

بررسی کیفی احساس امنیت آنلاین کاربران شبکه‌های اجتماعی

راضیه ذاکری هامانه* ، منصوره اعظم آزاده**

مریم قاضی‌نژاد*** ، سوسن باستانی****

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۲/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۶/۲۰

چکیده

پرداختن به مفهوم امنیت به عنوان یکی از مقولات مهم اجتماعی، از الزامات آکادمیک و ضروریات مدیریت جامعه محسوب شده و نیاز به وجود احساس امنیت و آرامش خاطر در فعالیت‌های روزمره اینترنتی از جمله دوست‌یابی، گپ‌زنی آنلاین، مبادله اطلاعات، اشتراک‌گذاری و دادوستد مالی، ضرورت مطالعه علمی تخصصی این مقوله را مضاعف می‌نماید. این پژوهش کیفی با هدف مطالعه احساس امنیت آنلاین کاربران ایرانی شبکه‌های اجتماعی در بازه زمانی مهر ۱۳۹۶ تا دی ۱۳۹۷ با روش تالیث انجام شد. یافته‌های تحقیق با بهره‌گیری از مطالعات اسنادی، مصاحبه عمیق با خبرگان و کاربران فعال، تکنیک گروه متمرکز و تحلیل محتوای مراجعات سایبری کاربران و مصاحبه مطبوعاتی مسئولان بدست آمد. نتایج مطالعه حکایت از کشف ۶۶ گزاره در ۵ حوزه اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و حقوقی و ۱۱ مقوله تبادلات مالی، فرصت‌های شغلی، عقاید سیاسی، توان ملی، اصول اخلاقی، هنجارهای فرهنگی، باورهای دینی، عواطف و احساسات، روابط خانوادگی، حریم خصوصی و حقوق شهروندی دارد. احساس امنیت آنلاین کاربران ایرانی، اگرچه با مصادیق متفاوتی از امنیت آفلاین بروز و نمود می‌یابد اما تحت تأثیر روابط دولت-شهروند در فضای واقعی جامعه است.

واژه‌های کلیدی: امنیت آنلاین، شبکه‌های اجتماعی، حریم خصوصی، سبک حضور آنلاین

* دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).

rzhamane@gmail.com

m.azadeh@alzahra.ac.ir

m.ghazinejad@alzahra.ac.ir

sbastani@alzahra.ac.ir

** دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه الزهرا (س) تهران، ایران.

*** دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه الزهرا (س) تهران، ایران.

**** استاد گروه علوم اجتماعی دانشگاه الزهرا (س) تهران، ایران.

مقدمه و طرح مسئله

گسترده‌گی تحولات اجتماعی و اقتصادی در دهه‌های اخیر چنان بوده که برخی از آن به وقوع انقلاب اطلاعاتی در عرصه جهانی یاد می‌کنند. توسعه روزافزون شبکه جهانی اینترنت و گسترش اقتصاد دیجیتال و جامعه مجازی، وجود یک جامعه جدید با مختصات اجتماعی و روانی جدید را قطعی می‌سازد (فاطمی نیا، ۱۳۹۶: ۲۶) که تمایل روزافزون کاربران به عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی از مصادیق آن است. شبکه‌های اجتماعی، به‌خصوص آن‌هایی که کاربردهای معمولی و غیرتجاری دارند، مکان‌هایی در دنیای مجازی هستند که مردم خود را به‌طور خلاصه معرفی و ارکان برقراری ارتباط بین خود و هم‌فکرانشان را در زمینه‌های مختلف موردعلاقه فراهم می‌کنند. میزان تعاملی و دوطرفه بودن ارتباط در این شبکه‌ها بسیار بالاست (باستانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۳).

در نتیجه فناوری اطلاعات و ارتباطات، تحولی عمیق در روابط انسانی روی داده و شبکه‌های کامپیوتری و شبکه‌های مجازی در جایگاه شبکه‌های اجتماعی واقعی قرار گرفته‌اند. عامل اصلی تحولات، بروز سه انقلاب هم‌زمان (انقلاب شبکه‌ها، انقلاب اینترنت و انقلاب تلفن‌های همراه هوشمند) است که یکدیگر را تشدید می‌کنند. اثر ناشی از بروز این سه انقلاب، شکل‌گیری فردگرایی شبکه‌ای است؛ وضعیتی که در آن افراد منفرد و جدا از هم، امکان تأثیرگذاری بسیار زیادی یافته‌اند (Wellman & Rainie, 2012). شبکه‌های اجتماعی، ریخت‌شناسی اجتماعی جدید جوامع ما را تشکیل می‌دهند (Castells, 1998). در جامعه شبکه‌ای جهانی (Castells, 2009)، همه شئون انسانی نظیر ارزش‌ها، هویت، الگوی تقسیم‌کار، مفهوم زمان و مکان و هم‌چنین قدرت به شبکه‌ها وابسته شده و اهداف، ویژگی‌ها، ساختار و برنامه‌های شبکه‌اند که به تعریف آن‌ها می‌پردازند.

از ملزومات اساسی این "جامعه اطلاعاتی" و "جامعه شبکه‌ای" و دنیای پرجاذبه جدید، احساس امنیت و آرامش خاطر کاربران و جوامع است. ورود به عصر اطلاعات، دیجیتال و فضاهای مجازی و فرصت‌ها و مخاطرات ناشی از آن نیز نه تنها از اهمیت احساس امنیت نکاسته بلکه ضرورت آن را دوچندان نموده است. امنیت از نیازها و انگیزه‌های اساسی انسان بشمار می‌رود به طوری که با زوال آن آرامش خاطر انسان از بین می‌رود و تشویش، اضطراب و ناآرامی جای آن را می‌گیرد (رضایی‌نسب و بهاروندی، ۱۳۹۰).

مهم‌تر از امنیت، احساس امنیت است. اعتماد و احساس امنیت و آرامش خاطر، بنیان و نقطه آغاز تبادل اجتماعی و بسترساز تعامل در شبکه‌های اجتماعی است. ایمنی^۱ و امنیت^۲ مفاهیمی متفاوت از هم در فضای سایبر هستند؛ ایمنی خطر صدمه به فرد و در مقابل امنیت متمرکز بر خطر صدمه به اطلاعات شخصی فرد است (Heath, 2015: 361). هرچه کاربرد و عمومیت اینترنت افزایش می‌یابد، ضرورت حفظ امنیت و حریم خصوصی تراکنش‌های آنلاین آشکارتر می‌شود (Seong, 2009: 33). وجود مراجع تخصصی همچون شورای عالی فضای مجازی، پلیس فتا و... جهت سیاست‌گذاری و مدیریت تعاملات آنلاین کاربران (شهروندان فضای سایبر) نشان از اهمیت این مقوله است. دوست‌یابی، گپ‌زنی آنلاین، تبادل نظر، مبادله اطلاعات، اشتراک‌گذاری و دادوستد مالی از جمله فعالیت‌های رایج کاربران اینترنت است که نداشتن حس امنیت، بزرگ‌ترین تهدید برای آنهاست (بابایی، ۱۳۹۲).

حضور نزدیک به ۹۰٪ افراد جامعه ایرانی در فضای مجازی موجب شده است که تعداد کاربران اینترنت پهن‌بند در ایران، طبق آخرین آمار وزارت ارتباطات به ۷۴٫۵ میلیون نفر در بهار ۱۳۹۸ برسد. همچنین بیش از ۶۰٪ ایرانیان معادل ۴۷ میلیون نفر در شبکه‌های اجتماعی عضویت دارند که از این میان ۴۱ میلیون نفر، کاربر موبایلی این

1. Safety
2. Security

شبکه‌ها هستند^۱. کاربران فعال، فضای مجازی را به‌مثابه فضای اصلی کنشگری‌شان برگزیده‌اند؛ راه‌اندازی کمپین‌های مجازی در موافقت یا مخالفت با سیاست‌های اجتماعی، زمینه‌سازی برای ایجاد تجمعات اعتراضی و اعمال فلیترینگ متعاقب آن (ناآرامی‌های دی ۹۶ و فیلتر موقت تلگرام در اردیبهشت ۹۷ و اعتراضات آبان ۹۸ و فیلترینگ دائم پس‌از آن)، سانسور محتوا و منع فعالیت برخی افراد و شبکه‌ها (از جمله بازداشت مدیر شبکه آمدنیوز در پاییز ۹۸) توسط نهادهای حاکمیتی و ... نشان از اولویت‌دهی کاربران ایرانی به کنش فعالانه در شبکه‌های اجتماعی مجازی و احساس امنیت بیشتر در آن، نسبت به فضای واقعی جامعه دارد.

اعتماد و احساس امنیت مسئله‌ای جهانی است و باید تفاوت‌های جهانی را در ارزیابی و اندازه‌گیری آن مورد توجه قرارداد؛ نتایج پژوهش‌های بین‌فرهنگی نشان می‌دهد که احساس امنیت و اعتماد ممکن است در هر فرهنگی با توجه به مقیاس‌های خاصی تعریف شود و سطوح گوناگونی داشته باشد (Kiyonari, et al, 2006). از آنجاکه الگوی کسب احساس امنیت کاربران در فضای سایبر، با الگوی شهروندان فضای فیزیکی می‌تواند کاملاً متفاوت باشد، شناخت مؤلفه‌های امنیت و احساس امنیت آنلاین کاربران اهمیت بیشتری می‌یابد.

رشد روزافزون کاربران اینترنت در جهان و به‌طور خاص در ایران، تمایل روزافزون کاربران به عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی، جایگزینی روابط و تعاملات اجتماعی سنتی با تعاملات مدرن و مجازی، نیاز کاربران به کسب احساس آرامش، امنیت و اعتماد در فضای مجازی جهت استمرار تبادل و تعامل در فضای مجازی، ضرورت شناخت مصادیق و شاخص‌های احساس امنیت آنلاین و رصد میزان آن در بین کاربران متنوع و از دیگر سو محدود بودن مطالعات انجام شده پیرامون احساس امنیت و اعتماد آنلاین در سطح جهان و فقر مطالعاتی موجود در این خصوص در

ایران، شواهد متقنی بر ضرورت نگاه علمی به احساس امنیت آنلاین و مطالعه علمی مؤلفه‌های آن می‌باشد. بر این اساس نوشتار حاضر بر آن است تا به پرسش‌های زیر پاسخ دهد: ادراک و برداشت ذهنی کاربران شبکه‌های اجتماعی از احساس امنیت آنلاین چیست؟ مؤلفه‌ها (شاخص) و مقولات (ابعاد) احساس امنیت آنلاین کاربران شبکه‌های اجتماعی کدام‌اند؟ و مهم‌ترین عوامل تبیین‌کننده احساس امنیت آنلاین کاربران چیست؟

ملاحظات نظری و مروری بر مطالعات پیشین

اگرچه ورود به عصر اطلاعات و پانهادن به جامعه اطلاعاتی/جامعه شبکه‌ای و تغییر در شدت و کیفیت تعاملات انسانی در جهان جدید اجتماعی (فضای سایبر)، تفاوت قابل‌ملاحظه‌ای با جهان عصر صنعتی و پیش از ورود اینترنت (جهان واقعی) دارد، اما برخی غرایز و نیازهای انسانی از جمله احساس امنیت (که در مرتبه دوم هرم نیازهای مازلو نیز قرار دارد) در هر شرایطی باید مورد توجه قرار گیرد. مسئله امنیت در جهان واقعی و بُعد ذهنی آن (احساس امنیت)، علاوه بر توجهات ویژه نظری، در سطح پژوهش‌های تجربی نیز مورد اقبال ویژه‌ای قرار گرفت. از تئورسین‌های مکتب کپنهاگ (بوزان، میتار و ...) تا پارسونز، گیدنز، نظریه‌پردازان رسانه‌ای، اندیشمندان حوزه سرمایه اجتماعی (کلمن، پاتنام و ...) و اندیشمندان پست‌مدرن متأخر در باب آن نظریه‌پردازی کردند. محققان در جوامع مختلف و به‌ویژه ایران در یک دهه اخیر، با رویکردهای مختلف کمی و کیفی، به سنجش احساس امنیت به‌تناسب گروه‌های مختلف سنی، جنسی، تحصیلی، قومی و... پرداخته‌اند.

