الحماية لم تكن حاسمة. تضيف هذه الدراسة بعض الوضوح. وعلى وجه التحديد، تشير النتائج إلى أن التأثير يعتمد على بؤر الكفاءة الذاتية. في حين أن ارتفاع الكفاءة الذاتية فيما يتعلق باستخدام الميزات المتعلقة بالخصوصية لتكنولوجيا معينة يميل إلى أن يؤدي إلى مزيد من المخاوف المتعلقة بالخصوصية، يبدو أن الكفاءة الذاتية الأعلى فيما يتعلق بالتكنولوجيا الأكثر عمومية (مثل وسائل التواصل الاجتماعي والكمبيوتر) تؤثر على سلوكيات الحماية من خلال إدراكها. فوائد. علاوة على ذلك، تقدم نتائج هذه الدراسة استنتاجات حول الأدوار التي تلعبها تجارب الخصوصية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وفوائد وسائل التواصل الاجتماعي المتصورة في التأثير على سلوكيات الحماية.

دراسة (Quach، 2022) بعنوان:

التقنيات الرقمية: التوترات في الخصوصية والبيانات

Digital technologies: tensions in privacy and data

أحدثت التقنيات الرقمية تحولًا في المشهد التسويقي. وبالتوازي مع ذلك، أدت المخاوف الكبيرة المتعلقة بالخصوصية إلى زعزعة العلاقات بين المستهلكين والشركات، الأمر الذي أدى إلى إحداث تغييرات في كل من التدخلات التنظيمية وسلوكيات حماية الخصوصية لدى الأشخاص. من خلال تحليل شامل للتقنيات الرقمية واستراتيجية البيانات المستنيرة بنظرية الهيكل وأدبيات الخصوصية، يعتبر المؤلفون أن توترات الخصوصية هي نتاج للتفاعلات بين الشركة والمستهلك، والتي تسهلها التقنيات الرقمية. وينطوي هذا المنظور بدوره على استجابات متميزة من جانب المستهلكين والهيئات التنظيمية والشركات فيما يتعلق بحماية البيانات. من خلال دمج وجهات نظر مختلفة، يقترح المؤلفون ثلاثة مبادئ وسبعة مقترحات، مدعومة برؤى المقابلات من كبار المديرين ومخبري المستهلكين، والتي تخلق أساسًا لفهم آثار التكنولوجيا الرقمية على أداء الشركات في سياقات تتميز بتزايد مخاوف الخصوصية والتداعيات القانونية. وعلى أساس هذا الإطار المفاهيمي، يقترحون أيضًا تصنيفًا لاستراتيجية البيانات عبر وظيفتين استراتيجيتين رئيسيتين للتكنولوجيات الرقمية: تسهيل البيانات ومشاركة البيانات. والنتيجة هي أربعة أنواع متميزة من الشركات، التي تنخرط في سلوكيات

متباينة في النظام البيئي الأوسع فيما يتعلق بقضايا الخصوصية. توفر هذه المقالة أيضًا توجيهات للبحث، وفقًا لتوليفة النتائج من المنظورين الأكاديمي والعملي.

دراسة (Chen S، 2022) بعنوان:

بحث حول آلية تأثير تجارب انتهاك الخصوصية مع نوايا حماية الخصوصية في سياقات وسائل التواصل الاجتماعي: التركيز التنظيمي كوسيط

Research on the influence mechanism of privacy invasion experiences with privacy protection intentions in social media contexts: Regulatory focus as the moderator

في السنوات الأخيرة، كان هناك العديد من حوادث انتهاك الخصوصية عبر الإنترنت بسبب تسرب المعلومات الشخصية لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، ومع ذلك يبدو أن هناك ميل لدى المستخدمين إلى الإرهاق عندما يتعلق الأمر بحماية الخصوصية، مما يؤدي إلى المزيد من انتهاكات الخصوصية وبشكل حلقة مفرغة. لقد درست دراسات قليلة تأثير تجارب انتهاك خصوصية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي على نيتهم في حماية الخصوصية. غالبًا ما يتم تطبيق نظرية دوافع الحماية على أبحاث حماية الخصوصية. ومع ذلك، فقد اقترح أنه يمكن تحسين النظرية من خلال إدخال العوامل العاطفية الفردية، ولا يوجد بحث تجريبي في هذا المجال. وجد تحليل لعينة مكونة من 4800 من الصين أن: (1) تجارب انتهاك الخصوصية السابقة لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تزيد من نيتهم في حماية الخصوصية. يتم التوسط في هذه العملية من خلال تكاليف الاستجابة وإرهاق الخصوصية. (2) يلعب إرهاق الخصوصية تأثيرًا مخفيًا، أي أن زيادة تجارب انتهاك الخصوصية وتكاليف الاستجابة ستزيد من إجهاد الخصوصية لدى الأفراد، كما أن الشعور بإرهاق الخصوصية يقلل بشكل كبير من رغبة الأفراد في حماية خصوصيتهم. (3) الأفراد الذين يركزون على الترويج هم أقل عرضة للشعور بإرهاق الخصوصية من أولئك الذين يركزون على الوقاية. باختصار، إن هذا الاتجاه المتمثل في "الاستلقاء" فيما يتعلق بحماية خصوصية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يرجع إلى العامل الرئيسي المتمثل في "إرهاق الخصوصية"، ويمكن استخدام السمة النفسية للتركيز التنظيمي للتدخل في تطور إجهاد الخصوصية. تعمل هذه الدراسة على توسيع نطاق البحث حول حماية الخصوصية ونظرية التركيز التنظيمي، وتنقي نظرية دوافع الحماية، وتوسع الدراسة التجريبية لإرهاق الخصوصية؛ تفيد النتائج أيضًا في الحوكمة العملية لخصوصية الشبكات الاجتماعية.

