

اللَّهُمَّ احْمِزْنِي بِرَحْمَتِكَ



دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده علوم اجتماعی

پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی

بررسی نگرش‌های مربوط به حریم خصوصی و به اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی

مطالعه موردی دانشجویان کاربر فیس‌بوک در دانشگاه‌های دولتی شهر تهران

استاد راهنما:

دکتر سیدرضا نقیب‌السادات

استاد مشاور:

دکتر هادی خانیکی

پژوهشگر:

علی قنبریان

زمستان ۱۳۹۱

تقدیم به :

پدر و مادرم؛

فرشتگانی که لحظات ناب باور بودن، لذت و غرور دانستن، جسارت  
خواستن، عظمت رسیدن و تمام تجربه های یکتا و زیبای زندگی،  
مدیون حضور سبز آنهاست...

## چکیده:

شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان یک راه جذاب ارتباطی، مورد استفاده تعداد زیادی از افراد جامعه و به طور خاص جوانان قرار گرفته است. با توجه به این، مقدار قابل ملاحظه‌ای از اطلاعات در این سایت‌ها به اشتراک گذاشته می‌شود که به طور بالقوه پیامدهای قابل توجهی را در زمینه حریم خصوصی کاربران به دنبال دارد. گزارش‌هایی وجود دارد مبنی بر اینکه کاربران، به خطرات بالقوه‌ی به اشتراک گذاری اطلاعات در این سایت‌ها توجه نمی‌کنند. در این تحقیق، نگرش‌های کاربران در رابطه با حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی مجازی بررسی شد و تفاوت نگرش‌های کاربران با توجه به جنسیت، و سن آنها مورد بررسی قرار گرفت.

این پژوهش با استفاده از روش پیمایشی انجام شده است. جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از تکنیک پرسشنامه‌ای انجام و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۴۰۰ نفر برآورد شد. به این ترتیب ۴۰۰ پرسشنامه در بین دانشجویان چهار دانشکده فنی‌مهندسی دانشگاه تهران، علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، هنرهای کاربردی دانشگاه هنر، و پزشکی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی توزیع شد. این توزیع بر اساس روش نمونه‌گیری تلفیقی و ترکیبی با دو تکنیک چندمرحله‌ای و سهمیه‌ای انجام شد.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که کاربران عمدتاً نگرانی‌هایی در رابطه با حریم خصوصی خود در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند. آنها میزان قابل توجهی از اطلاعات را در این سایت‌ها به اشتراک می‌گذارند، این در حالی است که اکثر کاربران نسبت به تنظیمات حریم خصوصی آگاهی دارند و از آن استفاده می‌کنند. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که اکثر کاربران از شرایط، مقررات و سیاست‌های حریم خصوصی در سایت‌های شبکه اجتماعی آگاهی دارند، اما این شرایط و مقررات تأثیر چندانی در مشارکت یا عدم مشارکت بخش قابل توجهی از آنان در این سایت‌ها ندارند. به نظر می‌رسد که کاربران هزینه و سود خود را در رابطه با فعالیت‌شان در سایت‌ها شبکه اجتماعی محاسبه می‌کنند. آنها مزایای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را بیشتر از خطرات و هزینه‌های آن می‌دانند، ولو آنکه شرایط، مقررات و سیاست‌های حریم خصوصی برای‌شان نامطلوب باشد. این تحقیق نشان می‌دهد که پدیده نمایش (افشا) اطلاعات تا حدودی با جنسیت و سن کاربران در ارتباط است. نتایج تحقیق، تفاوت‌هایی را در نگرش‌های کاربران، به خصوص در زمینه آگاهی و حفاظت از حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی مجازی نشان می‌دهد.

