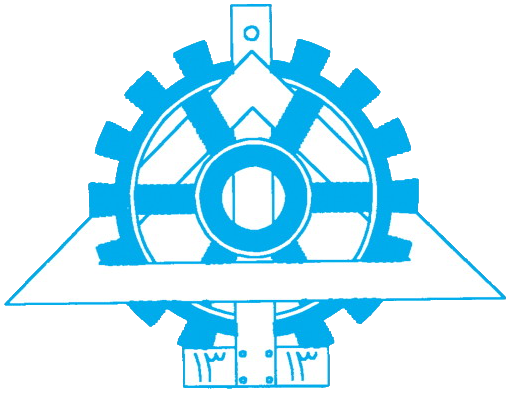
**داﻧﺸﮕﺎه ﺗﻬﺮان ﻋﻠﻮم ﭘﺎﯾﻪ**



**داﻧﺸﮑﺪه رواﻧﺸﻨﺎﺳﯽ و ﻋﻠﻮم ﺗﺮﺑﯿﺘﯽ ﮔﺮوه ﻋﻠﻮم ﺷﻨﺎﺧﺘﯽ**

## ﺑﺮرﺳﯽ ﺗﺼﻤﯿﻢﮔﯿﺮی در ﺑﻪ اﺷﺘﺮاک ﮔﺬاری اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ دﯾﮕﺮان

**ﭘﺎﯾﺎنﻧﺎﻣﻪ ﺑﺮای در ﯾﺎﻓﺖ درﺟﻪ ﮐﺎرﺷﻨﺎﺳﯽ ارﺷﺪ در رﺷﺘﻪ ﻋﻠﻮم ﺷﻨﺎﺧﺘﯽ ﮔﺮاﯾﺶ رواﻧﺸﻨﺎﺳﯽ ﺷﻨﺎﺧﺘﯽ**

### ﻣﺤﻤﺪ رﺳﻮل ﭘﺎرﺳﺎﺋﯿﺎن

اﺳﺎﺗﯿﺪ راﻫﻨﻤﺎ

### دﮐﺘﺮ ﻣﺠﯿﺪی ﻧﯿﻠﯽ اﺣﻤﺪآﺑﺎدی و دﮐﺘﺮ ﺣﺴﯿﻦ وﻫﺎﺑﯽ

ﺷﻬﺮﯾﻮر ۱۰۴۱

**ﭼﮑﯿﺪه**

اﺷﺘﺮاک اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ دﯾﮕﺮان در ﻓﻀﺎی ﻣﺠﺎزی ﺗﺎﺛﯿﺮات ﺷﮕﺮﻓﯽ در ﻓﺮاﯾﻨﺪﻫﺎی اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ داﺷﺘﻪاﺳﺖ. **واژﮔﺎن ﮐﻠﯿﺪی:** ﺳﻪﮔﺎﻧﻪ ﺗﺎرﯾﮏ،ﺗﺼﻤﯿﻢ ﮔﯿﺮی واﺑﺴﺘﻪ ﻣﺘﻘﺎﺑﻞ،ﺣﺮﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ

# ﻓﻬﺮﺳﺖ ﻣﻄﺎﻟﺐ

[**ﻓﺼﻞ** ۱**: ﻣﻘﺪﻣﻪ**](#_bookmark0) ۱

[۱-۰-۱ ﮐﻤﺒﺮﯾﺞ آﻧﺎﻟﯿﺘﯿﮑﺎ و اﺳﺘﻔﺎده ﺛﺎﻧﻮﯾﻪ از اﻃﻼﻋﺎت](#_bookmark36) . . . . . . . . . . . . . . . ۵ [۱-۰-۲ ﭼﺎرﭼﻮبﻫﺎی ﻧﻈﺮی](#_bookmark42) . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ۶

[۱-۱ ﻣﺘﻐﯿﺮﻫﺎ و ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪﻫﺎ](#_bookmark58) . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ۸

۹ . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . [اﻫﻤﯿﺖ ۲-۱](#_bookmark61)

۰۱ . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . [ﭘﮋوﻫﺸﯽ ﻓﺮﺿﯿﻪ ۳-۱](#_bookmark67)

[۱-۳-۱ ﺗﻌﺮﯾﻒ واژهﻫﺎ )اﺧﺘﯿﺎری(](#_bookmark68) . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ۰۱

[۱-۳-۲ ﺧﻼﺻﻪ ﻓﺼﻞﻫﺎ](#_bookmark69) . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ۰۱

۰۱ . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . [ﺟﻤﻊﺑﻨﺪی ۴-۱](#_bookmark70)

[**ﻓﺼﻞ** ۲**: ﻣﺮوری ﺑﺮ ﻣﻄﺎﻟﻌﺎت اﻧﺠﺎم ﺷﺪه**](#_bookmark71) ۱۱

۱۱ . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . [ﻣﻘﺪﻣﻪ ۱-۲](#_bookmark73)

[۲-۲ ﺗﻌﺎرﯾﻒ، اﺻﻮل و ﻣﺒﺎﻧﯽ ﻧﻈﺮی](#_bookmark74) . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ۱۱

[**ﻓﺼﻞ** ۳**: روش ﺗﺤﻘﯿﻖ**](#_bookmark88) ۳۱

۳۱ . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . [ﭘﮋوﻫﺶ ﻧﻮع ۱-۳](#_bookmark90)

[۳-۲ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻣﺘﻐﯿﺮﻫﺎ](#_bookmark91) . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ۳۱ [۳-۲-۱ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻧﻈﺮی و ﻋﻤﻠﯿﺎﺗﯽ ﻣﺸﺨﺼﺎت دﻣﻮﮔﺮاﻓﯿﮏ](#_bookmark92) . . . . . . . . . . . . . . ۳۱

[۳-۲-۲ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻋﻤﻠﯿﺎﺗﯽ ﭘﺎراﻣﺘﺮﻫﺎی ﻧﻈﺮﯾﻪ رﻓﺘﺎر ﺑﺮﻧﺎﻣﻪرﯾﺰی ﺷﺪه۱](#_bookmark93) . . . . . . . . . . ۳۱ [۳-۲-۳ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻧﻈﺮی ﻣﺘﻐﯿﺮ ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ](#_bookmark98) . . . . . . . . . . . . . . ۵۱

1Theory of planned behavior

ﻓﻬﺮﺳﺖ ﻣﻄﺎﻟﺐ

[۳-۲-۴ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻋﻤﻠﯿﺎﺗﯽ ﻣﺘﻐﯿﺮ ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ](#_bookmark114) . . . . . . . . . . . . . ۶۱ [۳-۲-۵ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻋﻤﻠﯿﺎﺗﯽ](#_bookmark124) . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ۷۱ [۳-۲-۶ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻧﻈﺮی ﻣﺘﻐﯿﺮ ﺗﺼﻤﯿﻢ ﮔﯿﺮی ﺑﻪ اﺷﺘﺮاک ﮔﺬاری اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ دﯾﮕﺮان](#_bookmark125) . ۷۱ [۳-۲-۷ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻧﻈﺮی ﻣﺘﻐﯿﺮ ﻫﻨﺠﺎر ذﻫﻨﯽ و ﺑﺎور ﻫﻨﺠﺎری از ارزش اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ](#_bookmark132)

[دﯾﮕﺮان ۸۱](#_bookmark132)

[۳-۲-۸ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻋﻤﻠﯿﺎﺗﯽ ﻣﺘﻐﯿﺮ ﻫﻨﺠﺎر ذﻫﻨﯽ و ﺑﺎور ﻫﻨﺠﺎری از ارزش اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ](#_bookmark133) [دﯾﮕﺮان ۸۱](#_bookmark133)

[۳-۲-۹ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻧﻈﺮی ﻣﺘﻐﯿﺮ ﺳﻪﮔﺎﻧﻪ ﺗﺎرﯾﮏ](#_bookmark139) . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ۹۱

[۳-۲-۰۱ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻧﻈﺮی ﺷﺎﺧﺺ ﮐﯿﻔﯿﺖ زﻧﺪﮔﯽ](#_bookmark156) ۱۲

[۳-۲-۱۱ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻋﻤﻠﯿﺎﺗﯽ ﺷﺎﺧﺺ ﮐﯿﻔﯿﺖ زﻧﺪﮔﯽ](#_bookmark157) ۱۲

[۳-۲-۲۱ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻧﻈﺮی ﺧﻮداﻓﺸﺎﮔﺮی](#_bookmark158) ۱۲

[۳-۲-۳۱ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻋﻤﻠﯿﺎﺗﯽ ﺧﻮداﻓﺸﺎﮔﺮی](#_bookmark159) ۱۲

[۳-۲-۴۱ ﺟﺎﻣﻌﻪ آﻣﺎری و روش ﻧﻤﻮﻧﻪﮔﯿﺮی](#_bookmark160) ۱۲

[۳-۲-۵۱ روش اﺟﺮا و ﻣﺮاﺣﻞ آزﻣﺎﯾﺶ](#_bookmark166) ۲۲

[**ﻓﺼﻞ** ۴**: ﻧﺘﺎﯾﺞ**](#_bookmark167) ۳۲

[۴-۰-۱ ﺳﯿﺎﻫﻪ ارزشﮔﺬاری ﻣﺠﻤﻮﻋﻪداده](#_bookmark168) . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ۳۲

[۴-۰-۲ وﯾﮋﮔﯽﻫﺎی ﻧﻤﻮﻧﻪ](#_bookmark177) . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ۴۲ [۴-۰-۳ ﻧﺘﺎﯾﺞ آزﻣﻮن ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ](#_bookmark178) . . . . . . . . . . . . . . . . . ۴۲ [۴-۰-۴ ﭘﺎﯾﺎﯾﯽ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﺳﯿﺎﻫﻪ ارزشﮔﺬاری ﻣﺠﻤﻮﻋﻪداده](#_bookmark179) . . . . . . . . . . . . . ۶۲

۶۲ . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . [اﻋﺘﺒﺎرﺳﻨﺠﯽ ۱-۴](#_bookmark180)

[ﻓﺼﻞ ۵: ﺑﺤﺚ و ﻧﺘﯿﺠﻪﮔﯿﺮی](#_bookmark182) ۷۲

۷۲ . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . [ﻣﻘﺪﻣﻪ ۱-۵](#_bookmark184)

[۵-۱-۱ ﻧﺘﺎﯾﺞ ﻣﺮﺑﻮط ﺑﻪ ﺳﻪﮔﺎﻧﻪ ﺗﺎرﯾﮏ](#_bookmark185) . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ۷۲

[۵-۱-۲ ﻧﺘﺎﯾﺞ ﻣﺮﺑﻮط ﺑﻪ SVO](#_bookmark189) . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ۸۲

[۵-۱-۳ ﻧﺘﺎﯾﺞ ﻣﺮﺑﻮط ﺑﻪ ﮐﯿﻔﯿﺖ زﻧﺪﮔﯽ](#_bookmark190) . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ۸۲

ﻓﻬﺮﺳﺖ ﻣﻄﺎﻟﺐ

۸۲ . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . [ﻣﺤﺘﻮا ۲-۵](#_bookmark191)

۸۲ . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . [ﺟﻤﻊﺑﻨﺪی ۱-۲-۵](#_bookmark192)

۸۲ . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . [ﻧﻮآوری ۲-۲-۵](#_bookmark193)

۸۲ . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . [ﭘﯿﺸﻨﻬﺎدﻫﺎ ۳-۲-۵](#_bookmark194)

[۵-۲-۴ ﻣﺤﺪودﯾﺖﻫﺎ](#_bookmark195) . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ۸۲ [۵-۲-۵ ﻣﺤﺪودﯾﺖﻫﺎی اﺑﺰار ﺳﻨﺠﺶ ﻧﮕﺮش ﺑﻪ اﻧﻮاع اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ](#_bookmark196) . . . . . . . ۸۲

[**ﻣﺮاﺟﻊ**](#_bookmark197) ۹۲

[**ﭘﯿﻮﺳﺖ آ: ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪﻫﺎ**](#_bookmark285) ۹۳

[**واژه ﻧﺎﻣﻪ ﻓﺎرﺳﯽ ﺑﻪ اﻧﮕﻠﯿﺴﯽ**](#_bookmark286) **اول**

[**واژه ﻧﺎﻣﻪ اﻧﮕﻠﯿﺴﯽ ﺑﻪ ﻓﺎرﺳﯽ**](#_bookmark286) **دوم**

ﻓﻬﺮﺳﺖ ﻣﻄﺎﻟﺐ

### ﻓﻬﺮﺳﺖ ﮐﺎرﻫﺎی ﺑﺎﻗﯿﻤﺎﻧﺪه

**ﻗﺪرداﻧﯽ**

ﻗﺪردان ﻋﺎﻟﻢ ﻫﺴﺘﯽام ﮐﻪ ﻟﺤﻈﻪای و ذرهای در ﺑﯿﮑﺮان زﻣﺎن و ﻣﮑﺎن ﺑﻪ ﻣﻦ ﻫﻮﺷﯿﺎری درک ﺧﻮﯾﺶ را اﻋﻄﺎ ﻧﻤﻮد. در آﻏﺎز وﻇﯿﻔﻪ ﺧﻮد ﻣﯽداﻧﻢ از زﺣﻤﺎت ﺑﯽدرﯾﻎ اﺳﺎﺗﯿﺪ راﻫﻨﻤﺎی ﺧﻮد، ﺟﻨﺎب آﻗﺎی دﮐﺘﺮ ﻣﺠﯿﺪ ﻧﯿﻠﯽ و دﮐﺘﺮ ﺣﺴﯿﻦ وﻫﺎﺑﯽ، ﺻﻤﯿﻤﺎﻧﻪ ﺗﺸﮑﺮ و ﻗﺪرداﻧﯽ ﮐﻨﻢ ﮐﻪ در ﻃﻮل اﻧﺠﺎم اﯾﻦ ﭘﺎﯾﺎنﻧﺎﻣﻪ ﺑﺎ ﻧﻬﺎﯾﺖ ﺻﺒﻮری ﻫﻤﻮاره راﻫﻨﻤﺎ و ﻣﺸﻮق ﻣﻦ

ﺑﻮدﻧﺪ و ﻗﻄﻌﺎ ﺑﺪون راﻫﻨﻤﺎﯾﯽﻫﺎی ارزﻧﺪه اﯾﺸﺎن، اﯾﻦ ﻣﺠﻤﻮﻋﻪ ﺑﻪ اﻧﺠﺎم ﻧﻤﯽرﺳﯿﺪ. ﺑﺎ ﺳﭙﺎس ﺑﯽدرﯾﻎ ﺧﺪﻣﺖ دوﺳﺘﺎن ﮔﺮانﻣﺎﯾﻪام، ﺧﺎﻧﻢ ﺑﻬﻨﺎز ﻧﺎﻣﺪارزاده و آﻗﺎﯾﺎن آرﯾﻦ ﯾﺰدانﭘﻨﺎه در آزﻣﺎﯾﺸﮕﺎه

ﺳﯿﺴﺘﻢﻫﺎی ﺷﻨﺎﺧﺘﯽ و ﭘﮋوﻫﺸﮑﺪه ﻓﻦآوریﻫﺎی ﻫﻤﮕﺮا، ﮐﻪ ﺑﺎ ﻫﻤﻔﮑﺮی ﻣﺮا ﺻﻤﯿﻤﺎﻧﻪ و ﻣﺸﻔﻘﺎﻧﻪ ﯾﺎری دادهاﻧﺪ. و در ﭘﺎﯾﺎن، ﺑﻮﺳﻪ ﻣﯽزﻧﻢ ﺑﺮ دﺳﺘﺎن ﺧﺪاوﻧﺪﮔﺎران ﻣﻬﺮ و ﻣﻬﺮﺑﺎﻧﯽ، ﭘﺪر و ﻣﺎدر ﻋﺰﯾﺰم و ﺑﻌﺪ از ﺧﺪا، ﺳﺘﺎﯾﺶ ﻣﯽﮐﻨﻢ

وﺟﻮد ﻣﻘﺪسﺷﺎن را و ﺗﺸﮑﺮ ﻣﯽﮐﻨﻢ از ﺧﺎﻧﻮاده ﻋﺰﯾﺰم ﺑﻪ ﭘﺎس ﻋﺎﻃﻔﻪ ﺳﺮﺷﺎر و ﮔﺮﻣﺎی اﻣﯿﺪﺑﺨﺶ وﺟﻮدﺷﺎن، ﮐﻪ

ﺑﻬﺘﺮﯾﻦ ﭘﺸﺘﯿﺒﺎن ﻣﻦ ﺑﻮدﻧﺪ.

ﻣﺤﻤﺪ رﺳﻮل ﭘﺎرﺳﺎﺋﯿﺎن ﺷﻬﺮﯾﻮر ۱۰۴۱

# ﻓﺼﻞ ۱ ﻣﻘﺪﻣﻪ

ﮐﺮﯾﺴﺘﯿﻦ ﻓﻮﮐﺲ [۱](#_bookmark3) ﺟﺎﻣﻌﻪ ﺷﻨﺎس اﺗﺮﯾﺸﯽ، ﺳﺮوﯾﺲﻫﺎی ﺷﺒﮑﻪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ[۲](#_bookmark2) (SNS) در دﻧﯿﺎی ﻣﺪرن را ﺑﻪ ﯾﮏ

ﭘﻨﻮﭘﺘﯿﮑﻮن[۳](#_bookmark4) ﺗﺸﺒﯿﻪ ﻣﯽ ﮐﻨﺪ ﮐﻪ در آن ﺷﺮﮐﺖﻫﺎی ﺑﺰرﮔﯽ ﻣﺎﻧﻨﺪ آﻟﻔﺎﺑﺖ[۴](#_bookmark7) ) ﺷﺮﮐﺖ ﻣﺎدر ﺳﺮوﯾﺲ ﮔﻮﮔﻞ[۵](#_bookmark6) ( و ﻣﺘﺎ[۶](#_bookmark5) )

ﺷﺮﮐﺖ ﻣﺎدر و ﻣﺎﻟﮏ ﺑﺮﻧﺎﻣﻪﻫﺎی ﻧﺮماﻓﺰاری ﻣﺎﻧﻨﺪ اﯾﻨﺴﺘﺎﮔﺮام[۷](#_bookmark11) ، ﻓﯿﺴﺒﻮک[۸](#_bookmark10) و واﺗﺴﺎپ[۹](#_bookmark9)( ﺑﻪ ﻧﻈﺎرت دادهﻣﺤﻮر[۰۱](#_bookmark8) اﻋﻀﺎ

ﻣﯽﭘﺮدازﻧﺪ[Romele](#_bookmark265)) [et al.](#_bookmark265)، [۷۱۰۲](#_bookmark265).( ﻋﺒﺎرت ﭘﻨﻮﭘﺘﯿﮑﻮن را اوﻟﯿﻦ ﺑﺎر ﺟﺮﻣﯽ ﺑﻨﺘﺎم[۱۱](#_bookmark12) [Bentham](#_bookmark209))، [۱۹۷۱](#_bookmark209)( ﺑﺮای

ﺗﻮﺻﯿﻒ ﺳﺎﺧﺘﺎرﻫﺎی اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﮐﻪ ﻣﺎﻧﻨﺪ ﺳﯿﺴﺘﻢ ﻣﺘﻤﺮﮐﺰ ﻧﻈﺎرت ﻋﻤﻞ ﻣﯽﮐﻨﻨﺪ، از ﻣﻌﻤﺎری وارد ﻓﻠﺴﻔﻪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ[۲۱](#_bookmark13) ﮐﺮد. ﺑﻪ ﻧﻈﺮ ﻣﯽرﺳﺪ ﺗﺼﻤﯿﻢﮔﯿﺮﻧﺪﮔﺎﻧﯽ ﮐﻪ در ﭼﻨﯿﻦ ﺳﺎزﻣﺎنﻫﺎﯾﯽ ﺣﻀﻮر دارﻧﺪ ﺑﻪ ﺣﺠﻢزﯾﺎدی از اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ اﻓﺮاد دﺳﺘﺮﺳﯽ دارﻧﺪ. ﭼﻨﯿﻦ اﻓﺮادی، ﺑﻪ ﻋﻠﺖ وﻇﯿﻔﻪای ﮐﻪ در ﻗﺒﺎل ﺳﺎزﻣﺎن ﻣﺘﺒﻮع ﺧﻮد دارﻧﺪ، ﻣﻠﺰم ﺑﺎ ﺣﺪاﮐﺜﺮ ﮐﺮدن ﺳﻮد ﺑﻨﮕﺎهﻫﺎی اﻗﺘﺼﺎدی ﻫﺴﺘﻨﺪ ﮐﻪ ﻣﺎﻟﮑﯿﺖ اﯾﻦ ﺳﺎزﻣﺎنﻫﺎ و ﺳﺮوﯾﺲﻫﺎی اراﺋﻪ ﺷﺪه را، در اﺧﺘﯿﺎر دارﻧﺪ.از ﻃﺮف دﯾﮕﺮ، ﻫﻤﯿﻦ ﺗﺼﻤﯿﻤﺎت ﻣﯽﺗﻮاﻧﺪ ﺑﺎﻋﺚ ﻣﺘﻀﺮر ﺷﺪن ﮐﺎرﺑﺮاﻧﯽ ﺑﺎﺷﺪ ﮐﻪ ﻣﺎﻟﮏ اﺻﻠﯽ اﻃﻼﻋﺎت ﺟﻤﻊآوری ﺷﺪه

1Christian Fuchs

2Social networking service

3Panopticon 4Alphabet 5Google 6Meta 7Instagram 8Facebook 9Whatsapp

10Dataveillance 11Jeremy Bentham 12Social philosophy

ﻓﺼﻞ ۱. ﻣﻘﺪﻣﻪ

ﻣﯽﺑﺎﺷﻨﺪ. در ﭼﻨﯿﻦ ﺷﺮاﯾﻄﯽ، وﻗﺘﯽ ﮐﻪ ﻧﻬﺎدﻫﺎی ﻧﻈﺎرﺗﯽ[۳۱](#_bookmark16) ﺑﺎ ﺗﻐﯿﯿﺮات ﺳﺮﯾﻊ در ﺳﺎﺧﺘﺎرﻫﺎی ﺟﻮاﻣﻊ اﻃﻼﻋﺎﺗﯽ[۴۱](#_bookmark15)

ﻧﺎﻫﻤﺎﻫﻨﮓ ﻫﺴﺘﻨﺪ[Cavoukian](#_bookmark211))، [۹۰۰۲](#_bookmark211)؛ [Machova](#_bookmark248)، [۱۲۰۲](#_bookmark248)(، ﺑﺮرﺳﯽ ﺳﺎز و ﮐﺎر ﻣﻮﺛﺮ ﺑﺮ ﺗﺼﻤﯿﻤﺎت اﯾﻦ اﻓﺮاد، اﻫﻤﯿﺖ ﭘﯿﺪا ﻣﯽﮐﻨﺪ. اﻫﻤﯿﺖ اﯾﻦ ﻣﻮﺿﻮع زﻣﺎﻧﯽ ﺑﯿﺸﺘﺮ ﻣﯽﺷﻮد ﮐﻪ ﮐﺎرﺑﺮان ﺳﺮوﯾﺲﻫﺎی ﺷﺒﮑﻪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﺗﺤﺖ ﺗﺎﺛﯿﺮ اﻧﮕﯿﺰشﻫﺎی[۵۱](#_bookmark18) ﻣﺘﻀﺎد ﻗﺮار ﻣﯽﮔﯿﺮﻧﺪ و رﻓﺘﺎری را ﻧﺸﺎن ﻣﯽدﻫﻨﺪ ﮐﻪ ﺑﺎ ﻋﻨﻮان ﺗﻨﺎﻗﺾ ﺣﺮﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ[۶۱](#_bookmark17) ﺷﻨﺎﺧﺘﻪ

ﻣﯽﺷﻮد.۷۱۰۲citepbarthPrivacyParadoxInvestigating اﯾﻦ رﻓﺘﺎر زﻣﺎﻧﯽ ﻣﺸﺎﻫﺪه ﻣﯽﺷﻮد ﮐﻪ ﮐﺎرﺑﺮان ﺷﺒﮑﻪﻫﺎی اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﺑﺎ وﺟﻮد اﻫﻤﯿﺘﯽ ﮐﻪ ﺑﺮای ﺣﻔﻆ ﺣﺮﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ اﻃﻼﻋﺎت[۷۱](#_bookmark19) ﺑﯿﺎن ﻣﯽﮐﻨﻨﺪ ﺑﺎز ﻫﻢ ﺑﯽﻣﺤﺎﺑﺎ ﻧﺴﺒﺖ ﺑﻪ ﻣﻨﺘﺸﺮ ﮐﺮدن اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ ﺧﻮد در ﺷﺒﮑﻪﻫﺎی

اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ اﻗﺪام ﻣﯽﮐﻨﻨﺪ.