با ورود به عصر جدید مجازی، اگرچه نظریه‌های تبیین‌کننده احساس امنیت در فضای واقعی، کارآمدی خود را به قوت قبلی ندارند اما باز هم با توجه به شرایط فرهنگی، محلی و بومی هر جامعه مورد استفاده قرار می‌گیرند. مسئله امنیت در عصر مجازی،

کماکان به‌عنوان یکی از موضوعات مهم اجتماعی، موردتوجه طیف وسیعی از نظریه‌پردازان علوم ارتباطات، جامعه‌شناسان، فرهنگ‌شناسان و روان‌شناسان سایبری قرار گرفته است که از جمله مهم‌ترین آن‌ها، می‌توان ون‌دایک، کاستلز، داناهازاوی، دانیل‌بل، وبستر، هوگان، ولمن، رینی، باومن، تورکل، جایشنکار، ویلیامز، کراکت، سولر و جیمز را نام برد. در ایران نیز، متفکرانی چون عاملی (۱۳۸۵) متأثر از کاستلز و هال، از پارادایم دوج جهانی‌شدن‌ها در عصر مجازی سخن گفته و مطالعه در فضای سایبر را جدای از ملحوظ نمودن جهان واقعی تنیده در آن، ناممکن می‌دانند.

ون‌دایک (۲۰۱۲) در کتاب جامعه شبکه‌ای خود، پس از توضیح نقش شبکه‌های رسانه‌ای بر روابط و تعاملات انسانی، بر این باور است که دنیای مدرن به لحاظ امنیت وجود شناختی (چنان‌که گیدنز در اشاره به جامعه مخاطره‌آمیز می‌گوید) نه تنها آزادتر نشده بلکه هرگز این‌چنین به هم متصل و وابسته نیز نبوده است. وی با دو نظریه اساسی جامعه شبکه‌ای و شکاف دیجیتالی (که ناشی از جامعه جدید شبکه‌ای است)، تعاملات شهروندان جهان جدید را تبیین کرده و با مفهوم حریم خصوصی، از ضرورت حفظ امنیت کاربران می‌گوید. از دیدگاه ون‌دایک (۲۰۰۶) حریم خصوصی افراد در جامعه شبکه‌ای دارای سه جنبه فیزیکی، رابطه‌ای و اطلاعاتی است. صحبت وی از جاسوسی و استراق سمع داده‌ای، شناسایی اطلاعاتی، فقدان اطمینان‌پذیری امضاهای دیجیتالی و مخاطرات آن در این حوزه جای دارد. او راه‌حلی‌هایی نیز در راستای حفظ و تأمین حریم خصوصی افراد ارائه می‌کند. ون‌دایک مانند کاستلز نقش جامعه شبکه‌ای جدید در تهدید ارزش‌های بنیادی و هنجارهای اساسی جوامع را برشمرده و با تأکید بر به مخاطره افتادن برابری اجتماعی در این فضا، به‌نوعی چالش‌های جامعه مزبور برای احساس امنیت شهروندان و کاربرانش را بازگو می‌کند؛ توضیح آن‌که، شهروندان این جامعه گرچه ممکن است از امنیت بالایی برخوردار شود، اما هم‌زمان از کمبود امنیت مصون نیست چراکه به نوع دیگری از فناوری وابسته است که می‌تواند در شرایط لازم

کاملاً تحت مراقبت قرار گیرد. در اینجا به مفهوم جامعه مراقبتی فوکو نزدیک شده و رویکرد بدبینانه‌اش به بینش مکتب انتقادی (مارکوزه، آدورنو و هابرماس) و رویکردهای انتقادی پست‌مدرن (بودریار و لیوتار) شبیه می‌شود.

کاستلز (۲۰۰۹) اگرچه سعی دارد با توجه بیشتر به نقش عاملیت و کنش متقابل در مبحث ساختار شبکه‌ای، خود را به جامعه‌شناسان متأخری چون گیدنز نزدیک کند اما در نهایت ساختار شبکه را بر عاملیت و کنش مردم ترجیح می‌دهد. کاستلز همانند ون‌دایک و فوکو بر این باور است که اطلاعات، قدرت است. وجود فناوری ارتباطی تیغ دو لبه‌ای است که هم زمینه‌ساز ایجاد آزادی و ارتقای آگاهی‌های شهروندی است و هم در خدمت مقاصد امنیتی - سیاسی نظام‌های سیاسی معاصر است. برای تکمیل نظریه‌های کاستلز در ارتباطات، باید از نظرات استول (۱۹۹۵) و تورکل (۱۹۹۵) که معتقدند گمنامی و قابلیت تبادلی اینترنت ممکن است موجب شود که افراد با هویتی جعلی در این دنیای مجازی به برقراری روابط بپردازند (Mu Hu, 2007) استفاده کرد.

ازسوی دیگر، طرفداران نظریه شبکه از جمله ولمن (۱۹۹۸) بر نقش شبکه‌های اجتماعی در ایجاد سرمایه اجتماعی برای کاربران و به دنبال آن ارتقای احساس امنیت در آن‌ها سخن می‌گویند. ولمن و رینی (۲۰۱۲) استدلال می‌کنند که ما در یک سیستم کنشی شبکه‌ای زندگی می‌کنیم که شاخصه آن فردگرایی شبکه‌ای است. آنان معتقدند عصر جدید نتیجه انقلابی سه‌گانه است: انقلاب شبکه‌ها، انقلاب اینترنت و انقلاب تلفن‌های همراه؛ دسترسی آسان به هر سه فناوری اینترنت، تلفن‌های همراه هوشمند و شبکه‌های اجتماعی مجازی و خاصیت هم‌افزایی این سه ابزار جدید، به شکل بنیادی شیوه ارتباط مردم با یکدیگر، شیوه تعاملات میان‌فردی و شیوه انتشار اطلاعات را تغییر داده است. هم‌چنین باومن (۲۰۱۳)، در کتاب نظارت سیال، چنین می‌گوید که هرچه ابزارهای مراقبت و ایمنی الکترونیکی قوت یابند احساس امنیت کمتر شده و ترس و حس ناامنی افراد جامعه افزایش می‌یابد.

تورکل (۲۰۱۱) از پارادوکس امنیت-ناامنی در عصر شبکه‌ها می‌گوید. به باور او، افراد در جستجوی حس امنیت، تعاملات خود در شبکه‌های اجتماعی را دنبال می‌کنند اما هم‌زمان با آن، نگران خدشه‌دار شدن وجهه بیرونی و اعتبار خود در بستر شبکه‌ها نیز هستند. تورکل با بیان مفهوم «لحظه روباتیک» از آمادگی انسان‌ها برای پذیرفتن روبات‌ها به نقش همدم‌های واقعی سخن می‌گوید.

هالت و بوسلر (۲۰۰۹) معتقدند که بحث محیط امن در فضای سایبری قابلیت کاربرد مطلوبی داشته و امنیت در فضای سایبری با ابزارهای مختلف الکترونیکی اعمال می‌شود. هم‌چنین معتقدند به شکلی غیررسمی کاربران اینترنتی بر رفتار یکدیگر در فضای گفتگوهای آنلاین نظارت دارند (Yar, 2005).

جایشنکار (۲۰۱۱) در نظریه مواجهه‌ای سبک زندگی خود معتقد است که هرچه افراد حضور بیشتر و ناآگاهانه‌ای در وب‌سایت‌هایی که هویت شناخته‌شده‌ای ندارند، داشته باشند، احتمال بزه‌دیدگی و احساس ترس و ناامنی آن‌ها رو به فزونی می‌گذارد. طبق نظریه سبک زندگی/فعالیت روزمره کوهن و فلسون (۱۹۷۹)، کاربری که وقت زیادی را در فضای سایبری می‌گذراند بیشتر از دیگران در معرض تهدید و خطر قرار می‌گیرد (Chiou, 2008 & Yar, 2006).

در سایبر سایکولوژی نیز متفکرانی چون جان سولر (۲۰۰۵) و لئون جیمز (۲۰۰۹) بر ویژگی‌های متمایز فضای مجازی و اثرات متفاوت آن بر ذهن و رفتار و روابط آدمی سخن می‌گویند (خانیک و روحانی، ۱۳۹۰: ۵۴). آن‌ها با طرح زمان‌های مختل شدن ارتباط در فضای مجازی، از حالات خشم، اضطراب، نگرانی و ناامیدی یاد می‌کنند که آن را تجربیات سوراخ‌سیاه فضای مجازی می‌نامند. هم‌چنین کراکت (۲۰۱۷) و ویلیامز (۲۰۱۸) با طرح مبحث خشم اخلاقی در عصر دیجیتال، معتقدند حس امنیتی که در اینترنت پدید می‌آید هزینه‌های ابراز خشم را کاهش و منافع آن را افزایش می‌دهد.