**کلیدواژه‌ها:** شبکه‌های اجتماعی مجازی، حریم خصوصی، به اشتراک گذاری اطلاعات، جنسیت، سن

## پیشگفتار:

پدیده شبکه‌های اجتماعی مجازی در طول سال‌های اخیر محبوبیت گسترده‌ای را در بین اقشار مختلف مردم و به طور خاص در بین جوانان به دست آورده است. در حال حاضر با افزایش توجه عموم به این پدیده، سایت‌های شبکه اجتماعی موضوعی جالب برای بحث در میان مردم هستند. اکثریت استفاده‌کنندگان، از مزایای حضور در این محیط اجتماعی آگاهی دارند، در حالی که عقب ماندگان از این قافله آگاهی چندانی نسبت به این سایت‌ها ندارند. اما حتی با توجه به موفقیت رو به رشد این سایت‌ها در جذب و مشارکت کاربران، مناقشات متعددی بر سر استفاده از این سایت‌ها وجود دارد. به عنوان مثال دسترسی به این سایت‌ها در چندین کشور مانند کشور ما ممنوع است. اگرچه این حوزه از تحقیق در کشور ما تا حدودی مهجور مانده است اما در دیگر کشورهای جهان، تعداد زیادی از محققان با تحقیقات کمی و کیفی به کاوش در حوزه‌های مختلفی از شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند: پذیرش و استفاده (اعم از موافقان و مخالفان)، تصورات رایج در مورد وب ۲.۰ و همچنین سوالات تحقیقی مرتبط با حریم خصوصی و ویژگی‌های جمعیت شناختی (مانند سن و جنس) پرداخته‌اند.

با توجه به تعریف بوید و الیسون (Boyd & Ellison, 2007) شبکه‌های اجتماعی مجازی، خدماتی مبتنی بر وب هستند که به افراد امکان می‌دهد: (۱) پروفایل عمومی در محدوده‌ی سیستم ایجاد کنند (۲) فهرستی از سایر کاربران و اینکه با چه کسانی مرتبط هستند فراهم نماید و (۳) مشاهده و گردش فهرست ارتباطات در درون سیستم انجام گیرد. همچنین سلطانی‌فر در تعریف شبکه‌های اجتماعی مجازی آورده است: "شبکه‌های اجتماعی، فضایی در دنیای مجازی هستند که برای ارتباط میان افراد مختلف، با سطوح گوناگون دسترسی، به وجود آمده‌اند. ایجاد ارتباطات جمعی و میان فردی، تشکیل اجتماعات مجازی، اطلاع‌رسانی، تبادل اطلاعات و نظرات از شناخته شده‌ترین کارکردهای این فضاها هستند" (حکیمی، ۱۳۹۰). برخی از انواع سایت‌های شبکه اجتماعی مانند فیس‌بوک، مای‌اسپیس و فریند استر به کاربران اجازه ساخت حساب کاربری، ثبت مشخصات، و سپس برقراری ارتباط با دیگر اعضا را می‌دهند. اما دلایل اصلی برای عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی چیست؟ انگیزه‌های مختلفی برای مشارکت در این سایت‌ها وجود دارد از آشنایی با افراد جدید و حفظ روابط با دوستان و همکاران گرفته تا ارسال عکس‌ها و نظرات و به اشتراک گذاشتن تجارب و به روز رسانی‌های شخصی (Dwyer, et al., 2007). همچنین مردم دوست دارند به بیان هویت خود بپردازند، و در بیانی بهتر، ببینند و دیده شوند (Tufekci, 2008). در حالت دوم سایت‌های شبکه اجتماعی توسط افرادی پشتیبانی می‌شود که علاقه دارند بدانند در زندگی دیگران چه می‌گذرد.

همانطور که شبکه های اجتماعی مجازی بیش از پیش محبوب می شوند، این سایتها به ذخیره سازی انواع مختلفی از اطلاعات می پردازند، اطلاعاتی که کاربران به طور داوطلبانه مایل به ارائه آنها به این سایتها هستند. می توان گفت نمایش اطلاعات شخصی در یک سایت عمومی به نوعی جالب و در عین حال عجیب است. در واقع هیچ کس به معنای واقعی کلمه مجبور به پیوستن به این سایتها و ارائه اطلاعات شخصی خود نیست (Acquisti and Gross, 2006). با توجه به اطلاعات موجود در پروفایل های کاربران در شبکه های اجتماعی مجازی، محدوده این اطلاعات از اطلاعات پایه و مشخصات تماس تا علایق شخصی و محتویات چندرسانه ای مانند عکس و فیلم را شامل می شود. این بدان معنی است که میزان و ارزش این اطلاعات بسیار زیاد است.