دراسة (Kalem، 2022) بعنوان:

تأثير سلوكيات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي على تهديدات الأمن والخصوصية

The Effect of Social Media User Behaviors on Security and Privacy Threats

يتزايد عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي (OSN) يوميًا، وتزايد الهجمات والتهديدات ضد الوقت الذي يقضيه المستخدمون على شبكات الإنترنت بشكل متساوٍ. لا تستغل الهجمات ضد مستخدمي OSN نقاط الضعف في النظام فحسب، بل تستغل أيضًا الثغرات التي يسببها المستخدم، والتي تؤثر بشكل طبيعي على استراتيجية هجوم المتسلل أيضًا. تم تصميم هذه الدراسة لمعرفة تأثير سلوكيات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى ضعفهم فيما يتعلق بالأمن والخصوصية. اعتمدت الدراسة على أساليب المسح، والتي تم تطبيقها على مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في دولتين – تركيا والعراق. تقوم هذه الدراسة بتوثيق وتحليل سلوكيات 700 من مستخدمي OSN في بلدين. تبحث هذه الدراسة في سلوكيات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من جنسيتين، وتبحث فيما إذا كانت هناك علاقة بين سلوكيات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وتهديدات الأمن والخصوصية. تظهر نتائج الأبحاث أن هناك علاقة مهمة بين سلوكيات مستخدمي OSN ومواقفهم تجاه الأمن والخصوصية. بالإضافة إلى ذلك، يهتم مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي الأتراك بسلوكياتهم فيما يتعلق بالخصوصية والوعي الأمني أكثر من المستخدمين العراقيين.

دراسة (Mosteller، 2022) بعنوان:

للمشاركة والحماية: استخدام نظرية التركيز التنظيمي لفحص مفارقة الخصوصية لتفاعل المستهلكين مع وسائل

التواصل الاجتماعي وسلوكيات حماية الخصوصية عبر الإنترنت

To Share and Protect: Using Regulatory Focus Theory to Examine the Privacy Paradox of

Consumers' Social Media Engagement and Online Privacy Protection Behaviors

غالبًا ما تُعلم المعلومات الشخصية للمستهلكين الجهود التسويقية التي يبذلها تجار التجزئة من حيث خلق القيمة في السوق عبر الإنترنت. تبحث هذه الدراسة في أربعة عوامل تتعلق بمشاركة المستهلكين في وسائل التواصل الاجتماعي وسلوكيات حماية الخصوصية عبر الإنترنت. تشرح نظريات التركيز التنظيمي والتبادل الاجتماعي والعلاقات التسويقية

نموذج مشاركة وحماية المعلومات الشخصية للمستهلك عبر الإنترنت الذي تم تطويره. شارك المستهلكون الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و64 عامًا في جميع أنحاء الولايات المتحدة في هذا البحث الاستقصائي. تشير النتائج إلى أنه في حين أن تجربة انتهاك الخصوصية الشخصية والتحكم الثانوي المتصور في المعلومات الشخصية للفرد هي سوابق مؤثرة، فإن مخاوف الخصوصية والثقة في مواقع التواصل الاجتماعي تتوسط كل منهما على التوالي. تشير النتائج إلى أن السلوكيات المتعلقة بالترويج والمنع فيما يتعلق بالمعلومات الشخصية تتماشى مع توجهات السوابق، مما يشير إلى أن نظرية التركيز التنظيمي تبشر بالخير لفحص مفارقة الخصوصية. نختتم بتطوير مصفوفة تدمج التركيز التنظيمي ونظريات التبادل الاجتماعي لتوجيه البحوث المستقبلية.

دراسة (Ho، 2023) بعنوان:

تأثيرات الخصوصية وانتهاكات البيانات على الإفصاح عن الذات لدى المستهلكين عبر الإنترنت، وسلوك الحماية، وتكافؤ الرسائل

The Effects of Privacy and Data Breaches on Consumers' Online Self-Disclosure, Protection Behavior, and Message Valence

تبحث هذه الدراسة في الفوائد والمخاطر المتصورة لمستخدمي فيسبوك فيما يتعلق بالكشف عن أنفسهم، واحتمال سلوك الحماية وتكافؤ الرسائل قبل وأثناء وبعد فضيحة خرق البيانات. تم استخدام إطار عمل يعتمد على نظرية دوافع الحماية لاختبار هذه العلاقات مع الثقة كوسيط. تم اختبار النموذج باستخدام بيانات من ثلاث دراسات استقصائية وطنية لهيئة المستهلكين. تظهر النتائج أنه على الرغم من وجود ثبات زمني في بنية النموذج، فإن مستخدمي فيسبوك أكثر حذرًا تجاه المخاطر ومن المرجح أن يشاركوا في سلوك الحماية بسبب اختراق البيانات. ومع ذلك، من المرجح أيضًا أن يزن المستخدمون فوائد وسائل التواصل الاجتماعي أعلى من المخاطر المتصورة، مما يدعم مفارقة خصوصية المستهلك. وتناقش الآثار المترتبة على هذه الدراسة مثل حماية المستهلك، وقوانين الخصوصية، والسياسات، واللوائح الخاصة، والعامة.

التعليق على الدراسات السابقة:

- الإجماع على تأثير الاعلام الرقمي على المجتمع بشكل عام.
- الاعلام الرقمي يمكن أن يؤثر بشكل كبير على سلوكيات المستخدمين في حماية بياناتهم الشخصية.
- تزيد وسائل التواصل الاجتماعي من مخاطر تسريب البيانات الشخصية نظراً للكم الهائل من المعلومات التي يتم تبادلها عبر هذه القنوات.
- تزيد الإعلانات المستهدفة وجمع البيانات الشخصية من قلق المستخدمين بشأن خصوصيتهم.
- يجب على الشركات والمنصات الرقمية أن تضع سياسات وإجراءات واضحة لحماية بيانات المستخدمين وضمان خصوصيتها.

مشكلة الدراسة:

1. زيادة التهديدات الرقمية وتنوعها

تعد زيادة التهديدات الرقمية وتنوعها من أبرز المشاكل التي تؤثر على سلوكيات المستخدمين في حماية بياناتهم الشخصية. في عصر التكنولوجيا الرقمية، يواجه الأفراد تهديدات مستمرة من قبل المهاجمين السيبرانيين الذين يستخدمون تقنيات متقدمة لاختراق البيانات وسرقتها. تشمل هذه التهديدات التصيد الإلكتروني، والبرمجيات الخبيثة، والهجمات المستهدفة على الحسابات الشخصية. يعقد هذا التنوع من التهديدات قدرة المستخدمين على حماية بياناتهم بشكل فعال، إذ يحتاجون إلى مواكبة التطورات التكنولوجية وفهم كيفية تطبيق الإجراءات الأمنية المناسبة.