در این بخش، برخی از مهم‌ترین مطالعاتی که در داخل و خارج، مستقیم یا غیرمستقیم، مقوله امنیت، ایمنی و احساس امنیت را در ارتباط با فضای مجازی یا در بستر آن مورد توجه قرار دادند در جدول زیر بیان می‌شوند:

جدول ۱- مطالعات انجام‌شده در حوزه احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی

ردیف	عنوان / هدف مطالعه	سال	محقق	روش مطالعه	نتایج مطالعه
۱	امنیت در شبکه‌های اجتماعی: مسائل، چالش‌ها، تهدیدها و راه‌حل‌ها	۲۰۱۷	راتور و همکاران	اسنادی	بررسی جامع تهدیدهای مختلف در حوزه امنیت شامل تهدیدهای مرتبط با محتوا، تهدیدهای سنتی و اجتماعی، حریم شخصی کاربران و ...
۲	اهمیت اعتماد و حریم خصوصی در رسانه‌های اجتماعی	۲۰۱۶	رادو و همکاران	اسنادی میدانی	اعتماد کاربران به خرید اینترنتی به دلیل عدم وجود ارتباط فیزیکی بین خریدار و فروشنده و ترس از فریفته شدن از بین می‌رود.
۳	مواجهه‌های شرم‌آور در شبکه‌های اجتماعی آنلاین	۲۰۱۵	چوی و همکاران	میدانی	نتایج پژوهش شواهد محکمی را مبنی بر نادیده گرفتن حریم خصوصی افراد و تأثیرگذاری بر روی ارتباطات اجتماعی و حریم خصوصی درک شده افراد نشان می‌دهد
۴	پروژه دختران اینترنتی، شهروندان اینترنتی	۲۰۱۵	بیلی و استیوس	کیفی	دغدغه کاربران، از دست دادن حریم خصوصی و جمع‌آوری و کاربرد اطلاعات شخصی آن‌ها بوسیله سایت شبکه‌های اجتماعی است
۵	مدل تعریف حریم خصوصی کاربر در شبکه‌های اجتماعی	۲۰۱۴	الکینای و نروای	میدانی	اکثریت استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی از خطرات بالقوه این سایت‌ها در حوزه امنیت و حریم خصوصی خود مطلع

ردیف	عنوان / هدف مطالعه	سال	محقق	روش مطالعه	نتایج مطالعه
					نیستند و درصدی از افراد هم که از این خطرات آگاه‌اند درحالی‌که اطلاعات شخصی خود را مخفی می‌نمایند، به استفاده خود ادامه می‌دهند.
۶	استفاده نوجوانان از شبکه‌های اجتماعی و نگرانی‌های مرتبط به حفظ حریم خصوصی	۲۰۱۱	فالیاگکا و وایکوسی	میدانی	اکثر افراد با وجود اطلاع از امکان تنظیمات شخصی در شبکه‌های اجتماعی به تنظیمات پیش‌فرض این سایت‌ها بسنده کرده و اقدام به انتشار اطلاعات شخصی خود در این فضا می‌کنند.
۷	فرصت‌ها و تهدیدهای امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی برای دانشجویان	۱۳۹۷	پورنقدی	اسنادی میدانی	تهدیدها و نقاط ضعف در شبکه‌های اجتماعی مجازی برای دانشجویان از فرصت‌ها و نقاط قوت بی‌شتر است؛ شبکه‌های اجتماعی مجازی، تفکرات و رؤیاهای افراد را تحریک می‌کند.
۸	نقش رفتار کاربران در احساس امنیت شبکه‌های اجتماعی	۱۳۹۶	احسانی‌فر و رضوانیان	میدانی	نتایج نشان می‌دهد تلگرام، محبوب‌ترین شبکه اجتماعی در بین کاربران بوده و وجود خطرات بالقوه در شبکه‌های اجتماعی و نگرانی در خصوص امنیت شبکه‌های اجتماعی بیشترین دغدغه کاربران است.
۹	بررسی و تحلیل میزان امنیت و اعتماد حریم خصوصی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی	۱۳۹۵	سعادت‌ی و زائری	میدانی	اکثریت افراد به میزان کم و خیلی کم به شبکه‌های اجتماعی اطمینان دارند و بر این باورند که از داده‌های کاربران در شبکه‌های اجتماعی زیاد سوءاستفاده می‌شود.

ردیف	عنوان / هدف مطالعه	سال	محقق	روش مطالعه	نتایج مطالعه
۱۰	بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و احساس امنیت	۱۳۹۵	سیدعلی پور و عموزاده	میدانی	بالاترین میزان احساس امنیت از نوع فکری و پایین‌ترین آن مربوط به امنیت جانی بوده است.
۱۱	عوامل مرتبط با احساس امنیت اجتماعی کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۱۳۹۴	محصل و حیاتی	میدانی	با افزایش اعتماد بین فردی کاربران، میزان احساس امنیت اجتماعی آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش می‌یابد.
۱۲	نقش شبکه‌های اجتماعی در احساس امنیت اجتماعی افراد؛ دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه اصفهان	۱۳۹۳	فرامرزی و کشاورز	میدانی	نتایج بیانگر میزان استفاده بالای دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی پایین آن‌ها است. زنان نسبت به مردان و متأهل‌ها نسبت به مجردها احساس امنیت پایین‌تری دارند.

با ملاحظه پژوهش‌های انجام شده، مشخص می‌شود که مسئله امنیت در فضای سایبر با مفاهیم ایمنی آنلاین، اعتماد آنلاین و حفظ حریم خصوصی همپوشانی دارد. جدا از تحقیقاتی که بُعد عینی امنیت را در فضای آنلاین مدنظر داشتند (ژانگ، ۲۰۱۸؛ راتور، ۲۰۱۷ و...)، مطالعاتی که به سراغ سنجش کمی نگرانی‌ها، دغدغه‌ها و احساس امنیت کاربران در بستر فضای سایبر رفته‌اند امنیت آنلاین را در معنای عام آن به‌کار برده‌اند (هیات و چوی، ۲۰۱۶؛ لِنه‌ارت، ۲۰۱۵؛ رایینی، ۲۰۱۳؛ سیدعلی‌پور و عموزاده، ۱۳۹۵؛ پورنقدی، ۱۳۹۷ و...). امنیت در بخشی از این مطالعات، مترادف با حریم شخصی (رادو، ۲۰۱۶؛ چوی، ۲۰۱۵؛ کولکو، ۲۰۱۴؛ بهرامسری، ۱۳۹۵؛ آذین‌محمدی،

۱۳۹۶ و ...) به کار رفته و گهگاه نیز در اعتماد آنلاین مخلوط شده است، که به وجهه اقتصادی امنیت نزدیک می‌شود.

به جز مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای در خصوص امنیت (تورکولت، ۲۰۱۴؛ زارعی، ۱۳۹۲؛ خواجه‌نژادیان، ۱۳۹۱؛ ابراهیم‌پور و خزایی، ۱۳۹۱ و ...)، اغلب مطالعات تجربی صورت گرفته با روش پیمایش، به‌ویژه در داخل (سلطانی، ۱۳۹۷؛ متانی، ۱۳۹۶؛ زیویار و شهیر، ۱۳۹۴؛ خواجه‌نوری و کاوه، ۱۳۹۲؛ مجردی، ۱۳۹۱ و ...) نیز مقوله فضای مجازی و اینترنت را به‌عنوان یک متغیر مستقل محسوب کرده و از نقش آن در احساس امنیت کاربران سخن گفته‌اند. البته در چند سال اخیر توجهات علمی و پژوهشی به بررسی ایمنی و امنیت آنلاین کاربران افزون شده است. همچنین، مباحث جرم‌شناسی در فضای مجازی (کریتون، ۲۰۱۴؛ کیم، ۲۰۰۶ و ...) و تهدیدهای آن برای امنیت کاربران، مباحث ایمنی و آرامش‌خاطر به‌ویژه برای کودکان و نوجوانان (جانانان، ۲۰۱۲؛ وینتون، ۲۰۱۱، کوهن، ۲۰۰۷ و ...) بحث اعتماد و اطمینان در فضای مجازی (والاس، ۲۰۱۵؛ دانگ، ۲۰۱۰؛ اربن و همکاران، ۲۰۰۹ و ...) نیز، انجام شده است. پژوهش حاضر، اما به دنبال آن است که با مدد از متدهای مطالعه کیفی، احساس امنیت آنلاین کاربران ایرانی شبکه‌های اجتماعی را تعریف و مقولات و مؤلفه‌های آن را ارائه نماید.

روش پژوهش

این پژوهش، مطالعه‌ای اکتشافی استقرایی از یک سنت کیفی است که درصدد بوده ادراک و دیدگاه‌های کاربران شبکه‌های اجتماعی در مورد احساس امنیت آنلاین را کشف نماید. به‌منظور تقلیل تفسیرغلط (Modell, 2005: 233)، بهبود اعتبار درونی (Ammenwerth, 2003: 239) و همچنین همگرا ساختن چشم‌اندازهای مختلف

بررسی کیفی احساس امنیت آنلاین کاربران ... ۱۵۳

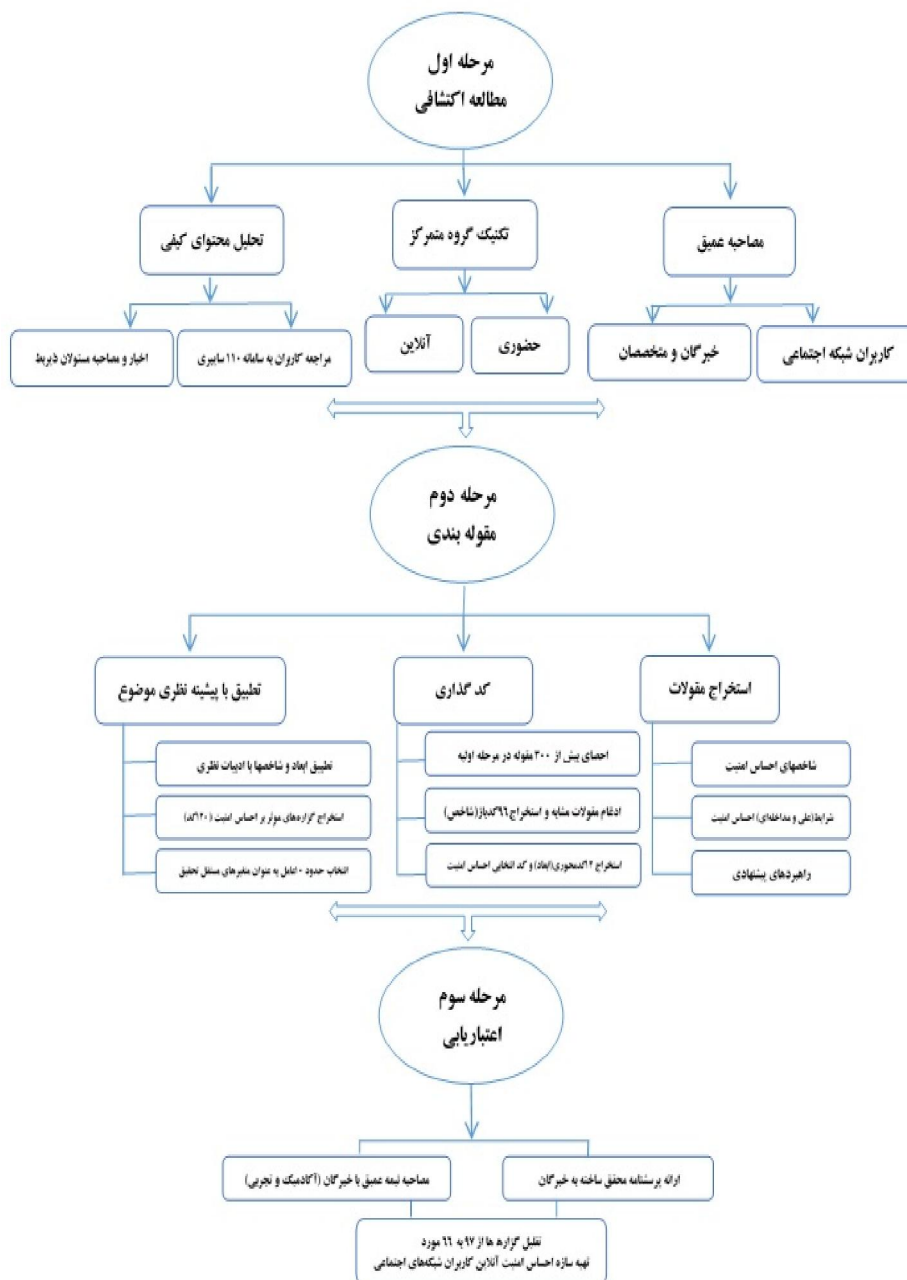
(عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۹) از روش‌شناسی چندگانه، مثلث‌سازی یا تثلیث^۱ استفاده شد که بر اساس آن، از ابزارها و تکنیک‌های متعدد در روش کیفی، برای جمع‌آوری و تفسیر داده‌ها استفاده می‌شود. در اینجا از تثلیث داده‌ای^۲ یعنی استفاده از منابع متعددی از اطلاعات (به شرح جدول زیر) به منظور افزایش اعتبار مطالعه و بهره بردیم:

جدول ۲- روش‌ها و ابزارهای پژوهش

تعداد پاسخگویان		بازه زمانی انجام	ابزار مورد استفاده	مرحله
مرد	زن			
۰	۱۰	مهرماه ۹۶	تکنیک گروه متمرکز- حضوری	مطالعات اکتشافی
۱۰	۱۴	شهریور ۹۶ تا فروردین ۹۷	مصاحبه عمیق با کاربران	
۵	۳	بهمن‌ماه ۹۶	تکنیک گروه متمرکز- حضوری	
۷	۲	اردیبهشت تا خرداد ۹۷	مصاحبه عمیق با خبرگان و متخصصان	
۷	۶	خردادماه ۹۷	تکنیک گروه متمرکز- آنلاین	
۳۴ مورد		آذر تا آبان ۹۶	تحلیل محتوای کیفی مراجعه کاربران به سامانه ۱۱۰ سایبری پلیس فتا	
۹ مورد		تیر تا مرداد ۹۷	تحلیل محتوای اخبار و مصاحبه مرتبط با مسئولان ذی‌ربط	
مرد	زن	آذر تا دی ۹۷	مصاحبه با خبرگان- پرسشنامه نیمه‌باز	اعتباریابی
۱۰	۵			

1. Triangulation
2. Data Triangulation

نمونه‌گیری بر اساس روش نمونه‌گیری نظری یا مفهومی صورت گرفت. افراد نمونه ابتدا به شیوه هدفمند انتخاب و سپس با شیوه گلوله برفی بسط یافتند. منطق حاکم بر انتخاب حجم نمونه، اشباع نظری بود؛ اشباع زمانی اتفاق می‌افتد که در خلال مصاحبه یا مشاهده هیچ اطلاع جدیدی ظهور نکند (Strauss & Corbin, 2008: 212). در خصوص حجم نمونه موردبررسی، با توجه به منطق اشباع نظری، ۲۴ مصاحبه عمیق آنلاین/آفلاین با کاربران، ۹ مصاحبه عمیق اولیه با خبرگان، سه جلسه گروه متمرکز با حضور در مجموع ۳۱ کاربر شبکه‌های اجتماعی، تحلیل محتوای ۳۴ مراجعه سایبری و ۹ مصاحبه مطبوعاتی و در نهایت انجام ۱۵ مصاحبه نیمه عمیق با خبرگان صورت گرفت. در این پژوهش از روش کدگذاری داده‌مبنا جهت تحلیل داده‌ها استفاده شده است؛ فرایند کدگذاری داده‌ها در روش مبنایی شامل سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی است (Creswell, 2003:190). جهت اجرای تحقیق، مراحل آماده کردن داده‌ها برای تحلیل، انجام تحلیل‌های مختلف، عمیق و عمیق‌تر شدن برای فهم داده‌ها، تشریح داده‌ها و به دست آوردن تفسیری از معنای بسیط داده‌ها، طی شد. شرح اجمالی مراحل انجام پژوهش در نمودار زیر آمده است:



نمودار ۱- مراحل انجام پژوهش

یافته‌های پژوهش

جهت استخراج مؤلفه‌ها و مقولات احساس امنیت در مرحله اول پژوهش یعنی مطالعه اکتشافی، ابتدا ۳۰۹ مقوله (کد باز) از تمام متون کشف شد که پس از ادغام مقولات مشابه، ۹۷ کدباز (مؤلفه/شاخص/گزاره/گویه) و ۱۲ کدمحوری (بعد/مقوله محوری)، استخراج گردید. مقولات دوازده‌گانه عبارت‌اند از: تبادلات مالی، فرصت‌های شغلی، روابط خانوادگی، عواطف و احساسات، اصول اخلاقی، هنجارهای فرهنگی، باورهای دینی، عقاید سیاسی، توان ملی، حریم خصوصی، حقوق شهروندی و مخاطره‌های جسمانی.

با توجه به ضرورت تعیین اعتبار محتوایی سنجه و همچنین تقلیل گزاره‌های احساس امنیت، جهت سنجش آن در پیمایش‌های آتی، مقولات و گزاره‌ها در قالب پرسشنامه نیمه‌باز و به مدد مصاحبه در معرض قضاوت ۱۵ متخصص دانشگاهی و تجربی قرار گرفت؛ حاصل تحلیل داده‌ها در مرحله دوم (اعتباریابی)، تقلیل گزاره‌ها به ۶۶ مورد در قالب ۵ مقوله انتخابی (نمودار زیر) بود.



نمودار ۲- مقولات احساس امنیت آنلاین کاربران شبکه‌های اجتماعی

احساس امنیت آنلاین عبارت است از میزان آرامش خاطر ذهنی و روانی کاربر در مورد این که در طی مدت فعالیت مجازی خود، چقدر در برابر خطرهای احتمالی و مزاحمت دیگر کاربران و کنشگران مصونیت دارد. این مفهوم به این نکته توجه دارد که کاربران چه قدر احساس آرامش خاطر و اطمینان دارند که حقوق آنان رعایت شده و احتمالاً مورد حمله و سوءاستفاده قرار می‌گیرند. ۵ مقوله احساس امنیت آنلاین با توجه به مشابهت با حوزه‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و حقوقی قضایی در اندیشه پارسونز (متأثر از AGIL) عبارت‌اند از: ۱. مقوله اقتصادی شامل دو آیتم تبادلات مالی و فرصت‌های شغلی؛ ۲. مقوله فرهنگی با سه آیتم اصول اخلاقی، هنجارهای فرهنگی و باورهای دینی؛ ۳. مقوله سیاسی با دو آیتم عقاید سیاسی و توان ملی؛ ۴. مقوله اجتماعی با دو آیتم روابط خانوادگی و عواطف و احساسات و ۵. مقوله حقوقی با دو آیتم حریم خصوصی و حقوق شهروندی؛ در این بخش به ترتیب مقولات انتخابی، محوری و مفاهیم مرتبط با آن ذکر می‌گردد.

۱- احساس امنیت اقتصادی

بُعد اقتصادی احساس امنیت به اطمینان خاطر کاربران در خصوص عدم تهدید حساب‌های کاربری‌شان در شبکه اجتماعی و به تبع دسترسی افراد غریبه به دارایی مالی و هک کارت‌های بانکی متصل به اینترنت آن‌ها از یک سو و نقش شبکه‌های اجتماعی در تضمین وضعیت فعلی و چشم‌انداز آینده شغل افراد و گروه‌های فعال در شبکه اجتماعی مربوط می‌شود. حاصل تحلیل یافته‌ها در این مورد، کشف ۴۴ مفهوم و ۲ مقوله محوری بود:

الف) تبادلات مالی

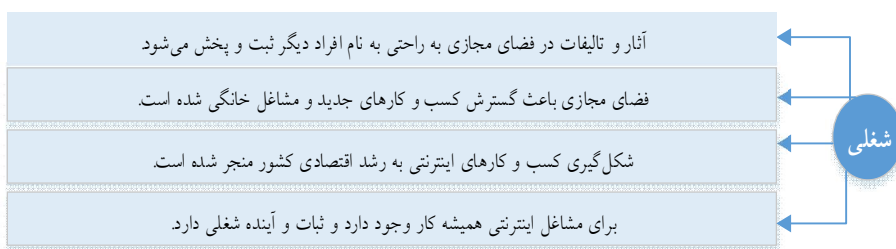
این که دارایی و حساب کاربری افراد تا چه حد در امنیت است، تا جایی که این دارایی‌ها مورد تهدید و سوءاستفاده قرار نگیرد. این مقوله حاصل ادغام مفاهیمی چون کلاه‌برداری مالی سایبری، فیشینگ و هک حساب کاربری، بازاریابی پنهان سایبری، تفاوت کالای خریداری شده با کالای دریافتی، استثمار تجاری، کپی‌رایت و ... است.

چنان‌که مسئولی در مصاحبه مطبوعاتی‌اش گفته بود: «مهم‌ترین جرائم مالی، سرقت از حساب بانکی بصورت مجازی و از طریق هک کردن حساب‌های کاربری است».



ب) فرصت‌های شغلی

این مورد تنها شامل شرایط و اوضاع و احوالی نیست که افراد نگران از دست دادن شغل خود باشند، بلکه هم‌چنین باید چشم‌انداز شغلی افراد در مسیر پیشرفت قرار داشته باشد. این مقوله حاصل ادغام مفاهیمی چون استفاده از شبکه اجتماعی جهت تسهیل در کار و شغل، ایجاد فرصت اقتصادی از طریق کسب‌وکارهای اینترنتی، توسعه کسب‌وکارهای نوپا، ایجاد کارآفرینی داخلی در کشور و ... می‌باشد. کاربری گفت: «در کنار تحصیل، تو مشاور املاک هم کار می‌کنم، گروه‌هایی داریم در شبکه که فایل املاک رو اونجا به اشتراک می‌ذاریم و از این طریق کارمون رو ترقی میدیم».

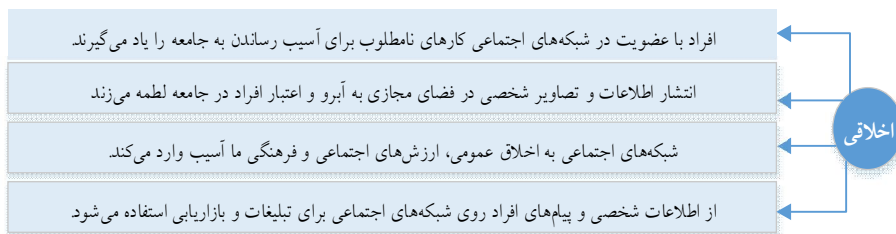


۲- احساس امنیت فرهنگی

این مقوله به اعتماد و اطمینان خاطر کاربران از حفظ ارزش‌های اخلاقی، فرهنگی و مذهبی و اعتقادی آن‌ها در فضای مجازی و مورد خدشه واقع نشدن آن از سوی دیگر افراد و گروه‌ها اشاره دارد. در این جا، ۷۵ مفهوم و ۳ مقوله محوری کشف شد:

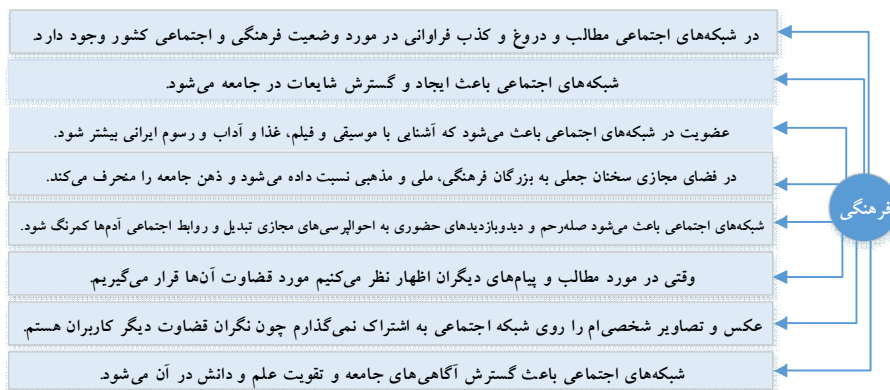
الف) اصول اخلاقی

تضمین اصول، ارزش‌ها و الگوهای اخلاقی در تعاملات افراد، حوزه اخلاقی احساس امنیت را در برمی‌گیرد. این حوزه از امنیت، به اطمینان و آرامش افراد در مورد اصول اخلاقی در سطح بین‌فردی نظر دارد. محتوای تحریک‌آمیز، قرار گرفتن در معرض تصاویر پورنوگرافی، وب‌گردی بی‌هدف، تأثیرگذاری بر عادی‌سازی روابط غیراخلاقی، خدشه‌دار شدن اعتبار و آبروی افراد، تصاویر و مطالب مربوط به تجاوز و شکنجه و... از جمله مفاهیم مرتبط با این مقوله می‌باشند. مسئولی بیان کرد: «بارها شاهد تماس قربانیانی بودیم که از ترس آبرو، قصد شکایت کردن نداشتند و این کار، گستاخی مجرمان رو به دنبال داشت.»



