



| | | |
|--------------------------------|----------------------|-------------------------|
| שם הפרויקט | | מס' פרויקט |
| פרדוקס הפרטיות במכשירים ניידים | | 2021-01-154 |
| מנחה שותף | מנחה אקדמי | |
| גב' נעמה אילני צור | פרופ' ליאור פינק | |
| חברי הצוות | | |
| נוי קאופמן | לירי הראל | מאיה זוסמן |
| kaufmno@post.bgu.ac.il | lyrie@post.bgu.ac.il | mayazuss@post.bgu.ac.il |

תקציר:

הפרויקט שלנו עוסק בנושא של נכונות לחשיפת מידע פרטי במכשירים דיגיטליים ברשת. בעולם של היום, בו ניתן לנתח בצורה יעילה כמות מאוד גדולה של נתונים, אנו בתור משתמשים צריכים להיות מודעים למידע האישי שלנו ולאן הוא מגיע. מטרת הפרויקט שלנו היא לבחון השפעה של מספר גורמים על רמת חשיפת המידע של משתמשים ברשת.

הגורם הראשון הינו סוג המכשיר, שיערנו שבשימוש בטלפון נייד הנטייה לחשיפת מידע פרטי יגבר בהשוואה למחשב הנייד. הגורם השני הוא הדרגתיות בשאלת השאלות, השערנו הייתה שאם נשאל את השאלות בסדר בו רמת פרטיות הולכת ועולה הדבר יעלה את מוכנות המשתמש לחשיפת מידע. הגורם השלישי הוא כמות המסכים, שיערנו שאם נשאל את השאלות במספר מסכים נפרדים (שאלה אחת במשך), לעומת מסך אחד המכיל את כל השאלות, מוכנות המשתמשים לחשוף מידע תעלה. הגורם הרביעי הוא ההקשר, שיערנו שכאשר השאלה הנשאלת משתייכת להקשר בו נשאל השאלון, מוכנות משתמשים לחשוף מידע אישי יעלה.

לצורך בדיקת ההשערות ביצענו שני ניסויים תוך שימוש בפלטפורמת הניסויים של Amazon Mechanical Turk ומתן תשלום של דולר אחד לכל משתתף שהשלים את הניסוי. בניסויים בדקנו את הנכונות של המשתתפים לחשוף מידע פרטי על עצמם בהינתן גורמי ההשפעה השונים בשימוש באתר שפיתחנו. המשתתפים בכל ניסוי חולקו לשמונה קבוצות בצורה אקראית כך שכל קבוצה שילבה את המשתתפים הבאים: סוג המכשיר, מספר העמודים והדרגתיות השאלות. תחילה הצגנו למשתתפים סרטון בהקשר הניסוי (ניסוי 1- בנקאות דיגיטלית, ניסוי 2- שירותי רפואה) ושאלנו עליו מספר שאלות מסיחות אשר אינן קשורות לנושא הניסוי. בשלב הבא נשאלו 11 שאלות אותן ניתן היה לדרג בטווח של 1 עד 7. בניסוי הראשון השתתפו כ- 320 משתתפים, בניסוי השני כ- 160 משתתפים. בשלב הראשוני של ניתוח תוצאות הניסויים ביצענו מבחנים סטטיסטיים כגון T-Test בכדי לבדוק מתאם בין מענה לשאלות הפרטיות לבין הגורמים הנבדקים על רמת החשיפה לאחר מכן בחנו באמצעות מודל רגרסיה GLMM-General Linear Mixed Model את ההשפעה של הגורמים הנבדקים על נכונות הנסיינים לחשוף מידע פרטי ברשת, וגילינו כי אכן ישנה השפעה חיובית לכך. בחרנו מודל זה משום שרצינו להתייחס לרמת המוכנות לחשיפת מידע ללא תלות באיזה סוג שאלה נבחנה.

מסקנותינו הן כי הגורם המרכזי למוכנות של אדם לחשוף מידע ברמת מובהקות גבוהה הוא סידור השאלות בסדר שאינו אקראי, מספר השאלות בעמוד וההקשר בו נשאלה השאלה. לעומת זאת, לא הצלחנו להוכיח בצורה חד משמעית כי הגורם של סוג מכשיר משפיע על מוכנות של האדם לחשוף מידע. תוצאות הפרויקט עשויות להביא לשינוי תפיסתי בצורה בה כדאי להשתמש במנגנונים שונים ככלי למינוף מספר המשתמשים הרשומים לשירותים מקוונים. אנו ממליצים להמשיך ולחקור את הנושא בדגש על השפעות מנגנונים שונים על המשתמש לטווח הארוך.

מילות מפתח: פרטיות, חשיפת מידע, מכשירים ניידים, כלכלה התנהגותית, ניסויים דיגיטליים.