2. التباين في مستويات الوعي الرقمي

يوجد تفاوت كبير في مستويات الوعي الرقمي بين مختلف الفئات العمرية والاجتماعية. بينما قد يكون لدى الشباب وعياً أكبر بالمخاطر الرقمية نتيجة لتعرضهم المستمر للتكنولوجيا والاعلام الرقمي، قد تكون الفئات الأكبر سناً أقل إدراكاً لهذه المخاطر وأقل استعداداً لتبني إجراءات الأمان الرقمي. هذا التباين يعزز من صعوبة نشر الوعي

حول أهمية حماية البيانات الشخصية، ويتطلب استراتيجيات توعوية تستهدف جميع الفئات بشكل متساوٍ لضمان الوصول إلى كل مستخدم.

3. الإرهاق المعلوماتي والارتباك

يتعرض المستخدمون لكم هائل من المعلومات والإرشادات حول حماية البيانات الشخصية من خلال الإعلام الرقمي. يمكن أن يؤدي هذا الكم الهائل من المعلومات إلى شعور المستخدمين بالإرهاق والارتباك، مما يجعلهم غير قادرين على تحديد الإجراءات الصحيحة التي يجب اتخاذها. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تكون بعض الإرشادات متضاربة أو غير دقيقة، مما يزيد من تعقيد عملية اتخاذ القرارات الأمنية الصحيحة.

4. التأثير النفسي والاجتماعي

الخوف من فقدان البيانات أو التعرض للانتهاك يمكن أن يؤثر بشكل كبير على سلوكيات المستخدمين. في بعض الأحيان، يمكن أن يدفع هذا الخوف الأفراد إلى اتخاذ إجراءات مفرطة أو عشوائية لحماية بياناتهم، بينما قد يؤدي الشعور بالثقة الزائدة أو الاستهانة بالمخاطر إلى إهمال تطبيق الإجراءات الأساسية للأمان الرقمي. يؤكد هذا البعد النفسي والاجتماعي على أهمية توفير دعم نفسي وتوعية شاملة لتعزيز سلوكيات الأمان الرقمي بين المستخدمين.

5. دور الإعلام الرقمي في التوعية والتثقيف

يمكن للإعلام الرقمي أن يكون أداة فعالة لنشر الوعي حول حماية البيانات الشخصية، ولكن مدى فعاليته يعتمد على كيفية تقديم المعلومات واستجابة المستخدمين لها. من خلال الحملات، الفيديوهات، والمحاضرات، كما يمكن للإعلام الرقمي أن يقدم نصائح وإرشادات حول كيفية تأمين الحسابات الشخصية، استخدام كلمات مرور قوية، وتجنب الروابط المشبوهة. ومع ذلك، فإن التحدي يكمن في كيفية جذب انتباه المستخدمين وتحفيزهم على تنفيذ هذه الإرشادات بشكل فعلي.

6. التفاعل المجتمعي والدعم التكنولوجي

التفاعل المجتمعي والدعم التكنولوجي يلعبان دوراً مهماً في تشكيل سلوكيات المستخدمين. ويمكن للنقاشات والمشاركة المجتمعية حول قضايا الأمان الرقمي وخصوصية البيانات أن تعزز الوعي الجماعي وتشجع الأفراد على

تبنى سلوكيات أكثر أماناً. بالإضافة إلى ذلك، يتطلب توفير بيئة رقمية آمنة وموثوقة تعاوناً بين المؤسسات التعليمية، الجهات الحكومية، والشركات التكنولوجية لضمان توفير الدعم التكنولوجي المناسب والإرشادات الأمنية الفعالة.

7. تحديات تنفيذ السياسات والإجراءات الأمنية

تنفيذ سياسات وإجراءات الأمان يشكل تحدياً كبيراً للمستخدمين نظراً للتعقيدات التكنولوجية والتطورات المستمرة في مجال الأمان الرقمي. قد يصعب على المستخدمين تطبيق الإرشادات الأمنية بشكل صحيح أو يجدون الإجراءات معقدة وغير مناسبة لاحتياجاتهم اليومية. لذلك، يجب تطوير سياسات أمان رقمي فعالة تكون سهلة الفهم والتطبيق من قبل المستخدمين العاديين.

تشكل مشكلة تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات المستخدمين في حماية بياناتهم الشخصية تحدياً معقداً يتطلب نهجاً متعدد الجوانب يشمل تعزيز الوعي، تقديم إرشادات دقيقة، وتطوير سياسات أمان رقمي فعالة. يتطلب حل هذه المشكلة تعاوناً بين جميع الجهات المعنية لضمان توفير بيئة رقمية آمنة وموثوقة يمكن للمستخدمين من خلالها حماية بياناتهم الشخصية بفعالية.

أهمية الدراسة:

1. تعزيز الوعي بأهمية حماية البيانات الشخصية

تأتي أهمية هذه الدراسة من الحاجة الملحة لتعزيز وعي الأفراد بأهمية حماية بياناتهم الشخصية في العصر الرقمي. مع تزايد الاعتماد على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، بات الأفراد يشاركون معلوماتهم الشخصية على نطاق واسع، مما يعرضهم لمخاطر كبيرة من حيث الاختراقات والانتهاكات الأمنية. تسلط هذه الدراسة الضوء على الدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام الرقمي في توعية المستخدمين بضرورة اتخاذ إجراءات وقائية لحماية بياناتهم، وبالتالي تقليل احتمالية تعرضهم للانتهاكات الرقمية.

2. تحليل سلوكيات المستخدمين وتأثير الإعلام الرقمي

تقدم هذه الدراسة فهماً عميقاً لسلوكيات المستخدمين تجاه حماية بياناتهم الشخصية، وكيفية تأثير الإعلام الرقمي على هذه السلوكيات. من خلال دراسة أنماط التفاعل مع المحتوى الرقمي المتعلق بالأمان السيبراني، يمكن

تحديد العوامل التي تحفز المستخدمين على اتخاذ إجراءات لحماية بياناتهم. هذا الفهم يساعد على تطوير استراتيجيات توعوية أكثر فعالية، تستهدف تعزيز السلوكيات الإيجابية في مجال حماية البيانات الشخصية.

3. تطوير استراتيجيات توعوية فعالة

تساهم هذه الدراسة في تطوير استراتيجيات توعوية تعتمد على فهم تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات المستخدمين. من خلال تحليل البيانات المستمدة من الدراسة، يمكن تحديد أكثر الوسائل الإعلامية فعالية في نشر الوعي حول حماية البيانات الشخصية. على سبيل المثال، يمكن تحديد نوع المحتوى الذي يلقي استجابة أكبر من المستخدمين، مثل الفيديوهات التوعوية أو المقالات التفصيلية، وبالتالي تحسين حملات التوعية لتحقيق أقصى قدر من التأثير.