به موازات ظهور اینترنت و توسعه آن، بحث از میان رفتن حریم خصوصی هم مطرح شد. این بحث در ابتدا با ترس از افشای اطلاعات (به عنوان مثال وقتی که یک معامله اینترنتی از طریق انجمنها یا اتاق های گفتگو انجام می شود) به وجود آمد. شبکه های اجتماعی مجازی نیز با اینکه ویژگی های قابل توجهی ارائه می دهند اما نگرانی ها در مورد حریم خصوصی در این سایتها در حال افزایش است. گراس و آکوئیستی (Gross and Acquisti, 2005) می گویند که افراد در برخی شرایط اطلاعات شخصی خود را برای دیگران حتی کسانی که هرگز آنها را نمی شناسند، نمایش می دهند. همچنین ماهیت باز سایت های شبکه اجتماعی این فرصت را برای بسیاری از افراد و سازمانها به وجود می آورد تا رفتار و فعالیت های کاربران را رصد کنند. به عنوان مثال امکان دارد که سازمان های پشت سایت های شبکه اجتماعی از این اطلاعات فراهم آمده استفاده کنند یا به موتورهای جستجوی خارجی اجازه دسترسی به این اطلاعات را بدهند. گفته شده است اطلاعاتی که بر روی اینترنت قرار می گیرد برای همیشه وجود خواهد داشت، در نتیجه باید در مورد اشتراک گذاری اطلاعات در اینترنت و به طور خاص در سایت های شبکه اجتماعی که حاوی مقادیر زیادی از اطلاعات شخصی هستند، بسیار دقت کرد. با این حال نشانه هایی وجود دارد مبنی بر اینکه افراد از شرایط اشتراک گذاری آنلاین اطلاعات به درستی آگاهی ندارند. محقق در این تحقیق مصمم به اکتشاف قلمروی از حریم خصوصی در سایت های شبکه اجتماعی از دیدگاه کاربران این سایتها است.

علی قنبریان

زمستان ۱۳۹۱

## فهرست مطالب:

### فصل اول

#### کلیات پژوهش

صفحه	عنوان
۲	الف) مقدمه .....
۲	طرح مسئله و تعریف آن .....
	ضرورت و اهمیت موضوع تحقیق
۳	ضرورت و اهمیت نظری .....
۳	ضرورت و اهمیت عملی .....
۴	تشریح فرایند تاریخی موضوع تحقیق .....
	ب) اهداف تحقیق
۵	هدف اصلی .....
۵	اهداف فرعی .....

### فصل دوم

#### مبانی نظری تحقیق

۷	مقدمه .....
	تاریخچه موضوع تحقیق
۸	الف) در جهان .....
۱۰	ب) در ایران .....

## بخش اول: رسانه‌های نوین

۱۲	رسانه نوین
۱۴	اینترنت؛ نمونه بارز رسانه نوین
۱۵	عصر دوم رسانه ها
۱۷	رسانه اجتماعی
۱۸	ویژگی های رسانه‌های اجتماعی
۱۹	انواع رسانه‌های اجتماعی
۱۹	وب ۲
۲۱	اجتماع مجازی

## بخش دوم: شبکه‌های اجتماعی مجازی

۲۳	شبکه‌های اجتماعی مجازی
۲۸	تاریخچه سایت‌های شبکه اجتماعی
۳۳	دسته‌بندی کاربران سایت‌های شبکه اجتماعی
۳۷	اهداف و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی
۳۸	مزایای شبکه‌های اجتماعی مجازی
۴۲	شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران
۴۵	معرفی شبکه‌های اجتماعی مجازی برتر
۴۵	فیس‌بوک
۴۷	گوگل پلاس
۴۸	مای‌اسپییس



