

خصوصيات مستباحة:
تعامل الشركات المزودة للإنترنت
في فلسطين مع المعلومات
الشخصية للمستخدمين

أغسطس 2021 —



أجرى هذه الدراسة مؤسستا أكسس ناو وإمباكت الدولية لسياسات حقوق الإنسان. كتب هذه الدراسة كل من «نسمة جبر»، و«مروة فطافطة»، و«ديمة سمارو». نشكر كل من ساهم وقدم الدعم، بمن فيهم «قسّام منيعة» و«دونا وينتورث» تدافع أكسس ناو عن وتعزيز الحقوق الرقمية للمستخدمين المعرضين لخطر فقدانها حول العالم. من خلال المزج بين الدعم الفني المباشر والمشاركة في وضع السياسات والمناصرة الدولية وتقديم المنح على مستوى القاعدة والتدخلات القانونية وعقد المؤتمرات الدورية مثل «رايتس كون» Rightscon، نحن نناضل من أجل حقوق الإنسان في العصر الرقمي.

www.accessnow.org

تبحث إمباكت الدولية لسياسات حقوق الإنسان في سياسات الدول والمؤسسات والشركات التي تنتهك حقوق الإنسان، وتصدر الأبحاث والدراسات والتقارير بشأنها، ثم تقدم المقترحات والمشورة للحكومات والمؤسسات الوطنية والهيئات الدولية والشركات المؤثرة، لتتوافق سياساتها والقوانين الدولية لحقوق الإنسان.

www.impactpolicies.org

للمزيد من المعلومات، يمكنكم التواصل مع:

مروة فطافطة

marwa@accessnow.org

سارة بوراشد

info@impactpolicies.org





قائمة المحتويات

4	i. المقدمة
6	ii. منهجية الدراسة
8	iii. القسم الأول: سياسة الخصوصية الخاصة بكل
11	من شركات تزويد الإنترنت في فلسطين
12	iv. ملخص نتائج القسم الأول
19	v. القسم الثاني: وعي العملاء بحقوقهم فيما
20	يخص خصوصية المعلومات الشخصية
22	vi. ملخص نتائج القسم الثاني
25	vii. التوصيات



١. المقدمة

شهدت فلسطين تسارعاً ملحوظاً في استخدام الإنترنت خلال العقد الأخير؛ حيث ازداد إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت فائق السرعة ADSL بنسبة 205% ليصل إلى حوالي **363 ألف مشترك** في نهاية عام 2019 مقارنة مع حوالي 119 ألف مشترك في نهاية 2010 .

وفي ضوء هذا التزايد المستمر لاستخدام الإنترنت في فلسطين، تطرأ تهديدات جديدة على حق المواطنين في الخصوصية وخاصة خصوصية معلوماتهم الشخصية عبر شبكة الإنترنت. فعند القيام بالاشتراك بخدمة الإنترنت، يقوم مزودو الخدمة عادةً بجمع بيانات العملاء الشخصية ومن ثم حفظها، واستعمالها، ومشاركتها بطرق متنوعة ولأهداف عديدة تختلف حسب الشركة. و في ظل غياب الدور الرقابي، يتزايد القلق بشأن طبيعة المعلومات التي تقوم شركات تزويد الإنترنت

في فلسطين بجمعها، وكيفية استخدامها ولأية أغراض، إلى جانب التساؤل حول الأطراف التي يتم مشاركة وكشف المعلومات معها وأسباب ذلك، وما إذا كان العملاء على دراية بحقوقهم وبمصير معلوماتهم أم لا.

الخصوصية حق أساسي من حقوق الإنسان والذي تترتب عليه العديد من الحقوق الأخرى التي تضمن للإنسان كرامته واستقلالته وعدم التدخل في حياته بشكل يضر به أو بمصالحه. ومن بين المواد والاتفاقيات التي تطرقت للحق في الخصوصية، يؤكد كل من قرار الأمم المتحدة فيما يتعلق بالحق في الخصوصية في العصر الرقمي والمادة 12 في [الإعلان العالمي لحقوق الإنسان](#) - الذي تم إعلانه في باريس عام 1948 على حق الإنسان في الخصوصية.

«لا يجوز تعريض أحد لتدخل تعسفي في حياته الخاصة أو في شؤون أسرته أو مسكنه أو مراسلاته، ولا لحملات تمس شرفه وسمعته. ولكل شخص حق في أن يحميه القانون من مثل ذلك التدخل أو تلك الحملات».

ولبحث مدى احترام و التزام شركات تزويد الإنترنت في فلسطين بحق العملاء في خصوصية معلوماتهم التي تشكل جزءاً مهماً من الحياة الخاصة للأفراد، أجرت كل من إمباكت الدولية لسياسات حقوق الإنسان و أكسس ناو هذه الدراسة التي تستهدف مجموعة من الشركات المزودة للإنترنت في فلسطين من خلال مراجعة وتحليل سياسات الخصوصية التي تنشرها هذه الشركات على المواقع الإلكترونية الخاصة بها ومقارنتها بالمعايير الأساسية التي يجب أن تشملها أي سياسة خصوصية تحافظ على حق المستخدم في الخصوصية.

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية حق العملاء في خصوصية معلوماتهم وضرورة احترام ذلك. كما تكشف عن جزء من الانتهاكات التي ترتكبها شركات تزويد الإنترنت فيما يتعلق بحماية معلومات المستخدمين دون علمهم في الغالبية العظمى من الحالات. تسعى الدراسة كذلك إلى قياس مدى وعي العملاء بمصير معلوماتهم الشخصية وبحقوقهم في الخصوصية والحفاظ على سرية بياناتهم وحقوقهم المترتبة على إساءة استخدام معلوماتهم.

١. منهجية الدراسة

تستهدف هذه الدراسة شركات تزويد الإنترنت في فلسطين وتلقي الضوء على سبع شركات رئيسية؛ وهي [حضارة](#)، و**مدى**، وفيوجن [Fusion](#)، وكول يو [Call U](#)، وسوبر لينك [Super Link](#)، وبي نت [B Net](#)، و شركة [الزيتونة](#).

في القسم الأول من الدراسة، تحلل الدراسة سياسات الخصوصية المنشورة على المواقع الرسمية لهذه الشركات، وتقارن النتائج ببعضها لفحص مدى احترام هذه الشركات للمبادئ العامة التي تضمن حق الأفراد في الخصوصية و في حماية بياناتهم الشخصية .

أما في القسم الثاني، تقوم الدراسة بقياس مدى وعي العملاء في فلسطين بسياسة الخصوصية بشكل عام ومدى درايتهم بحقوقهم تجاه جمع، استخدام أو مشاركة بياناتهم الشخصية من قبل شركات تزويد الإنترنت وذلك من خلال استبيان ومقابلات شخصية مع عينات عشوائية مع مشتركي الإنترنت في عدة مدن.



٣.١. القسم الأول: سياسة الخصوصية الخاصة بكل من شركات تزويد الإنترنت في فلسطين

كخطوة أولى، قامت كل من إمباكت الدولية وآكسس ناو باستعراض الموقع الإلكتروني الخاص باثنتي عشر شركة مزودة للإنترنت في فلسطين؛ فوجدت أن سبع شركات فقط تقوم بنشر «سياسة الخصوصية» الخاصة بها على مواقعها الإلكترونية، الأمر الذي يعني أن مشتركي الشركات الخمس الأخرى ليس لديهم أدنى معرفة بسياسات الخصوصية الخاصة بها، ولا يمكنهم الوصول إليها بأي طريقة.



بناءً على ذلك، تواصل فريق الدراسة مع إدارات الشركات الخمس، مستفسراً عن سبب عدم نشر سياسات الخصوصية الخاصة بها. استجابت شركة واحدة، مرسلة بسياسة الخصوصية المطلوبة، قبل أن تضيفها إلى موقعها الإلكتروني بناءً على توصية من فريق البحث. أما الشركات الأربع الأخرى، وهي زيتونة، كول نت، جمزو، نيو ستار ماكس، وشركة زون، فلم تستجب للرسائل المرسلة، وبالتالي بقيت بلا سياسات خصوصية منشورة بشكل واضح. بناءً على ذلك، حلل فريق الدراسة سياسات الخصوصية الخاصة بكل من الشركات السبعة موضع الدراسة ومقارنتها بالنتائج ببعضها البعض من خلال الإجابة على مجموعة من الأسئلة، تم إعدادها

بالاعتماد على العناصر الأساسية التي يجب أن تحتوي عليها سياسات الخصوصية الخاصة بشركات تزويد الإنترنت، وهي:

- ما مدى سهولة وصول المستخدم إلى سياسة الخصوصية الخاصة بالشركة؟
- هل تحدد الشركة ماهية البيانات الشخصية التي تجمعها من العملاء؟
- هل تذكر الشركة طرق جمع البيانات الشخصية للعملاء؟
- هل توضح الشركة الأغراض التي تستخدم من أجلها هذه البيانات الشخصية ؟
- هل يتم ذكر أي بنود تتعلق بحقوق حماية هذه المعلومات؟
- هل يوجد تعهد واضح من طرف الشركة يلزمها بأية مسؤولية قانونية تجاه حماية معلومات المستخدم والحفاظ على سرية بياناته؟
- هل تصرح الشركة باحتمالية اطلاع أطراف ثالثة على المعلومات الشخصية للعملاء، وهل يتم توضيح هوية هذه الأطراف إن وجدت؟ و الأغراض أو الحالات التي يمكن فيها مشاركة هذه البيانات مع طرف ثالث؟ و هل هناك توضيح للمسؤولية القانونية المترتبة على الأطراف الثالثة إن أساءت استخدامها؟
- هل تتم الإشارة إلى حق العملاء في التعويض في حال تم سرقة، أو تسريب، أو استخدام أو نشر معلوماتهم الشخصية لأغراض غير معلن عنها في سياسة الخصوصية الخاصة بالشركة؟
- هل تذكر السياسة إمكانية استخدام الموقع للكوكيز Cookies، وهل يتم ذكر تفاصيل حول نوعها والهدف من استخدامها؟
- هل تشير الشركة إلى كيفية تعاملها مع خصوصية الأطفال؟
- هل يتم إعلام المشترك عند تغيير سياسة الخصوصية؟ وهل يتم توضيح الطرق التي يتم بها ذلك؟
- هل تتم الإشارة إلى طريقة التواصل التي يمكن للمستخدم من خلالها الاتصال بالشركة؟
- هل يتم توضيح الجهة القانونية التي يمكن للعميل اللجوء إليها في حال أراد تقديم شكوى ضد الشركة لسبب ما؟