4. تقديم توصيات للسياسات العامة

يمكن أن تساهم نتائج هذه الدراسة في توجيه السياسات العامة المتعلقة بالأمان الرقمي وحماية البيانات الشخصية. من خلال تقديم توصيات مبنية على تحليل دقيق لسلوكيات المستخدمين وتأثير الإعلام الرقمي، يمكن للحكومات والهيئات التنظيمية تطوير سياسات وقوانين أكثر فعالية لحماية البيانات الشخصية. هذه التوصيات يمكن أن تشمل تحسينات في التشريعات الحالية، وتطوير مبادرات جديدة لتعزيز الأمان الرقمي على مستوى المجتمع بأسره.

5. تأثير الدراسة على التعليم والتدريب

يمكن أن تؤثر نتائج هذه الدراسة بشكل إيجابي على برامج التعليم والتدريب المتعلقة بالأمان الرقمي. من خلال تقديم رؤى واضحة حول كيفية تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات حماية البيانات الشخصية، يمكن للمؤسسات التعليمية تطوير مناهج تعليمية تتضمن مهارات الأمان الرقمي كجزء أساسي من التعليم العام. هذا يمكن أن يساعد في إعداد الأجيال القادمة لمواجهة التحديات الرقمية بفعالية، وتعزيز ثقافة الأمان الرقمي في المجتمع.

6. تحسين التفاعل المجتمعي والدعم التكنولوجي

تسهم هذه الدراسة في تعزيز التفاعل المجتمعي والدعم التكنولوجي لحماية البيانات الشخصية. من خلال نشر الوعي بأهمية حماية البيانات وتعزيز سلوكيات الأمان الرقمي، يمكن للمجتمع بأسره أن يصبح أكثر وعياً بالمخاطر المرتبطة بالتكنولوجيا الرقمية. هذا الوعي الجماعي يمكن أن يؤدي إلى تطوير بيئة رقمية أكثر أماناً، حيث يتعاون الأفراد والمؤسسات على تعزيز الأمان الرقمي من خلال تبادل المعرفة والدعم المستمر.

7. مواجهة التحديات النفسية والاجتماعية

تقدم الدراسة أيضاً فهماً أفضل للتحديات النفسية والاجتماعية التي تواجه المستخدمين فيما يتعلق بحماية بياناتهم الشخصية. من خلال تحليل الأبعاد النفسية والاجتماعية لسلوكيات الأمان الرقمي، يمكن تطوير استراتيجيات لدعم الأفراد في التعامل مع المخاوف المرتبطة بالأمان الرقمي. هذا يشمل توفير الدعم النفسي والتوجيه الشخصي لتعزيز الثقة والقدرة على اتخاذ قرارات أمنية صحيحة.

تشكل دراسة تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات المستخدمين في حماية بياناتهم الشخصية أهمية كبيرة في عصرنا الحالي، حيث تزداد المخاطر الرقمية والتحديات المرتبطة بحماية البيانات الشخصية. من خلال هذه الدراسة، يمكن تعزيز الوعي بأهمية الأمان الرقمي، تطوير استراتيجيات توعوية فعالة، توجيه السياسات العامة، وتحسين برامج التعليم والتدريب. كما تسهم الدراسة في تحسين التفاعل المجتمعي والدعم التكنولوجي، ومواجهة التحديات النفسية والاجتماعية المرتبطة بالأمان الرقمي، مما يعزز بشكل عام من قدرة الأفراد على حماية بياناتهم الشخصية بفعالية في العصر الرقمي.

أهداف الدراسة:

1. تحليل دور الإعلام الرقمي في زيادة الوعي بأهمية حماية البيانات الشخصية
2. تقييم سلوكيات المستخدمين استجابة للمحتوى الإعلامي الرقمي
3. تحديد الفجوات في الوعي الرقمي بين الفئات المختلفة
4. تطوير استراتيجيات توعوية مخصصة لتحسين الأمان الرقمي
5. تقديم توصيات لتحسين سياسات الأمان الرقمي

6. فهم التأثير النفسي والاجتماعي للإعلام الرقمي على الأمان الرقمي

7. قياس فعالية الحملات التوعوية الرقمية

تساؤلات الدراسة:

السؤال الرئيسي للدراسة

- كيف يؤثر الإعلام الرقمي على سلوكيات المستخدمين في حماية بياناتهم الشخصية؟

الأسئلة الفرعية للدراسة

- ما مدى تأثير محتوى الإعلام الرقمي على مستوى وعي المستخدمين بأهمية حماية بياناتهم الشخصية؟
- ما هي أنواع الوسائط الرقمية الأكثر فعالية في تعزيز سلوكيات حماية البيانات الشخصية بين المستخدمين؟
- كيف تتفاوت سلوكيات حماية البيانات الشخصية بين الفئات العمرية والاجتماعية المختلفة عند تعرضها للإعلام الرقمي؟
- ما هي العوامل النفسية والاجتماعية التي تؤثر على استجابة المستخدمين للإعلام الرقمي المتعلق بحماية البيانات الشخصية؟
- ما مدى فعالية الحملات التوعوية الرقمية الحالية في تغيير سلوكيات المستخدمين نحو حماية بياناتهم الشخصية؟
- ما هي التحديات التي يواجهها المستخدمون في فهم وتطبيق إجراءات حماية البيانات الشخصية التي يتم الترويج لها عبر الإعلام الرقمي؟
- كيف يمكن تحسين استراتيجيات التوعية الرقمية لتعزيز حماية البيانات الشخصية بين المستخدمين؟

مفاهيم الدراسة:

➤ الإعلام الرقمي (Digital Media)

يشمل كل أشكال الإعلام التي يتم نقلها عبر الإنترنت أو الشبكات الرقمية. يمكن أن يتضمن الإعلام الرقمي المواقع الإلكترونية، وسائل التواصل الاجتماعي، المدونات، الفيديوهات، البودكاست، والبريد الإلكتروني، وغيرها.

➤ حماية البيانات الشخصية (Personal Data Protection)

تشير إلى الإجراءات والتقنيات المستخدمة لحماية المعلومات الشخصية للمستخدمين من الوصول غير المصرح به، التعديل، الكشف، أو التدمير. تشمل البيانات الشخصية على أي معلومات تتعلق بفرد معين، مثل الاسم، العنوان، رقم الهاتف، البريد الإلكتروني، والمعلومات المالية.