ب) هنجارهای فرهنگی

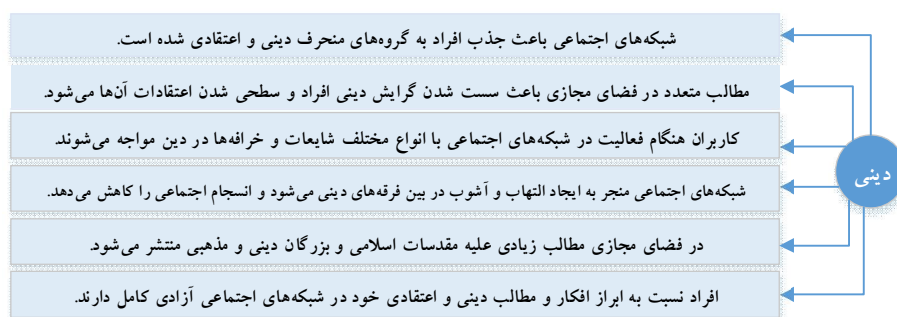
به اطمینان خاطر افراد در مورد حفظ و عدم تهدید سنت‌ها، فرهنگ‌های بومی و ارزش‌های فرهنگی اشاره دارد. این نوع از احساس امنیت، در سطح جامعه مطرح است. همچنین این مقوله حاصل ادغام مفاهیمی چون انتشار محتوای نژادپرستانه، تحقیر فرهنگ جامعه ایرانی، گسترش شایعات، انتساب سخنان جعلی به بزرگان و منحرف کردن افکار مردم، جایگزینی دیدوبازدیدهای حضوری به احوالپرسی در شبکه‌های اجتماعی مجازی، مورد قضاوت دیگران قرار گرفتن، تمسخر گویش‌ها و لهجه‌ها و ... بوده است. کاربری بیان می‌کرد که: «من اصلاً خوشم نمیاد یکی بیاد کامنت بزاره که زیبایی یا زشتی، یا ازم انتقاد بکنه ...».



ج) باورهای دینی

این مقوله به اطمینان خاطر کاربران از عدم خدشه‌دار شدن و تهدید افکار و عقاید و باورهای دینی و مذهبی‌شان مربوط است. «اشاعه خرافات و اطلاعات نادرست دینی در فضای مجازی» و «توهین به خدا، قرآن، اهل بیت و ...» از مفاهیم مستخرج از تحلیل محتوای مراجعات سایبری کاربران به پلیس فتا می‌باشد. نگرانی والدین از جذب

فرزندانشان به گروه‌های منحرف اعتقادی، اثر مطالب فراوان بر سطحی‌نگر شدن جامعه، تأثیر مطالب انحرافی بر تغییر اعتقادات و دین افراد، آشنایی افراد با دیدگاه‌های جدید مذهبی و ... از دیگر مفاهیم این مقوله است. والدی گفت: «هر حوزه‌ای که شما فکرشو بکنی در شبکه‌ها میتونه مورد هجمه قرار بگیره، مخصوصاً اعتقادات و اعمال دینی بچه‌ها...».



۳- احساس امنیت سیاسی

حوزه سیاسی احساس امنیت به آرامش خاطر در ابراز عقاید و فعالیت‌های سیاسی کاربران و ذهنیت آنها از ضایع نشدن حقوق سیاسی‌شان از سوی دولت در یک سطح و همین‌طور عدم تهدید ارزش‌ها و قواعد داخلی یک کشور در مقابل تهدیدات دیگر نظام‌ها و دولت‌های خارجی و سوءاستفاده از اطلاعات کاربران توسط نظام‌های بیگانه در سطحی دیگر مربوط است. در این مورد، ۶۸ مفهوم و ۲ مقوله محوری بدست آمد:

الف) عقاید سیاسی

ایجاد آرامش و اطمینان لازم توسط حاکمیت کشور برای شهروندانش از طریق برخورد با تهدیدات بیرونی و تضمین حقوق آنان در تعیین سرنوشت اجتماعی و سیاسی خود معنای امنیت عقاید سیاسی افراد است. این مقوله به ذهنیت مثبت

شهروندان نسبت به عدم تضييع حقوق سياسي خود توسط دولت مربوط بوده و اين احساس که می‌توانند آزادانه در فعاليت‌های سياسي مشارکت داشته و به بيان آرا و افکار سياسي خود پردازند را در برمی‌گیرد. دانشجويی گفت: «وقتی بخوای پیام یا سخنرانی رو منتشر کنی، همش احساس می‌کنی یکی تو رو زیر ذره‌بین داره، اصلاً راحت نمیتونیم حرف بزیم...». مفاهيمی چون نگرانی از ابراز عقايد سياسي، سوءاستفاده از عقايد کاربران توسط ديگران، مدیریت احزاب و جشن‌ها در شبکه‌های اجتماعی، تبليغ ناکارآمدی حکومت و یا دولت، محتوا علیه مقامات و نهادهای دولتی و... در این مقوله هستند.



ب) توان ملی

يعنی توانایی یک ملت برای حفاظت از ارزش‌های حیاتی داخلی در مقابل تهديدات خارجی و این‌که کشورها چگونه سياست‌ها و تصمیمات لازم برای حمايت از ارزش‌های داخلی در مقابل تهديدات خارجی را اتخاذ می‌کنند. اعمال تروريستی علیه زیرساخت‌های کشور، هجمه رسانه‌ای علیه شبکه‌های داخلی، بهره‌برداری از کلان داده‌ها، فاش کردن اسرار نظامی، ترویج افراد به خشونت و ... از جمله مفاهيم این

مقوله‌اند. چنان‌که استادی گفت: «به دلیل قرار داشتن سرور شبکه‌ها در خارج از کشور، امکان رصد و جاسوسی از اطلاعات شخصی کاربران وجود دارد»

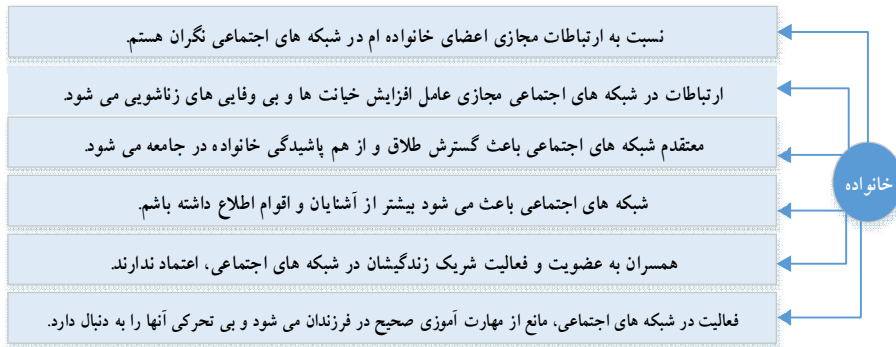


۴- احساس امنیت اجتماعی

این حوزه، ارزش‌های اجتماعی کاربران در خصوص تعاملات با دیگر کاربران و افراد جامعه و همچنین روابط در سطح خانواده و روابط بین زوجین را مدنظر دارد و به نگرانی کاربران از مورد مخاطره قرار گرفتن ارزش‌های خانوادگی و روابط اجتماعی‌شان مربوط است. ۴۴ مفهوم و ۲ مقوله محوری در این جا کشف شد:

الف) روابط خانوادگی

حفظ حریم زندگی خصوصی خانوادگی از خطرها و تهدیدها، در این مقوله معنا می‌شود. به اعتقاد چلبی (۱۳۷۵: ۷۰) مقصود از خطر و تهدید کلیه مخاطراتی است که در روابط گرم و عاطفی، صمیمی و محبت‌آمیز خانواده اختلال ایجاد کند و احساس نزدیکی و هم‌دلی میان اعضا را از بین ببرد. تهدید ارزش‌های خانوادگی، نگرانی از روابط پنهانی اعضای خانواده در ارتباطات مجازی، خیانت‌های زناشویی، افشا شدن عکس‌های خصوصی و رازهای اعضای خانواده، احترام به ارزش‌های خانوادگی و... از جمله مفاهیم این مقوله می‌باشند. پژوهشگری بیان کرد: «استفاده افراطی از شبکه‌های اجتماعی، میتونه منجر به بروز اختلال‌های جدی زناشویی و خانوادگی بشه».



ب) عواطف و احساسات

اطمینان از آن‌که مردم یکدیگر را دوست دارند و هم‌نوع دوستی به‌عنوان یک ارزش اجتماعی، برایشان اهمیت دارد و برای دردها و مصائب دیگران اهمیت قائل‌اند. مفاهیم این مقوله شامل تأثیرگذاری بر عواطف و احساسات و کم‌رنگ نمودن آن، تأمین نیازهای عاطفی و ارتباطی افراد در شبکه‌های اجتماعی، کاهش ارتباطات انسانی، اختلال در فعالیت‌های روزمره و ... است. خانم ۲۱ ساله‌ای گفت: «یکی از بدی‌های شبکه‌ها و فضای مجازی آینه که از بس خبرهای تجاوز به بچه‌ها، سیل و ... می‌شنوی کم‌کم برات عادی میشه و بی تفاوت میشی چون نمیتونی کاری بکنی...».