اﯾﻦ رﻓﺘﺎر ﺣﺘﯽ ﭘﺲ از آﮔﺎه ﺷﺪن از ﭘﯿﺎﻣﺪﻫﺎی ﺳﻮءاﺳﺘﻔﺎده از اﯾﻦ اﻃﻼﻋﺎت ﻧﯿﺰ ﮐﺎﻫﺶ ﭼﺸﻤﮕﯿﺮی ﻧﺪاﺷﺘﻪ اﺳﺖ[Hermes](#_bookmark237)) [et al.](#_bookmark237)، [۱۲۰۲](#_bookmark237)؛ [Wirth et al.](#_bookmark282)، [۲۲۰۲](#_bookmark282).( ﺑﻪ ﻧﻈﺮ ﻣﯽرﺳﺪ ﮐﻪ ﺟﻠﻮﮔﯿﺮی از ﭘﯿﺎﻣﺪﻫﺎی ﻧﺎﻣﻄﻠﻮب ﺳﻮءاﺳﺘﻔﺎده از اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ ﮐﺎرﺑﺮان و ﻧﻘﺾ ﺣﺮﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ اﻃﻼﻋﺎت از ﻃﺮﯾﻖ ﻣﺪاﺧﻼﺗﯽ ﮐﻪ در ﺳﻄﺢ ﮐﺎرﺑﺮان اﻧﺠﺎم ﺷﻮد، ﺑﺎ ﺗﻮﺟﻪ ﺑﻪ ﮔﺴﺘﺮش و ﺗﻨﻮع ﺟﻤﻌﯿﺘﯽ، دﺷﻮار ﺧﻮاﻫﺪ ﺑﻮد. ﺑﺎ اﯾﻦ وﺟﻮد، ﺣﺮﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ اﻃﻼﻋﺎت ﮐﻪ ﺑﻪ ﺗﻮاﻧﺎﯾﯽ اﻓﺮاد ﺑﺮای ﮐﻨﺘﺮل اﻃﻼﻋﺎت ﻣﺮﺑﻮط ﺑﻪ آﻧﻬﺎ اﺷﺎره دارد[Smith et al.](#_bookmark271) )[۶۹۹۱](#_bookmark271)( در ﺳﺎلﻫﺎی

اﺧﯿﺮ ﺑﯿﺸﺘﺮ ﻣﻮرد ﺗﻮﺟﻪ ﮐﺎرﺑﺮاﻧﯽ ﻗﺮار ﮔﺮﻓﺘﻪ اﺳﺖ ﮐﻪ دادهﻫﺎی آﻧﻬﺎ ﺗﻮﺳﻂ ﺳﺮوﯾﺲﻫﺎی ﺷﺒﮑﻪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﺟﻤﻊآوری، ﻃﺒﻘﻪﺑﻨﺪی و ﺗﺤﻠﯿﻞ ﻣﯽ ﺷﻮد[Wall et al.](#_bookmark280) )[۶۱۰۲](#_bookmark280).( ﺣﺮﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ اﻃﻼﻋﺎت ﺑﺎ اﺷﺘﺮاکﮔﺬاری اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ ﺗﻮﺳﻂ ﺻﺎﺣﺐ اﻃﻼﻋﺎت، در ﺗﻀﺎد ﻧﯿﺴﺖ. ﺣﺮﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ اﻃﻼﻋﺎت داﺷﺘﻦ ﮐﻨﺘﺮل ﺑﺮ روی اﻃﻼﻋﺎت ﺑﻌﺪ از ﺑﻪ اﺷﺘﺮاکﮔﺬاری، ﻣﯽﺑﺎﺷﺪ. [Acquisti et al.](#_bookmark198) )[۶۱۰۲](#_bookmark198).( ﺑﻪ اﺷﺘﺮاک ﮔﺬاری اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ از دﯾﺪ [ﺻﺎﺣﺒﺎن اوﻟﯿﻪ اﻃﻼﻋﺎت، ﺑﻪ ﻋﻨﻮان ﯾﮏ رﻓﺘﺎر اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﻧﺎﺧﻮﺷﺎﯾﻨﺪ و ﺑﺎﻟﻘﻮه ﻧﺎﻫﻨﺠﺎر، ﺷﻨﺎﺳﺎﯾﯽ ﺷﺪه اﺳﺖ،Norberg](#_bookmark256)

and Horne )[۴۱۰۲(، اﻣﺎ ﺑﻪ ﻧﻈﺮ ﻣﯽرﺳﺪ ﭼﻨﯿﻦ دﯾﺪﮔﺎﻫﯽ ﺑﺎ ﺗﻌﺮﯾﻔﯽ ﮐﻪ ﺑﺮای ﺣﺮﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ اﻃﻼﻋﺎت اراﺋﻪ ﺷﺪ،](#_bookmark256) در ﺗﻀﺎد ﻗﺮار ﻣﯽﮔﯿﺮد. اﮔﺮ ﮐﺎرﺑﺮان ﺑﺘﻮاﻧﻨﺪ ﺑﻌﺪ از ﻓﺎشﺳﺎزی[۸۱](#_bookmark20) اﻃﻼﻋﺎت ﺧﻮد، ﺑﺮ روی ﻧﺤﻮه اﺳﺘﻔﺎده از آن ﮐﻨﺘﺮل داﺷﺘﻪ ﺑﺎﺷﻨﺪ، رﻓﺘﺎر اﺷﺘﺮاکﮔﺬاری اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ[۹۱](#_bookmark21) ﺑﻪ ﺗﻨﻬﺎﯾﯽ اﺛﺮات ﻣﺨﺮﺑﯽ در ﭘﯽ ﻧﺨﻮاﻫﺪ داﺷﺖ. ﺑﻪ ﻋﻼوه [ﺟﻤﻊآوری و ﭘﺮدازش اﻃﻼﻋﺎت ﻣﯽﺗﻮاﻧﺪ ﻧﺘﺎﯾﺞ ﺳﺎزﻧﺪهای، در ﺳﻄﺢ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ و ﻓﺮدی داﺷﺘﻪ ﺑﺎﺷﺪRockenbach)](#_bookmark264)

[13Oversight institutions](#_bookmark264) [14Information societies](#_bookmark264) [15Motivitions of](#_bookmark264) [16Privacy paradox](#_bookmark264) [17Information privacy](#_bookmark264) [18Disclosure](#_bookmark264)

[19Personal Information Sharing Behavior](#_bookmark264)

ﻓ[ﺼﻞ ۱. ﻣﻘﺪﻣﻪ](#_bookmark264)

et al.، [۰۲۰۲](#_bookmark264).( اﻓﺮادی ﮐﻪ در ﺟﻮاﻣﻊ اﻃﻼﻋﺎﺗﯽ ﻓﺎﻗﺪ ﺳﻮاﺑﻖ اﻃﻼﻋﺎﺗﯽ ﺿﺒﻂ ﺷﺪه[۰۲](#_bookmark23) ﮐﺎﻓﯽ در ﺑﯿﮓ دﯾﺘﺎ[۱۲](#_bookmark264) ﺑﺎﺷﻨﺪ، از ﺟﻬﺎت ﻣﺨﺘﻠﻒ ﻣﻮرد ﺗﺒﻌﯿﺾ[۲۲](#_bookmark24) ﻗﺮار ﻣﯽﮔﯿﺮﻧﺪ[Favaretto](#_bookmark228)) [et al.](#_bookmark228)، [۹۱۰۲](#_bookmark228)؛ [Lerman](#_bookmark246)، [۳۱۰۲](#_bookmark246).( ﺑﺎ اﯾﻦ دﯾﺪﮔﺎه، ﺑﻪ اﺷﺘﺮاک ﮔﺬاری اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ ﺗﻮﺳﻂ ﺻﺎﺣﺐ اﻃﻼﻋﺎت، ﻧﻪ ﺗﻨﻬﺎ ﻧﺎﺳﺎزﮔﺎراﻧﻪ ﻧﯿﺴﺖ، ﺑﻠﮑﻪ ﺑﻪ ﯾﮏ رﻓﺘﺎر ﺟﺎﻣﻌﻪﭘﺴﻨﺪ[۳۲](#_bookmark25) ﺗﺒﺪﯾﻞ ﻣﯽﺷﻮد. اﻃﻼﻋﺎت ﮐﺎرﺑﺮان ﭘﺲ از ﻓﺎشﺳﺎزی در اﺧﺘﯿﺎر ﺗﺼﻤﯿﻢﮔﯿﺮﻧﺪﮔﺎﻧﯽ ﻗﺮار ﻣﯽﮔﯿﺮد ﮐﻪ در ﺳﺮوﯾﺲﻫﺎی ﺷﺒﮑﻪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﻣﺴﺌﻮل ﺟﻤﻊآوری، ذﺧﯿﺮهﺳﺎزی و ﭘﺮدازش اﻃﻼﻋﺎت ﻫﺴﺘﻨﺪ. ﺑﻪ ﻧﻈﺮ ﻣﯽآﯾﺪ ﮐﻪ ﺣﻔﻆ ﺣﺮﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ اﻃﻼﻋﺎت و ﺟﻠﻮﮔﯿﺮی از اﺛﺮات ﻣﺨﺮب اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ و ﻓﺮدی ﺳﻮءاﺳﺘﻔﺎده از اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ اﻧﺒﺎﺷﺘﻪ ﺷﺪه، از ﻃﺮﯾﻖ ﺷﻨﺎﺳﺎﯾﯽ ﻋﻮاﻣﻞ ﻣﻮﺛﺮ ﺑﺮ ﺗﺼﻤﯿﻢﮔﯿﺮی اﯾﻦ اﻓﺮاد و ﺑﻪ اﺟﺮا در آوردن ﻣﺪاﺧﻼت ﻣﻮﺛﺮ در اﯾﻦ

ﺳﻄﺢ،ﻧﺘﺎﯾﺞ ﺑﻬﺘﺮی در ﭘﯽ داﺷﺘﻪ ﺑﺎﺷﺪ.

ﮐﺎرﺑﺮان ﺳﺮوﯾﺲﻫﺎی ﺷﺒﮑﻪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﭘﺲ از اراﺋﻪ اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ ﺧﻮد، ﺧﺪﻣﺎﺗﯽ را از آن درﯾﺎﻓﺖ ﻣﯽﮐﻨﻨﺪ.

اﯾﻦ ﺗﺒﺎدل ﻣﯿﺎن ﮐﺎرﺑﺮ و ﺳﺮوﯾﺲﻫﺎی ﺷﺒﮑﻪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﻣﻮرد ﺗﻮاﻓﻖ ﻃﺮﻓﯿﻦ اﺳﺖ. ﺷﺮاﯾﻂ ﺣﺎﮐﻢ ﺑﺮ اﯾﻦ ﺗﺒﺎدل در ﺗﻮاﻓﻖﻧﺎﻣﻪای ﮐﻪ در زﻣﺎن ﻋﻀﻮﯾﺖ ﺑﻪ اﻓﺮاد اراﺋﻪ ﻣﯽﺷﻮد، ﻣﺸﺨﺺ ﺷﺪه اﺳﺖ. ﺑﻪ ﻋﻨﻮان ﻣﺜﺎل ﻓﺮد در ﻗﺒﺎل اﻃﻼﻋﺎت

ﺷﺨﺼﯽ ﺧﻮد از اﻣﮑﺎﻧﺎت ﺳﺮوﯾﺲﻫﺎی ﺷﺒﮑﻪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﺑﺮای ﺑﺮﻗﺮاری ارﺗﺒﺎط ﺑﺎ دوﺳﺘﺎن ﺧﻮد اﺳﺘﻔﺎده ﻣﯽ ﮐﻨﺪ. او ﻫﻤﭽﻨﯿﻦ ﺑﺎ ﺷﺮوط دﯾﮕﺮی ﮐﻪ ﺑﺮای ﻋﻀﻮﯾﺖ ﻻزم ﺑﻮده اﺳﺖ، ﻣﻮاﻓﻘﺖ ﮐﺮده اﺳﺖ. او ﻗﺒﻮل ﮐﺮده اﺳﺖ ﮐﻪ ﺳﺮوﯾﺲﻫﺎی ﺷﺒﮑﻪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽاش را در ﺟﻬﺖ اراﺋﻪ ﺗﺒﻠﯿﻐﺎت ﻫﺪﻓﻤﻨﺪ ﺑﻪ ﮐﺎرﺑﺮان، ذﺧﯿﺮه ﮐﻨﺪ

و ﻣﻮرد ﺑﺎزﺑﯿﻨﯽ و ﭘﺮدازش ﻗﺮار دﻫﺪ. اﺛﺮات ﻣﺨﺮب اﯾﻦ ﺗﺒﺎدل از زﻣﺎﻧﯽ ﺷﺮوع ﻣﯽ ﺷﻮد ﮐﻪ درﯾﺎﻓﺖ ﮐﻨﻨﺪه اﻃﻼﻋﺎت، از آن ﺑﺮای اﻫﺪاﻓﯽ ﺑﻪ ﻏﯿﺮ از ﺗﻮاﻓﻖ اوﻟﯿﻪ اﺳﺘﻔﺎده ﮐﻨﺪ و ﯾﺎ اﻣﮑﺎن اﯾﻦ ﮐﺎر را ﺑﺮای ﯾﮏ ﺷﺨﺺ ﺛﺎﻟﺚ ﻓﺮاﻫﻢ ﮐﻨﺪ[Padyab](#_bookmark257)

)[۸۱۰۲](#_bookmark257).( اﺳﺘﻔﺎده ﺛﺎﻧﻮﯾﻪ از اﻃﻼﻋﺎت[۴۲](#_bookmark26) ، اﺳﺘﻔﺎده از اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ ﺑﺮای اﻫﺪاﻓﯽ ﻓﺮاﺗﺮ از ﺗﻮاﻓﻖ اوﻟﯿﻪ، ﺑﻌﺪ از ﻓﺎشﺳﺎزی اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ ﻓﺮد،اﺳﺖ. اﯾﻦ ﻋﻤﻞ ﺗﻮﺳﻂ ﻣﻮﺳﺴﻪ ﺟﻤﻊآوری ﮐﻨﻨﺪه اﻃﻼﻋﺎت و اﻓﺮاد ﺗﺼﻤﯿﻢﮔﯿﺮﻧﺪه در آن اﻧﺠﺎم ﻣﯽﮔﯿﺮد[Culnan](#_bookmark216) )[۳۹۹۱](#_bookmark216).( ﭘﯿﺎﻣﺪﻫﺎی زﯾﺎﻧﺒﺎر ﺗﺼﻤﯿﻤﺎت ﺑﻨﮕﺎهﻫﺎی اﻗﺘﺼﺎدی و ﻓﻦآوری ﺑﺰرﮔﯽ ﻣﺎﻧﻨﺪ ِﻣﺘﺎ ﺑﺮای اﺳﺘﻔﺎده ﺛﺎﻧﻮﯾﻪ از اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ ﺟﻤﻊآوری ﺷﺪه، در ﭘﮋوﻫﺶﻫﺎی ﻣﺨﺘﻠﻒ ﺑﺮرﺳﯽ ﺷﺪه اﻧﺪ[Padyab](#_bookmark257)

)[۸۱۰۲](#_bookmark257).( اﯾﻦ ﺗﺼﻤﯿﻤﺎت در ﺳﺎلﻫﺎی ۵۱۰۲ ﺗﺎ ۸۱۰۲، ﻣﻨﺠﺮ ﺑﻪ ﻧﺎﻫﻨﺠﺎریﻫﺎی وﺳﯿﻊ در ﺳﻄﺢ ﺟﻮاﻣﻊ ﺷﺪﻧﺪ

[Redman](#_bookmark261) )[۳۱۰۲](#_bookmark261)(؛ [de Zwart et al.](#_bookmark219) )[۴۱۰۲](#_bookmark219)(؛ [Spiekermann and Christl](#_bookmark274) )[۶۱۰۲](#_bookmark274)(؛ **؟**. ﭘﯿﺎﻣﺪﻫﺎی اﯾﻦ

20information records 21Big data 22Discriminations 23Prosocial

24Secondary use of information

ﻓﺼﻞ ۱. ﻣﻘﺪﻣﻪ

ﻧﺎﻫﻨﺠﺎریﻫﺎ در ﻧﻬﺎﯾﺖ اﻓﺮاد ﻋﻀﻮ ﺟﻮاﻣﻊ را ﺑﻪ ﻃﻮر ﻏﯿﺮ ﻣﺴﺘﻘﯿﻢ ﺗﺤﺖ ﺗﺎﺛﯿﺮ ﻗﺮار ﻣﯽدﻫﻨﺪ. اﯾﻦ اﻓﺮاد، ﻣﺘﺸﮑﻞ از

ﻫﻤﺎن ﮐﺎرﺑﺮاﻧﯽ ﻫﺴﺘﻨﺪ ﮐﻪ ﺑﻪ ﻃﻮر ﺟﻤﻌﯽ، ﺗﺎﻣﯿﻦ ﮐﻨﻨﺪه دادهﻫﺎی ﺟﻤﻊآوری ﺷﺪه ﺗﻮﺳﻂ ﻣﺘﺎ ﺑﻮدهاﻧﺪ. [Redman](#_bookmark261)

)[۳۱۰۲](#_bookmark261)(؛ [de Zwart et al.](#_bookmark219) )[۴۱۰۲](#_bookmark219)(؛ [Spiekermann and Christl](#_bookmark274) )[۶۱۰۲](#_bookmark274)(؛ **؟**. ﺑﺎ وﺟﻮد آﺳﯿﺐﭘﺬﯾﺮی اﻓﺮاد از دادهﻫﺎی ﺷﺨﺼﯽ ﺟﻤﻊآوری ﺷﺪه ﺗﻮﺳﻂ ﺷﺮﮐﺖﻫﺎ و ﺷﺮﮐﺎی ﺗﺠﺎری آﻧﻬﺎ، ﺗﺤﻘﯿﻘﺎت ﻧﺸﺎن ﻣﯽدﻫﺪ ﮐﻪ ﮐﺎرﺑﺮان اﯾﻦ ﺟﻨﺒﻪ ﺗﺒﺎدل اﻃﻼﻋﺎت ﺧﻮد را ﻧﺎدﯾﺪه ﻣﯽﮔﯿﺮﻧﺪ[Raynes-Goldie](#_bookmark260) )[۰۱۰۲](#_bookmark260)(؛ [g Brandtz et al.](#_bookmark210) )[۰۱۰۲(؛ Young](#_bookmark283) and Quan-Haase )[۳۱۰۲](#_bookmark283)(، ﻫﺮﭼﻨﺪ ﺑﺎ ﺗﻮﺟﻪ ﺑﻪ ﺗﺎﺛﯿﺮات ﺳﺎزﻧﺪهای ﮐﻪ ﺑﺮای رﻓﺘﺎر اﺷﺘﺮاک ﮔﺬاری اﻃﻼﻋﺎت در ﺑﺨﺶﻫﺎی ﻗﺒﻠﯽ ﻧﺎم ﺑﺮده ﺷﺪه اﺳﺖ، ﺑﻪ ﻧﻈﺮ ﻣﯽرﺳﺪ ﮐﻪ ﻣﯽﺗﻮان، ﺗﻐﯿﯿﺮات ﻧﺎﻣﺤﺴﻮس رﻓﺘﺎر ﮐﺎرﺑﺮان در دوران ﭘﺲ از رﺳﻮاﯾﯽ ﮐﻤﺒﺮﯾﺞ آﻧﺎﻟﯿﺘﯿﮑﺎ[۵۲](#_bookmark28) [Epstein](#_bookmark226)) [and Medzini](#_bookmark226)، [۱۲۰۲](#_bookmark226)( را، ﭘﺪﯾﺪه ﻣﻄﻠﻮﺑﯽ ﺗﻮﺻﯿﻒ ﮐﺮد. ﺑﺎ اﯾﻦ وﺟﻮد وﻗﻮع ﭼﻨﯿﻦ ﭘﺪﯾﺪهﻫﺎﯾﯽ ﺑﻪ اﻋﺘﻤﺎد[۶۲](#_bookmark29) در اﻓﺮاد ﺟﺎﻣﻌﻪ آﺳﯿﺐ ﻣﯽزﻧﺪ و در ﻧﻬﺎﯾﺖ ﺳﺒﺐ ﮐﺎﻫﺶ ﻣﻨﺎﻓﻊ ﺟﻤﻌﯽ ﺟﻤﻊآوری و

ﭘﺮدازش اﻃﻼﻋﺎت، ﻣﯽﮔﺮدد.