تویتر ..... ۵۰

فرند فیت ..... ۵۱

### بخش سوم: حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی مجازی

نمایش اطلاعات ..... ۵۳

دسترسی شخص ثالث به اطلاعات ..... ۵۶

آگاهی و حفاظت از حریم خصوصی ..... ۵۷

### تفاوت‌ها در نگرش به حریم خصوصی با توجه به جنسیت و سن کاربران

جنسیت ..... ۶۰

سن ..... ۶۲

### بخش چهارم: چارچوب نظری تحقیق

نظریه مبادله اجتماعی ..... ۶۴

فرآیند فرموله کردن متغیرها و مفاهیم تحقیق ..... ۶۷

### سوال‌های تحقیق

سوال اصلی ..... ۷۰

سوال‌های فرعی ..... ۷۰

## فصل سوم

### روش‌شناسی تحقیق

مقدمه ..... ۷۲

روش تحقیق ..... ۷۳

ابزار پژوهش ..... ۷۴

## تعریف نظری و عملیاتی متغیرها

الف) متغیر وابسته: حریم خصوصی و به اشتراک گذاری اطلاعات

تعریف نظری ..... ۷۵

تعریف عملیاتی ..... ۷۶

ب) متغیرهای مستقل

جنسیت، سن، رشته تحصیلی ..... ۷۸

جامعه آماری ..... ۷۸

برآورد حجم نمونه ..... ۷۹

روش نمونه‌گیری ..... ۸۰

واحد تحلیل ..... ۸۱

نحوه جمع‌آوری داده‌ها ..... ۸۱

آزمون‌های مورد استفاده در تجزیه و تحلیل داده‌ها ..... ۸۱

محدودیت‌های روش شناختی پژوهش ..... ۸۲

قابلیت اعتماد ..... ۸۲

اعتبار ..... ۸۳

## فصل چهارم

### یافته‌های تحقیق

مقدمه ..... ۸۶

بخش اول: توصیف یافته‌ها ..... ۸۷

بخش دوم: تبیین یافته‌ها ..... ۱۰۸

## فصل پنجم

### جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۱۲۹	.....	مقدمه
		الف) جمع‌بندی
۱۳۰	.....	۱. الف) جمع‌بندی توصیف یافته‌های تحقیق
۱۳۵	.....	۲. ب) جمع‌بندی تحلیل یافته‌های تحقیق
۱۳۹	.....	ب) نتیجه‌گیری
۱۴۲	.....	ج) پیشنهادهای تحقیق

### منابع و مآخذ

۱۴۴	.....	منابع فارسی
۱۴۸	.....	منابع لاتین

### پیوست‌ها

۱۶۱	.....	تنظیمات حریم خصوصی در فیس‌بوک
۱۶۹	.....	شرایط و مقررات فیس‌بوک
۱۷۹	.....	سیاست‌های حفظ حریم خصوصی در فیس‌بوک
۱۹۴	.....	آمارهای اتاق خبری فیس‌بوک
۱۹۵	.....	پرسشنامه تحقیق

### فهرست جداول و نمودارها

## فصل دوم

### مبانی نظری تحقیق

عنوان	صفحه
جدول شماره ۱: گزارش پژوهش کیفی در زمینه شبکه‌های اجتماعی مجازی .....	۲۷
جدول شماره ۲: فرآیند فرموله کردن متغیرها و مفاهیم تحقیق؛ پرسش‌های پرسشنامه.....	۶۹

## فصل سوم

### روش‌شناسی تحقیق

جدول شماره ۱: مراحل انتخاب نمونه تحقیق .....	۸۰
--	----

## فصل چهارم

### یافته‌های تحقیق

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت .....	۸۷
جدول شماره ۲: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن .....	۸۷
جدول شماره ۳: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب رشته تحصیلی .....	۸۸
جدول شماره ۴: توزیع فراوانی: من معتقدم برای کسب موفقیت در زندگی باید ریسک.....	۸۸
جدول شماره ۵: توزیع فراوانی: در زندگی اگر شانس زیادی برای کسب پاداش .....	۸۹
جدول شماره ۶: توزیع فراوانی: محافظت از اطلاعات شخصی ام برای من اهمیت .....	۸۹
جدول شماره ۷: توزیع فراوانی: به طور کلی، زمانی که از اینترنت استفاده .....	۹۰
جدول شماره ۸: توزیع فراوانی: اعتقاد دارم که اطلاعات شخصی ام در محیط آنلاین .....	۹۰
جدول شماره ۹: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مدت زمان استفاده از سایت .....	۹۱
جدول شماره ۱۰: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان فعالیت در سایت .....	۹۱