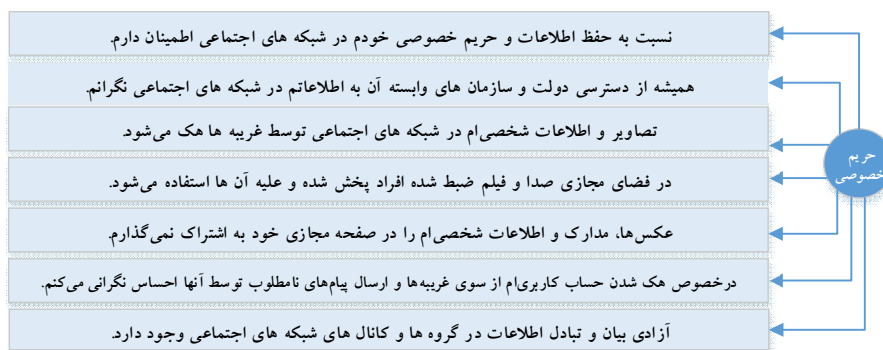


۵- احساس امنیت حقوقی

این مورد به حمایت و تضمین حقوق و آزادی‌های شهروندان در جامعه اشاره دارد. وقتی از سطح فردی حفظ حقوق در فضای مجازی صحبت می‌کنیم مقوله حفظ حریم خصوصی و شخصی کاربران و اطمینان از حفظ و خدشه‌دار نشدن آن مدنظر است و هنگامی که مقوله حقوق شهروندی مطرح می‌شود اشاره به سطح اجتماعی حفظ حقوق و ضمانت و حمایت از حقوق کاربران از سوی دولت و نظام دارد. در این مورد، ۷۸ مفهوم و ۲ مقوله محوری کشف شد:

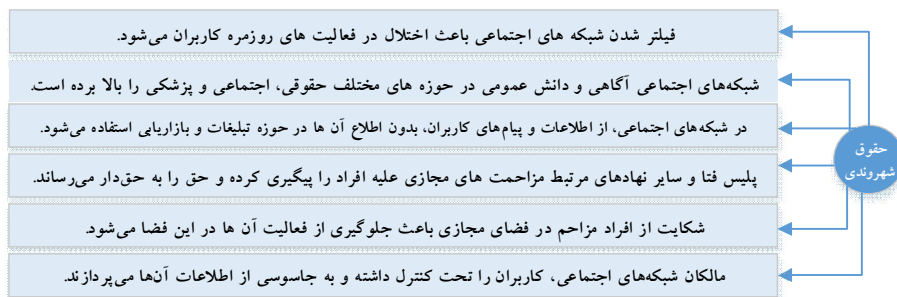
الف) حریم خصوصی

اطمینان افراد از این که چقدر حقوق شخصی افراد در جامعه رعایت می‌گردد و این که تا چه حد اجرای قوانین در جامعه براساس ضابطه است نه رابطه. این مقوله، به رعایت قانون و حقوق انسانی اعضای یک جامعه در سطح فردی اشاره دارد. مفاهیم آن، شامل اطمینان از حفظ اطلاعات، هک و افشای اطلاعات شخصی کاربر، امکان ارتباط آزادانه و بدون نگرانی، آزادی ابراز عقیده و اظهار افکار، نگرانی از انتشار عکس‌ها و تصاویر شخصی، خطر استفاده از اکانت‌های جعلی، ضبط صدای فرد و انتشار علیه او می‌باشد. یکی از خبرگان گفت: «الآن در تلگرام، تصاویر افراد به صورت بی‌حجاب زیاد هست، ولی همین افراد می‌ترسن و می‌گن عکس بدون حجاب رو نمیتونن تو سروش بزارن».



ب) حقوق شهروندی

اطمینان و آرامش احزاب و گروه‌های قانونی برای انجام فعالیت در جامعه و همچنین اطمینان افراد و گروه‌های یک جامعه از در معرض تهدید و خطر قرار نگرفتن در صورت اعتراض و اعتصاب برای دستیابی به حقوق خود، متناظر به حقوق شهروندی کاربران است. این مقوله، در سطح جامعه مطرح و مفاهیم آن عبارت‌اند از: تأثیر فیلترینگ بر بی‌اعتمادی مردم به پیام‌رسان‌های داخلی، اطمینان به پلیس فتا، بیان صریح عقاید و دیدگاه‌ها، آزادی رسانه‌ها، تخلف از کی‌رایت، آزادی از کنترل توسط دولت و عوامل آن و در جلسه گروه متمرکز بیان شد: «آدم احساس می‌کند هرچی تو این شبکه‌ها بیان کنه یا هر اطلاعاتی از خودش بزاره، توسط سازمان‌ها و افراد، مورد سوءاستفاده قرار می‌گیره».



دیگر هدف اکتشافی پژوهش حاضر، کشف عوامل تبیین‌کننده احساس امنیت آنلاین کاربران بود. حاصل واکاوی و تحلیل در بحث شرایط تبیین‌کننده، ۱۸۰ کد باز بود که پس از تطابق مفاهیم استخراج‌شده با پیشینه نظری و تجربی موضوع در ۱۴ مقوله محوری خلاصه شد. ۱۰ مقوله به‌عنوان مهم‌ترین متغیرهای اثرگذار بر احساس امنیت آنلاین (علل)، تعیین و ۴ مقوله دیگر، تسهیل‌کننده‌ها و موانع، تشخیص داده شدند. در مورد علل و زمینه‌ها، به‌جز مقولات شناسایی (مقولات سن، جنس، وضعیت

تأهل، وضعیت تحصیلی و ...) و نوع شبکه اجتماعی مورد استفاده (یعنی همان داخلی یا خارجی بودن شبکه)، سایر موارد در قالب علل تقویت‌کننده و تضعیف‌کننده احساس امنیت آنلاین کاربر بیان می‌شود:

۱. تضعیف‌کننده‌ها

- سبک حضور آنلاین: در این مورد، ۳ مقوله محوری ابزار حضور، شدت حضور و کیفیت حضور کشف شد. ابزار حضور، وسیله مورد استفاده کاربر برای اتصال به اینترنت است. شدت حضور شامل سابقه عضویت در شبکه‌ها و مدت زمان حضور در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی و همچنین تعداد گروه‌هایی است که کاربر در آن‌ها عضویت دارد. مقوله کیفیت حضور خود مشتمل بر سه زیربُعد نوع حضور (هدف استفاده کاربر از شبکه اجتماعی و این‌که بیشتر مخاطب چه مطالبی است)، رویت پذیری (نوع اطلاعات منتشرشده از سوی فرد در شبکه‌های اجتماعی، تعداد تصاویر و فیلم‌های شخصی به اشتراک گذاشته شده و کیفیت پوشش کاربر در آن عکس‌ها) و ریسک‌پذیری (آشنایی با افراد غریبه در اینترنت و ملاقات حضوری با آنان در فضای واقعی) است.

- **تعرض سایبری:** تعرض به رفتارهای مزاحم و تکرارشونده‌ای اشاره دارد که پیامدهایی چون احساس ترس، آسیب فیزیکی، روانی و استرس‌های عاطفی را در پی دارد (Finch, 2001: 1)؛ تعرض سایبری شکل الکترونیکی آزار و اذیت‌های فیزیکی است و به تجربه قبلی کاربر از آسیب‌پذیری در فضای مجازی مربوط می‌شود. تحلیل یافته‌ها، اشاره به مفهوم تجربه قبلی کاربر از مورد تهدید و آزار مجازی واقع‌شدن به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر بر احساس امنیت وی در این فضا داشت که پس از تطبیق مقوله کشف‌شده با پیشینه نظری و تجربی، متغیر تعرض سایبری نهایی شد.

- **کنترل اجتماعی:** از دیگر عوامل مؤثر بر احساس امنیت، بحث مورد کنترل و نظارت قرار گرفتن در شبکه‌های اجتماعی است.

۲. تقویت‌کننده‌ها

- **سواد رسانه‌ای:** سواد رسانه‌ای عبارت از توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی، تولید پیام‌های رسانه‌ای و مشارکت در پذیرش آن است. ضرورت داشتن دانش، آگاهی و سواد دیجیتالی از مباحث مورد تأکید کاربران و خبرگان هنگام حضور در شبکه‌های اجتماعی بود.

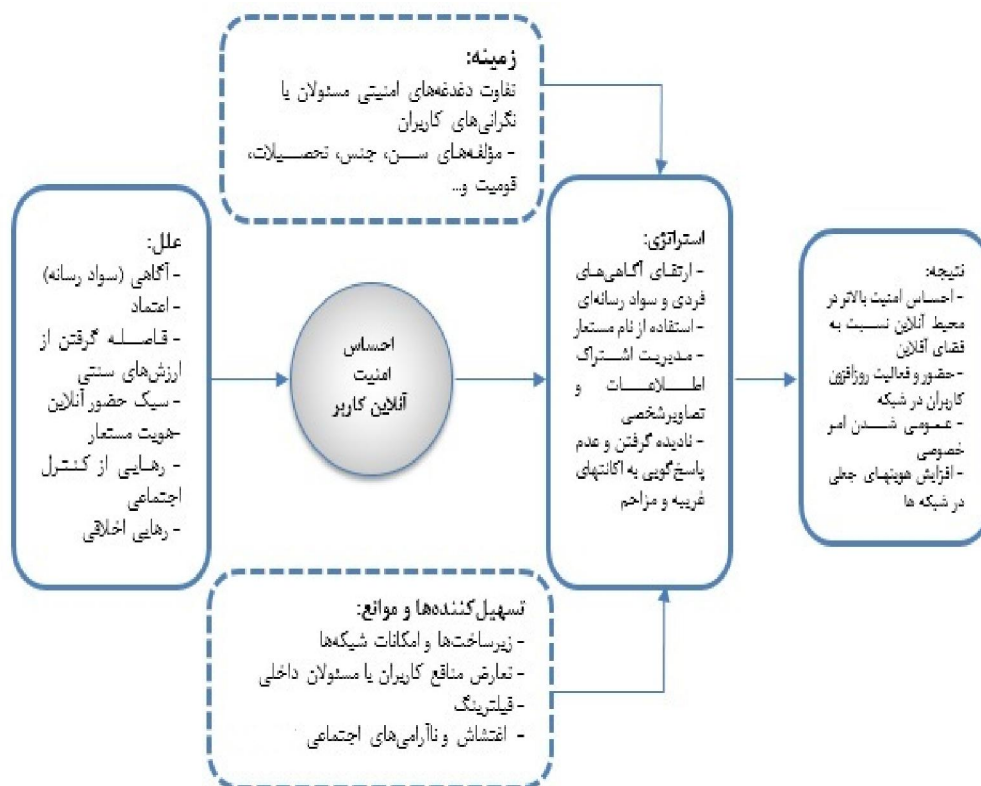
- **هویت جعلی:** از مناقشه برانگیزترین امکانات فضای سایبر، حضور بدون هویت و یا هویت جعلی در این عرصه است. در واقع فرد بر این باور است که در اینترنت کسی او را نمی‌شناسد و یا حداقل خانواده و آشنایان نمی‌توانند او را در آنجا پیدا کنند. این مهم می‌تواند از طریق برگزیدن اسم مستعار یا استفاده از فیلترشکن توسط کاربر شکل بگیرد. مفاهیم آن عبارت‌اند از: گمنامی و ناشناس بودن در شبکه‌های اجتماعی، استفاده از اکانت جعلی برای سرکشی به پروفایل‌های دیگران، داشتن چند اکانت، استفاده از فیلترشکن و ...

- **اعتماد اجتماعی:** اعتماد یعنی حس اطمینان به این‌که دیگران به‌گونه‌ای که انتظار می‌رود عمل نموده و شیوه‌ای حمایت‌کننده در پیش گیرند (افشانی، ۱۳۸۹). تمرکز نمونه موردبررسی بر بعد نهادی اعتماد بود. بی‌اعتمادی به پیام‌رسان‌های داخلی ناشی از بی‌اعتمادی به نهادهای حاکمیتی، نگرانی زیاد مبنی بر کاهش اعتماد کاربران اینترنت در سراسر جهان به دلیل افشاگری‌های اخیر در مورد نظارت فراگیر و جاسوسی، وجود بحران اعتماد در جامعه، نیاز به وجود جریان آزاد اطلاعات در سایر ابزارهای ارتباطی و... از مفاهیم اعتماد اجتماعی بودند.