مدى سهولة الوصول والاطلاع على سياسة الخصوصية الخاصة بمزودي الإنترنت

من خلال الاطلاع على المواقع الإلكترونية الخاصة بالشركات، والتي تعد الوسيلة الأولى عادةً بالنسبة لمستخدمي الإنترنت لمعرفة تفاصيل الخدمات التي تقدمها شركات تزويد الإنترنت، وجدنا أن نحو نصف الشركات المستهدفة (4 من أصل 7) تضع سياسات الخصوصية الخاصة بها على مواقعها الإلكترونية بشكل يسهل الوصول إليه. في المقابل، فإن إحدى شركات تزويد الإنترنت الرئيسية في فلسطين، والتي تتبع لمجموعة الاتصالات الفلسطينية، حضارة، لا تدرج سياسة الخصوصية الخاصة بها على صفحتها الرئيسية. تشترك حضارة في ذلك شركة كول يو، حيث يحتاج المستخدم في الموقعين الإلكترونيين الخاصين بالشركتين الانتقال من صفحة إلى أخرى للوصول إلى صفحة سياسة الخصوصية.

إلى جانب ذلك، فإن شركتي فيوجن وكول يو تدرجان سياسات الخصوصية الخاصة بهما على موقعيهما الإلكترونيين باللغة الانجليزية، رغم كونه موجه بشكل أساسي للجمهور الفلسطيني المتحدث باللغة العربية، الأمر الذي يجعل قراءة وفهم سياسات الخصوصية شبه مستحيل لنسبة كبيرة جدًا من المستخدمين.

هل من السهل الوصول والاطلاع على سياسة الخصوصية الخاصة بالشركة؟



حضارة

مدى

فيوجن

لا

نعم

لا

فصحيح أن الشركة تخصص خانة مستقلة بسياسة الخصوصية في الصفحة الرئيسية لموقعها تحت عنوان «[الخصوصية](#)». إلا أنه السياسة مكتوبة باللغة الإنجليزية، مما يجعل من قراءتها أو فهمها مهمة صعبة بالنسبة إلى معظم المستخدمين الذين يتحدثون العربية بشكل أساسي.

يسهل إيجاد سياسة الخصوصية لشركة مدى، فهي موجودة في خانة منفردة وبشكل واضح على الموقع الإلكتروني الخاص بالشركة بعنوان «[سياسة الخصوصية](#)».

ليس من السهل الوصول إلى سياسة الخصوصية الخاصة بشركة حضارة فهي غير موجودة في خانة خاصة في الصفحة الرئيسية، بل يجب اختيار قائمة «صفحتي» ومن ثم «شروط الاستخدام» للوصول إلى «سياسة الخصوصية» والتي تأتي في القسم الثاني من شروط الاستخدام «[سياسة حيال الخصوصية](#)». مما يعني أن الشركة لا تخصص قسمًا مستقلًا بسياسة الخصوصية.

كول يو

سوبر لينك

بي نت

الزيتونة

لا

نعم

نعم

نعم

تنشر الزيتونة سياسة الخصوصية الخاصة بها في موقعها الإلكتروني باسم «[سياسة الخصوصية](#)».

فسياسة الخصوصية موجودة في الصفحة الرئيسية لموقع بي نت تحت عنوان «[سياسة الخصوصية](#)».

ليس من الصعب الوصول إلى سياسة الخصوصية الخاصة بسوبر لينك فهي توجد في الصفحة الرئيسية لموقع الشركة، ولكنها توجد في الأسفل تحت عنوان «[سياسة الخصوصية](#)».

فلا توجد سياسة الخصوصية بشكل مباشر في الصفحة الرئيسية لكول يو، بل يجب اختيار قائمة «Dala» للوصول إلى سياسة الخصوصية والتي تأتي تحت عنوان «[Privacy Policy](#)». كما أن السياسة مكتوبة باللغة الإنجليزية، مما يجعلها غير قابلة للفهم من قبل معظم المستخدمين.

طبيعة المعلومات التي تقوم شركات تزويد الانترنت بجمعها من العملاء

تذكر معظم شركات تزويد الانترنت (6 من أصل 7)، وهي حضارة، ومدى، وكول يو، وسوبر لينك، وبي نت، والزيتونة، في سياسة الخصوصية الخاصة بها جزءًا من طبيعة المعلومات التي يمكن أن تجمعها من عملائها، لكنها تعطي أمثلة محددة فقط على تلك المعلومات، ولا توضحها بشكل كامل أو دقيق؛ فتقوم باستخدام عبارات مثل «على سبيل المثال»، «وغير ذلك»، و «معلومات أخرى».

الأمر الذي يمكن تفسيره على أنه «ثغرة» تسمح من خلالها تلك الشركات لنفسها بجمع معلومات إضافية عن العملاء دون أخذ إذن مسبق منهم ودون التصريح والإعلان عن ماهية هذه المعلومات.

أما شركة فيوجن، فلا توضح أصلًا طبيعة المعلومات التي تجمعها من المستخدمين، فتُبقي الموضوع ضبابيًا، الأمر الذي يمنحها الحرية المطلقة لجمع المعلومات وتسجيلها بشكل ينتهك خصوصية المستخدم وسرية بياناته الشخصية.

هل تحدد الشركة طبيعة البيانات الشخصية التي يتم جمعها من العملاء؟



حضارة

ليس جميعها

فلا تحدد الشركة طبيعة المعلومات التي تجمعها من العملاء بشكل واضح، حيث تبقى بعض المعلومات مبهمة وغير واضحة. على سبيل المثال، لا تؤكد الشركة أصلًا إن كانت تجمع معلومات حول المشترك أم لا، ولا تعرب عن طبيعة هذه المعلومات في حال جمعها. فهي تحاول عدم التأكيد على جمعها للمعلومات فتقول مثلًا «إن المعلومات الشخصية التي يمكن أن نجمعها». الأمر الذي يوحى للمستخدم أنه يمكن للشركة في حالات محددة أو استثنائية أن تجمع معلومات عنه. و تعود لتستخدم كلمة «ممكن» مرة أخرى في نفس السطر عند الحديث عن طبيعة المعلومات التي «يمكن» أن تجمعها. فتعطي مجرد أمثلة حول هذه المعلومات: الاسم، العنوان البريدي، تاريخ الميلاد، الجنس، رقم الهاتف، رقم الفاكس، الإيميل. وتبقي الباب مفتوحاً أمام جمع معلومات إضافية باستخدام كلمات مثل «على سبيل المثال» و«وغير ذلك».

«إن المعلومات الشخصية التي يمكن أن نجمعها يمكن أن تشمل على سبيل المثال اسمكم وعنوانكم البريدي وتاريخ ميلادكم وجنسكم وأرقامكم للهواتف والفاكس وعنوان بريدكم الإلكتروني وغير ذلك.»

أما في البند الخاص بأغراض استعمال هذه المعلومات، فتصرح الشركة بأنه يمكن لها أن تجمع معلومات شخصية عن استعمال العميل للخدمات وحول عادات بحث الانترنت الخاصة به.

مدى

نعم

لكن ليس جميعها. فتحدد الشركة طبيعة بعض المعلومات الشخصية التي يتم جمعها. على سبيل المثال، تعطي أمثلة نماذج على المعلومات التي يمكن لها أن تجمعها؛ مثل الاسم، والإيميل، وتاريخ الميلاد، والجنس، ورقم الهاتف، ورقم الفاكس، والعنوان. لكن تبقى الشركة الباب موارباً لاحتمالية جمع معلومات أخرى لم تحددتها بدقة من خلال استخدام كلمات مثل «على سبيل المثال» و «وغير ذلك».

تبين الشركة المعلومات التي لا تقوم بجمعها مثل المعلومات البنكية وتحذر المستخدمين من القيام بتقديم تلك المعلومات لأي طرف وتخلي مسؤوليتها في تحمل عقبات ذلك.

فيوجن

لا

فالشركة لا توضح ما هي المعلومات التي يتم جمعها من العميل، بل تكتفي بالقول أنه من الممكن أن تجمع بعض المعلومات مثل رقم الهاتف أو معلومات أخرى. وبذلك تمنح الشركة نفسها الحرية المطلقة لجمع أية بيانات أخرى دون الالتزام بأية شروط.

كول يو

نعم، لكن ليس جميعها

تبين الشركة من خلال سياسة الخصوصية الخاصة بها أنها تقوم بجمع البيانات الخاصة التي يزودها بها العميل، وتعطي أمثلة على نوعية المعلومات التي يمكن للشركة جمعها مثل: الاسم الكامل، والبريد الإلكتروني، والنوع، وعنوان IP، ومعلومات المتصفح، واسم المستخدم، والمعلومات الديموغرافية. كما تقوم أيضاً بجمع وتخزين المعلومات التي يرسلها المستخدم عند استخدام تطبيق الهاتف الذكي الخاص بالشركة، وتعطي مثالا على ذلك معلومات حساب موقع التواصل الاجتماعي «فيس بوك» الخاصة بالعملاء، التي يستخدمها العميل أحياناً للتسجيل في تطبيقات الهواتف الذكية. ومثل معظم مزودي الانترنت، تستخدم شركة كول يو عبارة «على سبيل المثال» قبل تحديد المعلومات التي يتم جمعها وتلحقها بتعبير «وغير ذلك». استخدام مثل هذه العبارات يجعل الأمر غامضاً وغير مكتمل، ليترك الباب موارباً لإمكانية جمع معلومات أخرى دون علم العميل أو إذنه.