- جدول شماره ۱۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تعداد دوست ... ۹۲
- جدول شماره ۱۲-۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب عضویت در سایت کلوب ..... ۹۲
- جدول شماره ۱۲-۲: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب عضویت در سایت گوگل پلاس.... ۹۳
- جدول شماره ۱۲-۳: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب عضویت در سایت توییتر ..... ۹۳
- جدول شماره ۱۲-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب عضویت در سایت مای اسپیس.... ۹۳
- جدول شماره ۱۲-۵: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب عضویت در سایت لینکداین ..... ۹۴
- جدول شماره ۱۳: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس نمایش نام و نام خانوادگی ..... ۹۴
- جدول شماره ۱۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس نمایش تاریخ تولد ..... ۹۵
- جدول شماره ۱۵: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس نمایش عکس چهره کاربر در پروفایل ..... ۹۵
- جدول شماره ۱۶: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس نمایش شهر محل تولد..... ۹۶
- جدول شماره ۱۷: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس نمایش آدرس خیابان ..... ۹۶
- جدول شماره ۱۸: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس نمایش شماره تلفن (همراه یا ثابت) ..... ۹۷
- جدول شماره ۱۹: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس نمایش دیدگاه‌های سیاسی..... ۹۷
- جدول شماره ۲۰: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس نمایش دیدگاه‌های اعتقادی/مذهبی . ۹۸
- جدول شماره ۲۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس نمایش وضعیت رابطه ..... ۹۸
- جدول شماره ۲۲: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس نمایش اطلاعات تحصیلات ..... ۹۹
- جدول شماره ۲۳: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس نمایش اطلاعات کار ..... ۹۹
- جدول شماره ۲۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان به روز رسانی وضعیت..... ۱۰۰
- جدول شماره ۲۵: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مدت زمان استفاده روزانه از فیس بوک. ۱۰۰
- جدول شماره ۲۶: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تعداد برنامه‌های کاربردی مورد..... ۱۰۱

- جدول شماره ۲۷: توزیع فراوانی برحسب میزان نگرانی از حریم خصوصی در فیس بوک..... ۱۰۲
- جدول شماره ۲۸: توزیع فراوانی: فکر میکنم حریم اطلاعات شخصی من به خوبی ..... ۱۰۲
- جدول شماره ۲۹: توزیع فراوانی: از تنظیمات حریم خصوصی در فیس بوک آگاهی دارم..... ۱۰۳
- جدول شماره ۳۰: توزیع فراوانی: در رابطه با تنظیمات حریم خصوصی ام در فیس بوک ..... ۱۰۳
- جدول شماره ۳۱: توزیع فراوانی: درخواست دوستی افراد ناشناس را قبول می کنم ..... ۱۰۴
- جدول شماره ۳۲: توزیع فراوانی: نسبت به اینکه چه کسانی پروفایل و اطلاعات... ..... ۱۰۴
- جدول شماره ۳۳: توزیع فراوانی: به احتمال زیاد، اضافه کردن برنامه های جانبی... ..... ۱۰۵
- جدول شماره ۳۴: توزیع فراوانی: از شرایط، مقررات و وضعیت فیس بوک... ..... ۱۰۵
- جدول شماره ۳۵: توزیع فراوانی: شرایط، مقررات و وضعیت فیس بوک... ..... ۱۰۶
- جدول شماره ۳۶: توزیع فراوانی برحسب اعمال تغییر در تنظیمات حریم خصوصی... ..... ۱۰۶
- جدول شماره ۳۷: توزیع فراوانی برحسب حالت کلی تنظیمات به روز رسانی استاتوس ها... ۱۰۷
- جدول شماره ۳۸: توزیع فراوانی: بعد از جواب دادن به این پرسش نامه ..... ۱۰۷
- جدول شماره ۳۹: بررسی تفاوت های میانگین بین دانشجویان دختر و پسر..... ۱۰۸
- جدول شماره ۴۰: بررسی جهت تفاوت های بین زنان و مردان..... ۱۰۹
- جدول شماره ۴۱: بررسی رابطه بین جنس و متغیرهای مربوط به ویژگی ها و فعالیت ها..... ۱۱۰
- جدول شماره ۴۲: بررسی رابطه بین جنس و نمایش نام و نام خانوادگی در فیس بوک. .... ۱۱۱
- جدول شماره ۴۳: بررسی رابطه بین جنس و نمایش آدرس خیابان در فیس بوک..... ۱۱۲
- جدول شماره ۴۴: بررسی رابطه بین جنس و نمایش شماره تلفن در فیس بوک ..... ۱۱۳
- جدول شماره ۴۵: بررسی رابطه بین جنس و نمایش وضعیت رابطه در فیس بوک ..... ۱۱۴
- جدول شماره ۴۶: بررسی رابطه بین جنس و نمایش دیدگاه های اعتقادی در فیس بوک..... ۱۱۵