رﺳﻮاﯾﯽ ﮐﻤﺒﺮﯾﺞ آﻧﺎﻟﯿﺘﯿﮑﺎ[۷۲](#_bookmark30) در ﺳﺎل ۶۱۰۲ ﺑﺎﻋﺚ ﭘﯽﮔﯿﺮی ﺣﻘﻮﻗﯽ ﺷﺮﮐﺖ ِﻣﺘﺎ و ﻣﺪﯾﺮﻋﺎﻣﻞ آن ﻣﺎرک زاﮐﺮﺑﺮگ[۸۲](#_bookmark31) و ﻣﺤﮑﻮﻣﯿﺖ ﺑﻪ ﭘﺮداﺧﺖ ﺟﺮﯾﻤﻪ ﭘﻨﺞ ﻣﯿﻠﯿﺎرد دﻻری، ﺷﺪ ).**؟؟**( واﮐﻨﺶ ﻣﺴﺆوﻟﯿﻦ ﻓﯿﺴﺒﻮک ﻧﺸﺎن ﻣﯽدﻫﺪ ﮐﻪ اﻓﺮاد ﺗﺼﻤﯿﻢ ﮔﯿﺮﻧﺪه در ﺷﺮﮐﺖﻫﺎی ﺟﻤﻊآوری ﮐﻨﻨﺪه اﻃﻼﻋﺎت ﻧﯿﺰ اﺣﺘﻤﺎﻻ از ﭘﯿﺎﻣﺪﻫﺎﯾﯽ ﮐﻪ ﺳﯿﺎﺳﺖﮔﺬاریﻫﺎی آﻧﻬﺎ در اﺳﺘﻔﺎده ﺛﺎﻧﻮﯾﻪ از اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ ﮐﺎرﺑﺮان ﺑﺮای ﺧﻮد ﺷﺮﮐﺖ در ﭘﯽ دارد، ﻧﺎآﮔﺎه ﻫﺴﺘﻨﺪ**؟؟**. ﺑﺎ ﺗﻮﺟﻪ ﺑﻪ اﯾﻨﮑﻪ اﯾﻦ اﻓﺮاد ﻣﺴﺆول ﺣﺪاﮐﺜﺮ ﮐﺮدن ﺳﻮد ﺷﺮﮐﺖﻫﺎی ﺧﻮد ﻫﺴﺘﻨﺪ، ﺑﻪ ﻧﻈﺮ ﻣﯽرﺳﺪ ﮐﻪ ﭼﻨﯿﻦ ﺗﺼﻤﯿﻤﺎﺗﯽ ﻓﺮض ُﻋﻘﻼﯾﯽ[۹۲](#_bookmark32) ﺑﻮدن ﻋﺎﻣﻞﻫﺎی ﺗﺼﻤﯿﻢﮔﯿﺮﻧﺪه را در ﺗﺌﻮری اﻧﺘﺨﺎب ﻋﻘﻼﯾﯽ[۰۳](#_bookmark33) ﺑﻪ ﭼﺎﻟﺶ ﻣﯽﮐﺸﺪ. ﺑﺎ در ﻧﻈﺮ ﮔﺮﻓﺘﻦ اﯾﻦ ﻣﺴﺎﻟﻪ، ﻣﺎ در اﯾﻦ

ﻋﻘﻼﯾﯽ ﺑﻮدن ﺗﺼﻤﯿﻤﺎت را ﺑﻪ ﭼﺎﻟﺶ ﻣﯽﮐﺸﻨﺪ ﺑﺮای ﻣﻔﺼﻞﺑﻨﺪی[۱۳](#_bookmark34)

ﭘﮋوﻫﺶ از از ﯾﮏ ﭼﺎرﭼﻮب ﻧﻈﺮی ﮐﻪ ﻓﺮض

ﻣﻔﺎﻫﯿﻢ و روﯾﮑﺮدﻫﺎﯾﻤﺎن اﺳﺘﻔﺎده ﮐﺮدﯾﻢ.

ﺗﺤﻘﯿﻘﺎت زﯾﺎدی ﺑﺮای ﺑﺮرﺳﯽ رﻓﺘﺎر ﮐﺴﺎﻧﯽ ﮐﻪ اﻃﻼﻋﺎت ﺧﻮد را در اﯾﻨﺘﺮﻧﺖ ﺑﻪ اﺷﺘﺮاک ﻣﯽﮔﺬارﻧﺪ اﻧﺠﺎم ﺷﺪه اﺳﺖ[Kamleitner and Sotoudeh](#_bookmark241) )[۹۱۰۲](#_bookmark241)(؛ [Kamleitner and Mitchell](#_bookmark240) )[۹۱۰۲](#_bookmark240).( ﻫﻤﭽﻨﯿﻦ رﻓﺘﺎر اﻓﺮادی ﮐﻪ در ﻣﺎﻟﮑﯿﺖ اﻃﻼﻋﺖ ﺑﺎ ﻓﺮد دﯾﮕﺮ، ﺷﺮﯾﮏ ﻫﺴﺘﻨﺪ ﺑﺮرﺳﯽ ﺷﺪه اﺳﺖ[Tawnie and Kisalay](#_bookmark276) )[۷۱۰۲](#_bookmark276).( ﻧﺘﺎﯾﺞ

25post–Cambridge Analytica scandal era

26Trust

27Cambridge Analytica scandal

28Mark Zuckerberg

29Rational

30Rational cho ice theory

31Articulation

ﻓﺼﻞ ۱. ﻣﻘﺪﻣﻪ

ﻧﺸﺎن ﻣﯽدﻫﺪ ﮐﻪ ﺑﺎ وﺟﻮد اﯾﻨﮑﻪ در ﻫﻤﻪ ﺟﻬﺎن، ﺣﺮﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ[۲۳](#_bookmark37) اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ اﻓﺮاد ﻣﺴﺎﻟﻪ ﻣﻬﻤﯽ ﺑﺮای ﮐﺎرﺑﺮان آﻧﻼﯾﻦ اﺳﺖ، ﺑﯿﺸﺘﺮ ﮐﺎرﺑﺮان ﺑﻪ ﻧﺪرت ﺑﺮای ﻣﺤﺎﻓﻈﺖ از اﯾﻦ داده، ﺑﻪ ﺧﻮد زﺣﻤﺖ ﻣﯽدﻫﻨﺪ و ﺣﺘﯽ در ﺑﯿﺸﺘﺮ ﻣﻮاﻗﻊ ﺑﻪ ﻃﻮر داوﻃﻠﺒﺎﻧﻪ آنرا ﭘﺨﺶ ﻣﯽﮐﻨﻨﺪ. ﺗﻼش زﯾﺎدی اﻧﺠﺎم ﺷﺪه اﺳﺖ ﺗﺎ اﯾﻦ دوﮔﺎﻧﮕﯽ ﻣﯿﺎن ﻧﮕﺮش ﺑﻪ ﺣﺮﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ[۳۳ و رﻓﺘﺎر، ﮐﻪ ﻣﻌﻤﻮﻻ ﺑﺎ ﻋﻨﻮان ﺗﻨﺎﻗﺾ ﺣﺮﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ ﺷﻨﺎﺧﺘﻪ ﻣﯽﺷﻮد، ﺗﻮﺿﯿﺢ داده ﺷﻮدGerber](#_bookmark231) et al. )[۸۱۰۲](#_bookmark231).( ﺑﻪ ﻃﻮر ﻣﺸﺎﺑﻪ ﭘﮋوﻫﺸﯽ ﮐﻪ در زﻣﯿﻨﻪ رﻓﺘﺎر اﻋﺘﻤﺎد ﺑﺎ ﺑﻪ ﮐﺎر ﺑﺮدن ﻧﻈﺮﯾﻪ رﻓﺘﺎر ﺑﺮﻧﺎﻣﻪرﯾﺰی ﺷﺪه در ﺑﺎزی اﻋﺘﻤﺎد[۴۳](#_bookmark38) اﻧﺠﺎم ﺷﺪه اﺳﺖ، وﺟﻮد ﭼﻨﯿﻦ ﺗﻨﺎﻗﻀﯽ را در اﻓﺮاد اﻋﺘﻤﺎد ﮐﻨﻨﺪه[۵۳ ﻧﯿﺰ ﻧﺸﺎن ﻣﯽدﻫﺪGazdag](#_bookmark230) et al. )[۹۱۰۲](#_bookmark230).( ﺑﻪ ﻃﻮر ﮐﻠﯽ، ﺗﺎ ﮐﻨﻮن ﺗﺤﻘﯿﻘﺎت زﯾﺎدی در ﺣﻮزه ﺣﺮﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ اﻃﻼﻋﺎت ، از ﺑﺎزی اﻋﺘﻤﺎد ﺑﺮای ﺑﺮرﺳﯽ رﻓﺘﺎر اﻓﺮاد در اﯾﻦ ﺗﻌﺎﻣﻞ ﻣﯿﺎن[۶۳](#_bookmark39) ، اﺳﺘﻔﺎده ﮐﺮده اﻧﺪ. ﺑﺎ وﺟﻮد اﯾﻨﮑﻪ ﺗﺎ ﺑﻪ اﻣﺮوز رﻓﺘﺎر ﮐﺎرﺑﺮاﻧﯽ ﮐﻪ اﻃﻼﻋﺎت)ﯾﺎ اﻃﻼﻋﺎت ﻣﺸﺘﺮک( ﺧﻮد را ﺑﻪ اﺷﺘﺮاک ﻣﯽﮔﺬارﻧﺪ، ﻣﻮرد ﮐﻨﮑﺎش ﻗﺮار ﮔﺮﻓﺘﻪ اﺳﺖ، ﺣﯿﻄﻪ رﻓﺘﺎری اﻓﺮادی ﮐﻪ درﯾﺎﻓﺖ

ﮐﻨﻨﺪه اﯾﻦ اﻃﻼﻋﺎت ﻫﺴﺘﻨﺪ ﺑﻪ ﻧﺪرت ﻣﻮرد ﺗﻮﺟﻪ ﻗﺮار ﮔﺮﻓﺘﻪ اﺳﺖ[Demmers et al.](#_bookmark220) )[۱۲۰۲](#_bookmark220).(

#### ۱-۰-۱ ﮐﻤﺒﺮﯾﺞ آﻧﺎﻟﯿﺘﯿﮑﺎ و اﺳﺘﻔﺎده ﺛﺎﻧﻮﯾﻪ از اﻃﻼﻋﺎت

در ﺳﺎل ۳۱۰۲ اﺳﺘﺎد داﻧﺸﮕﺎه ﮐﻤﺒﺮﯾﺞ ﯾﮏ ﺑﺮﻧﺎﻣﻪ ﺑﻪ ﻧﺎم «thisisyourdigitallife» ﺳﺎﺧﺖ. اﯾﻦ ﺑﺮﻧﺎﻣﻪ در ﺷﺒﮑﻪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﻓﯿﺴﺒﻮک ﺑﻪ ﮐﺎرﺑﺮان آزﻣﻮنﻫﺎی ﺷﺨﺼﯿﺖﺷﻨﺎﺳﯽ اراﺋﻪ ﻣﯽﮐﺮد. وﻗﺘﯽ ﮐﺎرﺑﺮ ﻓﯿﺴﺒﻮک ﺑﺮﻧﺎﻣﻪ را ﺑﺮ روی ﺣﺴﺎب ﮐﺎرﺑﺮی ﺧﻮد ﻓﻌﺎل و ﻧﺼﺐ ﻣﯽﮐﺮد، ﺑﺮﻧﺎﻣﻪ ﺟﻤﻊآوری اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ او را آﻏﺎز ﻣﯽﮐﺮد. اﯾﻦ اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺎﻣﻞ اﻃﻼﻋﺎت ﺣﺴﺎب ﮐﺎرﺑﺮی و ﻓﻌﺎﻟﯿﺖﻫﺎی ﮐﺎرﺑﺮ در ﻓﯿﺴﺒﻮک ﺑﻮد. ﻓﻌﺎﻟﯿﺖﻫﺎﯾﯽ ﻣﺎﻧﻨﺪ اﯾﻨﮑﻪ ﮐﺎرﺑﺮ ﮐﺪام ﻣﺤﺘﻮای ﻓﯿﺴﺒﻮک را ﻻﯾﮏ ﮐﺮده اﺳﺖ. در ﺣﺪود ﺳﯿﺼﺪ ﻫﺰار ﻧﻔﺮ اﯾﻦ ﺑﺮﻧﺎﻣﻪ را ﻧﺼﺐ ﮐﺮدﻧﺪ. اﻣﺎ اﻃﻼﻋﺎﺗﯽ ﮐﻪ ﺟﻤﻊآوری ﺷﺪ ﺑﻪ اﯾﻦ ﺗﻌﺪاد ﻣﺤﺪود ﻧﻤﺎﻧﺪ. اﯾﻦ ﺑﺮﻧﺎﻣﻪ اﻃﻼﻋﺎﺗﯽ درﺑﺎره دوﺳﺘﺎن ﮐﺎرﺑﺮ ﮐﻪ ﺗﻨﻈﯿﻤﺎت ﺣﺮﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ ﺧﻮد را درﺳﺖ ﺗﻨﻈﯿﻢ ﻧﮑﺮده ﺑﻮدﻧﺪ، را ﻧﯿﺰ ﺟﻤﻊآوری ﮐﺮد. در ﻧﺘﯿﺠﻪ ﺑﺮﻧﺎﻣﻪ ﺗﻮاﻧﺴﺖ اﻃﻼﻋﺎت ۷۸ ﻣﯿﻠﯿﻮن ﻧﻔﺮ را ﺟﻤﻊآوری

ﮐﻨﺪ[Kang and](#_bookmark242) .[Frenkel](#_bookmark242) ﺳﭙﺲ دﮐﺘﺮ ﮐﻮﮔﺎن داده ﭼﻤﻊآوری ﺷﺪه را ﺑﻪ ﺷﺮﮐﺖ آزﻣﺎﯾﺸﮕﺎهﻫﺎی ارﺗﺒﺎط اﺳﺘﺮاﺗﮋﯾﮏ[۷۳](#_bookmark40) ﮐﻪ ﻣﺎﻟﮏ ﺷﺮﮐﺖ ﮐﻤﺒﺮﯾﺞ آﻧﺎﻟﯿﺘﯿﮑﺎ اﺳﺖ، اﻧﺘﻘﺎل داد. اﯾﻦ ﺷﺮﮐﺖ ﯾﮏ ﻣﻮﺳﺴﻪ ﻣﺸﺎوره ﺳﯿﺎﺳﯽ ﺑﻮد ﮐﻪ از داده ﺑﺮای ﺷﻨﺎﺳﺎﯾﯽ وﯾﮋﮔﯽﻫﺎی

32Privacy 33Privacy Attitude 34Trust game 35Trustor 36Interpersonal

37 Strategic Communication Laboratories (SCL)

ﻓﺼﻞ ۱. ﻣﻘﺪﻣﻪ

ﺷﺨﺼﯿﺘﯽ و رﻓﺘﺎر رای دﻫﻨﺪﮔﺎن اﺳﺘﻔﺎده ﻣﯽﮐﺮد[Rosenberg et al.](#_bookmark266) )[۸۱۰۲](#_bookmark266).( اﯾﻦ ﺷﺮﮐﺖ از اﯾﻦ داده ﺑﺮای ﮐﻤﮏ ﺑﻪ ﺑﻪ ﭘﻮﯾﺶ ﻣﺤﺎﻓﻈﻪﮐﺎران ﺑﺮای ﻫﺪف ﻗﺮار دادن ﺗﺒﻠﯿﻐﺎت اﯾﻨﺘﺮﻧﺘﯽ و ﭘﯿﺎم رﺳﺎنﻫﺎ اﺳﺘﻔﺎده ﮐﺮد. اﯾﻦ ﻫﻤﺎن ﻋﻤﻠﯽ ﺑﻮد ﮐﻪ دﮐﺘﺮ ﮐﻮان ﺷﺮاﯾﻂ و ﻣﻘﺮرات ﻓﯿﺒﻮک را ﻧﻘﺾ ﮐﺮد ﮐﻪ اﻧﺘﻘﺎل ﯾﺎ ﻓﺮوش داده ﺑﻪ ﻫﺮ ﺷﺒﮑﻪ ﺗﺒﻠﯿﻐﺎﺗﯽ ، دﻻل داده ﯾﺎ ﻫﺮ

ﺳﺮوﯾﺲ ﺗﺒﻠﯿﻐﺎﺗﯽ و درآﻣﺪزاﯾﯽ، ﻣﻤﻨﻮع ﻣﯽﮐﺮد[Granville](#_bookmark233) )[۸۱۰۲](#_bookmark233).( وﻗﺘﯽ در ﺳﺎل ۵۱۰۲ ﻓﯿﺴﺒﻮک از اﯾﻦ ﻣﻮﺿﻮع ﻣﻄﻠﻊ ﺷﺪ، ﺑﺮﻧﺎﻣﻪ دﮐﺘﺮ ﮐﻮﮔﺎن را ﺣﺬف ﮐﺮد و از ﮐﻮﮔﺎن و ﮐﻤﺒﺮﯾﺞ آﻧﺎﻟﯿﺘﯿﮑﺎ درﺧﻮاﺳﺖ ﮐﺮد ﮐﻪ ﻣﺪرﮐﯽ اراﺋﻪ دﻫﻨﺪ، ﮐﻪ داده را ﭘﺎک ﮐﺮدهاﻧﺪ. ﮐﻮﮔﺎن و ﮐﻤﺒﺮﯾﺞ آﻧﺎﻟﯿﺘﯿﮑﺎ ﺑﻪ ﻓﯿﺴﺒﻮک ﺗﺎﯾﯿﺪهای اراﺋﻪ دادﻧﺪ ﮐﻪ داده را ﺣﺬف ﮐﺮدهاﻧﺪ. ﻫﺮﭼﻨﺪ ﮐﭙﯽ داده ﺧﺎرج از ﮐﻨﺘﺮل ﻓﯿﺴﺒﻮک ﺑﺎﻗﯽ ﻣﺎﻧﺪ. وﻗﺘﯽ اﻟﮑﺴﺎﻧﺪر

ﻧﯿﮑﺲ، ﻣﺪﯾﺮ ﻋﺎﻣﻞ ﮐﻤﺒﺮﯾﺞ آﻧﺎﻟﯿﺘﯿﮑﺎ، ﺑﻪ ﻗﺎﻧﻮنﮔﺬاران ﮔﻔﺖ ﮐﻪ ﺷﺮﮐﺘﺶ دادهﻫﺎی ﻓﯿﺴﺒﻮک را در اﺧﺘﯿﺎر ﻧﺪارد، ﯾﮑﯽ

از ﮐﺎرﻣﻨﺪان ﮔﻔﺖ ﮐﻪ او اﺧﯿﺮا ﺻﺪﻫﺎ ﮔﯿﮕﺎﺑﺎﯾﺖ داده را ﺑﺮ روی ﺳﺮورﻫﺎی ﮐﻤﺒﺮﯾﺞ آﻧﺎﻟﯿﺘﯿﮑﺎ دﯾﺪهاﺳﺖ و اﻃﻼﻋﺎت

رﻣﺰ ﻧﮕﺎری ﻧﺸﺪه ﺑﻮدﻧﺪ. در ﺳﺎل ۵۱۰۲، ﻓﯿﺴﺒﻮک ﻫﯿﭻ ﺑﯿﺎﻧﯿﻪ ﻋﻤﻮﻣﯽای درﺑﺎره اﯾﻦ رﺧﺪاد ﻣﻨﺘﺸﺮ ﻧﮑﺮد. ﻫﻤﭽﻨﯿﻦ ﮐﺎرﺑﺮاﻧﯽ ﮐﻪ اﻃﻼﻋﺎتﺷﺎن ﺑﺎ ﮐﻤﺒﺮﯾﺞ آﻧﺎﻟﯿﺘﯿﮑﺎ ﺑﻪ اﺷﺘﺮاک ﮔﺬاﺷﺘﻪ ﺷﺪه ﺑﻮد. ﻫﻤﭽﻨﯿﻦ ﻓﯿﺴﺒﻮک ﺑﻪ ﮐﻤﯿﺘﻪ ﺗﺠﺎرت ﻓﺪرال، درﺑﺎره اﯾﻦ ﻣﻮﺿﻮع ﭼﯿﺰی ﻧﮕﻔﺖ. ﺑﺮ اﺳﺎس آﻧﭽﻪ ﮐﻪ ﻣﺎرک زاﮐﺮﺑﺮگ در ﮐﻨﻔﺮاﻧﺲ دو روزه اﺳﺘﻤﺎعاش در ﻧﻬﻢ و دﻫﻢ آورﯾﻞ ۸۱۰۲ ﮔﻔﺖ، ﺑﻪ

ﻣﺤﺾ اﯾﻨﮑﻪ ﮔﻮاﻫﯽ ﮐﻤﺒﺮﯾﺞ آﻧﺎﻟﯿﺘﯿﮑﺎ ﻣﺒﻨﯽ ﺑﺮ ﺣﺬف و ﺗﻌﻬﺪ ﻋﺪم اﺳﺘﻔﺎده از داده را درﯾﺎﻓﺖ ﮐﺮدﻧﺪ، ﻓﯿﺴﺒﻮک ﻣﻮﺿﻮع

را ﺧﺎﺗﻤﻪ ﯾﺎﻓﺘﻪ ﺗﻠﻘﯽ ﮐﺮد.[Span](#_bookmark272) ﺑﺎ ﻣﻨﺘﺸﺮ ﺷﻦ اﯾﻦ داﺳﺘﺎن در ﻣﺎرس ۸۱۰۲ در دو ﻧﺸﺮﯾﻪ ﺑﯿﻦاﻟﻤﻠﻠﯽ، ﻓﯿﺴﺒﻮک ﻣﻄﻠﻊ ﺷﺪ ﮐﻪ داده ﺗﺎ آن روز ﭘﺎک

ﻧﺸﺪه ﺑﻮده اﺳﺖ. ﻧﺘﺎﯾﺞ ﺑﻪ ﺑﺎر آﻣﺪه ﭼﻨﯿﻦ ﺣﺎدﺛﻪای ﺑﯽ ﺳﺎﺑﻘﻪ ﺑﻮد. ﻓﯿﺴﺒﻮک ﺗﻮﺳﻂ ﭼﻨﺪ ﻧﻬﺎد ﻗﻀﺎﯾﯽ در اﯾﺎﻟﺖ ﻣﺘﺤﺪه،

ﺟﺰﯾﺮه اﻧﮕﻠﺴﺘﺎن و اﺗﺤﺎدﯾﻪ اروﭘﺎ ﻣﻮرد ﺑﺎزﺧﻮاﺳﺖ ﻗﻀﺎﯾﯽ ﻗﺮار ﮔﺮﻓﺖ. ﯾﮏ ﭘﻮﯾﺶ ﻓﯿﺴﺒﻮک را ﺣﺬف ﮐﻨﯿﺪ راه اﻓﺘﺎد و اﻓﺖ ﺷﺪﯾﺪ ﻗﯿﻤﺖ ﺳﻬﺎم ﺑﺎﻋﺚ ﺷﺪ ﺗﻘﺮﯾﺒﺎ ﭘﻨﺠﺎه ﻣﯿﻠﯿﺎرد دﻻر ﺳﺮﻣﺎﯾﻪ ﺷﺮﮐﺖ در ﻋﺮض ﺳﻪ روز ﭘﺲ از ﻓﺎش ﺷﺪن

اﺧﺒﺎر، از ﺑﯿﻦ رﻓﺖ.

#### ۱-۰-۲ ﭼﺎرﭼﻮبﻫﺎی ﻧﻈﺮی

ﺗﺌﻮری اﻧﺘﺨﺎب ﻋﻘﻼﯾﯽ [Becker](#_bookmark208) )[۸۷۹۱](#_bookmark208)(، اﯾﻦ ﻓﺮض را ﺑﻨﺎ ﻣﯽﻧﻬﺪ ﮐﻪ اﻧﺴﺎنﻫﺎ ﺑﺮ اﺳﺎس ﺗﺎﺑﻌﯽ از ﻣﺠﻤﻮع ﻣﻨﻔﻌﺖ،

ﺑﺎ ﮐﺴﺮ ﻣﺠﻤﻮع ﻫﺰﯾﻨﻪﻫﺎی ﯾﮏ ﺗﺼﻤﯿﻢ ﯾﺎ ﻣﺒﺎدﻟﻪ و ﺑﺮای ﺣﺪاﮐﺜﺮ ﮐﺮدن ﻓﺎﯾﺪه ﺷﺨﺼﯽ دﺳﺖ ﺑﻪ ﻋﻤﻞ ﻣﯽزﻧﻨﺪ.