سوبر لينك

نعم، لكن ليس بشكل مفصل

توضح سوبر لينك جزءاً من طبيعة المعلومات التي يتم جمعها من العملاء، فتبقي المجال مفتوحاً باستخدام عبارات مثل «وغيرها من المعلومات المشابهة». وتبين سياسة الخصوصية بأن الشركة تقوم بجمع المعلومات الشخصية التي يقوم المستخدم بتزويد الشركة بها مثل الاسم، عنوان البريد الإلكتروني، رقم الهاتف. إضافة إلى المعلومات التي يتم طلبها من الشركة لإثبات هوية العميل مثل صورة عن الهوية الشخصية أو جواز السفر، أو شهادة تسجيل الشركة إن لزم الأمر.

بي نت

نعم؛ لكن ليس بالكامل

تصرح الشركة بطبيعة المعلومات التي يتم جمعها من المستخدمين وهي الاسم، العنوان البريدي، تاريخ الميلاد، الجنس، رقم الهاتف والفاكس، وعنوان البريد الإلكتروني. وتضيف الشركة عبارة «وغير ذلك»، الأمر الذي يعد بمثابة ثغرة تسمح للشركة بتسجيل وجمع معلومات أخرى دون علم العميل. كما تنوه الشركة إلى أنها لا تجمع أي معلومات مالية حول عملائها وتنصح المشتركين بالتحقق من الجهة التي تطلب مثل هذه المعلومات قبل الإدلاء بها.

الزيتونة

نعم

ولكن ليس بشكل كامل فهي تعطي أمثلة على المعلومات التي يمكن أن تجمعها من العملاء مثل: الاسم، مكان الإقامة، الإيميل، رقم الهاتف، رقم الفاكس. وتترك الباب موارباً لجمع أية بيانات أخرى من خلال استخدام تعبيرات مثل «على سبيل المثال» و«غير ذلك».



طرق حصول الشركات على البيانات الشخصية للمستخدم

تذكر بعض الشركات موضع الدراسة الطرق التي تحصل من خلالها على المعلومات الشخصية للعميل، لكن قلة منها تعطي تفاصيل حول ذلك. على سبيل المثال، شركتان؛ وهما كول يو، و سوبر لينك، لا تذكر أية تفاصيل حول طرق جمعهما للبيانات من المشتركين. فيما تترك شركتان أخريتان؛ وهما حضارة و فيوجن، الأمر مفتوحاً لأية طرق إضافية للحصول على المعلومات باستخدام عبارة «وغير ذلك».

هل توضح الشركة طرق جمع البيانات الشخصية للعملاء؟



حضارة

نعم لكن ليس بشكل محدد (مع استخدام عبارة «وغير ذلك»)

تذكر شركة حضارة أنها تجمع المعلومات الشخصية من الأفراد في الحالات الآتية: عندما يصبحون عملاء لديها، وعندما يزورون أو يسجلون لدى بوابات حضارة الإلكترونية، وعند استخدامهم لإحدى الخدمات التي تقدمها الشركة، وعند القيام بعمليات الشراء من إحدى محلات الشركة أو من أحد الموزعين، وعند المشاركة بالعروض والمسابقات، وعند التواصل من قبل الشركة مع المستخدم. لكن الشركة تضيف عبارة «وغير ذلك» في النهاية، الأمر الذي يمكن أن يسمح لها بجمع المعلومات بطرق وحالات لا تعلن عنها.

مدى

نعم

تحدد مدى الطرق التي تحصل من خلالها على معلومات العميل وهي: عند تقديم طلب الاشتراك لأي خدمة أو منتج، وعند شراء أي منتج من مراكز الشركة أو عن طريق الموزعين الفرعيين، وعند الاشتراك في العروض التجارية، وعند اتصال الموظفين بالعملاء لعرض الخدمات عليهم.

فيوجن

نعم لكن ليس بشكل محدد (مع استخدام عبارة «وغير ذلك»)

توضح فيوجن أنها تقوم باستقبال وتخزين المعلومات التي يقدمها المستخدم عند إنشاء حساب، وعند نشر أي محتوى، وعند تعبئة أي نماذج جاهزة في تطبيق الموبايل الخاص بالشركة. و تنبه الشركة في بند آخر تصنفه تحت عنوان «جمع المعلومات الغير شخصية» إلى أنه عند فتح تطبيق الموبايل الخاص بها، تقوم سيرفرات الشركة بشكل أوتوماتيكي بتسجيل المعلومات التي يرسلها جهاز المستخدم والمتمثلة في: عنوان ال IP، الموقع، واسم الجهاز وإصداره، ونوع نظام التشغيل وأي إصدار، ولغة الهاتف، والمعلومات التي يتم البحث عنها من خلال تطبيق الموبايل الخاص بالشركة، وأوقات وتواريخ الدخول إلى التطبيق، وتبقى المجال مفتوحاً لجمع معلومات أخرى بقولها «وغير ذلك».

كول يو

ليس تماماً

فتبين الشركة أنها تستقبل وتخزن بشكل تلقائي بيانات المستخدم عند كل تفاعل مع التطبيق الخاص بالشركة، بيد أنها لا تعطي تفاصيل دقيقة عن ذلك.

سوبر لينك

لا

تكتفي الشركة بالقول أنها تطلب من المستخدم تقديم المعلومات بمحض إرادته.

بي نت

نعم

تذكر بي نت أنها تجمع المعلومات الشخصية للعميل عند تقديم طلب الاشتراك، وعند شراء أي منتج من مراكز الشركة أو من أحد الموزعين، وعند الاشتراك في الحملات التجارية، وعند اتصال أحد الموظفين لعرض الخدمات على العميل.

الزيتونة

نعم

تجمع الشركة المعلومات الشخصية من العميل عند تقديم طلب الاشتراك، وعند القيام بعمليات الشراء من أحد المراكز أو الموزعين المعتمدين للشركة، وعند تواصل أي من موظفي الشركة مع العميل لاقتراح خدمات معينة، وعند الاشتراك بالعروض التجارية.

الأغراض التي تستخدم من أجلها الشركات البيانات الشخصية للعملاء

لا تحدد معظم الشركات أغراض جمعها للمعلومات الشخصية للعملاء بشكل واضح. على سبيل المثال، تترك سوبر لينك الأمر غامضاً دون تخصيص بنود لتوضيح ذلك. بينما توضح كل من شركة حضارة، ومدى، وبي نت، والزيتونة الغرض من استخدام أي معلومات خاصة بالمستخدم من خلال صياغة هذه الأسباب في بنود واضحة. كذلك، فإن شركة فيوجن تصرح بأنها تستخدم معلومات العملاء «الغير شخصية» لتحديد أي إساءات محتملة ولإنشاء معلومات إحصائية.

هل تشير الشركة إلى الأغراض التي تستخدم من أجلها البيانات الشخصية للعملاء؟



فيوجن

حضارة مدى بي نت الزيتونة

نعم

نعم

تصرح الشركة بأنها قد تستخدم البيانات الشخصية لتحسين خدمة الزبائن؛ وللإجابة على استفسارات ورسائل الزبائن؛ ولتشغيل تطبيق الموبايل الخاص بالشركة وخدماته. وتبين أنها تستخدم المعلومات التي تصنفها بمعلومات «غير شخصية» بهدف تحديد أي حالات محتملة لإساءة وإنشاء معلومات إحصائية بشأن استخدام تطبيق الموبايل الخاص بالشركة. وتؤكد أن هذه المعلومات الإحصائية لا يتم تجميعها بطريقة تحدد هوية أي مستخدم بحد ذاته.

تتبنى كل من شركة حضارة، مدى، وبي نت أغراض استعمال المعلومات الشخصية ذاتها، والتي تلخصها في ثمانية بنود تشمل؛ تقييم وتطوير خدمات ومنتجات جديدة، والتعامل مع المعاملات المتفق عليها بين الشركة والعميل، وتحصيل الدفعات، والتأكد من هوية العميل عند اتصاله بالشركة، وإعلام المستخدم بأي تغيير يتعلق بالخدمة، وتقديم خدمات شخصية، والاتصال بالعميل بهدف جمع المعلومات البحثية. كذلك تتبنى الزيتونة نفس الأغراض باستثناء البند الخاص بتحصيل الدفعات وتسديد الالتزامات.

سوبر لينك

كول يو

نعم

نعم

تكتفي الشركة بالقول بأنها تستخدم المعلومات لإتمام عمليات العميل على الموقع والاتصال به وتنفيذ طلباته.

تقول الشركة بأنها تستخدم معلومات المستخدمين بشكل داخلي لتحليل، وتطوير وتحسين الخدمات والمنتجات.

توضيح حقوق حماية البيانات الشخصية للمستخدم

في الوضع الطبيعي، من المهم أن تتطرق سياسة الخصوصية لدى شركات تزويد الإنترنت إلى حقوق المستخدم فيما يتعلق بحماية بياناته الشخصية؛ مثل حقه في الوصول إلى بياناته الخاصة أو نقلها عند الطلب؛ وحقه في تصحيح هذه البيانات أو حتى مسحها لظروف ما؛ إلى جانب حقه في الاعتراض أو تقييد معالجة واستخدام البيانات الشخصية في حالات محددة.

لكن في الواقع، فإن ستة من أصل سبعة شركات تزويد إنترنت تناولتها الدراسة (مدى وكول يو وحضارة وبي نت والزيتونة وسوبر لينك) لا تتطرق إلى تلك الحقوق بشكل واضح، وإن حدث وذكرتها في مواضع محددة، فهي لا تتطرق إلى تفصيلاتها.

على سبيل المثال، لا تذكر شركة مدى أية معلومات أو تفاصيل حول حقوق العملاء في خصوصية معلوماتهم الشخصية.