➤ سلوكيات المستخدمين (User Behaviors)

تشير إلى الطريقة التي يتفاعل بها المستخدمون مع التكنولوجيا والخدمات الرقمية، بما في ذلك كيفية إدارة بياناتهم الشخصية، ومدى الوعي بالمخاطر المتعلقة بالخصوصية، والاستجابة للتدابير الأمنية.

➤ الوعي بالخصوصية (Privacy Awareness)

يمثل مدى معرفة المستخدمين بالقضايا المتعلقة بالخصوصية وحماية البيانات الشخصية. يشمل ذلك فهم المستخدمين للتحديات والمخاطر المرتبطة بمشاركة المعلومات الشخصية عبر الإنترنت.

➤ الأمن السيبراني (Cybersecurity)

يتعلق بحماية الأنظمة، الشبكات، والبرامج من الهجمات الرقمية التي تهدف إلى الوصول إلى المعلومات الحساسة، تغييرها، أو تدميرها. يتضمن ذلك أيضاً حماية المستخدمين من الاختراقات والتهديدات الإلكترونية.

➤ التكنولوجيا الحديثة (Modern Technology)

تشمل الأدوات والتقنيات التي تساهم في نشر الإعلام الرقمي وحماية البيانات، مثل التشفير، برامج الحماية من الفيروسات، الجدران النارية، والتحقق الثنائي.

➤ التفاعل مع الإعلام الرقمي (Interaction with Digital Media)

يعني كيفية تعامل المستخدمين مع المنصات الرقمية واستهلاكهم للمحتوى الرقمي، مثل كيفية قراءة الأخبار، التفاعل مع الإعلانات، والمشاركة في شبكات التواصل الاجتماعي.

➤ التشريعات والقوانين (Legislation and Regulations)

تشمل القوانين والتشريعات التي تهدف إلى حماية بيانات المستخدمين على الإنترنت، مثل قوانين حماية البيانات العامة (GDPR) في الاتحاد الأوروبي، وقوانين الخصوصية الأخرى في مختلف الدول.

فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية للدراسة:

أ. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين تعرض المستخدمين للإعلام الرقمي وسلوكياتهم في حماية بياناتهم الشخصية.

الفرضيات الفرعية للدراسة:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين مستوى وعي المستخدمين بأهمية حماية البيانات الشخصية ومحتوى الإعلام الرقمي الذي يتعرضون له.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين نوع الوسائط الرقمية المستخدمة وسلوكيات حماية البيانات الشخصية بين المستخدمين.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين الفئات العمرية والاجتماعية المختلفة واستجابتها لمحتوى الإعلام الرقمي المتعلق بحماية البيانات الشخصية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين العوامل النفسية والاجتماعية وسلوكيات حماية البيانات الشخصية عند تعرض المستخدمين للإعلام الرقمي.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين فعالية الحملات التوعوية الرقمية وتغيير سلوكيات المستخدمين نحو حماية بياناتهم الشخصية.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التحديات التي يواجهها المستخدمون في فهم وتطبيق إجراءات حماية البيانات الشخصية والإعلام الرقمي.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين تحسين استراتيجيات التوعية الرقمية وسلوكيات حماية البيانات الشخصية بين المستخدمين.

الإطار النظري:

• نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory)

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع إحدى النظريات الأساسية لفهم كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام. هذه النظرية تفترض أن الأفراد يتوجهون إلى وسائل الإعلام لتحقيق حاجاتهم ورغباتهم الشخصية، مما يؤدي إلى تأثيرات محددة على سلوكياتهم واتجاهاتهم. في سياق هذه الدراسة، يتم استخدام هذه النظرية لفهم كيف يمكن للمستخدمين أن يبحثوا عن معلومات تتعلق بحماية البيانات الشخصية عبر الإعلام الرقمي، وكيف يمكن لهذه المعلومات أن تلبى احتياجاتهم للأمان والخصوصية، وبالتالي تحفزهم على تبني سلوكيات حماية البيانات (Kamboj، 2019).

i. دوافع استخدام الإعلام الرقمي

وفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباع، يستخدم الأفراد وسائل الإعلام لتحقيق مجموعة متنوعة من الإشباعات والدوافع، مثل البحث عن المعلومات، الترفيه، التواصل الاجتماعي، والتعلم. في سياق حماية البيانات الشخصية، يمكن تحديد مجموعة من الدوافع الرئيسية التي قد تدفع المستخدمين لاستخدام الإعلام الرقمي:

ii. تأثيرات الإعلام الرقمي على سلوكيات المستخدمين

نظرية الاستخدامات والإشباع تبرز أن الإعلام الرقمي لا يلبي فقط احتياجات المستخدمين، بل يؤثر أيضاً على سلوكياتهم واتجاهاتهم. فيما يلي كيفية تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات حماية البيانات الشخصية:

1. زيادة الوعي والمعرفة:

الإعلام الرقمي يوفر محتوى تعليمي يمكن أن يزيد من وعي المستخدمين بأهمية حماية البيانات الشخصية والمخاطر المرتبطة بإهمال هذا الجانب. من خلال الوصول إلى مقالات توعوية وفيديوهات تعليمية، يصبح المستخدمون أكثر إدراكًا للتهديدات الرقمية وأهمية اتخاذ إجراءات وقائية.

2. تعزيز السلوكيات الإيجابية:

من خلال تقديم نماذج سلوكية إيجابية ونصائح عملية، يمكن للإعلام الرقمي أن يشجع المستخدمين على تبني سلوكيات أمان أكثر فاعلية، مثل تحديث كلمات المرور بانتظام، استخدام برامج مكافحة الفيروسات، والتحقق من إعدادات الخصوصية على وسائل التواصل الاجتماعي.

3. تغيير الاتجاهات والمواقف:

يمكن للإعلام الرقمي أن يغير من مواقف المستخدمين تجاه حماية البيانات الشخصية. من خلال التوعية بالمخاطر والتحديات، يمكن أن تتحول نظرة المستخدمين من اللامبالاة إلى الجدية والاهتمام بحماية بياناتهم.

4. تقديم أدوات وموارد:

الإعلام الرقمي لا يقدم فقط معلومات ونصائح، بل يوفر أيضًا أدوات وموارد تساعد المستخدمين في تنفيذ ممارسات الأمان. مثل الروابط لتحميل برامج الأمان، نصائح حول إعدادات الخصوصية، وتوجيهات حول كيفية استخدام التكنولوجيا بشكل آمن (Gao، 2023).