- **رهایی اخلاقی و تغییر ارزش‌ها:** رهایی اخلاقی و تغییر ارزش‌ها از دیگر عوامل تبیین‌کننده احساس امنیت آنلاین کاربران شناخته شد.

۳. تسهیل‌کننده‌ها و موانع

هم‌چنین مقولات دیگری مانند تعارض منافع کاربران و مسئولان ذی‌ربط در نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی (داخلی / خارجی)، فیلترینگ، زیرساخت‌ها و امکانات هر شبکه و... نیز از تسهیل‌کننده‌ها یا موانع احساس امنیت آنلاین کاربران بود. باید گفت فیلترینگ، مطلوب بودن زیرساخت‌ها و امکانات شبکه، ناآگاهی از خطرات شبکه‌ها (بحث سواد رسانه‌ای) و تعارض منفعت فردی کاربر با منفعت جمعی نظام در رابطه با استفاده از شبکه، دلیل تمایل روزافزون کاربران ایرانی به استفاده از شبکه‌های اجتماعی خارجی است. تصویر کلی از شرایط تبیین‌کننده احساس امنیت آنلاین در مدل زیر ارائه شده است:



نمودار ۳- الگوی شماتیک تحقیق

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش‌های بین‌فرهنگی از نقش شاخصه‌های بومی، محلی و منطقه‌ای در ادراک مسائل اجتماعی و کمّ و کیف آن خبر می‌دهند؛ احساس امنیت از مسائلی است که به‌یقین ناشی از شرایط اجتماعی حاکم بر آن است. اگرچه شاید تصور شود که این گزاره، تنها برای جهان واقعی صدق می‌کند و در جهان مجازی که فضایی فرا مکان و فرا زمان است کارایی ندارد، اما باید گفت نمی‌توان جهان مجازی را جدا از جهان واقعی تنیده در آن در نظر گرفت. نوع رفتار و سبک زندگی آنلاین کاربران در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی آن، ناشی از فرهنگ و فضای اجتماعی واقعی است که در آن قرار دارند. البته نباید از تأثیر جهانی‌شدن و دگرگونی ارزش‌های محلی در جامعه شبکه‌ای جدید غافل شد.

اگرچه غالب اندیشمندان از جمله ون‌دایک، ولمن و دانا هاروی از فضای مجازی به‌مثابه محیطی ناامن سخن می‌گویند و کاستلز هم در کتاب «قدرت ارتباطات»، در بحث از دو آینده محتمل در روابط انسانی، اشاره به سلطه سویچرها و شرکت‌ها بر ذهن کاربران دارد، اما در کنارش از آزادی کاربران برای تحقق خواسته‌های خود می‌گوید. ولمن، نیز در «نظارت سیال»، آگاهی و به‌کارگیری ابزارهای پایش و کنترل بیشتر را زاینده احساس ترس و ناامنی می‌داند. ون‌دایک، نیز اگرچه به اولویت ذاتی آزادی بر امنیت معتقد است و از پارادوکس حریم خصوصی (حریم خصوصی در فضایی غیرخصوصی) سخن می‌گوید اما در دیدگاه میانه‌رو خود نسبت به فضای مجازی، نهایتاً بر احساس رهایی و آزادی کاربران صحنه می‌گذارد. به‌هرحال، به نظر می‌رسد، همان‌طور که خبرگان نیز گفتند، کاربران شبکه‌های اجتماعی، به دلیل عدم آگاهی از خطرات و تهدیدهای فضای مجازی، نسبت به آن ظن‌ین و بی‌اعتماد نیستند و از فعالیت و مشارکت در آن خرسندند.

همچنین آزادی و احساس رهایی کاربران در شبکه‌های اجتماعی سایبر، به باور تئوریسین‌های مورد بحث ما (کاستلز، ون‌دایک، ولمن، هابرماس و ویلیامز)، عاملی در احساس امنیت آنلاین و اطمینان کاربران در این جامعه شبکه‌ای شده است؛ اگرچه الزاماً با شاخص امنیت آنلاین همخوانی نداشته باشد. احساس امنیت آنلاین اشاره به آرامش خاطر ذهنی و روانی کاربر از مصون ماندن نسبت به مزاحمت‌ها و خطرهای احتمالی طی مدت فعالیت مجازی‌اش دارد؛ این‌که چقدر حریم و حقوق فردی و اجتماعی کاربر حفظ‌شده و باورها، افکار و ارزش‌هایش مصون‌اند. کاربران شبکه‌های اجتماعی و متولیان حوزه سیاست‌گذاری و اجرا در فضای مجازی، دغدغه‌ها و نگرانی‌های امنیتی متفاوتی از یکدیگر دارند.

در حوزه اقتصادی (که به نسبت، اشتراک بیشتری در نگرانی‌های امنیتی دو گروه وجود دارد)، مسئولان نگران تهدید ارزهای مجازی برای اقتصاد کشور و مبحث فیشینگ و برداشت غیرمجاز وجه از حساب‌های کاربران هستند و کاربران هم در خصوص خرید از کانال‌های شبکه‌های اجتماعی (دریافت صحیح کالا، اعتماد به فروشنده و ادمین کانال و...) دغدغه دارند. در حوزه فرهنگی، نگرانی مسئولان بیشتر مربوط به گسترش شایعات در مورد مفاخر فرهنگی کشور، آموزش کارهای نامطلوب برای آسیب‌رساندن به جامعه در شبکه‌ها، جذب افراد به دیگر فرقه‌های اعتقادی و تضعیف دین رسمی کشور است و مباحثی چون تهدید اعتبار و آبروی افراد از طریق انتشار عکس‌ها و اطلاعات شخصی‌شان، سوءاستفاده از اطلاعات و پیام‌های افراد در تبلیغات و بازاریابی، قضاوت شدن دیگر کاربران در صورت اشتراک عکس و مطلب یا ارائه نظر و همچنین آزادی افراد در ابراز افکار و اعتقادات دینی خود در شبکه‌های اجتماعی از مخاطرات کاربران است.

دیدگاه تورکل که پارادوکس امنیت-ناامنی در عصر دیجیتال را به تصویر می‌کشد با مؤلفه‌های احساس امنیت آنلاین کاربر ایرانی تناسب دارد. فرد برای رهایی از کنترل اجتماعی و در جستجوی حس امنیت و امکان تصویر چهره‌ای مطلوب از خود،

تعاملات فردی را در شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کند اما هم‌زمان نگران خدشه‌دار شدن وجهه‌اش در بستر شبکه‌هاست؛ چون هر عکس، نوشته و مطلب وی یک ردپای الکترونیک است که هرگز پاک نمی‌شود. او با حضور در شبکه، حس مطلوبی از فراغت از نظارت‌های خانواده، جامعه و دولت را تجربه می‌کند اما هم‌زمان می‌داند که هرگونه لو رفتن اطلاعات و پیام‌های منتشرشده‌اش، عواقبی برای آینده تحصیلی و شغلی‌اش به دنبال دارد؛ بنابراین در گزینش محتوا و انتشار آن در فضای مجازی با احتیاط رفتار می‌کند.

هم‌چنین، چنان‌که سایبرسایکولوژیست‌ها گفتند «انعطاف زمانی» موجود در فضای مجازی (این‌که امکان تأخیر در پاسخگویی وجود داشته و مانند ارتباط رودررو، کاربر ایرانی مجبور به واکنش بلافاصله به مخاطب خود نیست) در کنار ویژگی «کثرت اجتماعی» (وجود افراد مختلف در این فضا، شناسایی افراد با علایق مشترک خودمان و امکان گلچین کردن مخاطبان)، روابط نوشتاری فضای مجازی (اعم از متن، صدا و تصویر) را امن‌تر و قابل پیش‌بینی‌تر از روابط چهره به چهره می‌کند زیرا فاقد عکس‌العمل‌های چهره‌ای است.

در حوزه سیاسی، نگرانی کاربران به نبودن آزادی در ابراز عقاید و گرایش‌های سیاسی، کنترل مراودات و تبادلات مجازی کاربران از سوی دولت و نهادهای امنیتی داخل و به‌ویژه فیلتر شدن شبکه و مسدود شدن محتوا در فضای مجازی مربوط می‌شود و اما دغدغه‌های مسئولان، بیشتر بحث تروریسم سایبری، سوءاستفاده از کلان‌داده‌ها برای مدیریت کشور از سوی بیگانگان، انتشار اخبار جعلی در خصوص مقامات سیاسی و تبلیغ شبکه‌های خارجی علیه عملکرد دولت و نظام در ایران می‌باشد. هم‌باور با سولر و جیمز در مفهوم «سوراخ سیاه فضای مجازی» و تورکل در مفهوم «ملامت‌های ناشی از عدم اتصال»، باید گفت یکی از مهم‌ترین زمینه‌های احساس ناامنی در کاربران، بحث فیلترینگ، سانسور و مسدود شدن دسترسی به محتوا است. غالب

نمونه مورد بررسی ما، پس از تجربه فیلترینگ، احساس امنیت بیشتری را در شبکه‌هایی چون تلگرام تجربه کردند؛ چون به این نتیجه رسیدند که دولت به دلیل عدم توانایی بر رصد و کنترل شبکه، مجبور به فیلتر کردن آن شده است.

در حوزه اجتماعی، گسترش طلاق و افول خانواده در ایران دغدغه مسئولان است اما کاربران در این حوزه، نگرانی‌های بیشتری دارند از جمله افزایش بی‌اعتمادی، خیانت‌ها و بی‌وفایی‌های زناشویی ناشی از روابط جدید در شبکه، گسترش عشق‌های مجازی و اثرات آن بر فرد و جامعه، هدر رفت وقت به دلیل فعالیت غیر هدفمند و مداوم در شبکه و ...؛ اما نقش شبکه در داشتن اطلاع بیشتر از اقوام و آشنایان و دوستان نیز باعث آرامش خاطر کاربران است.

کاربران ایرانی، شبکه مجازی را بیشتر امن می‌دانند تا ناامن؛ چنان‌که ولمن هم از نقش شبکه‌های اجتماعی در ایجاد سرمایه اجتماعی و ارتقای احساس امنیت می‌گوید. به‌زعم او و طبق شواهد ما، سیستم کنش اجتماعی جدید مبتنی بر فردگرایی شبکه‌ای، منجر به ارتقای مهارت‌های شبکه‌ای، افزایش پیوندها و تعاملات مختلف، کاهش احتمال رفتارهای پرخطر و افزایش امکان غلبه بر بحران‌های مختلف فردی و اجتماعی و در نهایت افزایش احساس امنیت شده است. در این راستا، سخن کراکت و ویلیامز نیز در بحث «خشم اخلاقی در عصر دیجیتال»، بر عقیده ولمن صحنه می‌گذارد: حس امنیتی که در اینترنت پدید می‌آید هزینه‌های ابراز خشم را کاهش و منافع آن را افزایش می‌دهد.