ﻓﺼﻞ ۱. ﻣﻘﺪﻣﻪ

اﯾﻦ ﻣﻮﺿﻮع ﭘﺎﯾﻪای ﺑﺮای ﻃﺮح ﻧﻈﺮﯾﻪ ﻧﻈﺮﯾﻪ ﻋﻤﻞ ﻣﺴﺘﺪل[۸۳](#_bookmark45) ﺗﻮﺳﻂ آﯾﺰک آﯾﺰن[۹۳](#_bookmark44) و ﻣﺎرﺗﯿﻦ ﻓﯿﺸﺒﯿﻦ[۰۴](#_bookmark46) در در دﻫﻪ ۰۸ ﻣﯿﻼدی ﺷﺪ. اﯾﻦ ﻧﻈﺮﯾﺎت ﭘﯿﺸﻨﻬﺎد ﻣﯽﮐﻨﻨﺪ ﮐﻪ ﺑﯿﻦ ﻧﮕﺮش[۱۴](#_bookmark47) و رﻓﺘﺎر راﺑﻄﻪ وﺟﻮد دارد[Ajzen and Madden](#_bookmark206) )[۶۸۹۱](#_bookmark206).( ﻓﻬﻢ رﻓﺘﺎر اﺧﺘﯿﺎری اﻓﺮاد ﺑﻪ وﺳﯿﻠﻪ ﺑﺮرﺳﯽ اﻧﮕﯿﺰهﻫﺎﯾﯽ ﮐﻪ ﺑﺎﻋﺚ اﺟﺮای ﯾﮏ ﻋﻤﻞ ﻣﯽ ﺷﻮد، ﻫﺪف اﺻﻠﯽ اﯾﻦ ﻧﻈﺮﯾﻪ ﺑﻮد. اﯾﻦ ﻧﻈﺮﯾﻪ ﺑﯿﺎن ﻣﯽ ﮐﻨﺪ ﮐﻪ ﻗﺼﺪ اﺟﺮای ﯾﮏ ﻋﻤﻞ ﭘﯿﺶﺑﯿﻨﯽﮐﻨﻨﺪه اﺻﻠﯽ اﻧﺠﺎم ﯾﺎ ﻋﺪم اﯾﺠﺎد رﻓﺘﺎر اﺳﺖ. ﺑﻪ ﻋﻼوه ﭘﺎراﻣﺘﺮ ﻫﻨﺠﺎری )ﻫﻨﺠﺎرﻫﺎی اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﮐﻪ ﻋﻤﻞ را اﺣﺎﻃﻪ ﮐﺮدهاﻧﺪ( در اﺟﺮا ﺷﺪن ﯾﺎ ﻧﺸﺪن ﻋﻤﻞ ﻧﻘﺶ ﺑﺎزی ﻣﯽ ﮐﻨﺪ)**؟**[Doswell et al.](#_bookmark225)، [۱۱۰۲](#_bookmark225)؛ [Ajzen and Fishbein](#_bookmark202)، [۰۰۰۲](#_bookmark202)( . اﻣﺎ ﺗﺤﻘﯿﻘﺎﺗﯽ ﮐﻪ در ﻗﺎﻟﺐ ﭼﺎرﭼﻮبﻫﺎی اﻗﺘﺼﺎد رﻓﺘﺎری[۲۴](#_bookmark48) اﻧﺠﺎم ﺷﺪ، اﯾﻦ ﻓﺮض را ﻣﻮرد ﺗﺮدﯾﺪ ﻗﺮار داده اﻧﺪ[Henrich et al.](#_bookmark236) )[۵۰۰۲](#_bookmark236).( ﺑﺮای رﻓﻊ ﮐﺎﺳﺘﯽﻫﺎی ﻧﻈﺮﯾﻪ ﻋﻤﻞ ﻣﺴﺘﺪل آﯾﺰن در ﺳﺎل ۱۹۹۱[Ajzen](#_bookmark200))، [۱۹۹۱](#_bookmark200)( ﻧﻈﺮﯾﻪ رﻓﺘﺎر ﺑﺮﻧﺎﻣﻪرﯾﺰی ﺷﺪه را ﻣﻄﺮح ﮐﺮد. ﺑﻪ ﺑﯿﺎن اﯾﻦ ﺗﺌﻮری ﺳﻪ ﭘﺎراﻣﺘﺮ اﺻﻠﯽ ﻧﮕﺮش[۳۴](#_bookmark49) ، ﻫﻨﺠﺎر دروﻧﯽ[۴۴](#_bookmark51) و ﮐﻨﺘﺮل رﻓﺘﺎری ادراک ﺷﺪه[۵۴](#_bookmark50)، ﻧﯿﺖﻫﺎی رﻓﺘﺎری[۶۴](#_bookmark52) اﻓﺮاد را ﺷﮑﻞ ﻣﯽﺑﺨﺸﻨﺪ. ﭘﺎﯾﻪ ﺗﻔﮑﺮ ﻧﻈﺮﯾﻪ رﻓﺘﺎر ﺑﺮﻧﺎﻣﻪرﯾﺰی ﺷﺪه اﯾﻦ اﺳﺖ ﮐﻪ رﻓﺘﺎر اﺷﺘﺮاکﮔﺬاری اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ از ﺗﻌﺎﻣﻞ ﺳﺎﺧﺘﺎرﻫﺎی رواﻧﺸﻨﺎﺧﺘﯽ[۷۴](#_bookmark53) ﻧﮕﺮش ، ﻫﻨﺠﺎر دروﻧﯽ، ﮐﻨﺘﺮل رﻓﺘﺎری ادراک ﺷﺪه و

ﻧﯿﺖﻫﺎی رﻓﺘﺎری ﻧﺴﺒﺖ ﺑﻪ اﺷﺘﺮاکﮔﺬاری اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ[۸۴](#_bookmark54) ، اﯾﺠﺎد ﻣﯽﺷﻮد. [در ﭘﮋوﻫﺶﻫﺎی ﭘﯿﺸﯿﻦ ﺑﺮای ﺑﺮرﺳﯽ رﻓﺘﺎر اﺷﺘﺮاکﮔﺬاری اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ از ﻧﻈﺮﯾﻪ ﻋﻤﻞ ﻣﺴﺘﺪلMalhotra)](#_bookmark249) et al.، [۴۰۰۲(، و ﻧﻈﺮﯾﻪ رﻓﺘﺎر ﺑﺮﻧﺎﻣﻪرﯾﺰیﺷﺪه ﺑﺮای اﯾﺠﺎد ﺳﺎﺧﺘﺎری ﮐﻪ رواﺑﻂ ﺑﯿﻦ ﭘﺎراﻣﺘﺮﻫﺎ را ﻣﺪل ﻣﯽﮐﻨﺪ، اﺳﺘﻔﺎده](#_bookmark249)

ﺷﺪه اﺳﺖ[Dinev](#_bookmark224)) [and Hart](#_bookmark224)، [۶۰۰۲](#_bookmark224).(

در اﯾﻦ ﭘﮋوﻫﺶ ﻣﺎ ﺑﺮرﺳﯽ رﻓﺘﺎر ﺑﻪ اﺷﺘﺮاک ﮔﺬاری اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ دﯾﮕﺮان در ﭼﺎرﭼﻮبﻣﻔﻬﻮﻣﯽ[۹۴](#_bookmark55) ﻧﻈﺮﯾﻪ

رﻓﺘﺎر ﺑﺮﻧﺎﻣﻪرﯾﺰی ﺷﺪه ﭘﺮداﺧﺘﯿﻢ. ﺑﺮای ﺳﻨﺠﺶ روﯾﮑﺮد اﻓﺮاد ﺑﻪ اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ دﯾﮕﺮان[۰۵](#_bookmark56) ﯾﮏ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﺑﺮ اﺳﺎس دﺳﺘﻪﺑﻨﺪیﻫﺎی ﻫﻔﺖﮔﺎﻧﻪای ﮐﻪ در ﭘﮋوﻫﺶ ﭘﯿﺸﯿﻦ ﺑﺎ ﺗﻮﺟﻪ ﺑﻪ روﯾﮑﺮد ﺻﺎﺣﺒﺎن اوﻟﯿﻪ اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ ﻧﺴﺒﺖ ﺑﻪ ﺧﻄﺮ ﻓﺎش ﺷﺪن اﻃﻼﻋﺎت

38Theory of reasoned action

39Icek Ajzen 40Martin Fishbein 41Atteutudes

42Behavioral economics

43Attitude 44Subjective norm

45Perceived Behavioral control 46Behavioral intention 47Psychological construct 48Personal Information Sharing 49Conceptual framework 50Personal information of Others

ﻓﺼﻞ ۱. ﻣﻘﺪﻣﻪ

ﺷﺨﺼﯽ ﺷﺎن در ﺣﻮزهﻫﺎی ﻣﺨﺘﻠﻒ، ﺳﺎﺧﺘﻪ ﺷﺪ. اﯾﻦ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﺑﺮای ﻫﺮ دﺳﺘﻪ از ﺳﻮاﻻت دارای ۲ ﺳﻮال اﺳﺖ. ﺑﺮای اﯾﻨﮑﻪ ﺑﺘﻮان ﺑﺎور آزﻣﻮدﻧﯽﻫﺎ، را ﻫﻢ ﺑﺮ اﺳﺎس ارزش ذﻫﻨﯽ ﺧﻮد)ﻧﮕﺮش ﺑﻪ ارزش اﻃﻼﻋﺎت( و ﻫﻢ ﺑﺮ اﺳﺎس ارزش ذﻫﻨﯽ دﯾﮕﺮان)ﻫﻨﺠﺎر ذﻫﻨﯽ و ﺑﺎور ﻫﻨﺠﺎری( و ﻫﻤﭽﻨﯿﻦ ﺑﺮای اﻧﺪازهﮔﯿﺮی ﭘﺎﯾﺎﯾﯽ دروﻧﯽ، ﺳﻮاﻻت ﺑﻪ دو دﺳﺘﻪ

ﺗﻘﺴﯿﻢ ﻣﯽﺷﻮد. ﺑﻪ ﻫﺮ آزﻣﻮدﻧﯽ، دﺳﺘﻪ اول اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ ﺑﻪ ﻫﻤﺮاه ﯾﮏ ﺳﻮال ﺑﺮای ﺳﻨﺠﺶ ﺑﺎور ﻫﻨﺠﺎری، و دﺳﺘﻪ دوم اﻃﻼﻋﺎت ﺑﻪ ﻫﻤﺮاه ﺳﻮال دﯾﮕﺮ ﺑﺮای ﺳﻨﺠﺶ ﺑﺎور ﺷﺨﺼﯽ، اراﺋﻪ ﺷﺪ. ﺑﻪ ﻃﻮر ﺗﺼﺎدﻓﯽ اﯾﻦ دو دﺳﺘﻪ از ﺳﻮاﻻت ﺑﺮای ﻫﺮ آزﻣﻮدﻧﯽ ﺟﺎﺑﺠﺎ ﺷﺪﻧﺪ ﺗﺎ در ﻧﻬﺎﯾﺖ ﭘﺎﺳﺦﻫﺎی ﻧﯿﻤﯽ از آزﻣﻮﻧﯽﻫﺎ ﺑﻪ دﺳﺘﻪ اول ﺳﻮاﻻت از دﯾﺪ ﺧﻮد و ﻧﯿﻤﯽ دﯾﮕﺮ از آزﻣﻮدﻧﯽ ﻫﺎ ﺑﻪ دﺳﺘﻪ دوم ﺳﻮاﻻت از دﯾﺪ ﺧﻮد، ﺟﻤﻊآوری ﺷﻮﻧﺪ. ﺑﻪ ﻫﻤﯿﻦ ﺗﺮﺗﯿﺐ ﭘﺎﺳﺦ ﺑﻪ ﺳﻮاﻻت دﺳﺘﻪ اول و دوم ﺑﺎ ﺗﻮﺟﻪ ﺑﻪ ﺑﺎور ﻫﻨﺠﺎری از دو دﺳﺘﻪ ﻣﺴﺘﻘﻞ ﺑﻪ ﺗﺼﺎدف اﻧﺘﺨﺎب ﺷﺪﻧﺪ، ﺟﻤﻊآوری ﺷﺪ. ﺗﺼﺎدﻓﯽ

ﺳﺎزی در زﻣﺎن وردو آزﻣﻮدﻧﯽﻫﺎ ﺑﻪ آزﻣﺎﯾﺶ ﺑﺎ اﻧﺘﺼﺎب اﻓﺮاد ﺑﺎ اﺣﺘﻤﺎل ۰۵ درﺻﺪ ﺑﻪ دو ﮔﺮوه، اﻧﺠﺎم ﺷﺪ.

### ۱-۱ ﻣﺘﻐﯿﺮﻫﺎ و ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪﻫﺎ

ﻧﻈﺮﯾﻪ رﻓﺘﺎر ﺑﺮﻧﺎﻣﻪرﯾﺰی ﺷﺪه(TPB) ، ﺗﻌﺎﻣﻞ ﺳﻪ ﺑﺎور ﻓﺮدی ﺷﺎﻣﻞ ﻧﮕﺮش ، ﻫﻨﺠﺎر دروﻧﯽ و ﮐﻨﺘﺮل رﻓﺘﺎری ادراک ﺷﺪه را ﻋﺎﻣﻞ رﻓﺘﺎر ﻣﯽ داﻧﺪ)ﺷﮑﻞ: [۱-۱](#_bookmark60)[Ajzen](#_bookmark201)( )[۰۲۰۲](#_bookmark201).( در اﯾﻦ ﻧﻈﺮﯾﻪ ﻧﮕﺮش از دو ﻧﮕﺮش اﺣﺴﺎﺳﯽ و ﻧﮕﺮش اﺑﺰاری ﺗﺸﮑﯿﻞ ﺷﺪه اﺳﺖ. ﻫﻨﺠﺎر دروﻧﯽ ﺷﺎﻣﻞ ﻫﻨﺠﺎرﻫﺎی ذﻫﻨﯽ و ﻫﻨﺠﺎر ﺗﻮﺻﯿﻔﯽ اﺳﺖ. ﮐﻨﺘﺮل رﻓﺘﺎری ادراک ﺷﺪه، دو ﺑﺨﺶ ﮐﻨﺘﺮل رﻓﺘﺎری درک ﺷﺪه و ﺧﻮد ﮐﺎرآﻣﺪی درک ﺷﺪه را ﺷﺎﻣﻞ ﻣﯽ ﺑﺎﺷﺪ در اﯾﻦ ﻧﻈﺮﯾﻪ ﻋﺎﻣﻞ اﺻﻠﯽ [ﺗﻌﯿﯿﻦ ﮐﻨﻨﺪه رﻓﺘﺎر، ﻗﺼﺪ رﻓﺘﺎری اﺳﺖ و اﺟﺰای ﺳﺎﺧﺘﺎری اﯾﻦ ﻧﻈﺮﯾﻪ ﺑﺮ روی ﻗﺼﺪ ﺗﺎﺛﯿﺮ وﯾﮋهای دارﻧﺪ ﻣﺤﻤﺪﭘﻮر و](#_bookmark205)

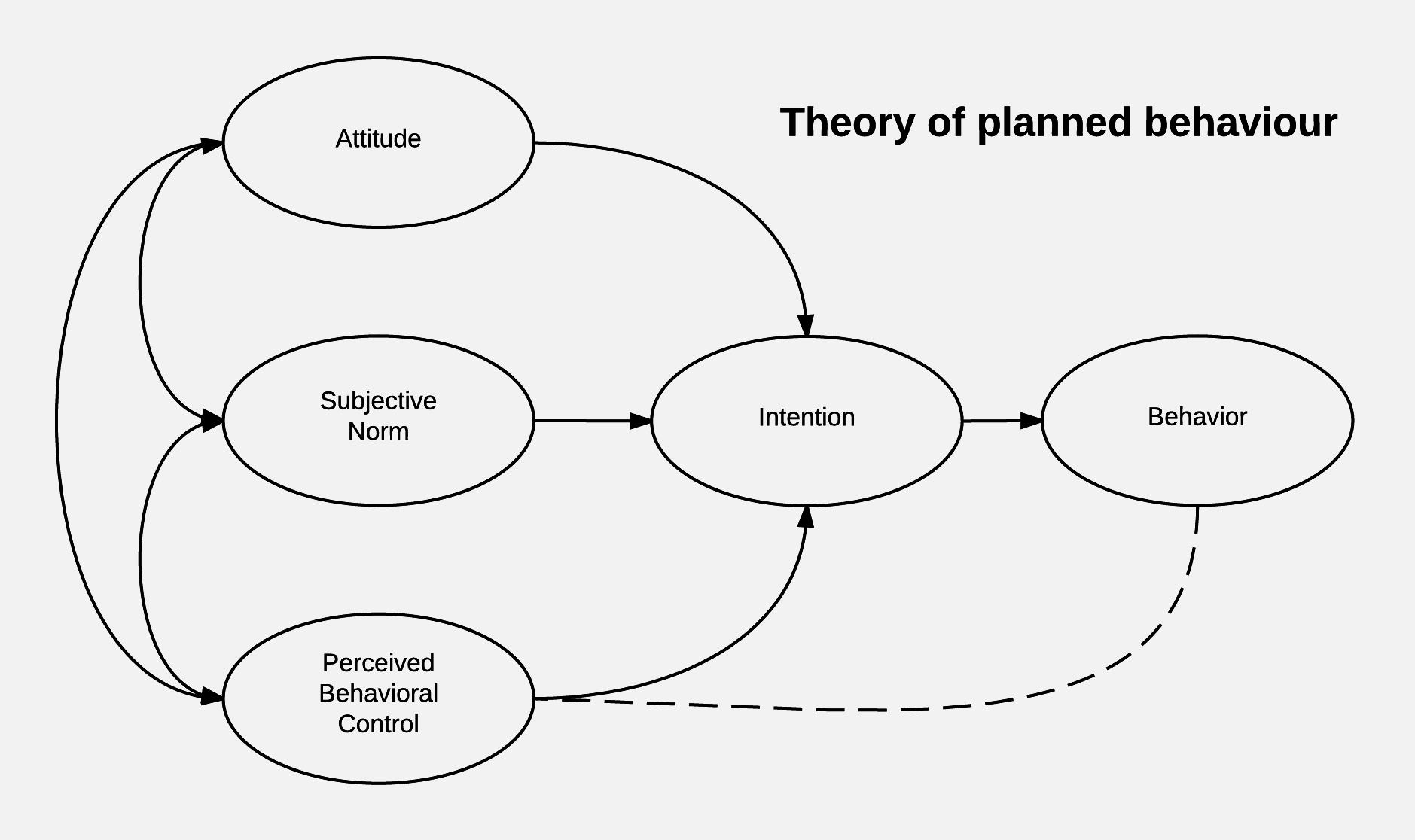
ﮐﯿﺎﮐﻮری )[۲۲۰۲(](#_bookmark205)

اﯾﻦ ﻧﻈﺮﯾﻪ در ﭘﮋوﻫﺶﻫﺎی ﭘﯿﺸﯿﻦ ﺑﺮای ﺑﺮرﺳﯽ رﻓﺘﺎر ﺑﻪ اﺷﺘﺮاک ﮔﺬاری داده ﻫﺎی ﺧﺼﻮﺻﯽ ﻓﺮد در ﺷﺒﮑﻪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﻓﯿﺴﺒﻮک اﺳﺘﻔﺎده ﺷﺪه اﺳﺖ[van der Schyff et al.](#_bookmark277) [a](#_bookmark277))[۰۲۰۲](#_bookmark277).( ﻣﺪﻟﯽ ﮐﻪﻧﻈﺮﯾﻪ رﻓﺘﺎر ﺑﺮﻧﺎﻣﻪرﯾﺰی ﺷﺪه اراﺋﻪ ﭘﯿﺸﻨﻬﺎد ﻣﯽدﻫﺪ، اﺣﺘﻤﺎل وﻗﻮع رﻓﺘﺎرﻫﺎی ارادی ﻣﺨﺼﻮﺻﺎ رﻓﺘﺎرﻫﺎی ارادی ﻣﺜﺒﺖ ﺑﻪ ﺷﺪت ﺗﻤﺎﯾﻞ ﻓﺮد ﺑﻪ اﻧﺠﺎم

آن رﻓﺘﺎر ﺑﺴﺘﮕﯽ دارد).آﯾﺰک آﯾﺰن( ﻋﺎﻣﻞ ﺗﻌﯿﯿﻦ ﮐﻨﻨﺪه ﺑﺮای اﻧﺠﺎم ﯾﮏ ﮐﺎر ﺗﻤﺎﯾﻼت او اﺳﺖ. [در ﺻﻮرﺗﯿﮑﻪ ﮔﺰﯾﻨﻪﻫﺎی ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ اﺟﺒﺎری ﺑﺎﺷﻨﺪ ﮐﯿﻔﯿﺖ دادهﻫﺎی ﺟﻤﻊآوری ﺷﺪه ﮐﺎﻫﺶ ﻣﯽ ﯾﺎﺑﺪSischka.](#_bookmark269)

[(۲۲۰۲](#_bookmark269)) al. et

ﻓﺼﻞ ۱. ﻣﻘﺪﻣﻪ



ﺷﮑﻞ ۱-۱: ﺳﺎﺧﺘﺎر ﻧﻈﺮﯾﻪ رﻓﺘﺎر ﺑﺮﻧﺎﻣﻪ رﯾﺰی ﺷﺪه

### ۱-۲ اﻫﻤﯿﺖ

ﭘﮋوﻫﺶ اﻧﺠﺎم ﺷﺪه در ﺳﺎل ۰۲۰۲ ﻧﺸﺎن ﻣﯽ دﻫﺪ ﮐﻪ در ﺑﺎزار داده ﻫﺎی ﺧﺼﻮﺻﯽ آﻧﻼﯾﻦ ﺑﺎزﯾﮕﺮان زﯾﺎدی ﺑﻪ ﻋﻨﻮان

واﺳﻄﻪ وﺟﻮد دارﻧﺪ. [Agogo](#_bookmark199) )[۱۲۰۲](#_bookmark199)( ﻫﻤﭽﻨﯿﻦ ﺑﺎ ﮔﺴﺘﺮش ﻫﺮ روزه ﺳﯿﺴﺘﻢ ﻫﺎی اﻃﻼﻋﺎﺗﯽ ﮐﻪ ﺑﻪ ﺟﻤﻊآوری، ذﺧﯿﺮهﺳﺎزی، ﭘﺮدازش و ﺑﻪاﺷﺘﺮاکﮔﺬاری دادهﻫﺎی ﺧﺼﻮﺻﯽ اﻓﺮاد ﻣﯽﭘﺮدازﻧﺪ ﺑﺮرﺳﯽ ﻓﺮاﯾﻨﺪﻫﺎی ﺗﺼﻤﯿﻢ ﮔﯿﺮی و ﭘﺎراﻣﺘﺮﻫﺎی ﺗﺎﺛﯿﺮ ﮔﺬار ﺑﺮ اﯾﻦ ﺗﺼﻤﯿﻢﮔﯿﺮی دارای اﻫﻤﯿﺖ ﺷﺪه اﺳﺖ. [Spiekermann et al.](#_bookmark273) )[۲۲۰۲](#_bookmark273)( از ﺳﻮی دﯾﮕﺮ ﻧﮕﺮش اﻓﺮاد ﺗﺼﻤﯿﻢ ﮔﯿﺮﻧﺪه ﻧﺴﺒﺖ ﺑﻪ ارزش اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ اﻓﺮاد ﻣﯽ ﺗﻮاﻧﺪ ﻧﻘﺶ ﻣﻬﻤﯽ در رﻓﺘﺎر آﻧﻬﺎ داﺷﺘﻪ