• نظرية التعلم الاجتماعي

تنص نظرية التعلم الاجتماعي على أن الأفراد يتعلمون من خلال ملاحظة سلوكيات الآخرين، خاصةً عندما يتعلق الأمر بالسلوكيات الاجتماعية. الإعلام الرقمي يقدم مجموعة واسعة من المحتويات التي يمكن أن تؤثر على سلوكيات المستخدمين من خلال نماذج التعليم والمثاليات. في هذا السياق، يمكن أن يتعلم المستخدمون من خلال مشاهدة فيديوهات تعليمية، وقراءة مقالات توعوية، ومتابعة تجارب الآخرين حول كيفية حماية بياناتهم الشخصية. هذه النظرية تسلط الضوء على أهمية الإعلام الرقمي في تقديم نماذج إيجابية وتعليم المستخدمين سلوكيات حماية البيانات (Abbas، 2019).

i. المبادئ الأساسية لنظرية التعلم الاجتماعي

تنطلق نظرية التعلم الاجتماعي من عدة مبادئ أساسية:

- يتم تعلم السلوكيات عن طريق مراقبة الآخرين وتقليدهم. في الإعلام الرقمي، يمكن للمستخدمين مشاهدة فيديوهات تعليمية، متابعة نصائح خبراء الأمن السيبراني، والاطلاع على تجارب الآخرين في حماية بياناتهم الشخصية.
- يعتمد التعلم على نماذج سلوكية يُحتذى بها. الإعلام الرقمي يوفر العديد من النماذج الإيجابية التي تعرض كيفية حماية البيانات الشخصية بفعالية.
- السلوكيات التي تُعزز بالمكافآت أو الثناء يتم تبنيها بشكل أكبر. في الإعلام الرقمي، يمكن تعزيز السلوكيات الجيدة من خلال التعليقات الإيجابية، المشاركة، والإعجاب بمحتوى التوعية الأمنية.
- تلعب الدافعية الذاتية دورًا كبيرًا في عملية التعلم. الإعلام الرقمي يمكن أن يعزز هذه الدافعية من خلال تقديم محتوى محفز وملهم يدفع المستخدمين لتبني سلوكيات حماية البيانات.

ii. تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات حماية البيانات الشخصية

استناداً إلى مبادئ نظرية التعلم الاجتماعي، يمكن تحليل تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات المستخدمين في حماية بياناتهم الشخصية من خلال النقاط التالية:

- يمكن للإعلام الرقمي أن يعرض فيديوهات تعليمية ومقالات تتناول كيفية حماية البيانات الشخصية، مما يسمح للمستخدمين بمراقبة الخطوات والإجراءات الأمنية وتعلمها. هذه المحتويات تقدم نماذج سلوكية يمكن تقليدها وتبنيها.
- يوفر الإعلام الرقمي نماذج من الخبراء والمستخدمين العاديين الذين يشاركون تجاربهم الناجحة في حماية البيانات. هذه النماذج تعمل كأمثلة يُحتذى بها وتساعد في تعزيز السلوكيات الأمنية بين المستخدمين.
- التعليقات الإيجابية والإعجابات والمشاركات على المحتوى الأمني تعمل كتعزيز اجتماعي للسلوكيات الجيدة. عندما يرى المستخدمون أن الآخرين يثنون على ممارساتهم الأمنية، فإن ذلك يشجعهم على الاستمرار في تبني هذه السلوكيات.

- الإعلام الرقمي يمكن أن يزيد من وعي المستخدمين بالمخاطر الأمنية وأهمية حماية البيانات الشخصية، مما يعزز الدافعية الذاتية لديهم لاتخاذ إجراءات وقائية. المحتويات المحفزة والملممة تعمل على رفع مستوى الاهتمام والالتزام بحماية البيانات.

- التفاعل مع المجتمعات الرقمية والمشاركة في المناقشات حول حماية البيانات الشخصية يعزز من التعلم الاجتماعي. المستخدمون يمكنهم تبادل النصائح والخبرات، مما يزيد من مستوى الوعي الجماعي ويشجع على تبني ممارسات أمان فعالة.

iii. تطبيقات نظرية التعلم الاجتماعي في الإعلام الرقمي

لتطبيق نظرية التعلم الاجتماعي بفعالية في الإعلام الرقمي لتعزيز سلوكيات حماية البيانات الشخصية، يمكن اتباع الخطوات التالية:

- إنشاء فيديوهات تعليمية، مقالات، وإنفوجرافيك تشرح بشكل واضح وسهل كيفية حماية البيانات الشخصية، مع التركيز على تقديم نماذج سلوكية يمكن للمستخدمين تقليدها.
- تسليط الضوء على قصص النجاح والنماذج الإيجابية لمستخدمين تمكنوا من حماية بياناتهم الشخصية بفعالية، مما يشجع الآخرين على اتباع نفس النهج.
- تشجيع المستخدمين على التفاعل مع المحتوى الأمني من خلال التعليقات والإعجابات والمشاركات، مما يعزز من الشعور بالمكافأة الاجتماعية للسلوكيات الجيدة.
- تقديم محتوى ملهم ومحفز يبرز أهمية حماية البيانات الشخصية ويشجع المستخدمين على تبني ممارسات أمان استباقية.
- إنشاء منصات ومجموعات تتيح للمستخدمين التفاعل وتبادل الخبرات والنصائح حول حماية البيانات، مما يعزز من التعلم الجماعي والتوعية المشتركة (Jaffar, 2019).

• نظرية الخوف

تعتمد نظرية الخوف على فكرة أن التهديدات المدركة يمكن أن تحفز الأفراد على اتخاذ إجراءات وقائية لتجنب هذه التهديدات. الإعلام الرقمي يمكن أن يلعب دورًا حاسمًا في إثارة الشعور بالخوف من خلال نشر معلومات حول مخاطر انتهاكات البيانات والهجمات السيبرانية. هذا الشعور بالخوف يمكن أن يدفع المستخدمين إلى اتخاذ خطوات لحماية

بياناتهم الشخصية، مثل استخدام كلمات مرور قوية وتفعيل التحقق بخطوتين. هذه النظرية تبرز أهمية استخدام الإعلام الرقمي لزيادة الوعي بالمخاطر وتشجيع المستخدمين على تبني ممارسات أمان أفضل (Sayed, 2022).

