



نگرانی درباره حفظ حریم خصوصی در سایت های شبکه های اجتماعی: بررسی مدل تحقیقاتی در ایران

عسل محمدی^۱، حجت الله حمیدی^۲

^۱دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، گروه فناوری اطلاعات mohammadiasal@yahoo.com

^۲دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی، گروه فناوری اطلاعات h_hamidi@kntu.ac.ir

چکیده

زمینه این مطالعه درباره حریم خصوصی کاربران در شبکه های اجتماعی است. در سال های اخیر، با گسترش سریع سایت های شبکه های اجتماعی، مسائل جدید به نام حریم خصوصی و خودافشایی آنلاین به وجود آمده است. جوانان زمان قابل توجهی را صرف سایت های شبکه های اجتماعی می کنند. با این حال، هنوز مطالعات کمی درباره محافظت از حریم خصوصی جوانان در سایت های شبکه های اجتماعی مستند شده است. جامعه تحقیق دانشجویان مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب به تعداد ۳۴۵ نفر بود که در کل، ۳۲۰ مشارکت کننده در یک بررسی آنلاین و مدلسازی معادله ساختاری برای ارزیابی این مدل، مشارکت داشتند. نتایج ارزیابی نشان دادند که دقت، خودکارآمدی، آسیب پذیری و جنسیت لازمه اهمیت حریم خصوصی اطلاعات در سایت های شبکه های اجتماعی است. یافته ها نشان می دهد رابطه معناداری بین ارزش حریم خصوصی و خودافشایی، آگاهی حریم خصوصی و اهمیت حریم خصوصی، هنجارهای اجتماعی حریم خصوصی و ارزش حریم خصوصی وجود دارد.

واژه های کلیدی

حریم خصوصی اطلاعات، خودکارآمدی، خودافشایی، سایت های شبکه های اجتماعی

مقدمه

اینترنت بزرگترین شبکه اجتماعی جهان است. تحت تاثیر وب ۲،۰، رشد سایت های شبکه های اجتماعی شگفت انگیز بوده است [۱]. برای مثال فیسبوک گزارش کرده است که در سرتاسر جهان بیش از ۵۰۰ میلیون کاربر فعال در دسامبر سال ۲۰۱۰ داشته که ۵۰٪ آنها هر روز حساب کاربری خود را چک می کردند و کاربران بیش از ۷۰۰ میلیارد دقیقه در ماه زمان صرف این سایت ها کرده اند [۲]. گزارش شده است که از هر ۱۰ نفر پاسخ دهنده ۸ نفر باور دارند مصرف کنندگان کنترل خود را بر چگونگی پخش و استفاده از

اطلاعات پزشکی فردی از دست داده اند [۳] و ۷۵٪ مصرف کنندگان گزارش کردند شرکت های سلامت اطلاعات پزشکی فردی را با شرکت های شخص ثالث به اشتراک می گذارند [۴].

ادبیات با مطالعاتی درباره حریم خصوصی در برنامه های کاربردی سلامت و محتوای تراکنش های تجاری و برنامه های کاربردی کسب و کار اشباع شده است، اما توجه کمی به بررسی نگرانی های حریم خصوصی اطلاعات در سایت های شبکه های اجتماعی شده است، به خصوص زمانی که به کاربران انتخاب هایی برای آشکار یا پنهان کردن اطلاعات فردی پیشنهاد می شود [۵]. سایت های شبکه های اجتماعی شکل مهمی از ارتباطات شده است و به عنوان موضوع مورد علاقه محققان در سال های اخیر در زمینه هایی شامل فناوری، ارتباطات و جامعه شناسی است. سایت های شبکه های اجتماعی به عنوان خدماتی که کاربران می توانند حساب های عمومی و نیمه عمومی ایجاد کنند و یا با دیگران ارتباط برقرار کنند، تعریف شده اند [۶].

هدف تحقیق بدست آوردن بینش دقیق درباره اهمیت حریم خصوصی اطلاعات، سابقه آن و درجه حریم خصوصی در سایت های شبکه های اجتماعی است.

مقالات از مجلات معتبر مختلف انتخاب شدند، سپس مدل ها در هر مقاله بررسی شدند. سپس به بررسی درک بهتر حریم خصوصی و درک آن در شبکه های اجتماعی پرداخته شده است، مدلی که شامل اهمیت حریم خصوصی اطلاعات، خودکارآمدی، دقت درک شده، آسیب پذیری درک شده، سودمندی پاسخ و پاداش است، در نظر گرفته شده است. سپس این مدل در جامعه دانشجویان مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب ارزیابی شد.

بخش های بعدی مقاله به این صورت سازماندهی شده اند. در ادامه مرور بر ادبیات مطرح شده است که تعریفی از هر متغیر و زمینه کاربرد آن در مقالات را ارائه می کند. بخش بعد، شامل روش