- جدول شماره ۴۷: بررسی مساله پذيرش درخواست دوستی افراد ناشناس ..... ۱۱۶
- جدول شماره ۴۸: بررسی رابطه بين جنس و اعمال تغييرات در تنظیمات حریم خصوصی... ۱۱۷
- جدول شماره ۴۹: بررسی رابطه بين سن و متغیرهای تحقیق با استفاده از ضریب... ۱۱۸
- جدول شماره ۵۰: مقایسه گروه‌های سنی با یکدیگر در رابطه با متغیرهای ترتیبی ..... ۱۲۰
- جدول شماره ۵۱: مقایسه میانگین گروه‌های سنی ۱ و ۳ با توجه به متغیر میزان... ۱۲۲
- جدول شماره ۵۲: مقایسه میانگین گروه‌های سنی ۱ و ۳، ۲ و ۳ با توجه به تعداد دوستان ۱۲۳
- جدول شماره ۵۳: بررسی رابطه بين متغیر گروه‌های سنی با نمایش محل..... ۱۲۴
- جدول شماره ۵۴: بررسی رابطه بين گروه‌های سنی و نمایش وضعیت رابطه در فیس‌بوک.. ۱۲۵
- جدول شماره ۵۵: بررسی رابطه بين گروه‌های سنی و نمایش محل تولد در فیس‌بوک..... ۱۲۶
- جدول شماره ۵۶: بررسی رابطه بين گروه‌های سنی و اعمال تغییرات در تنظیمات ..... ۱۲۷

# فصل اول

## کلیات پژوهش



## ۱. طرح مسئله و تعریف آن :

شبکه‌های اجتماعی مجازی به بخشی از فعالیت روزانه افراد تبدیل شده است. این سایت‌ها به کاربران اجازه می‌دهند که پس از ایجاد یک پروفایل، اطلاعات شخصی، عکس و سایر اطلاعاتی را که تمایل دارند، با دیگران به اشتراک بگذارند. کارکرد اصلی همه شبکه‌های اجتماعی مجازی، ارائه یک راه ارتباطی به کاربران شان برای در تماس بودن با دوستان و معاشرت با آنها از طریق اینترنت است.