في المقابل، فإن شركة فيوجن تخصص في سياسة الخصوصية الخاصة بها بنداً مستقلاً بعنوان «حقوق المستخدمين» توضح فيه حقوق العميل في سحب موافقته باستعمال معلوماته، وفي معرفة ما إذا تم استخدام المعلومات من قبل الشركة أم لا، وفي التحقق من المعلومات الشخصية، و في تعديلها أو تحديثها، وفي منع معالجة المعلومات أو استخدامها، وفي الحصول على المعلومات الخاصة به وغيرها من الحقوق. وتخصص بنداً آخر حول «كيفية التمتع بهذه الحقوق» بشكل مختصر.

أما كول يو فتكتفي بذكر ماهية المعلومات التي يحق للعميل الوصول إليها وتحديثها، بينما تنوه حضارة إلى إمكانية تحديث أو تعديل المعلومات إن رغب المشترك في ذلك. أما شركة سوبر لينك فهي تُمكن المشترك من تغيير معلوماته بالقسم الخاص بذلك لكنها تحمله مسؤولية خسارة بياناته.

أما شركتا بي نت والزيتونة، فهما تسمحان للمستخدم بتحديث المعلومات من خلال التواصل مع الشركة. وبناءً عليه، نلاحظ تجاهل هذه الشركات لحقوق العميل فيما يتعلق بإعلامه بحقوقه الكاملة المتعلقة بحماية معلوماته الشخصية.

المسؤولية القانونية للشركة فيما يتعلق بحماية بيانات المستخدمين

لا تتعهد أي من الشركات بأية مسؤولية قانونية تجاه حماية معلومات المستخدم والحفاظ على سرية وخصوصية بياناته. ورغم أن شركة واحدة من الشركات الثمانية موضع الدراسة (فيوجن) تخصص بندًا للتطرق إلى حقوق المستخدمين فيما يتعلق بمعلوماتهم الشخصية، لكنها هي الأخرى لا تذكر أية تفاصيل متعلقة بمسؤوليتها القانونية تجاه تلك المعلومات.

لا تذكر أي من الشركات مسؤوليتها القانونية في حال إساءة استعمال البيانات الشخصية للعميل، سواء من قبل الشركة أو من أي طرف ثالث شاركت الشركة معه معلومات العميل الشخصية.

وعلى العكس تمامًا، فإن شركة سوبر لينك، على سبيل المثال، تُجِرد العميل من حقه في تقديم أية دعاوى قانونية من خلال البند التالي: « ... وتعتبر سرية المعلومات المقدمة بموجب هذا النظام من مسؤولية المشترك وحده و لا يحق له بأي حال من الأحوال تقديم أي شكوى و/أو دعوى قانونية ضد شركة سوبر لينك للاتصالات وخدمات الانترنت.»

هل تتطرق الشركة إلى المسؤولية القانونية للشركة فيما يتعلق بحماية بيانات المستخدمين؟



فيوجن

لا

بي نت

لا

مدى

لا

حضارة

لا

الزيتونة

لا

سوبر لينك

لا

كول يو

لا

بل على العكس، تُجِرد الشركة العميل من حقه في تقديم أية دعاوى قانونية من خلال البند التالي: « ... و تعتبر سرية المعلومات المقدمة بموجب هذا النظام من مسؤولية المشترك وحده و لا يحق له بأي حال من الأحوال تقديم أي شكوى و/أو دعوى قانونية ضد شركة سوبر لينك للاتصالات وخدمات الانترنت.»

مشاركة المعلومات مع أطراف ثالثة

لا تصرح العديد من الشركات باحتمالية اطلاع أطراف ثالثة على المعلومات الشخصية للعملاء. على سبيل المثال، اثنتين من أصل سبعة شركات، وهي الزيتونة و فيوجن، لم تشيرا مطلقاً إلى الموضوع. أما سوبر لينك، فاكثفت بالقول إنها «قد» تشارك معلومات المستخدمين مع الجهات القضائية إن لزم الأمر.

أما حضارة، ومدى، وبي نت، وكول يو، فهي تعطي لنفسها الحق بمشاركة المعلومات مع مجموعة من الأطراف الأخرى دون إلزام نفسها أو الطرف الثالث بأي مسؤولية تتعلق بحماية معلومات العميل.

ولا توضح معظم هذه الشركات المسؤولية القانونية التي قد تترتب على الأطراف الثالثة في حال أساءت استعمال معلومات المستخدم أو تسببت بالضرر له.

هل تذكر الشركة مشاركتها لمعلومات المستخدمين مع أطراف ثالثة؟ هل تحدد من هم؟ ولأي أغراض؟ وما المسؤولية القانونية المترتبة عليهم؟



حضارة مدى بي ن

تصرح الشركة بأنها تشارك معلومات المستخدمين مع أطراف ثالثة «موثوقة» بحسب وصفها، في عدة حالات. أولاً: قد تشارك الشركة معلومات المستخدمين مع أطراف ثالثة مثل مزودي طول، أو شركاء أعمال من أجل تشغيل المواقع والخدمات، فيما تستخدم عبارات مثل «وغير ذلك». وتؤكد الشركة أنها تفصح عن معلومات المستخدم شريطة أن يتعهد الطرف الثالث قانونياً بأنه لن يستعمل معلومات المستخدم الشخصية إلا ضمن الإطار الذي سمحت به الشركة. ثانياً: من الممكن أن تفصح الشركة عن البيانات الشخصية للعميل مثل: الاسم، الحساب، رقم الهاتف، في حال خضعت الشركة لإعادة تنظيم أو تم بيعها لطرف ثالث. ثالثاً: تفصح الشركة عن معلومات العملاء إذا تطلب القانون كذلك أو «بحسن نية» حسب قولها، لأسباب مختلفة؛ إما الامتثال لأمر قضائي، أو حماية حقوقهم وأموالهم وحقوق مشتركهم والدفاع عنها، أو التصرف بالضرورة الملحة من أجل الحماية الشخصية للمواطنين عامة. ولها أن تفصح لأي شركات أخرى تكون مالكة قانونية لحضارة بما في ذلك الشركاء والوكلاء لأي من الأسباب المذكورة.

مع ذلك، لا تحدد الشركة أية مسؤولية قانونية على الأطراف الثالثة إذا ما استخدمت معلومات العملاء بشكل ينتهك خصوصيتهم أو يضر بمصالحهم. بل توضح أن سياسة الخصوصية الخاصة بها لا تنطبق على مواقع الأطراف الثالثة. وتبين كل من شركتي مدى، و بي نت السياسة ذاتها.

فيوجن

لا تتطرق الشركة إلى أية تفاصيل متعلقة بمشاركة المعلومات مع أطراف ثالثة.

كول يو

تقر الشركة بأنها تشارك معلومات العميل الشخصية في عدة حالات. فمثلاً تشاركها مع شركاء التطبيق الخاص بها Dalal، وتؤكد أن استخدام الشريك لمعلومات العميل الشخصية تخضع لسياسة الخصوصية الخاصة بهذا الشريك وليس بـ كول يو. يمكن للشركة أيضاً مشاركة المعلومات مع الوكلاء الذين تتعاون معهم سواء كانوا أفراداً أو شركات، وتنوّه الشركة إلى أن الوكلاء لا يملكون الحق في استخدام أي معلومات خاصة بالعميل بخلاف ما هو ضروري لمساعدة الشركة.

وتعتبر كول يو معلومات المستخدم أحد الأصول التي تملكها الشركة والتي من الممكن بيعها أو نقلها لطرف ثالث في حالة بيع أو إفلاس الشركة. وكباقي الشركات، توضح كول يو أنها قد تشارك معلومات عملاتها مع أي جهة قضائية بغرض الامتثال للقانون أو لحماية حقوق أو ممتلكات أو سلامة الشركة وموظفيها ومستخدميها وغيرهم بحسب وصفها. وتلزم الشركة نفسها أمام المستخدمين بأنها ستبلغهم عندما تقوم بمشاركة معلوماتهم مع أي جهة خارجية لم يتم ذكرها في سياسة الخصوصية وسيكون العميل قادراً على رفض ذلك.

سوبر لينك

تؤكد الشركة على أنها لا تباع أو تؤجر بيانات المستخدمين لأي طرف ثالث، لكن من الممكن أن تضطر إلى مشاركة هذه المعلومات مع طرف ثالث مثل أجهزة تنفيذ القانون بحسب قولها.

الزيتونة

لا تذكر الشركة أي شيء يتعلق بالأطراف الثالثة.

حق العملاء في الوصول لسبل الانتصاف في حال إساءة استخدام معلوماته

لا تحتوي سياسة الخصوصية لأي من مزودي الانترنت أية بنود توضح حق العملاء في التعويض في حال تمت سرقة، أو تسريب، أو استخدام أو نشر معلوماتهم الشخصية لأغراض غير معلن عنها في سياسة الخصوصية أو في حال انتهاك خصوصيتهم بأشكال أخرى.