ﺑﺎﺷﺪ. ﭘﮋوﻫﺶﻫﺎﯾﯽ ﺑﺮای اﻧﺪازهﮔﯿﺮی ارزش دادهﻫﺎی ﺧﺼﻮﺻﯽ اﻧﺠﺎم ﺷﺪه اﺳﺖ[Fast and Schnurr](#_bookmark227) )[۱۲۰۲](#_bookmark227)(؛ [Wessels et al.](#_bookmark281) )[۹۱۰۲](#_bookmark281)(؛ [Tang and Wang](#_bookmark275) )[۱۲۰۲](#_bookmark275)( ﻣﻘﺎﯾﺴﻪ ﻣﯿﺎن رﻓﺘﺎر اﻓﺮاد در ﭘﮋوﻫﺶﻫﺎی اﻧﺪازهﮔﯿﺮی ﺗﻤﺎﯾﻞ ﺑﻪ ﭘﺮداﺧﺖ [۱۵](#_bookmark63) ﻧﺸﺎن داده اﺳﺖ ﮐﻪ ﺗﻤﺎﯾﻞ ﺑﻪ ﭘﺮداﺧﺖ ﺑﺎ اﺳﺘﻔﺎده از روشﻫﺎی ﻓﺮﺿﯽ ﻣﺎﻧﻨﺪ ارزﺷﯿﺎﺑﯽ ﻣﺸﺮوط [۲۵](#_bookmark62) ﻣﯿﺎن ۷۱ ﺗﺎ ۳۶ درﺻﺪ ﺑﺎﻻﺗﺮ از روﺷﻬﺎی ﻏﯿﺮ ﻓﺮﺿﯽ ﻣﺎﻧﻨﺪ ﺣﺮاج ﺗﺠﺮﺑﯽ [۳۵](#_bookmark64) اﺳﺖ. ﺣﺮاج ﺗﺠﺮﺑﯽ ﺑﻪ ﻋﻨﻮان ﯾﮏ روش ﺳﺎزﮔﺎر ﺑﺎ اﻧﮕﯿﺰه [۴۵](#_bookmark65) ﺷﻨﺎﺳﺎﯾﯽ ﺷﺪهاﺳﺖ[Martinez-Carrasco](#_bookmark251)) [et al.](#_bookmark251)، [۵۱۰۲](#_bookmark251)( . ﯾﮏ ﻓﺮاﯾﻨﺪ، ﺳﺎزﮔﺎر ﺑﺎ اﻧﮕﯿﺰه اﺳﺖ وﻗﺘﯽﮐﻪ ﻫﻤﻪ ﺷﺮﮐﺖﮐﻨﻨﺪﮔﺎن ﻓﻘﻂ ﺑﺎ درﻧﻈﺮ ﮔﺮﻓﺘﻦ ﺗﺮﺟﯿﻬﺎت واﻗﻌﯽ ﺧﻮد، ﺑﻬﺘﺮﯾﻦ ﺧﺮوﺟﯽ را ﺑﺪﺳﺖ ﻣﯽآورﻧﺪ

51willingness to pay 52contingent valuation 53experimental auction 54incentive compatibility

ﻓﺼﻞ ۱. ﻣﻘﺪﻣﻪ

[Nisan](#_bookmark255))، [۷۰۰۲](#_bookmark255).(

۱**-**۳ **ﻓﺮﺿﯿﻪ ﭘﮋوﻫﺸﯽ** ۱**-**۳**-**۱ **ﺗﻌﺮﯾﻒ واژهﻫﺎ )اﺧﺘﯿﺎری(** ۱**-**۳**-**۲ **ﺧﻼﺻﻪ ﻓﺼﻞﻫﺎ** ۱**-**۴ **ﺟﻤﻊﺑﻨﺪی**

# ﻓﺼﻞ ۲ ﻣﺮوری ﺑﺮ ﻣﻄﺎﻟﻌﺎت اﻧﺠﺎم ﺷﺪه

### ۲-۱ ﻣﻘﺪﻣﻪ

ﺗﺼﻤﯿﻢﮔﯿﺮی ﻫﺎی ﻣﺎ ﻧﻤﺎﯾﺸﮕﺮ ارزﺷﮕﺬاریﻫﺎی ﻣﺎ ﻫﺴﺘﻨﺪ. اﻗﺘﺼﺎددانﻫﺎ ارزش اﻗﺘﺼﺎدی [۱](#_bookmark75) اﯾﻦ ﺗﺼﻤﯿﻤﺎت را ﺑﺎ

ﻧﺮﺧﯽ ﮐﻪ ﻓﺮد ﯾﮏ ﻣﺤﺼﻮل ﯾﺎ داراﯾﯽ را ﺑﺎ دﯾﮕﺮی ﻣﺒﺎدﻟﻪ ﻣﯽ ﮐﻨﺪ ، ﺑﯿﺎن ﻣﯽﮐﻨﻨﺪ. اﯾﻦ ﻧﺮخ ﺑﻪ وﺳﯿﻠﻪ ﺗﻤﺎﯾﻞ ﺑﻪ ﭘﺮداﺧﺖ

[۲](#_bookmark76) ﺣﺪاﮐﺜﺮی ﻓﺮد اﻧﺪازهﮔﯿﺮی ﻣﯽﺷﻮد. [Lusk](#_bookmark247)) [and Shogren](#_bookmark247)، [۷۰۰۲](#_bookmark247)(

### ۲-۲ ﺗﻌﺎر ﯾﻒ، اﺻﻮل و ﻣﺒﺎﻧﯽ ﻧﻈﺮی

ﭼﺎو، اوی و ﻫﺮﺑﻼﻧﺪ [۳](#_bookmark77) در ﺳﺎل ۱۲۰۲ اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ را در ۶ دﺳﺘﻪ ﻃﺒﻘﻪ ﺑﻨﺪی ﮐﺮدهاﻧﺪ. [Chua](#_bookmark214)) [et al.](#_bookmark214)، [۱۲۰۲](#_bookmark214)(

ﺟﺪول )[۲-۱](#_bookmark80)( از ﺳﻮی دﯾﮕﺮ در ﺳﺎل ۲۲۰۲ ﮐﺎروازﮐﯽ، ﺗﺮﻧﺰ و وﯾﺖ[۴](#_bookmark78) ﯾﮏ دﺳﺘﻪﺑﻨﺪی ﻗﺎﻋﺪهﮔﺮا ﻗﺎﻋﺪهﮔﺮا[۵](#_bookmark79) و ﺟﺎﻣﻊ از ﻧﮕﺮاﻧﯽﻫﺎی ﺣﺮﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ اﻓﺮاد ﺑﺮ اﺳﺎس ﭘﮋوﻫﺶ ﻫﺎی ﮔﺬﺷﺘﻪ اراﺋﻪ داده و اﻋﺘﺒﺎر و رواﯾﯽ آنرا ﻣﻮرد ﺳﻨﺠﺶ

1economic value

2willingness to pay

3Chua, H.N., J.S. Ooi, and A. Herbland

4Sabrina Karwatzki, Manuel Trenz and Daniel Veit

5Nomological

ﻓﺼﻞ ۲. ﻣﺮوری ﺑﺮ ﻣﻄﺎﻟﻌﺎت اﻧﺠﺎم ﺷﺪه

ﺟﺪول ۲-۱: دﺳﺘﻪﻫﺎ و وﯾﮋﮔﯽﻫﺎی اﻃﻼﻋﺖ ﺷﺨﺼﯽ

دﺳﺘﻪ ﺗﻮﺿﯿﺢ

اﻃﻼﻋﺖ درﺑﺎره وﯾﮋﮔﯽﻫﺎ و ﺳﺒﮏ زﻧﺪﮔﯽ ﻓﺮد ﮐﻪ ﺑﺮ راﺑﻄﻪ ﻋﺎﻃﻔﯽ ﯾﺎ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ،

ﺗﺮﺟﯿﻬﺎت، ﻋﺎدات، ﺑﺎورﻫﺎ، ﯾﺎ دﯾﺪﮔﺎهﻫﺎی او اﺛﺮ ﻣﯽﮔﺬارد. اﻃﻼﻋﺎﺗﯽ ﮐﻪ ﺳﻄﺢ زﻧﺪﮔﯽ اﻗﺘﺼﺎدی ﯾﺎ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﻓﺮد را ﻧﺸﺎن ﻣﯽدﻫﻨﺪ ﯾﺎ ﻣﯽﺗﻮان

ﺑﻪ وﺳﯿﻠﻪ اﯾﻦ اﻃﻼﻋﺎت وﯾﮋﮔﯽﻫﺎی ﻣﺰﺑﻮر را اﺳﺘﺨﺮاج ﮐﺮد.

ﺳﺒﮏ زﻧﺪﮔﯽ-رﻓﺘﺎر(LB)

اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ-اﻗﺘﺼﺎدی(SE)

ردﯾﺎﺑﯽ(T) اﻃﻼﻋﺎﺗﯽ ﮐﻪ روشﻫﺎﯾﯽ را ﺑﺮای ﻣﻮﻗﻌﯿﺖﯾﺎﺑﯽ و ﺗﻤﺎس ﺑﺎ ﻓﺮد اﯾﺠﺎد ﻣﯽ ﮐﻨﺪ.

اﻃﻼﻋﺎﺗﯽ ﮐﻪ درآﻣﺪ، ﺣﺴﺎبﻫﺎی ﻣﺎﻟﯽ، اﻋﺘﺒﺎر، ﺗﻮاﻧﺎﯾﯽ ﺧﺮﯾﺪ/ﺧﺮج ﮐﺮدن، و

داراﯾﯽﻫﺎی ﻣﻮرد ﺗﻤﻠﮏ/اﺟﺎره ﺷﺪه/ﻗﺮض ﮔﺮﻓﺘﻪ ﺷﺪه را ﻣﺸﺨﺺ ﻣﯽ ﮐﻨﺪ.

اﻗﺘﺼﺎدی(F)

اﺣﺮاز ﻫﻮﯾﺖ(A) اﻃﻼﻋﺎﺗﯽ ﮐﻪ ﺑﺮای اﺣﺮاز ﻫﻮﯾﺖ ﻓﺮد ﺑﻪ ﮐﺎر ﻣﯽروﻧﺪ.

ﭘﺰﺷﮑﯽ-ﺳﻼﻣﺖ(MH) ﺷﺮاﯾﻂ ﭘﺰﺷﮑﯽ ﯾﺎ اﻃﻼﻋﺎت ﻣﺮﺗﺒﻂ ﺑﺎ ﺳﻼﻣﺖ ﻓﺮد.

ﻗﺮاردادهاﻧﺪ )**؟**( . آﻧﻬﺎ ۷ دﺳﺘﻪ **ﺧﻄﺮ ﺣﺮ ﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ ﻓﯿﺰﯾﮑﯽ (PH)** [۶](#_bookmark81) **، ﺧﻄﺮ ﺣﺮ ﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ**

**(SO)** [۷](#_bookmark82) **، ﺧﻄﺮ ﺣﺮ ﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ ﻣﺮﺗﺒﻂ ﺑﺎ ﻣﻨﺎﺑﻊ (RE)** [۸](#_bookmark84) **، ﺧﻄﺮ ﺣﺮ ﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ رواﻧﺸﻨﺎﺧﺘﯽ (PS)** [۹](#_bookmark83) **، ﺧﻄﺮ ﺣﺮ ﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ ﻣﺮﺗﺒﻂ ﺑﺎ ﺗﻌﻘﯿﺐ ﻗﺎﻧﻮﻧﯽ (PR)** [۰۱](#_bookmark85) **، ﺧﻄﺮ ﺣﺮ ﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ ﻣﺮﺗﺒﻂ ﺑﺎ ﺷﻐﻞ (CR)** [۱۱](#_bookmark86) و **ﺧﻄﺮ ﺣﺮ ﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ ﻣﺮﺗﺒﻂ ﺑﺎ آزادی (FR)** [۲۱](#_bookmark87) را ﺷﻨﺎﺳﺎﯾﯽ ﮐﺮدﻧﺪ. ﻣﺎ از اﯾﻦ دﺳﺘﻪﺑﻨﺪی و ﺗﻮﺻﯿﻔﺎﺗﯽ ﮐﻪ در اﯾﻦ

ﭘﮋوﻫﺶ ﺑﺎ دﺳﺘﻪﺑﻨﺪیﻫﺎی ﻧﺎﻣﺒﺮده ﻣﺮﺗﺒﻂ داﻧﺴﺘﻪ ﺷﺪه اﻧﺪ، اﺳﺘﻔﺎده ﮐﺮدﯾﻢ.

6Physical privacy risk

7Social privacy risk 8Resource­related privacy risk 9Psychological privacy risk

10Prosecution­related privacy risk 11Career­related privacy risks 12Freedom­related privacy risk

# ﻓﺼﻞ ۳ روش ﺗﺤﻘﯿﻖ

### ۳-۱ ﻧﻮع ﭘﮋوﻫﺶ

ﭘﮋوﻫﺶ ﺣﺎﺿﺮ از ﻧﻮع ﺗﻮﺻﯿﻔﯽ-ﻫﻤﺒﺴﺘﮕﯽ اﺳﺖ.

### ۳-۲ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻣﺘﻐﯿﺮﻫﺎ

#### ۳-۲-۱ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻧﻈﺮی و ﻋﻤﻠﯿﺎﺗﯽ ﻣﺸﺨﺼﺎت دﻣﻮﮔﺮاﻓﯿﮏ

۳**-**۲**-**۲ **ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻋﻤﻠﯿﺎﺗﯽ ﭘﺎراﻣﺘﺮﻫﺎی ﻧﻈﺮ ﯾﻪ رﻓﺘﺎر ﺑﺮﻧﺎﻣﻪر ﯾﺰی ﺷﺪه**

ﺑﺮای ﻃﺮاﺣﯽ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﺟﻬﺖ ﺳﻨﺠﺶ ﭘﺎراﻣﺘﺮﻫﺎی ﺗﺸﮑﯿﻞ دﻫﻨﺪه ﺳﺎﺧﺘﺎر ﻧﻈﺮﯾﻪ رﻓﺘﺎر ﺑﺮﻧﺎﻣﻪرﯾﺰی ﺷﺪه از دﺳﺘﻮر اﻟﻌﻤﻞ اراﺋﻪ ﺷﺪه ﺗﻮﺳﻂ آﯾﺰک آﯾﺰن**؟** اﺳﺘﻔﺎده ﺷﺪ. اﯾﻦ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ دارای ۴ ﺳﻮال، ﻫﺮ ﯾﮏ ﺑﺮای اﻧﺪازهﮔﯿﺮی ﯾﮑﯽ از

ﭘﺎراﻣﺘﺮﻫﺎی ﻧﻈﺮﯾﻪ ﻓﻮق، اﺳﺖ.ﻫﺮ ﺳﻮال دارای ۵ ﮔﺰﯾﻨﻪ »ﮐﺎﻣﻼ ﻣﻮاﻓﻘﻢ«، »ﻧﺴﺒﺘﺎ ﻣﻮاﻓﻘﻢ«، »ﻧﻪ ﻣﻮاﻓﻘﻢ و ﻧﻪ ﻣﺨﺎﻟﻒ«، »ﻧﺴﺒﺘﺎ ﻣﺨﺎﻟﻔﻢ« و »ﮐﺎﻣﻼ ﻣﺨﺎﻟﻔﻢ« ﺑﻪ ﺗﺮﺗﯿﺐ ﺑﺎ ﻧﻤﺮات ﭼﻬﺎر، ﺳﻪ، دو، ﯾﮏ و ﺻﻔﺮ، ﻣﯽﺑﺎﺷﺪ. ﺑﺮای ﻃﺮاﺣﯽ اﯾﻦ

ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ از ﺗﺤﻘﯿﻘﯽ ﮐﻪ در ﺳﺎل ۰۲۰۲ اﻧﺠﺎم ﺷﺪه اﺳﺖ اﻟﻬﺎم ﮔﺮﻓﺘﻪ ﺷﺪه اﺳﺖ[van der Schyff et al.](#_bookmark278) [b](#_bookmark278))[۰۲۰۲](#_bookmark278).(

ﻓﺼﻞ ۳. روش ﺗﺤﻘﯿﻖ

اﯾﻦ ﺗﺤﻘﯿﻖ ﺟﻬﺖ ﺑﺮرﺳﯽ رﻓﺘﺎر ﮐﺎرﺑﺮان ﻓﯿﺴﺒﻮک در ﻧﺼﺐ ﮐﺮدن اپ[۱](#_bookmark96)ﻫﺎی اﯾﻦ ﺷﺒﮑﻪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ اﻧﺠﺎم ﺷﺪهاﺳﺖ. اﯾﻦ اپﻫﺎ ﮐﻪ ﻫﺮ ﯾﮏ ﺳﺮوﯾﺲﻫﺎی ﻣﻮرد ﻋﻼﻗﻪ ﮐﺎرﺑﺮان را اراﺋﻪ ﻣﯽﮐﻨﻨﺪ، ﻣﯽﺗﻮاﻧﻨﺪ ﺑﻪ ﻫﻤﻪ ﯾﺎ ﺑﺨﺸﯽ از اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ ﮐﺎرﺑﺮ و دوﺳﺘﺎن او در ﻓﯿﺴﺒﻮک دﺳﺘﺮﺳﯽ ﭘﯿﺪا ﮐﻨﻨﺪ. ﻧﻤﻮﻧﻪ ﯾﮑﯽ از ﻫﻤﯿﻦ اپﻫﺎ در ﺳﺎل ۳۱۰۲ ﺗﻮﺳﻂ ﺣﺪود

ﺳﯿﺼﺪ ﻫﺰار ﻧﻔﺮ از ﮐﺎرﺑﺮان ﻓﯿﺴﺒﻮک ﻧﺼﺐ ﺷﺪ و ﺑﺎ دﺳﺘﺮﺳﯽ ﭘﯿﺪا ﮐﺮدن ﺑﻪ ﭘﺮوﻓﺎﯾﻞ ﺷﺨﺼﯽ آﻧﻬﺎ و دوﺳﺘﺎن آﻧﻬﺎ، اﻃﻼﻋﺎت ﻫﺸﺘﺎد و ﻫﻔﺖ ﻣﯿﻠﯿﻮن ﻧﻔﺮ را اﺳﺘﺨﺮاج ﮐﻨﺪ [Confessore](#_bookmark215) )[۸۱۰۲](#_bookmark215)(؛ [Salinas](#_bookmark267)؛.[Smith](#_bookmark270) ﺳﻮء اﺳﺘﻔﺎده و ﺑﻪ اﺷﺘﺮاک ﮔﺬاری ﻣﺠﺪد اﯾﻦ اﻃﻼﻋﺎت ﺑﻌﺪا ﺑﺎﻋﺚ ﺑﻪ وﺟﻮد آﻣﺪن رﺳﻮاﯾﯽ ﮐﻤﺒﺮﯾﺞ آﻧﺎﻟﯿﺘﯿﮑﺎ در ﺳﺎل ۶۱۰۲ ﺷﺪ

[Gonzalez et al.](#_bookmark232) )[۹۱۰۲](#_bookmark232)(؛ **؟**. ﺳﻮاﻻت ﻃﺮاﺣﯽ ﺷﺪه در ﺟﺪول )[۳-۱](#_bookmark95)( درج ﺷﺪهاﻧﺪ.

ﺟﺪول ۳-۱: ﺳﻮالﻫﺎ و ﭘﺎراﻣﺘﺮﻫﺎی ﻧﻈﺮﯾﻪ رﻓﺘﺎر ﺑﺮﻧﺎﻣﻪرﯾﺰی ﺷﺪه

ﭘﺎراﻣﺘﺮ ﺳﻮال

آﺧﺮﯾﻦ ﺑﺎری ﮐﻪ ﺑﺮﻧﺎﻣﻪ واﺗﺴﺎپ ﻧﺼﺐ ﮐﺮدم، از ﻣﻦ درﺧﻮاﺳﺖ ﮐﺮد ﮐﻪ ﺑﻪ ﻟﯿﺴﺖ

ﻫﻤﻪ اﺳﺎﻣﯽ و ﺷﻤﺎره ﺗﻠﻔﻦﻫﺎی ذﺧﯿﺮه در ﮔﻮﺷﯽ ﻣﻦ، دﺳﺘﺮﺳﯽ داﺷﺘﻪ ﺑﺎﺷﺪ.ﻧﻈﺮ ﺷﻤﺎ

ﭼﯿﺴﺖ؟ ۱-ﺧﯿﻠﯽ ﺧﻮب اﺳﺖ ۲-ﺧﻮب اﺳﺖ ۳-ﻧﻪ ﺧﻮب اﺳﺖ ﻧﻪ ﺑﺪ ۴-ﺑﺪ اﺳﺖ ۵-ﺧﯿﻠﯽ

ﻧﮕﺮش

ﺑﺪ اﺳﺖ

ﺑﻪ ﻧﻈﺮ ﻣﻦ، ﻫﻤﻪ دوﺳﺘﺎﻧﻢ اﮔﺮ اﻣﺮوز ﺑﺮﻧﺎﻣﻪ واﺗﺴﺎپ را دوﺑﺎره ﻧﺼﺐ ﮐﻨﻨﺪ، اﺟﺎزه ﻣﯽ دﻫﻨﺪ ﮐﻪ ﺑﻪ ﻟﯿﺴﺖ ﻫﻤﻪ اﺳﺎﻣﯽ و ﺷﻤﺎره ﺗﻠﻔﻦﻫﺎی ذﺧﯿﺮه در ﮔﻮﺷﯽﺷﺎن، دﺳﺘﺮﺳﯽ

داﺷﺘﻪ ﺑﺎﺷﺪ.

ﭼﻘﺪر از اﯾﻦ ﻣﻮﺿﻮع اﻃﻤﯿﻨﺎن دارﯾﺪ؟ ۱-ﮐﺎﻣﻼ ﻣﻄﻤﺌﻨﻢ ۲-ﻧﺴﺒﺘﺎ ﻣﻄﻤﺌﻨﻢ ۳-ﻧﻈﺮی ﻧﺪارم ۴-زﯾﺎد ﻣﻄﻤﺌﻨﻢ ﻧﯿﺴﺘﻢ ۵-اﺻﻼ

ﻫﻨﺠﺎر دروﻧﯽ

ﻣﻄﻤﺌﻨﻢ ﻧﯿﺴﺘﻢ

اﮔﺮ ﻣﻦ اﻣﺮوز ﺑﺮﻧﺎﻣﻪ واﺗﺴﺎپ را دوﺑﺎره ﻧﺼﺐ ﮐﻨﻢ، اﺟﺎزه دﺳﺘﺮﺳﯽ ﺑﻪ ﻟﯿﺴﺖ اﺳﺎﻣﯽ

و ﺷﻤﺎره ﺗﻠﻔﻦ ﻫﺎی ذﺧﯿﺮه در ﮔﻮﺷﯽام را، ﺧﻮاﻫﻢ داد.

آﯾﺎ ﻣﯽﺗﻮاﻧﯿﺪ اﺟﺎزه ﻧﺪﻫﯿﺪ؟ ۱-ﮐﺎﻣﻼ ﻣﯽﺗﻮاﻧﻢ ۲-ﺷﺎﯾﺪ ﺑﺘﻮاﻧﻢ ۳-ﻧﻤﯽداﻧﻢ ۴-ﺷﺎﯾﺪ ﻧﺘﻮاﻧﻢ ۵-اﺻﻼ ﻧﻤﯽﺗﻮاﻧﻢ

ﻣﻦ ﻗﺼﺪ دارم ﮐﻪ اﮔﺮ اﻣﺮوز ﺑﺮﻧﺎﻣﻪ واﺗﺴﺎپ را دوﺑﺎره ﻧﺼﺐ ﮐﻨﻢ و اﺟﺎزه دﺳﺘﺮﺳﯽ ﺑﻪ

ﻟﯿﺴﺖ اﺳﺎﻣﯽ و ﺷﻤﺎره ﺗﻠﻔﻦ ﻫﺎی ذﺧﯿﺮه در ﮔﻮﺷﯽام را ﺑﺪﻫﻢ.