مطالعه‌ای که توسط جونز و سولترن (Jones and Soltren, 2005) انجام شد، نشان می‌دهد که حریم خصوصی در سایتهای شبکه اجتماعی به دلیل نمایش بیش از حد اطلاعات و دسترسی شخص ثالث به این اطلاعات، مورد تعرض قرار می‌گیرد. دسترسی دیگران به اطلاعات شخصی کاربران و انواع مختلف حملات سایبری موجب نقض حریم خصوصی افراد در این سایت‌ها می‌شود (Gross and Acquisti, 2005). افشای اطلاعات حساس ممکن است موجب به خطر افتادن موقعیت شغلی، روابط شخصی و همچنین سرفاکنندگی افراد در جامعه شود (Tuunainen, et al., 2009). سازمان‌های اطلاعاتی یا تبلیغاتی ممکن است بدون رضایت کاربران به جمع‌آوری و استفاده از اطلاعات شخصی آنها دست بزنند (Hoy and Milne, 2010). علاوه بر این مطالعات متعددی نشان داده اند که کاربران سایتهای شبکه اجتماعی، فاقد آگاهی از تهدیدات بالقوه در این سایت‌ها و فاقد ابتکار عمل مناسب در محافظت از حریم خصوصی خود هستند. به عنوان مثال، اکثر کاربران سایت های شبکه اجتماعی، به شرایط و سیاست‌های حفظ حریم خصوصی در این سایت‌ها توجهی ندارند (Jones and Soltren, 2005; Govani and Pashley, 2005; Tuunainen, et al., 2009; Mohtasebi and Borazjani, 2010). همانگونه که روز به روز بر تعداد کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی افزوده می‌شود، نگرانی‌های ذکر شده بیشتر و بیشتر می‌شود. با مروری بر تحقیقات انجام شده در زمینه شبکه‌های اجتماعی مجازی، درمی‌یابیم که به اندازه کافی به حوزه حریم خصوصی، و به طور خاص به ارتباط بین آگاهی و توجه کاربران به حریم خصوصی و فعالیت‌های آنها در سایتهای شبکه اجتماعی، توجه نشده است. در نتیجه، در این تحقیق، محقق ابتدا به بررسی نگرش‌های عمومی و درک کاربران در رابطه با دغدغه‌ها و توجه به حریم خصوصی در این سایت‌ها و به طور خاص به مسائلی چون نمایش (افشا) اطلاعات، آگاهی، و محافظت از حریم خصوصی می‌پردازد. این منجر به شکل‌گیری دو پرسش اولیه تحقیق می‌شود:

- چه نگرش‌هایی در رابطه با حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود دارد؟
- چه رابطه‌ای بین نگرش‌های مربوط به حریم خصوصی و رفتارهای کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود دارد؟

در دومین قدم، محقق علاقه‌مند به بررسی هرگونه تفاوت در نگرش کاربران به حریم خصوصی، به طور خاص در حوزه‌های فوق‌الذکر مانند افشای اطلاعات، آگاهی، و محافظت از حریم خصوصی در سایت‌های شبکه اجتماعی با توجه به متغیرهای جنسیت و سن کاربران است. از این رو پرسش دوم و سوم تحقیق اینگونه بیان می‌شود:

- با توجه به جنسیت، چه تفاوت‌هایی در نگرش‌های کاربران به حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود دارد؟
- با توجه به سن، چه تفاوت‌هایی در نگرش‌های کاربران به حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود دارد؟

## **۲. ضرورت و اهمیت موضوع تحقیق :**

### **ضرورت و اهمیت نظری یا علمی:**

اهمیت این مطالعه در ارزیابی درک عمومی کاربران سایت‌های شبکه اجتماعی در رابطه با حریم خصوصی در این سایت‌ها، و در زمانی است که استفاده از این شبکه‌ها بیش از پیش افزایش یافته است. در این تحقیق به مفهومی جدید از حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی مجازی از نگاه کاربران خواهیم رسید و به طور خاص، نگرش کاربران سایت فیس‌بوک در این زمینه بررسی خواهد شد. در این مطالعه، با توجه به مسائلی چون افشای اطلاعات، آگاهی، و محافظت از حریم خصوصی، مولفه‌های حریم خصوصی در کنار میزان رعایت و توجه به این حوزه شناسایی خواهد شد و معیارهای علمی آن بدست آورده می‌شود. یکی دیگر از موارد اهمیت این تحقیق، بررسی تفاوت بین نگرش‌های مربوط به حریم خصوصی در سایت‌های شبکه اجتماعی با توجه به متغیرهای سن و جنسیت کاربران است.