بل على العكس، شركة حضارة على سبيل المثال، تعفي نفسها من أية مسؤوليات تقع على عاتقها، وتخصص فقرة خاصة بعنوان «إنكار المسؤولية وحدودها»، والتي تعلن فيها أنها لا تقدم أية ضمانات صريحة أو ضمنية فيما يتعلق بالخدمة أو المحتوى، وتخلي مسؤوليتها تجاه أي فقدان لمعلومات المستخدم وتجاه أية أضرار أو خسائر ناتجة عن أي سبب كان. وتذكر الشركة المستخدم في عدة مواضع بأن الشركة تقدم الخدمة على أساس «كما هي» و «حسب توفرها»، وأن الحل الوحيد أمام العميل إن لم تعجبه شروط وأحكام الاشتراك هو ببساطة التوقف عن استعمال الخدمة، حيث تنص السياسة على أن «إذا كنتم غير راضين عن أي جزء من الخدمة أو أي من هذه الشروط فإن خياركم الوحيد هو التوقف عن استعمال هذه الخدمة»

هل تضمن الشركة حق العميل في التعويض حال إساءة استخدام معلوماته؟



فيوجن

لا

بي نت

لا

مدى

لا

حضارة

لا

الزيتونة

لا

سوبر لينك

لا

كول يو

لا

استخدام ملفات تعريف الارتباط المسماة بال Cookies

ملفات تعريف الارتباط، أو سجل التتبع، أو سجل المتصفح أو ما يعرف بال Cookies ، هي عبارة عن ملفات نصية ذات حجم صغير يتم تخزينها على حاسوب المستخدم من قبل المتصفح عند القيام بزيارة موقع إلكتروني ما، حتى يتم التعرف على المستخدم في المرات المقبلة. تستخدم هذه الملفات لأغراض مختلفة مثل تذكر معلومات حول توجهات المستخدم، ما يساعد المواقع على إظهار النتيجة الملائمة لاحتياجاته، وفهم تفضيلات المستخدم وإظهار الإعلانات المناسبة له، وتسهيل دخول المستخدم إلى الموقع في المرات التالية بحيث لا تتطلب منه إدخال معلوماته في كل مرة يزور فيها الموقع، وغيرها من الأغراض الأخرى.

وفي الوضع الطبيعي، يجب أن تحتوي أي سياسة خصوصية لأية شركة أو منظمة توضيحًا خاصًا بشأن استخدامها للكوكيز اللازمة لتتبع توجهات المستخدم. لكن أيًا من سياسات الخصوصية الخاصة بالشركات المزودة للإنترنت محل الدراسة لم تذكر أي شيء حول ذلك باستثناء شركة حضارة. صرحت الشركة في بند خاص أنها تستخدم ملفات تعريف الارتباط من أجل تقديم خدمة أفضل حسب سياستها، وتلخص أغراض استخدامها في خمسة بنود وهي: التعرف على المعايير الشخصية للمستخدم حتى تقدم له معلومات مخصصة؛ تقديم الإعلانات المناسبة؛ إجراء الإحصاءات؛ معرفة كيف وصل المستخدم إلى موقع الشركة؛ وجعل عروض الشركة بالبريد الإلكتروني أكثر ملائمة للزبون. وتؤكد الشركة أنها لا تستعمل هذه الملفات لتحليل زيارات المستخدم لمواقع أخرى.

هل تُعلم الشركة زوار موقعها الإلكتروني باستخدامها لملفات تعريف الارتباط؟



فيوجن

لا

بي نت

لا

مدى

لا

حضارة

نعم

الزيتونة

لا

سوبر لينك

لا

كول يو

لا

خصوصية الأطفال

تشتمل سياسة الخصوصية لكل من شركة فيوجن وشركة كول يو على بند مستقل حول خصوصية الأطفال، حيث تؤكدان على أنهما لا تجمعاً أية معلومات شخصية من الأطفال تحت سن الثالثة عشر. فيما لم تتطرق أي من الشركات المتبقية لهذا الموضوع في سياسات الخصوصية المنشورة على مواقعها.

هل توضّح الشركة كيفية تعاملها مع المعلومات الشخصية للأطفال؟



فيوجن

لا

بي نت

لا

مدى

لا

فيوجن كول يو

نعم

حيث توضّحان أنهما لا تجمعاً أية معلومات شخصية من الأطفال تحت سن الثالثة عشر

الزيتونة

لا

سوبر لينك

لا

إشعار المشترك عند تغيير سياسة الخصوصية

تحتفظ كل شركات تزويد الانترنت في فلسطين محل الدراسة بحق تغيير وتعديل شروط وأحكام سياسة الخصوصية متى رأت ذلك ملائماً لها. إلا أن قليلاً من هذه الشركات تؤكد على حق العميل في أن يتم إعلامه وإشعاره بكل تعديل يطرأ على سياسة الخصوصية. على سبيل المثال، خمسة شركات، وهي حضارة، ومدى، وسوبر لينك، وبي نت، والزيتونة، لا تذكر أصلاً إن كان يتم إشعار المستخدم حال تغييرها أو تعديلها لسياسات الخصوصية الخاصة بها، فيما تذكر شركتين فقط، وهما فيوجن وكول يو أنهما يعلمان العميل بذلك حال حدوثه.

هل يتم إعلام المشترك عند تغيير سياسة الخصوصية؟
وهل يتم ذكر كيفية ذلك؟



فيوجن

مدى

حضارة

نعم

لا

لا

تؤكد فيوجن أنه يمكنها تعديل أي من السياسات المتعلقة بتطبيق الموبايل أو الخدمات الخاصة بها في أي وقت. وتذكر أن عند قيامها بأي تعديل، تنشر الشركة إشعاراً من خلال تطبيق الموبايل الخاص بالخدمات لإعلام المستخدم. وبمجرد إعادة استخدام العميل للتطبيق، يكون بذلك قد وافق على هذه التغييرات.

تحتفظ مدى بحق تعديل سياسة الخصوصية عندما يتطلب الأمر ذلك، وتبين أن أي تعديل سيقدم على صفحة سياسة الخصوصية المنشورة على موقع الويب الخاص بالشركة، أي بمعنى آخر، لن يتم إخطار المشترك حال تغيير سياسة الخصوصية.

تحتفظ حضارة بالحق في تعديل سياسة الخصوصية في أي وقت تريد، لكنها لا تذكر إن كانت تقوم بإعلام المشترك بذلك أو لا.

الزيتونة

بي نت

سوبر لينك

كول يو

لا

لا

نعم

لا تذكر الشركة أي شيء بهذا الخصوص.

يمكن لشركة بي نت تغيير شروط وأحكام سياسة الخصوصية متى كان ذلك ملائماً، ويتم تغيير هذه التعديلات على صفحة سياسة الخصوصية. لا تذكر الشركة كيف تعلم عملائها بهذه التعديلات حين تنفيذها.

تحتفظ سوبر لينك بحق إعادة صياغة أحكام سياسة الخصوصية متى كان ذلك ضرورياً. لا تذكر الشركة إن كانت ستعلم العميل بذلك أم لا وكيف يتم ذلك، بل تكتفي بقولها أن هذه السياسة تصبح ملزمة للمشارك على الفور ومن التاريخ التي تدرجها فيه.

يمكن لكول يو أن يغير سياسة الخصوصية الخاصة بها في أي وقت، وتعلم المستخدم من خلال نشر التعديلات على موقعها أو من خلال البريد الإلكتروني. العميل ملزم بهذه التغييرات بمجرد فتحه أو استخدامه للتطبيق بعد بدء تنفيذها.

إمكانية و طرق التواصل التي يمكن للمستخدم من خلالها الاتصال بالشركة

تخصص جميع الشركات، باستثناء سوبر لينك، فقرة خاصة توضح فيها للمستخدم أن بإمكانه الاتصال بالشركة للتعليق أو الاستفسار حول سياسة الخصوصية مع إرفاق البريد الإلكتروني الذي يمكن من خلاله للمستخدم التواصل مع الشركة. تشير كل من حضارة و فيوجن إلى إمكانية تواصل المستخدم معهما لكنهما لا توضحان طريقة التواصل سواء عبر بريد إلكتروني أو غيره.

الجهة القانونية التي يمكن للعميل اللجوء إليها حال أراد تقديم شكوى أو دعوى قضائية ضد الشركة

لا تذكر أي من الشركات بشكل صريح أي شيء يخص الجهة القانونية التي يمكن للعميل أن يلجأ إليها في حال عدم رضاه عن سلوك الشركة فيما يتعلق ببياناته الشخصية أو عدم احترامها لأي من حقوقه أو عدم التزامها بالبنود المنصوص عليها في سياسة الخصوصية.

لكن شركة **كول يو** على سبيل المثال تنوه إلى أن جميع الأضرار أو النزاعات التي قد تحدث تخضع لتطبيق قانون ولاية كاليفورنيا، فيما يبدو وأنه نسخ لسياسة خصوصية خاصة بإحدى الشركات في الولايات المتحدة الأمريكية دون تدقيق أو مراجعة، الأمر الذي يعكس عدم اكتراث أو إيلاء الشركة اهتمامًا لسياسة الخصوصية المنشورة على موقعها.

في المقابل، تؤكد **سوبر لينك** على أن سياسة جمع واستخدام وتخزين ونشر ونقل وأمن الوصول إلى بيانات العميل تخضع للقوانين السائدة في فلسطين.

١٧. ملخص نتائج القسم الأول

بعد تحليل سياسات الخصوصية الخاصة بعدد من مزودي الإنترنت في فلسطين، والمتمثلة في شركة حضارة؛ ومدى؛ وفيوجن؛ وكول يو؛ وسوبر لينك؛ وبي نت؛ وشركة الزيتونة، وبعد مقارنة النتائج ببعضها، وبالعناصر الأساسية التي يجب أن تشتمل عليها سياسة الخصوصية لاحترام حق المستخدم في الخصوصية وفي حماية بياناته الشخصية، خلصت كل من إمباكت الدولية لسياسات حقوق الإنسان وآكسس ناو إلى أن جميع الشركات موضع لا تلتزم بالمعايير الخاصة بحماية الخصوصية، وتتغاضى عن ذكر أو الإشارة إلى جزء كبير منها، أو تترك ثغرات يتسنى لها الاستفادة منها للتصرف بحرية أكبر فيما يتعلق بالمعلومات الشخصية والحساسة للمستخدمين.

وبينما تبقى الغالبية العظمى من سياسات الخصوصية الخاصة بشركات تزويد الإنترنت في فلسطين غير دقيقة ولا تشمل تفاصيل واضحة عن حقوق المستخدمين، يبقى العملاء غير ملمين بما يمكن لهذه الشركات فعله فيما يتعلق بمعلوماتهم الشخصية، بما في ذلك المعلومات الحساسة والسرية، أو ماهية المعلومات التي يتم جمعها أو الطرق التي يجري بها ذلك.