يعتبر الخوف من العوامل القوية التي تؤثر على السلوك البشري. عندما يتعرض الأفراد لمعلومات تثير الخوف بشأن مخاطر معينة، مثل سرقة الهوية أو الاحتيال الإلكتروني، يمكن أن يكونوا أكثر استعدادًا لاتخاذ إجراءات وقائية لحماية أنفسهم. في الإعلام الرقمي، تُستخدم رسائل الخوف بفعالية من خلال تقارير الأخبار، المقالات، الفيديوهات، وحتى الإعلانات التي تسلط الضوء على المخاطر الأمنية والتهديدات التي يمكن أن تواجه المستخدمين في حال لم يتخذوا التدابير اللازمة لحماية بياناتهم الشخصية.

في هذا السياق، يلعب مفهوم الخوف دورًا أساسيًا في توجيه المستخدمين نحو اتخاذ سلوكيات أكثر أمانًا. عندما يتعرض المستخدمون لمعلومات أو محتوى يبين خطرًا محتملاً كالاختراقات الإلكترونية وسوء استخدام البيانات الشخصية، يمكن أن يثير ذلك لديهم مشاعر القلق أو الخوف من الوقوع في هذه السيناريوهات الضارة.

هذه المشاعر يمكن أن تحفزهم لاتخاذ إجراءات وقائية، مثل تغيير كلمات المرور بانتظام، واستخدام برامج الحماية، وتفعيل إعدادات الخصوصية على أجهزتهم. بالتالي، يعتبر الخوف في هذا السياق آلية مهمة تعزز من سلوكيات الحماية للمستخدمين وتحفزهم على اتخاذ الخطوات الضرورية لتأمين بياناتهم وخصوصيتهم الشخصية.

الإعلام الرقمي يستخدم الخوف ليس فقط لإثارة الوعي بالمخاطر، ولكن أيضًا لتعزيز الإحساس بالقدرة على التحكم. في هذا السياق، تُظهر الرسائل الإعلامية أن الخطر حقيقي، ولكنه يمكن السيطرة عليه من خلال اتباع خطوات محددة. هذه الرسائل التي تجمع بين الخوف والحلول الفعالة تكون أكثر نجاحًا في تغيير السلوكيات. على سبيل المثال، قد تتضمن حملة إعلامية توعوية فيديو يشرح بالتفصيل كيفية تعرض البيانات الشخصية للاختراق، ويلي ذلك خطوات واضحة وسهلة التنفيذ لحماية البيانات، مثل استخدام برامج مكافحة الفيروسات وتفعيل التحقق بخطوتين. تلعب الوسائط الرقمية دورًا مزدوجًا في هذا السياق: فهي تنقل المخاطر بشكل مكثف ومباشر، لكنها في نفس الوقت توفر الموارد والأدوات اللازمة للمستخدمين لحماية أنفسهم. من خلال هذه الطريقة، يمكن أن يتحول الخوف إلى محفز إيجابي لتغيير السلوك. علاوة على ذلك، يمكن للإعلام الرقمي أن يعزز من فعالية رسائل الخوف من خلال تكرار الرسائل عبر منصات متعددة، مما يزيد من احتمالية تأثيرها على المستخدمين.

الخوف أيضًا يمكن أن يكون ذا تأثير متباين بناءً على مستوى الشعور بالخوف والتفاعل الشخصي مع الرسالة. إذا كان مستوى الخوف مرتفعًا جدًا، قد يؤدي ذلك إلى مشاعر العجز أو الإنكار بدلاً من التحفيز على اتخاذ إجراءات وقائية. لذلك، يجب أن تكون رسائل الخوف مصممة بعناية لتجنب الإفراط في التهويل والتركيز على الحلول العملية التي يمكن للمستخدمين تنفيذها بسهولة. يمكن للإعلام الرقمي أن يستفيد من العناصر البصرية والقصص الشخصية لجعل رسائل الخوف أكثر تأثيرًا. القصص الشخصية عن أشخاص تعرضوا لاختراق بياناتهم وكيف أثر ذلك على حياتهم يمكن أن تكون مؤثرة جدًا في إيصال الرسالة وزيادة مستوى الخوف بشكل يجعله محفزًا لتغيير السلوك (Subai, 2023).

الإطار المنهجي للدراسة:

• اختيار المنهجية

يعد المنهج المستخدم في هذا النوع من الدراسة بالمنهج الوصفي والمسح الميداني في موضوع الدراسة تأثير الاعلام الرقمي على سلوكيات المستخدمين في حماية بياناتهم الشخصية. ويسهم هذا النوع الوصفي في الحصول على معلومات وتصور الواقع الاجتماعي، ووضع التوصيات التي يمكن ان تساهم في صنع القرار وتحقق النتائج، وتماشيا مع نوع الدراسة ستعتمد الباحثين على منهج المسح الوصف الميداني الاجتماعي عبر جمع البيانات بنشر الاستبانة لعينة من المجتمع.

أدوات جمع البيانات ومقاييس الدراسة:

• استبيانات

استخدام استبيانات يعد وسيلة فعالة لجمع البيانات من المشاركين وفهم آرائهم وسلوكياتهم فيما يتعلق بحماية بياناتهم الشخصية عبر الإعلام الرقمي. يمكن تصميم الاستبيانات لتشمل أسئلة متعددة الخيارات أو أسئلة مفتوحة لتحديد السلوكيات المتوقعة ومدى تأثير الإعلام الرقمي عليها.

حدود الدراسة:

- الحدود البشرية

اجريت هذه الدراسة على (200) من الأفراد الذين يستخدمون الإعلام الرقمي بشكل يومي ويتعرضون لمحتوى متنوع من خلال منصات التواصل الاجتماعي، المواقع الإخبارية، المدونات، والبودكاست، وغيرها من الوسائط الرقمية. تشمل العينة أشخاص من مختلف الأعمار والخلفيات الثقافية والاجتماعية، بهدف الحصول على فهم شامل لكيفية تأثير الإعلام الرقمي على سلوكياتهم في حماية بياناتهم الشخصية. يتم اختيار المشاركين بعناية لضمان تنوع العينة ولضمان تمثيل شرائح متعددة من المجتمع، بما في ذلك الفئات العمرية المختلفة (المراهقين، الشباب، البالغين، وكبار السن) والجنسين، بالإضافة إلى مختلف المستويات التعليمية والمهنية.