ﭼﻘﺪر از اﯾﻦ ﻣﻮﺿﻮع اﻃﻤﯿﻨﺎن دارﯾﺪ؟ ۱-ﺣﺘﻤﺎ ﻣﯽدﻫﻢ ۲-ﺷﺎﯾﺪ ﺑﺪﻫﻢ ۳-ﻧﻤﯽداﻧﻢ ۴-ﺷﺎﯾﺪ ﻧﺪﻫﻢ ۵-اﺻﻼ ﻧﻤﯽدﻫﻢ

ﮐﻨﺘﺮل رﻓﺘﺎری ادراک ﺷﺪه

ﻗﺼﺪ

1App

ﻓﺼﻞ ۳. روش ﺗﺤﻘﯿﻖ

#### ۳-۲-۳ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻧﻈﺮی ﻣﺘﻐﯿﺮ ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ

**ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ**[۲](#_bookmark99) ﻋﻨﺎوﯾﻦ ﻣﺨﺘﻠﻔﯽ ﺑﺮای اﺷﺎره ﺑﻪ اﻧﮕﯿﺰهﻫﺎﯾﯽ ﮐﻪ ﺷﺎﻟﻮده رﻓﺘﺎر ﺗﺼﻤﯿﻢ ﮔﯿﺮی واﺑﺴﺘﻪ

ﻣﺘﻘﺎﺑﻞ[۳](#_bookmark102) را ﺗﺸﮑﯿﻞ ﻣﯽدﻫﻨﺪ، ﺑﻪ ﮐﺎر ﺑﺮده ﺷﺪه اﺳﺖ:، ﻧﺴﺒﺖﻫﺎی ﺗﺒﺎدل ﺑﻬﺰﯾﺴﺘﯽ[۴](#_bookmark101) ، ﺗﺮﺟﯿﻬﺎت ﻣﻌﻄﻮف ﺑﻪ دﯾﮕﺮی[۵](#_bookmark100)

، اﻧﮕﯿﺰهﻫﺎی اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ[۶](#_bookmark103) ،، ﺗﺮﺟﯿﻬﺎت اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ[۷](#_bookmark104) و در ﭘﺎﯾﺎن ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ [Murphy et al.](#_bookmark254)

)[۱۱۰۲](#_bookmark254).( ﺗﺎﺛﯿﺮ ﮔﺮﻓﺘﻦ ﻧﺴﺒﯽ اﯾﻦ اﻧﮕﯿﺰهﻫﺎ از درﯾﺎﻓﺘﯽ ﻓﺮد دﯾﮕﺮ ﮐﻪ در ﭘﮋوﻫﺶﻫﺎی ﻣﺨﺘﻠﻒ ﻧﺸﺎن داده ﺷﺪه اﺳﺖ، ﭘﯿﺶﻓﺮضﻫﺎی ﺗﺌﻮری اﻧﺘﺨﺎب ﻋﻘﻼﯾﯽ را ﺑﻪ ﭼﺎﻟﺶ ﻣﯽﮐﺸﻨﺪ.از اﯾﻦ ﭘﯿﺶﻓﺮضﻫﺎ ﺑﺎ ﻋﻨﻮان اﺻﻞ ﺧﻮدﺧﻮاﻫﯽ[۸](#_bookmark105) ﻧﺎم

ﺑﺮده ﺷﺪه اﺳﺖ[Henrich et al.](#_bookmark236) )[۵۰۰۲](#_bookmark236).( در ﻏﺎﻟﺐ ﭼﺎرﭼﻮب ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﻓﺮض ﻣﯽﺷﻮد ﮐﻪ اﻓﺮاد از ﻧﻈﺮ ﻫﺪف ﯾﺎ اﻧﮕﯿﺰه ﺑﺎ ﯾﮑﺪﯾﮕﺮ ﺗﻘﺎوت دارﻧﺪ. اﯾﻦ ﺗﻔﺎوت در ارزﯾﺎﺑﯽ آﻧﻬﺎ در ﺗﻘﺴﯿﻢ ﯾﮏ داراﯾﯽ ﻣﯿﺎن ﺧﻮد و ﻓﺮد دﯾﮕﺮ ﻇﺎﻫﺮ ﻣﯽﺷﻮد. ﺑﻪ ﻋﻨﻮان ﻣﺜﺎل

ﻣﻤﮑﻦ اﺳﺖ ﻓﺮد ﺗﺼﻤﯿﻢ ﮔﯿﺮﻧﺪه ﺗﻼش ﮐﻨﺪ ﺗﺎ درﯾﺎﻓﺘﯽ ﺧﻮدش را ﺣﺪاﮐﺜﺮ ﮐﻨﺪ )ﻓﺮدﮔﺮا[۹](#_bookmark106)( ، ﯾﺎ ﺗﻼش ﮐﻨﺪ ﮐﻪ درﯾﺎﻓﺘﯽ

ﻣﺸﺘﺮکاش را ﺑﺎ ﻓﺮد دﯾﮕﺮ ﺣﺪاﮐﺜﺮ ﮐﻨﺪ)ﺟﺎﻣﻌﻪﭘﺴﻨﺪ.( ﺑﻪ ﻫﻤﯿﻦ ﺗﺮﺗﯿﺐ ﻣﻤﮑﻦ اﺳﺖ ﺗﻼش ﮐﻨﺪ ﺗﻔﺎوت درﯾﺎﻓﺘﯽ ﺧﻮد و ﻓﺮد دﯾﮕﺮ را ﺣﺪاﮐﺜﺮ ﮐﻨﺪ )رﻗﺎﺑﺖﺟﻮ[۰۱](#_bookmark108)( و ﯾﺎ آنرا ﺣﺪاﻗﻞ ﮐﻨﺪ )ﻧﺎﺑﺮاﺑﺮیﮔﺮﯾﺰ[۱۱](#_bookmark107)( . ﺑﻪ اﯾﻦ ﺗﺮﺗﯿﺐ اﺻﻞ ﺧﻮدﺧﻮاﻫﯽ ﺑﻪ ﺻﻮرت ﯾﮏ ﻧﻮع ﺧﺎص از ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ در ﻣﯽآﯾﺪ ﮐﻪ ﮐﺎﻣﻼ ﻓﺮدﮔﺮا اﺳﺖ. ﮔﻔﺘﻨﯽ اﺳﺖ ﮐﻪ ﻓﺮض ﮐﺮدن ﻃﯿﻒﻫﺎی ﻣﺘﻔﺎوﺗﯽ از ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﻓﺮض ﺗﺌﻮری اﻧﺘﺨﺎب ﻋﻘﻼﯾﯽ را ﺑﻪ ﭼﺎﻟﺶ ﻧﻤﯽﮐﺸﺪ

ﺑﻠﮑﻪ ﺑﻪ ﻋﻨﻮان اﻓﺰوﻧﻪای ﺑﺮای اﻓﺰاﯾﺶ واﻗﻊﮔﺮاﯾﯽ رواﻧﺸﻨﺎﺧﺘﯽ[۲۱](#_bookmark110) و دﻗﺖ ﺗﻮﺻﯿﻔﯽ[۳۱](#_bookmark109) اﯾﻦ ﻧﻈﺮﯾﻪ ﺑﻪ ﮐﺎر ﻣﯽرود. ﻧﺸﺎن داده ﺷﺪه اﺳﺖ ﮐﻪ ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﺑﺮ روی ﺷﻨﺎﺧﺖ[۴۱](#_bookmark111) ﺗﺎﺛﯿﺮ ﻣﯽﮔﺬارد و ﺳﺒﺐﺳﺎز اﯾﺠﺎد رﻓﺘﺎر در زﻣﯿﻨﻪﻫﺎی ﻣﺘﻔﺎوت ﺗﺼﻤﯿﻢ ﮔﯿﺮی ﻣﯿﺎنﻓﺮدی[۵۱](#_bookmark112) ، ﺑﻪ وﯾﮋه در ﺷﺮاﯾﻂ ﻣﺬاﮐﺮه[۶۱ De) Dreu and](#_bookmark218)

2Social Value Orientations 3Interdependent decision behavior 4Welfare tradeoff ratios

5Other­regarding preferences

6Social motives 7Social preferences 8Selfishness axiom 9Individualistic 10Competitive 11Inequality averse 12Psychological realism 13Descriptive accuracy 14Cognition

15Interpersonal decision making

16Negotiation settings

ﻓﺼﻞ ۳. روش ﺗﺤﻘﯿﻖ

Boles، [۸۹۹۱](#_bookmark218)( و دوراﻫﯽﻫﺎی ﺗﺨﺼﯿﺺ ﻣﻨﺎﺑﻊ[۷۱](#_bookmark115) [Roch](#_bookmark263)) [et al.](#_bookmark263)، [۰۰۰۲](#_bookmark263)؛ [Roch and Samuelson](#_bookmark262)، [۷۹۹۱](#_bookmark262)؛ [Samuelson](#_bookmark268)، [۳۹۹۱](#_bookmark268)( ﻣﯽﮔﺮدد. ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﻫﻤﭽﻨﯿﻦ ﺑﻪ ﻋﻨﻮان ﻣﺘﻐﯿﺮ ﻫﻤﮕﺎم[۸۱](#_bookmark116) در ﺗﻌﺎﻣﻞ ﺑﺎ ﺣﺎﻻت ﻫﯿﺠﺎﻧﯽ ﻣﺨﺘﻠﻒ، ﺗﻤﺎﯾﻞ ﺑﻪ ﻫﻤﮑﺎری را ﺗﺤﺖ ﺗﺎﺛﯿﺮ ﻗﺮار ﻣﯽدﻫﺪ [Zeelenberg](#_bookmark284)) [et al.](#_bookmark284)، [۸۰۰۲](#_bookmark284).( ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ در ﻧﺨﺴﺘﯽﺳﺎنﻫﺎی ﻏﯿﺮ اﻧﺴﺎن[۹۱](#_bookmark117) ﻧﯿﺰ ﻣﺸﺎﻫﺪه ﺷﺪه اﺳﺖ ﮐﻪ ﻧﺸﺎن ﻣﯽدﻫﺪ، ﺑﻌﻀﯽ از دﯾﮕﺮ ﮔﻮﻧﻪﻫﺎ

ﻧﯿﺰ رﻓﺘﺎر ﺟﺎﻣﻌﻪﭘﺴﻨﺪ از ﺧﻮد ﻧﺸﺎن ﻣﯽدﻫﻨﺪ.

#### ۳-۲-۴ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻋﻤﻠﯿﺎﺗﯽ ﻣﺘﻐﯿﺮ ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ

ﺑﺎ ﺗﻮﺟﻪ ﺑﻪ ﻣﺤﺪودﯾﺖﻫﺎی اﺑﺰارﻫﺎﯾﯽ ﮐﻪ ﺑﺎ اﺳﺘﻔﺎده از ﻣﺘﻮدﻫﺎی ﻃﺒﻘﻪای[۰۲](#_bookmark118) ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ را ﻣﯽﺳﻨﺠﻨﺪ )ﻣﺎﻧﻨﺪ ﻋﺪم دﻗﺖ ﻧﺴﺒﺖ ﺑﻪ ﺗﻘﺎوت ﻫﺎی ﻓﺮدی آزﻣﻮدﻧﯽﻫﺎ ﺑﻪ ﻋﻠﺖ وﺿﻮح ﭘﺎﯾﯿﻦ، ﻣﺤﺪود ﺑﻮدن ﺑﻪ اﯾﺠﺎد ﺗﻤﺎﯾﺰ ﺗﻨﻬﺎ ﺑﺎ

اﺳﺘﻔﺎده از ﺗﻮﻟﯿﺪ ﻃﺒﻘﻪﺑﻨﺪیﻫﺎیاﺳﻤﯽ[۱۲](#_bookmark119) و ﻋﺪم ﺗﻮﻟﯿﺪ ﻧﺘﺎﯾﺞ ﻧﺎﻣﺘﻨﺎﻗﺾ، ﻧﯿﺎز ﺑﻪ زﻣﺎن و زﺣﻤﺖ زﯾﺎد از ﻃﺮف آزﻣﻮدﻧﯽ، ﻋﺪم ﺣﺴﺎﺳﯿﺖ ﮐﺎﻓﯽ ﺑﺮای ﺗﺸﺨﯿﺺ اﻧﮕﯿﺰشﻫﺎی ﻇﺮﯾﻒﺗﺮ ﻣﺎﻧﻨﺪ ﻧﺎﺑﺮاﺑﺮی ﮔﺮﯾﺰی[۲۲](#_bookmark120) ( [Murphy](#_bookmark254)) [et al.](#_bookmark254)، [۱۱۰۲](#_bookmark254)( از ﺳﻨﺠﻪ دﮐﻤﻪ ﮐﺸﻮﯾﯽ ﺑﺮای ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ[۳۲](#_bookmark121) اﺳﺘﻔﺎده ﮐﺮدﯾﻢ. اﯾﻦ اﺑﺰار ﺑﻪ ﺗﻔﺎوتﻫﺎی درون ﻓﺮدی و ﻣﯿﺎن ﻓﺮدی ﺣﺴﺎس اﺳﺖ و ﻣﻘﺎﯾﺴﻪ را ﺗﺴﻬﯿﻞ ﻣﯽﮐﻨﺪ. ﺳﻨﺠﻪ دﮐﻤﻪ ﮐﺸﻮﯾﯽ ﺑﺮای ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﻗﺎﺑﻠﯿﺖ اﺳﺘﻔﺎده آﺳﺎﻧﯽ دارد، ﮐﺎراﻣﺪ اﺳﺖ، ﻣﯽ ﺗﻮاﻧﺪ ﺗﻔﺎوتﻫﺎی ﺑﯿﺸﺘﺮ ﻣﺘﺪاول ﻓﺮدی را ﺗﺸﺨﯿﺺ دﻫﺪ، اﺟﺎزه ارزﯾﺎﺑﯽ ردهﺑﻨﺪی ﺗﺮﺟﯿﻬﺎت اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ را ﻣﯽدﻫﺪ و ﻧﺘﺎﯾﺞ ﺑﺎ ﻣﻌﻨﯽ ﺑﺎر ﺗﻘﺮﯾﺒﺎ ﻫﻤﻪ آزﻣﻮدﻧﯽﻫﺎ اﯾﺠﺎد ﻣﯽﮐﻨﺪ. اﯾﻦ اﺑﺰار ﺑﻪ ﻧﯿﺎز

ﺑﻪ ﺳﻨﺠﻪﻫﺎی ﺑﺎ وﺿﻮح ﺑﺎﻻ اﺳﺖ، ﮐﻪ دادهﻫﺎی ﭘﯿﻮﺳﺘﻪ[۴۲](#_bookmark122) ﺗﻮﻟﯿﺪ ﻣﯽﮐﻨﺪ.

17Resource dilemma

18Covariate

19Non­human primate 20Categorical approach 21Nominal categorization 22Inequality aversion 23SVO Slider Measure 24Continuous

ﻓﺼﻞ ۳. روش ﺗﺤﻘﯿﻖ

#### ۳-۲-۵ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻋﻤﻠﯿﺎﺗﯽ

اﯾﻦ اﺑﺰار ﺑﻪ ﺻﻮرت ﯾﮏ واﺳﻂ ﮐﺎرﺑﺮی ﻣﺒﺘﻨﯽ ﺑﺮ وب[۵۲](#_bookmark127) ﻃﺮاﺣﯽ ﺷﺪه اﺳﺖ. ﮐﺪ ﻣﻨﺒﻊ[۶۲](#_bookmark126) اﯾﻦ اﺑﺰار ﮐﻪ ﺑﻪ وﺳﯿﻠﻪ ﺑﺴﺘﻪ ﻧﺮماﻓﺰاری ﻧﮑﺴﺖ ﺟﯽ. اس.[۷۲](#_bookmark128) ﻧﻮﺷﺘﻪ ﺷﺪه اﺳﺖ ﺑﻪ ﮐﺎر ﮔﺮﻓﺘﻪ ﺷﺪ و ﺗﻐﯿﯿﺮاﺗﯽ ﺑﻪ ﻣﻨﻈﻮر ﻓﺎرﺳﯽ ﮐﺮدن زﺑﺎن راﺑﻂ ﮐﺎرﺑﺮی و ﺑﻬﯿﻨﻪ ﮐﺮدن ﺑﺨﺶﻫﺎی ﻣﺨﺘﻠﻒ آن ﺑﺮای اﺳﺘﻔﺎده در اﯾﻦ ﭘﮋوﻫﺶ، در ﮐﺪ ﻣﻨﺒﻊ اﻧﺠﺎم ﺷﺪ. در ﻧﻬﺎﯾﺖ ﺑﺮای اﯾﺠﺎد ﯾﮏ ﺗﺠﺮﺑﻪ ﭘﯿﻮﺳﺘﻪ و ﺑﺪون وﻗﻔﻪ ﺑﺮای آزﻣﻮدﻧﯽﻫﺎ، اﯾﻦ اﺑﺰار در ﺑﻘﯿﻪ ﻗﺴﻤﺘﻬﺎی ﻃﺮاﺣﯽ ﺷﺪه آزﻣﺎﯾﺶ، ادﻏﺎم ﺷﺪ . اﯾﻦ اﺑﺰار دارای ﺷﺶ ﺑﺨﺶ اﺻﻠﯽ و ﻧﻪ ﺑﺨﺶ ﺛﺎﻧﻮﯾﻪ اﺧﺘﯿﺎری اﺳﺖ. ﻫﻤﻪ ﺑﺨﺶﻫﺎ ﺷﮑﻞ ﮐﻠﯽ ﯾﮑﺴﺎﻧﯽ دارﻧﺪ. ﻫﺮ ﺑﺨﺶ ﺷﺎﻣﻞ ﯾﮏ وﻇﯿﻔﻪ ﺗﺼﻤﯿﻢ ﮔﯿﺮی ﺑﺮای ﺗﻘﺴﯿﻢ ﻣﻨﺎﺑﻊ اﺷﺘﺮاﮐﯽ اﺳﺖ. ﻣﻨﺎﺑﻊ اﺷﺘﺮاﮐﯽ دارای ﻣﻘﺎدﯾﺮ ﭘﯿﻮﺳﺘﻪ ﻫﺴﺘﻨﺪ ﮐﻪ ﺑﻪ وﺳﯿﻠﻪ ﺣﺮﮐﺖ دادن دﮐﻤﻪ ﮐﺸﻮﯾﯽ[۸۲](#_bookmark129) ﺗﻮﺳﻂ آزﻣﻮدﻧﯽ ﮐﻪ ﻓﺮد ﺗﺼﻤﯿﻢ ﮔﯿﺮﻧﺪه اﺳﺖ، ﺗﻐﯿﯿﺮ ﻣﯽﮐﻨﻨﺪ. ﺑﺮای ﻣﺜﺎل ﻓﺮد ﺗﺼﻤﯿﻢ ﮔﯿﺮﻧﺪه ﻣﯽﺗﻮاﻧﺪ ﻣﻘﺪار *x* را ﺑﯿﻦ ۰۵ و ۰۰۱ ﮐﻪ ﺷﺎﻣﻞ ﻫﺮ دو ﻋﺪد ﻧﯿﺰ ﻣﯽﺷﻮد، را اﻧﺘﺨﺎب ﮐﻨﺪ. درﯾﺎﻓﺘﯽ او ﻣﻘﺪار *x* ﺧﻮاﻫﺪ ﺑﻮد در ﺣﺎﻟﯽﮐﻪ ﺑﻪ ﻓﺮد دﯾﮕﺮ *−x* ۰۵۱ ﻣﯽرﺳﺪ. ﺷﻤﺎرﻧﺪهﻫﺎی ﻣﻮﺟﻮد در ﺻﻔﺤﻪ ﻣﻘﺎدﯾﺮی ﮐﻪ در ﻫﺮ ﻟﺤﻈﻪ ﺑﻪ دو ﻃﺮف ﻣﯿﺮﺳﺪ را، ﻫﻤﺮاه ﺑﺎ ﺟﺎﺑﺠﺎ ﺷﺪن دﮐﻤﻪ ﮐﺸﻮﯾﯽ ﺑﺮ روی ﻧﻮار ﻟﻐﺰﻧﺪه[۹۲](#_bookmark130) ﻧﺸﺎن ﻣﯽدﻫﻨﺪ. ﻫﻤﺰﻣﺎن دو ﻧﻤﻮدار ﻣﯿﻠﻪای اﻓﻘﯽ ﺑﻪ ﺻﻮرت ﺑﺼﺮی ﮐﻢ و زﯾﺎد ﺷﺪن ﺳﻬﻢ ﻃﺮﻓﯿﻦ را ﺑﻪ ﺻﻮرت ﮐﯿﻔﯽ، ﺑﺎ ﺗﻐﯿﯿﺮ اﻧﺪازه ﻧﻤﺎﯾﺶ ﻣﯽدﻫﻨﺪ. وﻗﺘﯽ ﮐﻪ آزﻣﻮدﻧﯽ دﮐﻤﻪ ﮐﺸﻮﯾﯽ را ﺑﺮ روی ﻣﻘﺪار ﻣﻮرد ﭘﺴﻨﺪ ﺧﻮد ﻗﺮار داد، ﻣﯽﺗﻮاﻧﺪ دﮐﻤﻪ ﺗﺎﯾﯿﺪ را ﻓﺸﺎر

دﻫﺪ ﺗﺎ اﻃﻼﻋﺎت اﯾﻦ ﺑﺨﺶ ذﺧﯿﺮه ﺷﻮﻧﺪ)**؟**.(

#### ۳-۲-۶ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻧﻈﺮی ﻣﺘﻐﯿﺮ ﺗﺼﻤﯿﻢ ﮔﯿﺮی ﺑﻪ اﺷﺘﺮاک ﮔﺬاری اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ

**دﯾﮕﺮان**

اﻓﺮاد در ﻣﻮﻗﻌﯿﺖﻫﺎی زﯾﺎدی ﺑﺎ ﺷﺮاﯾﻂ ﺗﺼﻤﯿﻢ ﮔﯿﺮی ﺑﺮای اﻧﺘﺨﺎب ﻣﯿﺎن ﺑﻪ اﺷﺘﺮاک ﮔﺬاری اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ ﺧﻮد و ﻧﮕﻪ داﺷﺘﻦ آن ﻧﺰد ﺧﻮد، روﺑﺮو ﻣﯽﺷﻮﻧﺪ. آﻧﻬﺎ در اﯾﻦ ﺷﺮاﯾﻂ ﺳﻮد و ﯾﺎ زﯾﺎن ﺧﻮد را در ﻧﻈﺮ ﻣﯽﮔﯿﺮﻧﺪ[HartandDinev](#_bookmark224)

)[۶۰۰۲](#_bookmark224)(؛ [Dienlin and Metzger](#_bookmark222) )[۶۱۰۲](#_bookmark222).( ﺗﺼﻤﯿﻢ ﮔﯿﺮی ﺑﺮای ﺑﻪ اﺷﺘﺮاک ﮔﺬاﺷﺘﻦ اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ دﯾﮕﺮان، ﻣﻼﺣﻈﺎت اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ را ﺑﻪ ﻫﻤﺮاه دارد. در اﯾﻦ ﺷﺮاﯾﻂ ﻓﺮد ﺗﺼﻤﯿﻢ ﮔﯿﺮﻧﺪه، ﻣﻨﻔﻌﺘﯽ ﮐﻪ ﺑﺎ ﺑﻪ اﺷﺘﺮاک ﮔﺬاری اﻃﻼﻋﺎت