علاوة على ذلك، تتنصل جميع الشركات من أية مسؤولية قانونية تجاه استعمال وحماية معلومات المستخدمين، وتتعمد عدم إدراج أية بنود تتعلق بحقوق المستخدمين في التعويض.

يلخص الجدول التالي كيف تتعامل الشركات التي تتناولها الدراسة مع الجوانب المختلفة التي يجب أن تشملها أي سياسة خصوصية:

الزيتونة	بي نت	سوبرلينك	كول يو	فيوجن	مدى	حضارة	عناصر سياسة الخصوصية	
نعم	نعم	نعم	لا	لا	نعم	لا	سهولة وصول المستخدم إلى السياسة	1.
ليس بشكل كامل	ليس بشكل كامل	ليس بشكل كامل	ليس بشكل كامل	لا	ليس بشكل كامل	ليس بشكل كامل	طبيعة المعلومات التي يتم جمعها	2.
نعم	نعم	لا	ليس تماماً	نعم لكنها تبقى المجال مفتوحاً لطرق أخرى	نعم	نعم لكنها تبقى المجال مفتوحاً لطرق أخرى	طرق الحصول على بيانات المستخدم	3.
نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	الأغراض التي من أجلها يتم استخدام البيانات الشخصية	4.
لا	لا	لا	لا	نعم	لا	لا	حقوق حماية البيانات الشخصية	5.
لا	لا	لا	لا	لا	لا	لا	المسؤولية القانونية للشركة	6.
لا	نعم، لكنها تبقى الباب موارباً لأطراف أخرى لا تصرح بهم	ليس بشكل واضح	نعم لكن ليس بشكل دقيق	لا	نعم، لكنها تبقى الباب موارباً لأطراف أخرى لا تصرح بهم	نعم، لكنها تبقى الباب موارباً لأطراف أخرى لا تصرح بهم	مشاركة المعلومات مع أطراف ثالثة	7.
لا	لا	لا	لا	لا	لا	لا	حق العملاء في التعويض	8.
لا	لا	لا	لا	لا	لا	نعم	استخدام ال Cookies	9.
لا	لا	لا	نعم	نعم	لا	لا	خصوصية الأطفال	10.

11.	إشعار المشترك عند تغيير سياسة الخصوصية	لا	لا	نعم	نعم	لا	لا	لا
12.	إمكانية و طرق التواصل مع الشركة	نعم دون تحديد الكيفية	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم
13.	الجهة القانونية التي يمكن اللجوء إليها	لا	لا	لا	لا	لا	لا لكنها تقول بأن سياستها تخضع لقانون ولاية كاليفورنيا	لا لكنها تقول أن تعاملها مع معلومات المستخدم يخضع للقوانين الفلسطينية

عدم وجود ضمانات كافية لحماية البيانات الشخصية

لا يوجد في فلسطين لائحة وطنية معينة لحماية البيانات. بينما يُجرّم القانون الأساسي الفلسطيني انتهاك الحرية الشخصية والحياة الخاصة والحقوق والحريات، ويضمن وصول المواطنين إلى سبل الانتصاف القانونية عند انتهاك حقوقهم الأساسية، إلا أنه لم يتم بذل جهد يذكر لتطبيق هذا البند. بالإضافة إلى ذلك، تعاقب المادة (4) من قانون الجرائم الإلكترونية رقم 10 لعام 2018 الوصول غير القانوني إلى أنظمة المعلومات، ومشاركة السجلات أو البيانات، والتدخل التعسفي أو التدخل في الخصوصية بالسجن والغرامات المالية الكبيرة.

من ناحية أخرى، تفرض المادة (32) من القانون على الشركات المزودة للإنترنت الاحتفاظ ببيانات المستخدمين لمدة ثلاث سنوات على الأقل وتمنح المدعي العام الحق في جمع البيانات غير المقيدة مثل الاتصالات الخاصة، وبيانات المرور، والبيانات الوصفية. تجدر الإشارة إلى أن دولة الاحتلال -إسرائيل- لا تطبق قانون حماية الخصوصية (PPL) لعام 1981 والمبادئ التوجيهية لهيئة الخصوصية الإسرائيلية (التي تأسست عام 2006) على الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة. حتى اليوم، لا يوجد إطار قانوني ملائم يحمي حق العملاء في الخصوصية ويلزم شركات الاتصالات بما فيها الشركات المزودة للإنترنت على توفير الوصول إلى آليات التظلم لأولئك المتأثرين سلبًا بسياساتهم وعملياتهم المتعلقة بمعالجة البيانات الشخصية.

٧. القسم الثاني: وعي العملاء بحقوقهم فيما يخص خصوصية المعلومات الشخصية



لقياس مدى وعي العملاء فيما يتعلق بحقوقهم في الخصوصية وحماية بياناتهم الشخصية ودرايتهم بكيفية تعامل مزودي الإنترنت مع معلوماتهم، أجرت إمباكت الدولية وأكسس ناو بإعداد مقابلات شخصية مع عملاء لدى الشركات محل الدراسة، إلى جانب استبيان مغلق (إجاباته محددة بنعم أو لا، أو باختيار من متعدد) موجه لسكان قطاع غزة والضفة الغربية باستخدام نماذج إلكترونية، وتم نشره بوسائل مختلفة مثل البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي.

إلى جانب الأسئلة التعريفية التي شملت (الجنس، العمر، منطقة السكن، المستوى التعليمي، النشاط المهني) تم تقسيم أسئلة الاستبيان إلى قسمين:

القسم الأول: يهدف إلى قياس مدى وعي العميل بسياسة الخصوصية وسلوكه تجاه معلوماته الشخصية بشكل عام، من خلال طرح خمسة أسئلة وهي:

- هل يعرف المستخدم ماذا تعني سياسة الخصوصية؟
- هل يقرأ سياسة الخصوصية عند الاشتراك بأية خدمة قبل الموافقة عليها؟
- هل يعرف ما هي العناصر الأساسية التي يجب أن تتضمنها سياسة الخصوصية بشكل عام؟
- هل سبق له البحث أو التساؤل عن وجود قانون خاص بحماية الخصوصية في فلسطين؟
- هل سبق له الاطلاع على القانون الفلسطيني الخاص بالجرائم الالكترونية؟

القسم الثاني: يهدف إلى قياس مدى معرفة العملاء فيما يخص جمع، وتخزين، واستخدام ومشاركة بياناتهم الشخصية من قبل شركات تزويد الإنترنت، وذلك في ضوء الأسئلة الآتية:

- عند الاتصال بالعميل من قبل موظف يعمل لدى شركة تزويد الانترنت الخاصة باشتراكه، هل يتم الاستعلام عن هويته؟
- ما هي المعلومات الشخصية التي يتم سؤاله عنها والتحقق منها عند الاتصال به؟
- هل يتم سؤاله عن معلومات حساسة مثل المعلومات البنكية (رقم حسابه البنكي أو بطاقته الائتمانية)؟
- هل يرى العميل مشكلة في كشف أو مشاركة معلوماته الخاصة دون إذن مسبق منه؟
- هل سبق وأن طلبت شركة تزويد الانترنت الإذن منه لاستخدام أو مشاركة بياناته الخاصة مع جهة أخرى؟
- هل يرغب العميل في أن يتم إعلامه أو أخذ إذن مسبق منه عند استخدام أو مشاركة معلوماته من قبل مزود الانترنت أو أطراف ثالثة؟
- هل يعتقد العميل أن مزودي الانترنت يقومون بمشاركة بياناته الشخصية مع أطراف ثالثة (شركة/نيابة/مؤسسة...)?
- هل يعرف ما هي حقوقه الخاصة بجمع، تخزين، استخدام ومشاركة معلوماته الشخصية؟

- هل يرى بأن هناك حاجة لسن قانون خاص بحماية البيانات الشخصية للمواطنين؟
- هل يعتقد أن لديه حقوق في التعويض في حال قام مزود الانترنت الخاص به بكشف، استخدام، أو سرقة معلوماته الشخصية؟
- في حال تعرضه لسرقة أو كشف أو استغلال معلوماته دون إذنه المسبق، هل يعرف ما هي الإجراءات التي يمكنه القيام بها للمطالبة بحقه؟
- هل يثق العميل بأن مزود الانترنت الخاص به يلتزم بالحفاظ على سرية معلوماته الشخصية؟

بعد تحليل الإجابات، تم التوصل إلى النتائج التالية:

الخصائص الديموغرافية:

- أجرت فريق البحث الميداني 54 مقابلة مع عملاء لدى شركات تزويد الإنترنت المستهدفة؛ منهم 49.3% يقيمون في الضفة الغربية و50.7% يقيمون في قطاع غزة. فيما أجاب 209 مستخدمًا على الاستبيان، منهم 46.9% يقيمون في الضفة الغربية و53.1% من سكان قطاع غزة.
- شكلت النساء النسبة الأكبر من المجيبين على هذا الاستبيان بنسبة 66.5%.
 - الفئة العمرية الأكثر مشاركة في الإجابة هي الفئة بين 25 و40 عاماً بنسبة 52.4%، في حين شكلت الفئة ما بين 16 و25 عام 28.2%، والفئة بين 40 و60 ما يقارب الـ 19.4%.
 - أكثر من النصف (65.7%) هم من حملة درجة البكالوريوس. أما بخصوص النشاط المهني للمجيبين، فيعمل 46.7% منهم كموظفين، وما يزال 25.7% منهم طلاباً، ويتوزع بقية المجيبين ما بين أصحاب أعمال حرة، عاطلين عن العمل، ربات بيوت، متقاعدين وغيرهم.

سلوك المستخدم تجاه «سياسة الخصوصية» بشكل عام

تبين النتائج أن نحو ثلث الفئة المستهدفة في المقابلات والاستبيان (30.8%) لا يعرفون ما الذي تعنيه «سياسة الخصوصية». ولا يقرأ أكثر من 33% من المجيبين سياسة الخصوصية قبل الموافقة عليها عند الاشتراك بآية خدمة، في حين أن ما يقارب من 36.2% منهم يقرؤونها فقط أحياناً إلى

جانب ذلك، لا يعرف نحو 36.4% من المجيبين العناصر التي يجب أن تتضمنها أي سياسة خصوصية في حين أن 48.5% يعرفون البعض منها بحسب وصفهم.