در حوزه حقوقی، دغدغه‌های مسئولان، جاسوسی اطلاعات کاربران توسط بیگانگان است درحالی‌که دغدغه کاربران، حفظ اطلاعات و حریم شخصی، هک و انتشار آن توسط غریبه‌ها، دسترسی دولت به آن بدون اجازه و رضایت کاربر، اختلال در فعالیت روزمره کاربر در شبکه یا فیلتر کردن یک‌باره آن می‌باشد. اگرچه باور و اعتماد کاربران به نقش سازمان‌های اجرایی چون پلیس فتا برای احقاق حق کاربر در صورت مواجهه با تهدید و مزاحمت مجازی، جالب‌توجه است. روی هم رفته، کاربران، امنیت

آنلاین را حفظ حریم شخصی و حقوق فردی‌شان دانسته و از خدشه‌دار شدن افکار، عقاید، روابط و عواطف خانوادگی و اجتماعی‌شان هراسانند و منفعت فردی‌شان را درخطر می‌دانند ولی مسئولان، ناامنی آنلاین را خدشه‌دار شدن فرهنگ و اخلاق عمومی در شبکه‌های اجتماعی دانسته و تهدیدات اقتصادی (ارز مجازی)، سیاسی (تروریسم سایبری)، حقوقی (متادیتا)، فرهنگی (رشد شایعه و خرافات) و اجتماعی (رشد طلاق) را مدنظر دارند.

در مجموع، نگرانی‌های کاربران بیشتر معطوف به بُعد ذهنی و سطوح خرد امنیت است؛ آنجا که حریم شخصی کاربران نشانه می‌رود. هم‌عقیده با باومن، ون‌دایک، کاستلز و فوکو باید گفت تیغ دو لبه فناوری و نظارت سیال عصر جدید، در عین ایجاد رهایی و ارتقای آگاهی، در خدمت مقاصد نظام سیاسی بوده و این دغدغه اصلی کاربر ایرانی است. اما دغدغه‌های مسئولان، بُعد عینی و سطوح کلان پدیده امنیت را مدنظر دارد؛ همان فناوری زیرسیطره نظام سلطه و ترس از سوءاستفاده امنیتی-سیاسی و تجاری از آن. در خصوص فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی آن، مسئولان و متولیان، نگران‌تر از کاربران هستند.

با توجه به نتایج مطالعه، انتظار می‌رود که احساس امنیت آنلاین کاربران متأثر از مقولات اعتماد، تعرض سایبری، سواد رسانه‌ای، گمنامی و هویت جعلی، شدت و کیفیت حضور آنلاین کاربر در شبکه‌های اجتماعی و هم‌چنین جنس، سن، وضعیت تأهل و تحصیلات و غیره باشد. بنابراین ضرورت دارد که سنجه احساس امنیت آنلاین کاربران، در یک پیمایش، موردسنجش قرار گیرد.

منابع

- احسانی فر، محمد و محمد رضوانیان. (۱۳۹۶). «نقش رفتار کاربران در احساس امنیت شبکه‌های اجتماعی»، کنفرانس سالانه پژوهش در علوم انسانی و مطالعات اجتماعی: ۱۵-۱.
- بابایی، محمود. (۱۳۹۲). «حفاظت از خود و ناشناختگی در فضای سایبر»،
Pew Research Center's Internet & American Life Project:
<http://pewinternet.org/Reports/2013/Anonymity-online.aspx>.
- باستانی، سوسن، خانیکی، هادی و ارکان زاده یزدی، سعید. (۱۳۹۷). «مردم، رسانه‌های جریان اصلی و مصرف رسانه‌های نوین پیمایش مصرف، اعتماد، رضایت و مشارکت رسانه‌ای شهروندان تهرانی»، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال ۴، شماره ۱۴: ۳۳-۱.
- بروجردی علوی، مهدخت و ایلابی، سید حسن. (۱۳۹۷). «پیامدهای زیست مجازی ایرانیان»، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال چهارم، شماره ۱۶: ۷۵-۱۱۰.
- پورنقدی، بهزاد. (۱۳۹۷). «فرصت‌ها و تهدیدهای امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی برای دانشجویان»، ماهنامه علمی-پژوهشی پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال هفتم، شماره ۲.
- خانیکی، هادی و روحانی، ریحانه سادات. (۱۳۹۰). «ارتباطات مجازی و سایبر سایکولوژی (مطالعه رابطه میان بهره‌مندی دانشجویان فنی دانشگاه تهران از وبلاگ با نگرش آنان درباره روابط مجازی)»، مجله مطالعات اجتماعی ایران، دوره پنجم، شماره ۳: ۷۱-۴۸.
- رضایی نسب، افسانه، رضایی نسب، اعظم و بهاروندی، زینب. (۱۳۹۰). «نقش خانواده در ایجاد احساس امنیت اجتماعی»، همایش منطقه‌ای روانشناسی و علوم تربیتی، بندرگز: دانشگاه آزاد اسلامی.
- زیویار، فرزاد و شهیر، احسان. (۱۳۹۴). «احساس امنیت کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی از منظر جنسیت، سن، میزان تحصیلات و میزان استفاده (مطالعه موردی شبکه اجتماعی فیس‌بوک)»، رسانه و فرهنگ، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ۵، شماره ۱: ۸۲-۵۷.
- سعادت، محمد و زائری، محمدحسین. (۱۳۹۵). «بررسی و تحلیل میزان امنیت و اعتماد حریم خصوصی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: دانشجویان رشته کامپیوتر دانشکده سما دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم)»، چهارمین کنفرانس بین‌المللی علوم و مهندسی: ۱۴-۱.

- سیدعلی‌پور، سید خلیل و عموزاده، امید. (۱۳۹۵). «بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و احساس امنیت (مورد مطالعه شهروندان غرب تهران)». **فصلنامه علمی تخصصی دانش انتظامی غرب استان تهران**، سال سوم، شماره ۱۱: ۳۷-۱.
- عباس زاده، محمد؛ بوداقتی، علی و کریمی، فریدون. (۱۳۹۱). «انواع تحلیل موردی و کاربرد تثلیث در آن»، **مجله مطالعات جامعه‌شناسی**، سال چهارم، شماره ۱۴: ۸۷-۶۹.
- فاطمی نیا، محمدعلی. (۱۳۹۶). «جامعه اطلاعاتی و جرائم نوظهور: مطالعه جامعه‌شناختی تعرض سایبری»، **پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی**، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی
- فرامرزی، رسول و کشاورز، حمید. (۱۳۹۳). «نقش شبکه‌های اجتماعی در احساس امنیت اجتماعی افراد؛ مورد مطالعه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه اصفهان» **فصلنامه علمی تخصصی پژوهش‌های سیاسی**، سال چهارم، شماره ۱۰: ۹۷-۱۱۵.
- محصل، رضا و حیاتی، صفر. (۱۳۹۴). «مطالعه و شناخت عوامل مرتبط با احساس امنیت اجتماعی کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز)»، **فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی**، سال ششم، شماره ۲۱: ۳۹-۲۱.

- o Alkeinay, Nader Yahya & Norwawi, Norita Md. (2014). "User Oriented Privacy Model for Social Networks", **Journal of Social and Behavioral Sciences**, 129: 191-197.
- Ammenwertha, E, Illerb, C, Mansmann, U. (2003). "Can evaluation studies benefit from triangulation A case study". **International Journal of Medical Informatics**. 70: 237-248.
- Bailey, Jane & Steeves, Valerie. (2015). **eGirls, eCitizens: Putting Technology, Theory and Policy into Dialogue with Girls' and Young Women's Voices**, University of Ottawa Press: Les Presses de l'Université d'Ottawa.
- Bauman, Zygmunt & Lyon, David. (2013). **Liquid Surveillance**. Cambridge: Polity Press.
- Bell, David. (2011). **An Introduction to Cyber cultures**, London and New York, Routledge.
- Ben, CF. Choi, Zhenhui, (Jack) Jiang, Bo Xiao, Sung S. Kim. (2015). "Embarrassing Exposures in Online Social Networks: An Integrated Perspective of Privacy Invasion and Relationship Bonding". **Information Systems Research**, 26(4): 675-694.

- Castells, Manuel. (2009). **Communication power**. Oxford: Oxford University Press
- Catalina, Radu Anamaria, Orzan, Mihai Cristian, Dobrescu, Andra Ileana. (2016). "The Importance of Trust and Privacy in Social Media", **International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences**, 5 (2): 57-66.
- Chiou, WB. (2006). "Adolescents sextual self-disclosure on the internet: Deindividuation and self-impression", **Adolescence**, 41: 547-561.
- Citron, Danielle Keats. (2014). **Hate Crimes in Cyberspace**, Harvard University Press; Web site: <https://books.google.com/books?id=hnRyB>
- Corbin, Juliet & Strauss, Anselm. (2008). **Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory**, SAGE publication.
- Creswell, John W. (2003). **Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches**. Thousand Oakes, California: Sage Publication. Inc.
- Faliagka, Evanthia, Tsakalidis Athanasios, Vaikousi Danae. (2011). "Teenagers' use of social network websites and privacy concerns: A survey", **Panhellenic Conference on Informatics**.
- Finch, Emily. (2001). **The criminalization of stalking: Constructing the problem and evaluating the solution**, London: Cavendish.
- Heath, Sara. (2015). "Security and Insecurity Online: Perspectives from Girls and Young Women", **eGirls, eCitizens Project**, edited by Jane Bailey and Valerie Steeves, University of Ottawa Press.
- Jaishankar, Karuppannan. (2011). **Cyber Criminology: Exploring Internet Crimes and Criminal Behavior**, CRC Press, Taylor & Francis Group.
- Kiyonari, Toko, Yamagishi, Toshio, Cook, Karen S & Cheshire. Coye. (2006). "Does trust beget trustworthiness? Trust and trustworthiness in two games and two cultures: A research note". **Social Psychology Quarterly**, 69(3): 270-283.
- Modell, S. (2005). "Triangulation between case study and survey methods in management accounting research: An assessment of validity implications". **Management Accounting Research**. 16: 231-254.
- Mu Hu. (2007). **Social Use of Internet and Loneliness**, The Ohio state University.
- Rathore, Shailendra, Kumar Sharma Pradip, Loia Vincenzo, Jeong Young-Sik, Park Jong Hyuk. (2017). "Social network security: Issues, challenges, threats, and solutions", **Journal of Information Sciences**, 421: 43-69.

- Seong, Younho. (2009). "Predictors of Interpersonal Trust in Virtual Distributed Teams. Report: Final Report for June 2006 to September 2008". **North Carolina Agricultural & Technical State**, University Department of Industrial & Systems Engineering.
- Thoman, Elizabeth Jolls, Tessa. (2004). "Media literacy – A national priority for a changing world", **American Behavioral Scientist**, 48(1): 18-29.
- Turkle, Sherry (2012). **Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other**, Basic Books; 1 edition.
- Van Dijk, Jane A.G.M. (2012). **The Network Society**, SAGE Publications Ltd; Third Edition.
- Wellman, Barry & Rainie, Lee. (2012). **Networked: The New Social Operating System**, MIT Press.
- Yar. Majid. (2005). "The Novelty of Cyber Crime: An Assesment in light of Routine Activity Theory", **European Journal of Criminology**, 2(4): 407-427.