25Web interface 26Source code 27Next.js 28Slider 29Slider bar

ﻓﺼﻞ ۳. روش ﺗﺤﻘﯿﻖ

ﺷﺨﺼﯽ دﯾﮕﺮان ﺑﻪ دﺳﺖ ﻣﯽ آورد را ﺑﺎ ﮐﻨﺘﺮﻟﯽ ﮐﻪ ﻓﺮد دﯾﮕﺮ ﺑﺮ روی اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ ﺧﻮد دارد و ﯾﺎ ﺑﺎ ﺣﺮﯾﻢ ﺧﺼﻮﺻﯽ اﻃﻼﻋﺎت ﺳﺒﮏ و ﺳﻨﮕﯿﻦ ﻣﯽﮐﻨﺪ[Kamleitner and Mitchell](#_bookmark240) )[۹۱۰۲](#_bookmark240)(؛ [Pu and Grossklags](#_bookmark258)

)[۶۱۰۲](#_bookmark258).(

#### ۳-۲-۷ ﺗﻌﺮﯾﻒﻧﻈﺮی ﻣﺘﻐﯿﺮ ﻫﻨﺠﺎر ذﻫﻨﯽ و ﺑﺎور ﻫﻨﺠﺎری از ارزش اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ

**دﯾﮕﺮان**

ﻫﻨﺠﺎر دروﻧﯽ و ﺑﺎور ﻫﻨﺠﺎری[۰۳](#_bookmark134) دو ﻣﻔﻬﻮم اﺳﺎﺳﯽ ﻫﺴﺘﻨﺪ ﮐﻪ ﻧﮕﺮش ﻓﺮد ﻧﺴﺒﺖ ﺑﻪ ﻫﻨﺠﺎر اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﻧﺴﺒﺖ ﺑﻪ ﯾﮏ ﻣﻮﺿﻮع را در ﻧﻈﺮﯾﻪ رﻓﺘﺎر ﺑﺮﻧﺎﻣﻪرﯾﺰی ﺷﺪه ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻣﯽﮐﻨﻨﺪ. ﺑﺎور ﻫﻨﺠﺎری ، ادراک ﻓﺮد از ﻓﺸﺎرﻫﺎی ﻫﻨﺠﺎرﻫﺎی اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ، و ﯾﺎ ﺑﺎورﻫﺎی دﯾﮕﺮان ﺑﻪ اﯾﻨﮑﻪ ﭼﻪ رﻓﺘﺎری ﺑﺎﯾﺪ ﯾﺎ ﻧﺒﺎﯾﺪ اﻧﺠﺎم ﺷﻮد. ﻫﻨﺠﺎر ذﻫﻨﯽ ادراک ﻓﺮد درﺑﺎره ﯾﮏ رﻓﺘﺎر ﻣﺸﺨﺺ اﺳﺖ ﮐﻪ ﺗﺤﺖ ﺗﺎﺛﯿﺮ ﻗﻀﺎوت اﻓﺮاد ﻣﻬﻢ زﻧﺪﮔﯽ ﻓﺮد، ﻗﺮار دارد. در اﯾﻨﺠﺎ رﻓﺘﺎری ﮐﻪ ﻣﺪ ﻧﻈﺮ ﻗﺮار دارد ﺗﺼﻤﯿﻢﮔﯿﺮی ﺑﺮای ﻣﺸﺨﺺ ﮐﺮدن ﻣﺒﻠﻎ ﭘﻮﻟﯽ ﮐﻪ ﺑﺮای ﺧﺮﯾﺪ ﯾﮏ ﻣﺠﻤﻮﻋﻪ داده ﻣﺸﺨﺼﯽ از اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ

دﯾﮕﺮان ﻻزم اﺳﺖ، ﻣﯽﺑﺎﺷﺪ[Amjad](#_bookmark207). [and Wood](#_bookmark207) )[۹۰۰۲](#_bookmark207) ([Nov-Dec](#_bookmark207)

#### ۳-۲-۸ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻋﻤﻠﯿﺎﺗﯽ ﻣﺘﻐﯿﺮ ﻫﻨﺠﺎر ذﻫﻨﯽ و ﺑﺎور ﻫﻨﺠﺎری از ارزش اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ

**دﯾﮕﺮان**

ﺑﺮای اﻧﺪازهﮔﯿﺮی ﻫﻨﺠﺎر ذﻫﻨﯽ از ارزش اﻃﻼﻋﺎت[۱۳](#_bookmark135) و ﺑﺎور ﻫﻨﺠﺎری از ارزش اﻃﻼﻋﺎت[۲۳](#_bookmark136) از ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﭘﮋوﻫﺶﮔﺮ ﺳﺎﺧﺘﻪ ﺳﯿﺎﻫﻪ ارزشﮔﺬاری ﻣﺠﻤﻮﻋﻪداده[۳۳](#_bookmark137) اﺳﺘﻔﺎده ﺷﺪ. اﯾﻦ اﺑﺰار دارای ۴۱ ﺳﻮال اﺳﺖ ﮐﻪ دﺳﺘﻪﻫﺎی ﻫﻔﺖﮔﺎﻧﻪ دادهﻫﺎی ﺷﺨﺼﯽ دﯾﮕﺮان را ﻣﻮرد ارزشﯾﺎﺑﯽ ﻗﺮار ﻣﯽدﻫﺪ. ﭘﮋوﻫﺸﯽ ﮐﻪ ﺑﺮای ﯾﺎﻓﺘﻦ اﺑﻌﺎد اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ ﺑﺮ اﺳﺎس ﻧﻮع ﺧﻄﺮی ﮐﻪ اﻓﺮاد از ﻓﺎش ﺷﺪن آن اﺣﺴﺎس ﻟﺤﺎظ ﻣﯽﮐﻨﻨﺪ، ۷ دﺳﺘﻪ از اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ را ﻣﺸﺨﺺ ﮐﺮدهاﺳﺖ )**؟**.( ﻫﺮ ﯾﮏ از اﯾﻦ دﺳﺘﻪﻫﺎ دارای۲ ﺳﻮال در ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﻫﺴﺘﻨﺪ. ﺑﺮای ﺳﻨﺠﺶ ﭘﺎﯾﺎﯾﯽ دروﻧﯽ اﯾﻦ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﺳﻮاﻻت ﺑﻪ دو ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ۷ ﺳﻮاﻟﯽ ﺗﻘﺴﯿﻢ ﺷﺪﻧﺪ. ﻫﺮ ﯾﮏ از اﯾﻦ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪﻫﺎ دارای ﯾﮏ ﺳﻮال از ﻫﺮ ﯾﮏ از دﺳﺘﻪﻫﺎی

30Normative belief

31Subjective norm about information value 32Normative belief about information value 33Dataset valuation invetory

ﻓﺼﻞ ۳. روش ﺗﺤﻘﯿﻖ

دﺳﺘﻪﺑﻨﺪی ﻫﻔﺖﮔﺎﻧﻪ اﻃﻼﻋﺎت، ﻣﯽﺑﺎﺷﻨﺪ. ﺑﻪ ﻫﺮ ﻧﯿﻤﯽ از اﻓﺮاد ﺷﺮﮐﺖ ﮐﻨﻨﺪه در آزﻣﺎﯾﺶ، ﺑﻪ ﻃﻮر ﺗﺼﺎدﻓﯽ، ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ۷ ﺳﻮاﻟﯽ ﺷﻤﺎره ﯾﮏ ﺑﻪ ﻫﻤﺮاه ﺳﻮاﻟﯽ ﺑﺮای ﺳﻨﺠﯿﺪن ﻧﮕﺮش ﺑﻪ ارزش ﻣﺠﻤﻮﻋﻪداد ﻣﺸﺨﺼﯽ از اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ دﯾﮕﺮان، اراﺋﻪ ﺷﺪ. ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ۷ ﺳﻮاﻟﯽ ﺷﻤﺎره ۲ ﻧﯿﺰ ﺑﻪ ﻫﻤﺮاه ﺳﻮاﻟﯽ ﺑﺮای ﺳﻨﺠﺶ ﺑﺎور ﻓﺮد ﻧﺴﺒﺖ ﺑﻪ ارزﺷﯽ ﮐﻪ

دﯾﮕﺮان ﺑﺮای ﯾﮏ ﻣﺠﻤﻮﻋﻪداده ﻣﺸﺨﺼﯽ ﻗﺎﺋﻞ ﻫﺴﺘﻨﺪ، ﭘﺲ از ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ اول داده ﺷﺪ. ﺑﻪ ﻧﯿﻤﯽ دﯾﮕﺮ از اﻓﺮاد ﮐﻪ آﻧﻬﺎ ﻧﯿﺰ ﺑﻪ ﻃﻮر ﺗﺼﺎدﻓﯽ اﻧﺘﺨﺎب ﺷﺪﻧﺪ، ﻫﻤﯿﻦ دو ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ، اﻣﺎ ﺑﺎ ﺗﺮﺗﯿﺐ ﺑﺮ ﻋﮑﺲ از دو ﺳﻮال ﻧﺎﻣﺒﺮده ﺷﺪه اراﺋﻪ ﺷﺪﻧﺪ. ﺑﺮای اﻃﻤﯿﻨﺎن از ﭘﺎﯾﺎﯾﯽ دروﻧﯽ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ و ﺑﺮرﺳﯽ اﻣﮑﺎن وﺟﻮد اﺛﺮ ﺗﺮﺗﯿﺐ ﺳﻮاﻻت ﺑﺎ دو ﺗﺮﺗﯿﺐ ﮐﻪ ﮐﺎﻣﻼ ﺑﺮﻋﮑﺲ ﻫﻢ ﻫﺴﺘﻨﺪ اراﺋﻪ ﺷﺪﻧﺪ. آزﻣﻮدﻧﯽ ﺑﺎ اﺳﺘﻔﺎده از ﯾﮏ دﮐﻤﻪ ﮐﺸﻮﯾﯽ ﻣﻘﺪار ارزﺷﯽ ﮐﻪ ﺗﻌﯿﯿﻦ ﮐﺮده اﺳﺖ را از ﺑﯿﻦ ۰ ﺗﺎ ۰۰۱ اﻧﺘﺨﺎب ﻣﯽﮐﻨﺪ. اﻣﺘﯿﺎزاﺗﯽ ﮐﻪ آزﻣﻮدﻧﯽ ﻫﺎ ﺑﻪ ﺳﻮال ﺷﻤﺎره ﯾﮏ دادهاﻧﺪ، ﺑﻪ ﻋﻨﻮای ﻣﻌﯿﺎری ﺑﺮای ﺳﻨﺠﺶ ﻧﮕﺮش ﺑﻪ ارزش اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ دﯾﮕﺮان ﺑﻪ ﮐﺎر ﮔﺮﻓﺘﻪ ﺷﺪه اﺳﺖ. اﻣﺘﯿﺎزات ﺑﻪ ﺳﻮال ﺷﻤﺎره دو ﻧﯿﺰ ﺑﻪ ﻫﻤﯿﻦ ﺻﻮرت ﺑﺮای ﺳﻨﺠﺶ ﺑﺎور ﻫﻨﺠﺎری ﻧﺴﺒﺖ ﺑﻪ ارزش اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ دﯾﮕﺮان ﺑﻪ ﮐﺎر رﻓﺖ. ۷۷

#### ۳-۲-۹ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻧﻈﺮی ﻣﺘﻐﯿﺮ ﺳﻪﮔﺎﻧﻪ ﺗﺎر ﯾﮏ

**ﺳﻪﮔﺎﻧﻪ ﺗﺎر ﯾﮏ** [۴۳](#_bookmark141) ﺳﻪ وﯾﮋﮔﯽ ﺷﺨﺼﯿﺘﯽ ﻣﺎﮐﯿﺎوﻟﯿﺴﻢ ، [۵۳](#_bookmark140) ﺧﻮدﺷﯿﻔﺘﮕﯽ [۶۳](#_bookmark142) و ﺿﺪاﺟﺘﻤﺎﻋﯽ [۷۳](#_bookmark143) را در ﺑﺮ ﻣﯽﮔﯿﺮد.[اﯾﻦ ﺳﻪ ﺟﻨﺒﻪ ﻣﯽﺗﻮاﻧﻨﺪ ﺷﺎﻣﻞ اﻓﺮادی ﺑﺎﺷﻨﺪ ﮐﻪ دارای ﻋﻤﻠﮑﺮد ﻃﺒﯿﻌﯽ ﻫﺴﺘﻨﺪ و در ﺟﺎﻣﻌﻪ ﺣﻀﻮر دارﻧﺪPaulhus](#_bookmark259) and Williams )[۲۰۰۲.( رﻓﺘﺎرﻫﺎی اﻓﺮاد ﻣﺎﮐﯿﺎوﻟﯿﺴﯿﺖ ﺑﻪ وﺳﯿﻠﻪ ﺗﻮاﻧﺎﯾﯽ او ﺑﺮای ﺗﻮﺟﯿﻪ ﮐﺮدن ﮐﺎرﻫﺎﯾﺸﺎن ﻗﺎﺑﻞ](#_bookmark259)

ﺗﺸﺨﯿﺺ اﺳﺖ. از دﯾﺪ آﻧﻬﺎ ﻫﺪف وﺳﯿﻠﻪ را ﺗﻮﺟﯿﻪ ﻣﯽﮐﻨﺪ. رﻓﺘﺎر ﺿﺪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ و ﻣﺎﮐﯿﺎوﻟﯿﺴﺘﯽ دو ﺳﺎزه ﺟﺪا ﻫﺴﺘﻨﺪ، ﻫﺮﭼﻨﺪ ﻫﻤﭙﻮﺷﺎﻧﯽ ﻣﻔﻬﻮﻣﯽ دارﻧﺪ. ﻫﺮ دو ﺳﺎزه، ﻓﻘﺮ رواﺑﻂ ﻫﯿﺠﺎﻧﯽ-ﻋﺎﻃﻔﯽ و ﻋﺪم وﺟﻮد ﻣﻼﺣﻈﺎت اﺧﻼﻗﯽ را در

ﺑﺮ ﻣﯽﮔﯿﺮﻧﺪ. در رﻓﺘﺎر ﺿﺪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﻓﻘﺪان ﻋﺎﻃﻔﻪ ﺑﯿﺸﺘﺮ ﻣﺸﺎﻫﺪه ﻣﯽ ﺷﻮد[Paulhus and Williams](#_bookmark259) )[۲۰۰۲](#_bookmark259)(؛ [Vernon et al.](#_bookmark279) )[۸۰۰۲](#_bookmark279)( اﻣﺎ در رﻓﺘﺎر ﻣﺎﮐﯿﺎوﻟﯿﺴﺘﯽ ﺑﻬﺮه ﮐﺸﯽ و ﺳﻮء اﺳﺘﻔﺎده وﺟﻮد دارد. رﻓﺘﺎر ﺿﺪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﺗﺤﺖ ﺗﺎﺛﯿﺮ ﻓﻘﺪان ﮔﻨﺎه، ﻋﺪم ﺻﺪاﻗﺖ، ﺑﺪﺑﯿﻨﯽ و ﺳﻨﮕﺪل ﺑﻮدن ﻗﺮار دارد. رﻓﺘﺎر ﯾﮏ ﻓﺮد ﺧﻮدﺷﯿﻔﺘﻪ در ﺟﻬﺖ ﺟﻠﺐ ﺗﻮﺟﻪ و ﺑﻪ دﺳﺖ آوردن ﻣﻮﻗﻌﯿﺖ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ اﺳﺖ. آﻧﻬﺎ ﺑﺮ اﯾﻦ ﺑﺎور ﻫﺴﺘﻨﺪ ﮐﻪ از دﯾﮕﺮان ﺑﺮﺗﺮی و اﺳﺘﺤﻘﺎق ﺑﯿﺸﺘﺮی دارﻧﺪ. اﺧﺘﻼل ﺷﺨﺼﯿﺖ ﺧﻮدﺷﯿﻔﺘﻪ و اﺧﺘﻼل ﺷﺨﺼﯿﺖ ﺿﺪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ در دی. اس. ام. [۸۳](#_bookmark144) ﺗﻌﺮﯾﻒ ﺷﺪه اﻧﺪ

34 Dark Triad

35 Machiavellianism

36 Narcissism

37 Psychopathy

38 Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders(DSM)

ﻓﺼﻞ ۳. روش ﺗﺤﻘﯿﻖ

اﻣﺎ رﻓﺘﺎر ﻣﺎﮐﯿﺎوﻟﯿﺴﺘﯽ ﺑﻪ ﻋﻨﻮان ﯾﮏ اﺧﺘﻼل ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻧﺸﺪه اﺳﺖ. ﭘﮋوﻫﺶﻫﺎی ﭘﯿﺸﯿﻦ ﻧﺸﺎن داده اﺳﺖ ﮐﻪ ﺳﻪ ﻣﺆﻟﻔﻪ ﺳﻪ ﮔﺎﻧﻪ ﺗﺎرﯾﮏ دارای اﺑﻌﺎد ژﻧﺘﯿﮑﯽ و دروﻧﺰاد ﻫﺴﺘﻨﺪ[Kv et al.](#_bookmark244) )[۱۱۰۲](#_bookmark244).( ﺗﻨﻬﺎ ﺑﻌﺪ ﻣﺎﮐﯿﺎوﻟﯿﺴﺘﯽ دارای ﺑﻌﺪ ﻣﺤﯿﻄﯽ ﺑﯿﺸﺘﺮی اﺳﺖ و ﺗﺤﺖ ﺗﺎﺛﯿﺮ ﺗﺠﺮﺑﻪ ﺗﻘﻮﯾﺖ ﯾﺎ ﺗﻌﺪﯾﻞ ﻣﯽﺷﻮد. **ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻋﻤﻠﯿﺎﺗﯽ ﺳﻪ ﮔﺎﻧﻪ ﺗﺎر ﯾﮏ** : ﺑﺮای ﺳﻨﺠﺶ وﯾﮋﮔﯽﻫﺎی ﺿﺪاﺟﺘﻤﺎﻋﯽ، ﻣﺎﮐﯿﺎوﻟﯿﺴﻢ و ﺧﻮدﺷﯿﻔﺘﮕﯽ از ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ۲۱ ﺳﻮاﻟﯽ وﯾﮋﮔﯽﻫﺎی ﺗﺎرﯾﮏ، ﺳﺎﺧﺘﻪ ﺷﺪه ﺗﻮﺳﻂ ﭘﯿﺘﺮ ﺟﺎﻧﺴﻮن [۹۳](#_bookmark147) و ﮔﺮﮔﻮری وﺑﺴﺘﺮ [۰۴](#_bookmark146) اﺳﺘﻔﺎده ﮐﺮدﯾﻢ[Jonason](#_bookmark239). [and Webster](#_bookmark239) )[۰۱۰۲](#_bookmark239)( رواﯾﯽ ﺳﺎزه [۱۴](#_bookmark148) ﺑﺮ اﺳﺎس دو رواﯾﯽ رواﯾﯽ ﻫﻤﮕﺮا [۲۴](#_bookmark149) و رواﯾﯽ اﻓﺘﺮاﻗﯽ [۳۴](#_bookmark150) اﯾﻦ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﻣﺨﺘﺼﺮ ﺑﺮ اﺳﺎس ﻣﻘﺎﯾﺴﻪ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ۱۹ ﺳﻮاﻟﯽ ﭘﯿﺸﯿﻦ ﻣﻮرد ﺗﺎﯾﯿﺪ ﻗﺮار ﮔﺮﻓﺘﻪ اﺳﺖ[Jonason and Webster](#_bookmark239) )[۰۱۰۲](#_bookmark239).( رواﯾﯽ اﯾﻦ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﺑﺮای ﺟﺎﻣﻌﻪ اﯾﺮان ﺗﻮﺳﻂ ﯾﻮﺳﻔﯽ و ﭘﯿﺮی [ﯾﻮﺳﻔﯽ و ﭘﯿﺮی](#_bookmark204) )[۶۱۰۲](#_bookmark204)( ﻣﻮرد ﺗﺎﯾﯿﺪ ﻗﺮار ﮔﺮﻓﺘﻪ اﺳﺖ. ﺑﺮای ﻃﺮاﺣﯽ ﻧﺴﺨﻪ ﺗﺤﺖ وب اﯾﻦ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ از ﭘﮑﯿﺞ ﻧﺮماﻓﺰاری ریاﮐﺖ [۴۴](#_bookmark151) و ﮐﺘﺎﺑﺨﺎﻧﻪ ﺗﻮﻟﯿﺪ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﺟﺎوااﺳﮑﺮﯾﭙﺖ ﺳﺮوی ﺟﯽ. اس. [۵۴](#_bookmark152) اﺳﺘﻔﺎده ﺷﺪ و ﺑﺮای اﻧﺪازه ﮔﯿﺮی رﻓﺘﺎر آزﻣﻮدﻧﯽﻫﺎ در زﻣﺎن اﻧﺠﺎم آزﻣﺎﯾﺶ از ﮐﺪﻧﻮﯾﺴﯽ ﺟﺎوااﺳﮑﺮﯾﭙﺖ اﺳﺘﻔﺎده ﺷﺪ . ﺑﺮای ﺑﺮرﺳﯽ و رﻓﻊ اﺛﺮ ﻋﺎﻣﻞ اﺛﺮ ﺗﻘﺪم [۶۴](#_bookmark153) و اﺛﺮ ﺗﺮﺗﯿﺐ [۷۴](#_bookmark154)[Dillman et al.](#_bookmark223) )[۳۰۰۲(؛ KROSNICK and](#_bookmark243) ALWIN )[۷۸۹۱](#_bookmark243)(؛ [Lee and Grant](#_bookmark245) )[۹۰۰۲](#_bookmark245)( و ﻫﻤﭽﻨﯿﻦ ﭘﺮﻫﯿﺰ از اﻓﺰاﯾﺶ وارﯾﺎﻧﺲ ﺧﻄﺎ ﮐﻪ ﺑﺎ ﺗﺼﺎدﻓﯽ ﺳﺎزی ﮐﺎﻣﻞ ﻫﻤﻪ ﮔﺰﯾﻨﻪﻫﺎ ﺑﯿﻦ آزﻣﻮدﻧﯽﻫﺎ ﭘﯿﺶ ﻣﯽآﯾﺪ،[Dillman et al.](#_bookmark223) )[۳۰۰۲](#_bookmark223)( آزﻣﻮدﻧﯽﻫﺎ ﺑﻪ ﻃﻮر ﺗﺼﺎدﻓﯽ و در زﻣﺎن آﻏﺎز ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﺗﻮﺳﻂ اﻟﮕﻮرﯾﺘﻢ ﺑﻪ ﮐﺎر رﻓﺘﻪ در راﺑﻂ ﺗﺤﺖ وب، ﺑﻪ دو دﺳﺘﻪ ﺗﻘﺴﯿﻢ ﺷﺪﻧﺪ. ﺑﻪ دﺳﺘﻪ اول ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ

ﺑﺎ ﺗﺮﺗﯿﺒﯽ ﮐﻪ از ﻗﺒﻞ ﺑﻪ ﺻﻮرت ﺗﺼﺎدﻓﯽ اﻧﺘﺨﺎب ﺷﺪه ﺑﻮد و ﺑﻪ دﺳﺘﻪ دوم ﺗﺮﺗﯿﺐ ﺑﺮﻋﮑﺲ اﻧﺘﺨﺎب ﺷﺪه، اراﺋﻪ ﺷﺪ. ﻫﻤﭽﻨﯿﻦ ﺗﺮﺗﯿﺐ اراﺋﻪ ﮔﺰﯾﻨﻪﻫﺎی ﻣﺮﺑﻮط ﺑﻪ ﻫﺮ ﺳﻮا ﺑﻪ روش ﺑﺎﻻ در دو ﮔﺮوه ﺑﺎ ﺗﺮﺗﯿﺐ ﻣﻌﮑﻮس ﯾﮑﺪﯾﮕﺮ ﺑﻪ آزﻣﻮدﻧﯽﻫﺎ اراﺋﻪ ﺷﺪﻧﺪ [Day et al.](#_bookmark217) )[۲۱۰۲](#_bookmark217)( . ﺑﺮای ﺳﻨﺠﺶ ﺗﺎﺛﯿﺮ ﻣﺪت زﻣﺎن اﻧﺠﺎم ﻫﺮ ﺳﻮال در ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﻫﺎ ﺑﺮ ﻧﺘﺎﯾﺞ زﻣﺎن واﮐﻨﺶ آزﻣﻮدﻧﯽ ﻫﺎ ﺑﺮای اﻧﺘﺨﺎب ﮔﺰﯾﻨﻪ ﻣﻮرد ﻧﻈﺮ، ﺛﺒﺖ ﺷﺪ. [Malhotra](#_bookmark250) )[۸۰۰۲](#_bookmark250)( . در اﺑﺘﺪا آزﻣﻮدﻧﯽ ﺑﺮای اﻧﺠﺎم [اﯾﻦ ﺑﺨﺶ از آزﻣﺎﯾﺶ آﻣﺎدﮔﯽ ﺧﻮد را اﻋﻼم ﻣﯽﮐﻨﺪ. ﺑﺮای ﺟﻠﻮﮔﯿﺮی از ﮐﺎﻫﺶ ﺗﻮﺟﻪ آزﻣﻮدﻧﯽ ﺑﻪ آزﻣﺎﯾﺶMeade](#_bookmark252) and Craig )[۲۱۰۲( ، در ﻫﺮ ﺻﻔﺤﻪ ﻓﻘﻂ ﯾﮏ ﺳﻮال ﺑﻪ آزﻣﻮدﻧﯽ اراﺋﻪ ﺷﺪ. ﺑﻌﺪ از اﻧﺘﺨﺎب ﮔﺰﯾﻨﻪ ﻣﻮرد ﻧﻈﺮ و ﺗﺎﯾﯿﺪ](#_bookmark252) ﺳﻮال ﺑﻌﺪی ﻇﺎﻫﺮ ﻣﯽﺷﺪ. زﻣﺎن ﭘﺎﺳﺦ آزﻣﻮدﻧﯽ از ﻟﺤﻈﻪ ﻇﺎﻫﺮ ﺷﺪن ﺳﻮال ﺑﺮ روی ﺻﻔﺤﻪ ﺗﺎ زﻣﺎن زدن دﮐﻤﻪ ﺗﺎﯾﯿﺪ

39 Peter K. Jonason

40 Gregory D. Webster

41 Construct validity

42 Content validity

43 Discriminant validity

44 React

45 Surveyjs

46 Primacy effects

47 Order effects

ﻓﺼﻞ ۳. روش ﺗﺤﻘﯿﻖ

ﺑﺮای ﻫﺮ ﺳﻮال ﺛﺒﺖ ﺷﺪ.