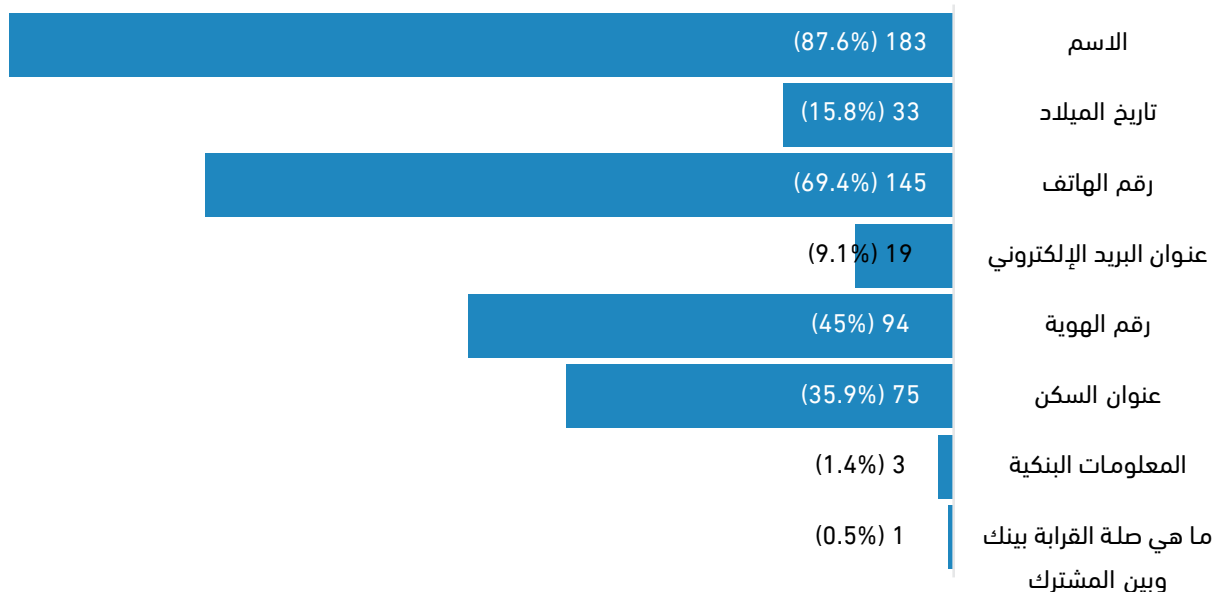
معظم المجيبين، بنسبة تشكل 68.9%، لم يسبق لهم التساؤل إذا ما كان هناك قانون خاص بحماية الخصوصية في فلسطين. كما أن 73.8% ممن أجابوا لم يسبق لهم الاطلاع على القانون الفلسطيني الخاص بالجرائم الإلكترونية فيما أشار 13% أنهم لم يكونوا على علم بوجود هذا القانون.

طلب المعلومات الشخصية

اتفق ما يقارب نصف المجيبين على أن الشركات المزودة للانترنت الخاصة باشتراكهم دائماً ما تستعلم عن هويتهم عند الاتصال بهم.

طبيعة المعلومات الشخصية

اتفق معظم على أن الاسم، ورقم الهاتف، ورقم الهوية، هي أكثر المعلومات التي يتم السؤال عنها عند الاتصال بالمشارك، كما يتم السؤال أحياناً عن معلومات أخرى موضحة بالشكل (رقم 1). وأكدت أغلبهم بنسبة وصلت أكثر من 94% أنه لم يسبق أن تم سؤالهم عن معلومات حساسة مثل معلوماتهم البنكية.



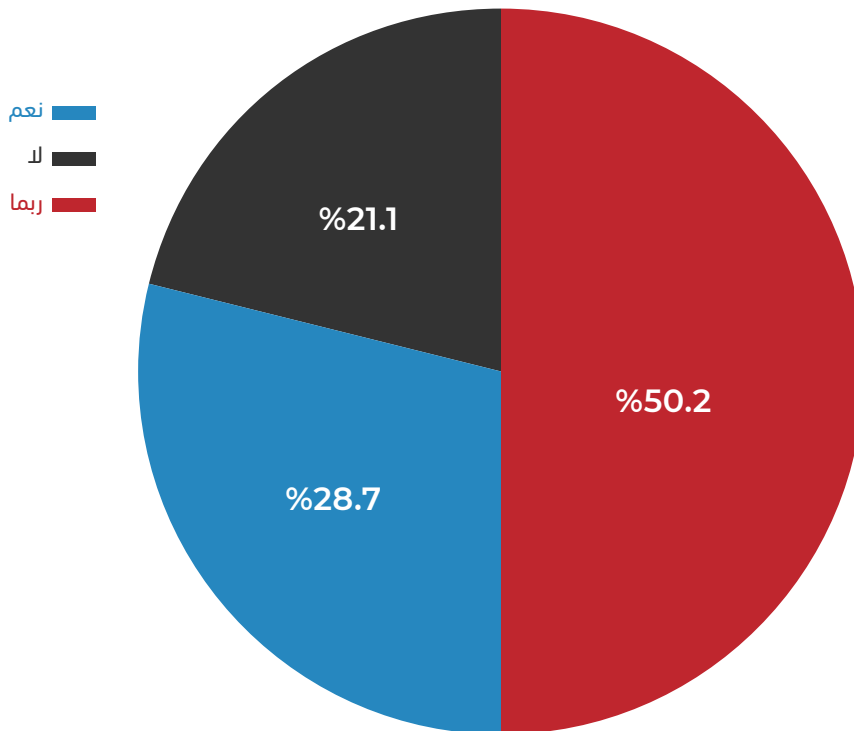
شكل (1): طبيعة المعلومات التي يتم طلبها من المستخدم عند الاتصال به

مشاركة المعلومات دون إذن العميل

لا يوافق أكثر من 90% من المجيبين على كشف أو مشاركة معلوماتهم الخاصة دون إذن مسبق منهم. ويصرح ما يقارب 67% بأنه لم يسبق لمزود الإنترنت الخاص بهم بأن طلب منهم الإذن لذلك، فيما لا يتذكر 26% منهم تقريباً إن حدث ذلك أم لا. ويؤكد ما يقارب 95% منهم على رغبتهم في أن يتم إعلامهم وأخذ الإذن منهم من قبل مزود الانترنت الخاص بهم إذا أراد مشاركة معلوماتهم مع طرف ثالث.

العلم بوجود طرف ثالث

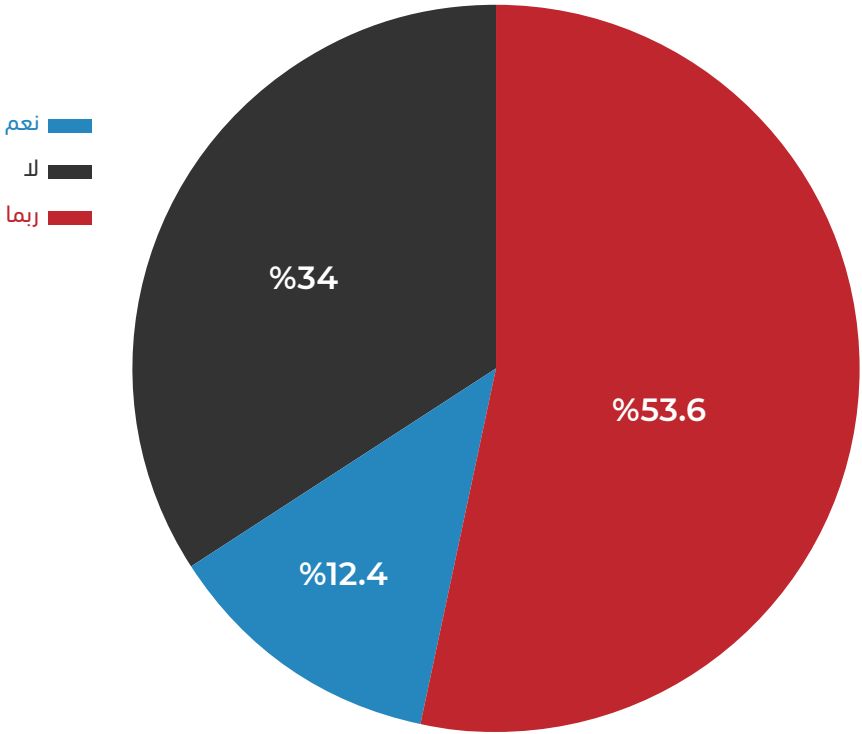
يعتقد ما نسبته 29.9% بأن مزودي الإنترنت يقومون بمشاركة معلوماتهم مع أطراف ثالثة (الشكل رقم 2). فيما يؤكد معظم من أجابوا على الاستبيان (87.6%) بأن مزود الانترنت الخاص بهم لا يعلمهم بهوية الطرف الثالث الذي قد يقوم بمشاركة معلوماتهم معه.



شكل (2): العلم بوجود طرف ثالث

معرفة الحقوق الخاصة بحماية البيانات الشخصية

يجهل معظم المجيبين حقوقهم الخاصة بحفظ، أو تخزين، أو استخدام أو مشاركة معلوماتهم الشخصية من قبل مزود الانترنت الخاص بهم (أنظر الشكل رقم 3).