### **ضرورت و اهمیت عملی یا اجتماعی:**

اهمیت این موضوع از آن جهت است که یافته‌های این تحقیق می‌تواند اطلاعات ارزشمندی را در مورد رفتارها و نگرش‌های کاربران سایت‌های شبکه اجتماعی، در اختیار سازمانها و نهادهای مختلف، به طور خاص سازمان‌هایی که متاثر از این سایت‌ها هستند، قرار دهد. در بررسی مطالعات مربوط به سایت‌های خرید آنلاین، به این نکته پی می‌بریم که کاربران این سایت‌ها بیشتر به مسائل امنیتی و حفظ حریم خصوصی توجه دارند (Seock and Chen-Yu, 2007). با انجام این تحقیق، ما می‌توانیم توجه به مسائل امنیتی را در

سایتهای شبکه اجتماعی که بسیاری از اطلاعات حساس افراد در آنها قرار دارد به کاربران این سایتها یادآوری کنیم. آگاهی و دانش هرچه بیشتر در این حوزه، ما را قادر به ایجاد یک سایت شبکه اجتماعی موفق خواهد کرد. همانطور که تعداد زیادی از سازمانها در حال ایجاد سایتهای شبکه اجتماعی و جذب کاربران هستند، آگاهی و دانش در این حوزه ضروری می‌نماید. همچنین نتایج این تحقیق از جنبه مدیریتی موضوع برای مسئولان اداره کننده شبکه های اجتماعی مجازی داخلی، امکان کنترل، نظارت، هدایت و ارشاد را فراهم می‌آورد.

### **۳. تشریح فرایند تاریخی موضوع تحقیق :**

پژوهش در زمینه شبکه‌های اجتماعی در کشور ما مهجور مانده است و تا کنون محققان ایرانی به این حوزه توجه چندانی نداشته‌اند. اما این مسئله در دیگر کشورهای جهان برعکس است، و تعداد زیادی از محققان با تحقیقات کمی و کیفی به کاوش در حوزه‌های مختلفی از شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند : پذیرش و استفاده (اعم از موافقان و مخالفان)، تصورات رایج در مورد وب ۲.۰ و همچنین سوالات تحقیقی مرتبط با حریم خصوصی و ویژگی‌های جمعیت شناختی (مانند سن و جنس) پرداخته‌اند. این حتی گاهی به مطالعات بین رشته ای و همچنین مقالاتی مرتبط در حوزه‌های پزشکی (Farmer, et al., 2009)، مطالعات فرهنگی (Harrison and Thomas, 2009)، آموزش و پرورش (Griffith and Liyanage, 2008) و کسب و کار و بازاریابی (Clemons, et al., 2007; Harris and Rae, 2009) منجر شده است. در رابطه با موضوع حریم خصوصی و به اشتراک گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی هم تا کنون تحقیقات فراوانی در جهان انجام شده است. این موضوع به موازات افزایش دغدغه‌ها و نگرانی‌های کاربران در رابطه با حریم خصوصی در سایت‌های شبکه اجتماعی، مورد توجه طیف وسیعی از پژوهشگران قرار گرفت. تا کنون در ایران انجام پژوهش مشابهی در این زمینه سابقه نداشته است و این موضوع برای اولین بار است که در ایران به عنوان یک طرح تحقیقاتی اجرا می‌شود.

## **(ب) اهداف تحقيق:**

### **هدف اصلي:**

هدف اصلي اين تحقيق، شناخت و بررسي نگرش‌هاي دانشجويان در رابطه با حریم خصوصي و به اشتراك گذاري اطلاعات در شبکه‌هاي اجتماعي مجازي است.

### **اهداف فرعي:**

يکي از اهداف فرعي اين تحقيق، شناخت و بررسي هرگونه تفاوت در زمينه نگرش‌هاي مربوط به حریم خصوصي در شبکه‌هاي اجتماعي مجازي با توجه به جنسيت و سن کاربران است که به شرح زير بيان مي‌گردد:

۱. شناخت هرگونه تفاوت در نگرش به حریم خصوصي در شبکه‌هاي اجتماعي مجازي با توجه به

جنسيت کاربران

۲. شناخت هرگونه تفاوت در نگرش به حریم خصوصي در شبکه‌هاي اجتماعي مجازي با توجه

به سن کاربران

همچنين علاوه بر موارد فوق، ديگر هدف فرعي اين تحقيق، بررسي رابطه بين نگرش‌هاي مربوط به حریم خصوصي و رفتارهاي کاربران در شبکه‌هاي اجتماعي مجازي است.