- الحدود الزمانية

تغطي هذه الدراسة فترة زمنية محددة تمتد على مدار عدة أشهر إلى عام كامل، اعتمادًا على البيانات المطلوبة وطبيعة التحليل. تهدف هذه الفترة إلى توفير نظرة شاملة عن كيفية تطور سلوكيات المستخدمين تجاه حماية بياناتهم الشخصية مع مرور الوقت والتغيرات في الوسائط الرقمية والمحتوى المقدم من خلالها. يتم جمع البيانات على مراحل متعددة خلال هذه الفترة، مما يتيح تتبع التغيرات والأنماط المستمرة في سلوكيات الأفراد. كما يتضمن الإطار الزمني للدراسة مراحل مختلفة لجمع وتحليل البيانات، مثل استبيانات دورية، ومقابلات شخصية، ورصد استخدامات الإعلام الرقمي.

- الحدود المكانية

تركز هذه الدراسة على تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات المستخدمين في حماية بياناتهم الشخصية ضمن حدود المملكة العربية السعودية. ولضمان تمثيل شامل ومتنوع، سيتم اختيار مناطق مختلفة من المملكة لتغطية التنوع الجغرافي والثقافي والاجتماعي. تشمل الحدود المكانية للدراسة ما يلي:

✓ الرياض باعتبارها العاصمة والمركز الاقتصادي الرئيسي، توفر الرياض مجموعة واسعة من المستخدمين المتنوعين من حيث الخلفيات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية. ستساعد الدراسة في هذه المدينة على فهم تأثير الإعلام الرقمي في بيئة حضرية متقدمة ذات بنية تحتية تقنية قوية.

✓ جدة كمدينة تجارية رئيسية وميناء هام، تمثل جدة نقطة تلاقح للثقافات وتضم عددًا كبيرًا من المستخدمين المتنوعين. تعد الدراسة في هذه المدينة ضرورية لفهم تأثير الإعلام الرقمي في بيئة حضرية متقدمة ذات طابع تجاري وثقافي متنوع.

✓ الدمام تعتبر الدمام واحدة من أهم المدن في المنطقة الشرقية وتتميز بوجود صناعات كبيرة وقطاعات نفطية، مما يجعلها منطقة مهمة لدراسة تأثير الإعلام الرقمي على الموظفين والعاملين في هذه القطاعات.

المراجع:

Abbas, J. (2019). The Impact of Social Media on Learning Behavior for Sustainable Education: Evidence of Students from Selected Universities in Pakistan. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/335330653_The_Impact_of_Social_Media_on_Learning_Behavior_for_Sustainable_Education_Evidence_of_Students_from_Selected_Universities_in_Pakistan

Afzal, A. (2023). Addressing the Digital Divide: Access and Use of Technology in Education. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/371575436_Addressing_the_Digital_Divides_and_Use_of_Technology_in_Education

Albulayhi, M. (2022). A Comprehensive Study on Privacy and Security on Social Media. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/357911995_A_Comprehensive_Study_on_Privacy_and_Security_on_Social_Media

Alzaidi, M. S. (2022). The role of trust and privacy concerns in using social media for e-retail services: The moderating role of COVID-19. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698922001357>

Baker-Eveleth, L. (2021). Understanding social media users' privacy-protection behaviors. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/356288248_Understanding_social_media_users'_privacy-protection_behaviors

BERNSTEIN, G. (2023). The Impact Of Social Media On Personal Privacy And Ways To Protect It. Retrieved from <https://cloudtweaks.com/2023/06/social-media-personal-privacy-protect-it/>

- Cengiz, A. B. (2022). The Effect of Social Media User Behaviors on Security and Privacy Threats. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/360958962_The_Effect_of_Social_Media_User_Behaviors_on_Security_and_Privacy_Threats
- Charles, E. (2024). Social and Cultural Consequences of the Digital Divide. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/378830704_Social_and_Cultural_Consequences_of_the_Digital_Divide
- Chen, S. (2022). Research on the influence mechanism of privacy invasion experiences with privacy protection intentions in social media contexts: Regulatory focus as the moderator. Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9871891/>
- Gao, B. (2023). A uses and gratifications approach to examining users' continuance intention towards smart mobile learning. Retrieved from <https://www.nature.com/articles/s41599-023-02239-z>
- Jaffar. (2019). The Impact of Social Media on Learning Behavior for Sustainable Education: Evidence of Students from Selected Universities in Pakistan. 17(6). Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/6/1683>
- Kamboj, S. (2019). Applying uses and gratifications theory to understand customer participation in social media brand communities: Perspective of media technology. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/337035805_Applying_uses_and_gratifications_theory_to_understand_customer_participation_in_social_media_brand_communities_Perspective_of_media_technology
- Marikyan, D. (2021). Technology acceptance research: Meta-analysis. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/01655515231191177>
- Nwaiwu, F. (2020). Impact of Security and Trust as Factors that influence the Adoption and Use of Digital Technologies that Generate, Collect and Transmit User Data. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/341215189_Impact_of_Security_and_Trust_as_Factors_that_influence_the_Adoption_and_Use_of_Digital_Technologies_that_Generate_Collect_and_Transmit_User_Data
- Quach, S. (2022). Digital technologies: tensions in privacy and data. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/s11747-022-00845-y>

Sayed, S. H. (2022). Effect of Digital-Based Self-Learned Educational Intervention about COVID-19 Using Protection Motivation Theory on Non-Health Students' Knowledge and Self-Protective Behaviors at Saudi Electronic University. Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9690823/>

Siahaan, L. I. (2023). Human Behavior in the Digital Age: Study of Social Media Users' Behavior and Its Impact on Mental and Physical Health in the Future. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/369231300_Human_Behavior_in_the_Digital_Age_Study_of_Social_Media_Users'_Behavior_and_Its_Impact_on_Mental_and_Physical_Health_in_the_Future

Subai. (2023). Research on the influence mechanism of privacy invasion experiences with privacy protection intentions in social media contexts: Regulatory focus as the moderator. Retrieved from <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2022.1031592/full>

Trepte, S. (2020). The Social Media Privacy Model: Privacy and Communication in the Light of Social Media Affordances. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/341231711_The_Social_Media_Privacy_Model_Privacy_and_Communication_in_the_Light_of_Social_Media_Affordances

Zhu, X. (2022). Mechanism of Platform Interaction on Social Media Users' Intention to Disclose Privacy: A Case Study of Tiktok APP. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2078-2489/13/10/461>

ملاحق الدراسة:

GDPR	قوانين حماية البيانات العامة
------	------------------------------