شكل (3) معرفة حقوق حماية المعلومات

الحق في التعويض:

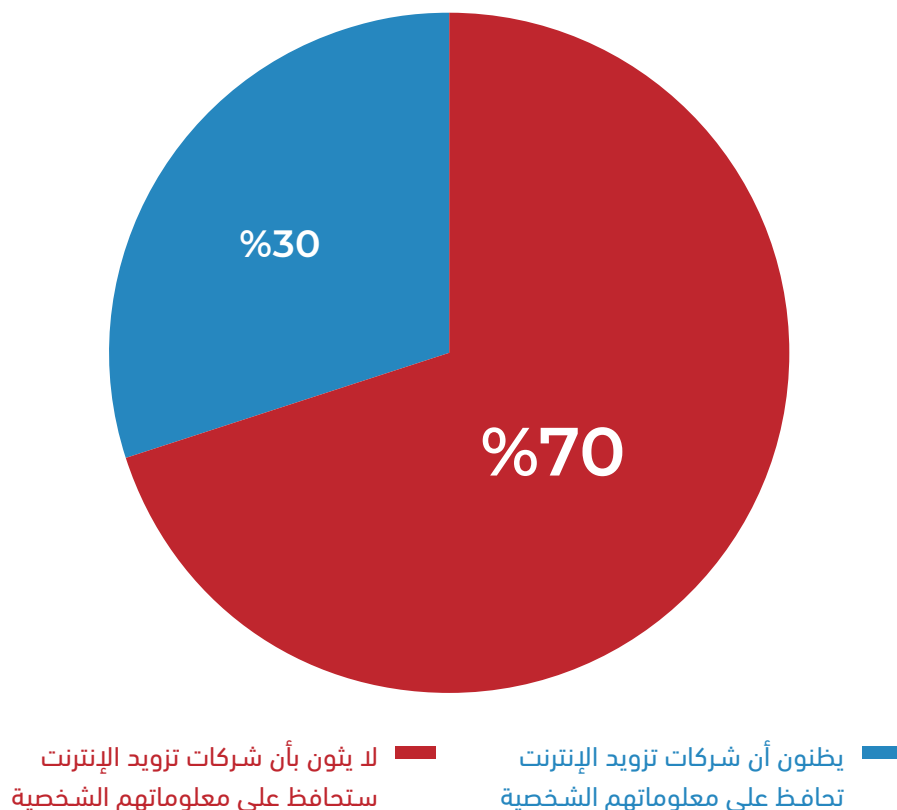
يعتقد 76.4% من المجيبين أن لهم الحق في التعويض إذا ما قام مزود الانترنت الخاص بهم بكشف، أو استخدام، أو سرقة معلوماتهم الشخصية، بينما 9.1% لا يعتقدون ذلك و 14.5% ليسوا متأكدين من حقهم في التعويض.

ما يمكن فعله في حالات إساءة استخدام المعلومات أو الاحتيال:

لا يعرف ما يقارب نصف المستخدمين، أي نحو 48.3%، ما يمكن فعله في حال تعرضت معلوماتهم للكشف أو الاستغلال أو التسبب لهم بضرر نتيجة إساءة استخدام بياناتهم الشخصية، فيما يبقى 33.5% غير متأكدين مما يمكن فعله، و 18.2% يعرفون ما يمكن لهم فعله في تلك الحالات. (أنظر الشكل 4).

الثقة في مزود الانترنت

لا يثق ما يقارب 70% ممن أجابوا بحفاظ مزود الانترنت الخاص بهم على سرية معلوماته الشخصية. ويؤكد 94.7% من المستخدمين على أهمية سن قانون خاص بحماية البيانات الشخصية للمواطنين.



٧١. ملخص نتائج القسم الثاني:

نحو ثلث المشتركين (30.8%) في خدمات الإنترنت في فلسطين ممن أجابوا على أسئلة الاستبيان المختلفة يجهلون ما الذي تعنيه سياسة الخصوصية في المقام الأساسي، ومنهم لا يعرفون حتى بوجودها، أما الثلث الآخر (33%) فهم لا يقرؤون سياسات الخصوصية عند الاشتراك، الأمر الذي تستفيد منه الغالبية العظمى من شركات تزويد الإنترنت، حين تدفع العملاء باتجاه توقيع عقود اشتراك دون إطلاعهم على سياسات الخصوصية أو سؤالهم إذا ما كانوا يوافقون عليها قبل توقيع الاشتراك.

إلى جانب ذلك، لا يملك أكثر المجيبين الوعي الكافي حول كيفية تعامل شركات تزويد الإنترنت مع معلوماتهم الشخصية أو مع من يتم مشاركة هذه البيانات. و بذلك يجهلون كامل حقوقهم المتعلقة بجمع، وتخزين، واستعمال ومشاركة معلوماتهم الشخصية من قبل مزود الانترنت الخاص بهم.

علاوة على ذلك، لا تملك الغالبية العظمى من المستخدمين دراية كافية حول ما ما يمكن فعله حال إساءة استخدام بياناتهم الشخصية، أو الجهات التي يمكنهم تقديم شكوى أو رفع دعوة قضائية من خلالها.

في الوقت ذاته، لا يثق نحو ثلثي المجيبين لا يثقون بشركات تزويد الإنترنت فيما يتعلق بالحفاظ على واحترام خصوصية معلوماتهم الشخصية، ويطالبون بقانون خاص يحمي حقهم في الخصوصية وفي الحفاظ على سرية معلوماتهم.

٧. التوصيات:

أولاً: تعديل سياسة الخصوصية التي تتبناها شركات تزويد الإنترنت في فلسطين

توصلت كل من إمباكت الدولية و آكسس ناو إلى أن جميع أفراد العينة (الشركات السبعة) التي تناولتها الدراسة غير ملتزمة باحترام الحق في الخصوصية وفي حماية معلومات المشتركين الشخصية؛ ما يفتح لها ولأطراف أخرى المجال لانتهاك حقوق العميل وإساءة استعمال معلوماته لذلك، فإنه من الضروري أن تقوم هذه الشركات وغيرها من مزودي الإنترنت في فلسطين بتعديل سياسة الخصوصية بما يحفظ حقوق المستخدم.

وبعد ضمان سهولة وصول العملاء إلى سياسة الخصوصية، ومن أجل معالجة القصور في هذه السياسات، يجب أن تشمل سياسة الخصوصية لكل الشركات على العناصر التالية:

- توضيح لطبيعة المعلومات التي يتم جمعها من العميل وكيفية ذلك وفيما يتم استخدامها، دون ترك ثغرات قد تسمح بتأويلات مختلفة.
- حقوق حماية بيانات المستخدم (حق العميل في الوصول إلى معلوماته، تعديلها، حذفها، تقييد استعمالها، الاعتراض على كيفية استخدام الشركة لها، نقلها، وغيرها من الحقوق)
- استخدام الكوكيز، أنواعها، والغرض منها وأيضا توضيح كيف يمكن عدم قبولها إن رغب المستخدم في ذلك

- التغييرات التي تطرأ على سياسة الخصوصية وإخطار العملاء بذلك
- المسؤولية القانونية التي تتحملها الشركة ومسؤولية الأطراف الثالثة
- الحق في التعويض للعميل
- الجهة القانونية التي يمكن للعميل اللجوء إليها في حال تقديمه لشكوى
- إمكانية وطرق التواصل مع الشركة

علاوة على ذلك، لا تقتصر الشركات الفلسطينية المزودة للإنترنت في جمعها للمعلومات الشخصية على الفلسطينيين وحسب، وإنما تشمل أيضًا عملاءها من العاملين الدوليين ومواطني دول الاتحاد الأوروبي. وعليه فإنه يتوجب عليها أن تمتثل وتخضع للوائح التنظيمية المتعلقة بحماية البيانات العامة.

ثانياً: على وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية فرض الرقابة على شركات الإنترنت

ساهم ضعف الرقابة على شركات تزويد الإنترنت وعدم وجود قوانين خاصة فيما يتعلق بحماية خصوصية المعلومات الشخصية للسكان في فلسطين في عدم إيلاء تلك الشركات اهتمامًا خاصًا للمعلومات الشخصية والحساسة. لذلك، فإنه من الضروري تعديل القوانين والسياسات المعمول بها في فلسطين فيما يتعلق بحماية حق السكان في الخصوصية، بما يشمل خصوصية معلوماتهم الشخصية. إلى جانب ذلك، على وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في فلسطين فرض رقابة على مزودي الإنترنت لضمان التزامهم بحماية معلومات المستخدمين دون إساءة استخدامها.

ثالثاً: نشر الوعي فيما يتعلق بالحق في خصوصية المعلومات

كما اتضح من نتائج الاستبيان الخاص بوعي المشتركين بحقوقهم في الخصوصية، فإن نسبة كبيرة منهم لا يعرفون حقوقهم المتعلقة بحماية معلوماتهم، وليس لديهم فكرة عن مدى احترام شركات تزويد الإنترنت لهذه الحقوق، أو كيف يمكنهم الحصول على حقوقهم في التعويض حال إساءة استخدام معلوماتهم الشخصية أو التسبب لهم بضرر نتيجة ذلك. بناءً على ذلك، تدعو كل من إمباكت الدولية لسياسات حقوق الإنسان وآكسس ناو وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية، ومنظمات المجتمع المدني إلى تنفيذ برامج توعية وتثقيف للسكان، وبيان مدى أهمية الاطلاع على سياسات الخصوصية الخاصة بشركات تزويد الإنترنت والمطالبة بحقوقهم في خصوصية معلوماتهم الشخصية.

شكر خاص لـ

قسّام منيعة

منسق الحملات بمنطقة الشرق الأوسط
وشمال إفريقيا

مروة فطافطة

مديرة السياسات بمنطقة الشرق الأوسط
وشمال إفريقيا في منظمة أكسس ناو

خليل أغا

مستشار وسائل الإعلام الرقمية

ديمة سمارو

مستشارة وخبيرة السياسات المعلوماتية

روهدي تي باسكي

محررة

دونا وينتورث

محررة

نسمة جبر

باحثة

بول أتينبورو

محرر

سارة علي

باحثة ميدانية

ساري نوح

باحث

لورا الحايك

مترجمة

أحمد موسى

باحث ميداني

مصطفى جهاد

مصمم