#### ۳-۲-۰۱ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻧﻈﺮی ﺷﺎﺧﺺ ﮐﯿﻔﯿﺖ زﻧﺪﮔﯽ

**ﮐﯿﻔﯿﺖ زﻧﺪﮔﯽ** [۸۴](#_bookmark162) را ﺳﺎزﻣﺎن ﺑﻬﺪاﺷﺖ ﺟﻬﺎﻧﯽ [۹۴](#_bookmark161) اﯾﻨﮕﻮﻧﻪ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﮐﺮده اﺳﺖ : » ادراک ﯾﮏ ﻓﺮد از ﻣﻮﻗﻌﯿﺖاش

در زﻧﺪﮔﯽ ﺑﺮ ﺑﺴﺘﺮ ﻓﺮﻫﻨﮕﯽ و ارزﺷﯽای ﮐﻪ در آن زﻧﺪﮔﯽ ﻣﯽﮐﻨﺪ در ﺗﻌﺎﻣﻞ ﺑﺎ ﻫﺪﻓﻬﺎ، اﻧﺘﻈﺎرت، اﺳﺘﺎﻧﺪاردﻫﺎ و

دﻟﻤﺸﻐﻮﻟﯽﻫﺎﯾﺶ. «

#### ۳-۲-۱۱ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻋﻤﻠﯿﺎﺗﯽ ﺷﺎﺧﺺ ﮐﯿﻔﯿﺖ زﻧﺪﮔﯽ

ﺑﺮای ﺳﻨﺠﺶ ﮐﯿﻔﯿﺖ زﻧﺪﮔﯽ در ﭘﮋوﻫﺶ از ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﺳﻄﺢ رﻓﺎه ﺳﺎزﻣﺎن ﺑﻬﺪاﺷﺖ ﺟﻬﺎﻧﯽ اﺳﺘﻔﺎده ﺷﺪه اﺳﺖ[Group](#_bookmark234) )[۸۹۹۱](#_bookmark234).( رواﯾﯽ اﯾﻦ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﺗﻮﺳﻂ ﻧﺠﺎت و ﻫﻤﮑﺎران در ﺟﺎﻣﻌﻪ اﯾﺮان ﺑﺮرﺳﯽ ﺷﺪه اﺳﺖ[ﺳﺤﺮﻧﺎز و دﯾﮕﺮان](#_bookmark203)

)[۵۸۳۱](#_bookmark203).(

#### ۳-۲-۲۱ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻧﻈﺮی ﺧﻮداﻓﺸﺎﮔﺮی

**ﺧﻮداﻓﺸﺎﮔﺮی** [۰۵](#_bookmark163)

#### ۳-۲-۳۱ ﺗﻌﺮﯾﻒ ﻋﻤﻠﯿﺎﺗﯽ ﺧﻮداﻓﺸﺎﮔﺮی

۳**-**۲**-**۴۱ **ﺟﺎﻣﻌﻪ آﻣﺎری و روش ﻧﻤﻮﻧﻪﮔﯿﺮی**

دﭘﯿﺴﺎﺗﺮﯾﻮ و ﻫﻤﮑﺎران [۱۵](#_bookmark164) ﻧﺸﺎن دادهاﻧﺪ داﻧﺸﺠﻮﯾﺎن ﻣﯽﺗﻮاﻧﺪ ﺑﻪ ﻋﻨﻮان ﯾﮏ ﺟﺎﻣﻌﻪ آﻣﺎری ﻣﻨﺎﺳﺐ در ﭘﮋوﻫﺶﻫﺎی

ﺣﺮاج آزﻣﺎﯾﺸﮕﺎﻫﯽ ﺷﺮﮐﺖ داده ﺷﻮﻧﺪ[Depositario et al.](#_bookmark221) )[۹۰۰۲](#_bookmark221).(

48 Quality of life (QOL)

49 World Health Organization (WHO)

50 Self disclosure

51Dinah Pura T. Depositario, Rodolfo M. Nayga Jr., Ximing Wu, Tiffany P. Laude

ﻓﺼﻞ ۳. روش ﺗﺤﻘﯿﻖ

#### ۳-۲-۵۱ روش اﺟﺮا و ﻣﺮاﺣﻞ آزﻣﺎﯾﺶ

ﺑﺮای ﭘﺮﻫﯿﺰ از ﮐﻠﯿﮏ ﭘﺸﺖ ﺳﺮ ﻫﻢ و ﺳﻮﮔﯿﺮی ﺗﺮﺗﯿﺐ ﻣﻮارد ﻗﺎﺑﻞ اﻧﺘﺨﺎب در ﺑﺨﺶ ﺣﺮاج ﮐﺎﻣﻼ ﺗﺼﺎدﻓﯽ ﺑﻪ آزﻣﻮدﻧﯽ ﻫﺎ اراﺋﻪ ﺷﺪﻧﺪ.**؟**. در ﺑﺎزی ﺣﺮاج از ﻫﺮ ﯾﮏ از آزﻣﻮدﻧﯽﻫﺎ ﺧﻮاﺳﺘﯿﻢ ﮐﻪ ﺑﺮای ﻫﺮ ﯾﮏ از ﺳﻨﺎرﯾﻮﻫﺎی ﭘﯿﺸﻨﻬﺎدی ارزﺷﯽ ﺑﯿﻦ ۰ ﺗﺎ ۰۰۱ ﭘﯿﺸﻨﻬﺎد دﻫﻨﺪ. ﺑﺮﻧﺪه در ﻫﺮ دور از اﯾﻦ ﺑﺎزی ﮐﺴﯽ ﺑﻮد ﮐﻪ ﭘﯿﺸﻨﻬﺎد او ﺑﻪ ﻣﯿﺎﻧﮕﯿﻦ ﻫﻤﻪ ﭘﯿﺸﻨﻬﺎدات از ﺳﻮی ﻫﻤﻪ آزﻣﻮﻧﯽ ﻫﺎی دﯾﮕﺮ ﻧﺰدﯾﮏﺗﺮ ﺑﺎﺷﺪ[Chang](#_bookmark213). [et al.](#_bookmark213) )[۵۱۰۲](#_bookmark213)(؛ [Galavotti et al.](#_bookmark229) )[۸۱۰۲(؛ Jaskowski](#_bookmark238)

.([۹۱۰۲](#_bookmark238)) Czarnigowska and

**ﻓﺼﻞ** ۴

# ﻧﺘﺎﯾﺞ

#### ۴-۰-۱ ﺳﯿﺎﻫﻪ ارزشﮔﺬاری ﻣﺠﻤﻮﻋﻪداده

در اﯾﻦ ﭘﮋوﻫﺶ از ﺳﯿﺎﻫﻪ ارزشﮔﺬاری ﻣﺠﻤﻮﻋﻪداده ﮐﻪ ﯾﮏ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﭘﮋوﻫﺸﮕﺮ ﺳﺎﺧﺘﻪ[۱](#_bookmark169) اﺳﺖ ﺑﺮای اﻧﺪازهﮔﯿﺮی ﻧﮕﺮش ﻧﺴﺒﺖ ﺑﻪ ارزش دﺳﺘﻪﻫﺎی ﻣﺨﺘﻠﻒ اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ، اﺳﺘﻔﺎده ﺷﺪه اﺳﺖ. ﺗﻼش[۲](#_bookmark170) ﻫﺮ ﯾﮏ از آزﻣﻮدﻧﯽﻫﺎ در ﻫﺮ ﺗﻼش ﺑﻪ ﻣﺠﻤﻮﻋﻪداده[۳](#_bookmark171) اراﺋﻪ ﺷﺪه ﻋﺪدی از ﺑﺎزه ﺻﻔﺮ ﺗﺎ ۰۰۱ ﻧﺴﺒﺖ داده اﺳﺖ. اﯾﻦ ﻋﺪد ﺑﻪ ﻋﻨﻮان ﻣﻘﯿﺎﺳﯽ از ارزش ذﻫﻨﯽ ارزش ذﻫﻨﯽ[۴](#_bookmark172) دﺳﺘﻪای از اﻃﻼﻋﺎت ﮐﻪ ﺗﻼش ﺑﻪ آن ﺗﻌﻠﻖ دارد، ﺗﻠﻘﯽ ﻣﯽﺷﻮد

زﻣﺎن ﺷﺮوع ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ آﻧﻼﯾﻦ[۵](#_bookmark175) رﺿﺎﯾﺖ[۶](#_bookmark174) آزﻣﻮدﻧﯽﻫﺎ ﺑﻪ ﻃﻮر ﺗﺼﺎدﻓﯽ و از ﻃﺮﯾﻖ ﮐﺪ ﺟﺎوااﺳﮑﺮﯾﭙﺖ[۷](#_bookmark173) اﺟﺮا ﺷﺪه

در ﻣﺮورﮔﺮ[۸](#_bookmark176) ﺑﻪ دو دﺳﺘﻪ ﺗﻘﺴﯿﻢ ﺷﺪﻧﺪ.

1The researcher made a questionnaire

2Trial 3Dataset

4Subjective value 5Online survey 6Consent 7JavaScriptonsent 8Browser

ﻓﺼﻞ ۴. ﻧﺘﺎﯾﺞ

#### ۴-۰-۲ وﯾﮋﮔﯽﻫﺎی ﻧﻤﻮﻧﻪ

ﺗﻌﺪاد ﮐﻞ آزﻣﻮدﻧﯽ ﻫﺎ ۱۷ ﻧﻔﺮ، ﺑﺎ ﺑﺎزه ﺳﻨﯽ ۶۱ ﺗﺎ ۷۶ و ﻣﯿﺎﻧﮕﯿﻦ ۵۲.۶۶ و اﻧﺤﺮاف اﺳﺘﺎﻧﺪارد ۸.۹ ﺑﻮد. از اﯾﻦ ﻣﯿﺎن ۷۲ ﻧﻔﺮ ﻣﺬﮐﺮ و ۴۳ ﻣﻮﻧﺚ ﺑﻮدﻧﺪ. ﺗﻌﺪاد ۰۱ ﻧﯿﺰ از ﺑﯿﻦ ﮔﺰﯾﻨﻪﻫﺎی ﻣﺮﺑﻮط ﺑﻪ ﺟﻨﺴﯿﺖ ﮔﺰﯾﻨﻪ ﻋﺪم ﺗﻤﺎﯾﻞ ﺑﻪ ﭘﺎﺳﺨﮕﻮﯾﯽ

را اﻧﺘﺨﺎب ﮐﺮدﻧﺪ ) ﺗﺼﻮﯾﺮ .(

ﺷﮑﻞ ۴-۱: ﻓﺮاواﻧﯽ ﺟﻨﺴﯿﺖ ﺑﯿﺎن ﺷﺪه در ﻧﻤﻮﻧﻪ

ﺑﻌﺪ از ﺣﺬف دادهﻫﺎی ﻣﺮﺑﻮط ﺑﻪ آزﻣﻮدﻧﯽﻫﺎﯾﯽ ﮐﻪ اﻃﻼﻋﺎت ﻣﺨﺪوش ﯾﺎ ﻏﯿﺮ ﻗﺎﺑﻞ اﺳﺘﻔﺎده داﺷﺘﻨﺪ، ﺗﻌﺪاد

۱۷ ﺑﺎﻗﯽ ﻣﺎﻧﺪﻧﺪ.

#### ۴-۰-۳ ﻧﺘﺎﯾﺞ آزﻣﻮن ﺟﻬﺖﮔﯿﺮی ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ

از ﻣﯿﺎن ﻫﻤﻪ ﺷﺮﮐﺖ ﮐﻨﻨﺪﮔﺎن ۵ ﻧﻔﺮ در دﺳﺘﻪ ﻓﺮدﮔﺮا ، ۰ ﻧﻔﺮ در دﺳﺘﻪ رﻗﺎﺑﺖﺟﻮ ، ۴۱ ﻧﻔﺮ در دﺳﺘﻪ ﻫﻤﮑﺎریﮐﻨﻨﺪه

و ۰ ﻧﻔﺮ در دﺳﺘﻪ دﯾﮕﺮﺧﻮاه ﻗﺮار داﺷﺘﻨﺪ. ) ﺗﺼﻮﯾﺮ (

ﺗﺼﻮﯾﺮ

ﻓﺼﻞ ۴. ﻧﺘﺎﯾﺞ

7



Sex

Female Male NoAnswer

6

5

4

count

3

2

1

0

prosocial individualistic

SVO type

ﺷﮑﻞ ۴-۲: ﻓﺮاواﻧﯽ دﺳﺘﻪﻫﺎی روﯾﮑﺮد ارزش اﺟﺘﻤﻌﺎی ﺑﺎ ﺗﻮﺟﻪ ﺑﻪ ﺟﻨﺴﯿﺖ

14



12

10

8

count

6

4

2

0

prosocial individualistic

SVO type

ﺷﮑﻞ ۴-۳: ﻓﺮاواﻧﯽ دﺳﺘﻪﻫﺎی روﯾﮑﺮد ارزش اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ

ﻓﺼﻞ ۴. ﻧﺘﺎﯾﺞ

ﻣﯿﺎﻧﮕﯿﻦ ﮐﻠﯽ ﻧﻤﺮهای ﮐﻪ ﻫﻤﻪ آزﻣﻮدﻧﯽﻫﺎ در ﻫﺮ دو ﮔﺮوه ﺑﻪ ۴۱ ﺳﻮال ﻫﺮ دو دﺳﺘﻪ ﻧﻤﺮات از دﯾﺪ ﺧﻮد)ﺑﺎور ﺑﻪ

ارزش اﻃﻼﻋﺎت( ۳۴.۲ ﺑﺎ اﻧﺤﺮاف اﺳﺘﺎﻧﺪارد ۰۱.۳ و از دﯾﺪ دﯾﮕﺮان ۱۳.۲)ﺑﺎور ﻫﻨﺠﺎری ﺑﻪ ارزش اﻃﻼﻋﺎت( ﺑﺎ

اﻧﺤﺮاف اﺳﺘﺎﻧﺪارد ۳۱.۱ ﺑﻮد.

#### ۴-۰-۴ ﭘﺎﯾﺎﯾﯽ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﺳﯿﺎﻫﻪ ارزشﮔﺬاری ﻣﺠﻤﻮﻋﻪداده

ﻣﯿﺎن ﻧﻤﺮات ﺑﻪ ﻧﯿﻤﻪ اول اﯾﻦ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﺑﺮای اﻧﺪازه ﮔﯿﺮی ﺑﺎور ﺑﻪ ارزش اﻃﻼﻋﺎت)ارزشﮔﺬاری از دﯾﺪ ﺧﻮد( ۳۴.۲ ﺑﺎ اﻧﺤﺮاف ﻣﻌﯿﺎر ۰۱.۳ و ﻧﯿﻤﻪ دوم ۳۲.۵ ۳۱.۳ ﺑﻮد. ﺑﺎ ﺗﻮﺟﻪ ﺑﻪ وﺟﻮد ﻫﻤﺒﺴﺘﮕﯽ ﻣﯿﺎن اﯾﻦ دو ﻧﯿﻤﻪ ) = *P ,* ۱۶٫۰ = *r* ۳۲۰٫۰ ( اﯾﻦ آزﻣﻮن ﺑﺮای اﻧﺪازه ﮔﯿﺮی ﺑﺎور ﺑﻪ ارزش اﻃﻼﻋﺎت از دﯾﺪ ﺧﻮد در ﮔﺮوهﻫﺎی ﻫﻔﺖﮔﺎﻧﻪ دارای ﭘﺎﯾﺎﯾﯽ دروﻧﯽ ﺑﺎ روش ﻧﯿﻤﻪﺳﺎزی ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ اﺳﺖ. ﻫﻤﭽﻨﯿﻦ ﺑﺎ ﺗﻮﺟﻪ ﺑﻪ وﺟﻮد ﻫﻤﺒﺴﺘﮕﯽ ﻣﯿﺎن اﯾﻦ دو ﻧﯿﻤﻪ ) = *P ,*۷٫۰= *r* ۲۱۰٫۰ ( اﯾﻦ آزﻣﻮن ﺑﺮای اﻧﺪازه ﮔﯿﺮی ﺑﺎور ﺑﻪ ارزش اﻃﻼﻋﺎت از دﯾﺪ دﯾﮕﺮی در ﮔﺮوهﻫﺎی ﻫﻔﺖﮔﺎﻧﻪ دارای ﭘﺎﯾﺎﯾﯽ

دروﻧﯽ ﺑﺎ روش دوﻧﯿﻤﻪﺳﺎزی[۹](#_bookmark181) ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ اﺳﺖ. ﻣﯿﺎﻧﮕﯿﻦ ﻧﻤﺮات آزﻣﻮدﻧﯽ ﻫﺎ ﺑﻪ دﺳﺘﻪ اول ﺳﻮاﻻت

### ۴-۱ اﻋﺘﺒﺎرﺳﻨﺠﯽ

9Split Half

# ﻓﺼﻞ ۵ ﺑﺤﺚ و ﻧﺘﯿﺠﻪﮔﯿﺮی

### ۵-۱ ﻣﻘﺪﻣﻪ

#### ۵-۱-۱ ﻧﺘﺎﯾﺞ ﻣﺮﺑﻮط ﺑﻪ ﺳﻪﮔﺎﻧﻪ ﺗﺎر ﯾﮏ

ﭘﮋوﻫﺶﻫﺎی ﭘﯿﺸﯿﻦ ﻣﯿﺎن وﯾﮋﮔﯽﻫﺎی ﺗﺎرﯾﮏ و رﻓﺘﺎر ﺑﻪ اﺷﺘﺮاک ﮔﺬاری اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ دﯾﮕﺮان ﺑﻪ ﺷﮑﻞ ﺷﺎﯾﻌﻪ ﭘﺮاﮐﻨﯽ [۱](#_bookmark186) راﺑﻄﻪ ﻣﺴﺘﻘﯿﻢ ﻣﺸﺎﻫﺪه ﺷﺪه اﺳﺖ[Hartung et al.](#_bookmark235) )[۹۱۰۲](#_bookmark235).( ﻫﻤﭽﻨﯿﻦ ﻧﻤﺮات ﺳﻪﮔﺎﻧﻪ ﺗﺎرﯾﮏ ﭘﯿﺸﮕﻮی رﻓﺘﺎر ﻧﺎﺑﻬﻨﺠﺎر در ﺳﻄﺢ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ-رواﻧﺸﻨﺎﺧﺘﯽ [۲](#_bookmark187) ﻣﯽﺑﺎﺷﺪ[Muris et al.](#_bookmark253) )[۷۱۰۲](#_bookmark253).( رﻓﺘﺎر ﺿﺪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﻗﻮیﺗﺮﯾﻦ راﺑﻄﻪ را ﺑﺎ رﻓﺘﺎر ﻧﺎﺑﻬﻨﺠﺎر اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ-رواﻧﺸﻨﺎﺧﺘﯽ دارد .29) = .(r ﺧﻮدﺷﯿﻔﺘﮕﯽ .24) = (r و ﻣﺎﮐﯿﺎوﻟﯿﺴﻢ = (r .13) در رﺗﺒﻪﻫﺎی ﺑﻌﺪی ﻗﺮار ﻣﯽﮔﯿﺮﻧﺪ. در ﭘﮋوﻫﺶ ﺣﺎﺿﺮ ﻣﯿﺎن رﻓﺘﺎر ﺑﻪ اﺷﺘﺮاکﮔﺬاری اﻃﻼﻋﺎت ﺷﺨﺼﯽ دﯾﮕﺮان

و ﺳﻪﮔﺎﻧﻪ ﺗﺎرﯾﮏ راﺑﻄﻪ ﻣﺸﺎﻫﺪه ﺷﺪ. ﻣﺘﻐﯿﺮ در ﻻﺗﮏ را ﭼﻄﻮر .وارد ﮐﻨﻢ.

1 Gossip

2 Psychosocial

ﻓﺼﻞ ۵. ﺑﺤﺚ و ﻧﺘﯿﺠﻪﮔﯿﺮی

۵**-**۱**-**۲ **ﻧﺘﺎﯾﺞ ﻣﺮﺑﻮط ﺑﻪ SVO**

#### ۵-۱-۳ ﻧﺘﺎﯾﺞ ﻣﺮﺑﻮط ﺑﻪ ﮐﯿﻔﯿﺖ زﻧﺪﮔﯽ

در ﭘﮋوﻫﺶﻫﺎی ﻗﺒﻠﯽ ﻣﯿﺎن ﻋﺎﻣﻞ ﺧﻮداﻓﺸﺎﮔﺮی و داﻣﻨﻪﻫﺎی ﮐﯿﻔﯿﺖ ارﺗﺒﺎﻃﺎت اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ و ﮐﯿﻔﯿﺖ ﻣﺤﯿﻄﯽ و ﻧﻤﺮه ﮐﻞ

ﮐﯿﻔﺖ زﻧﺪﮔﯽ در ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﮐﯿﻔﯿﺖ زﻧﺪﮔﯽ رواﺑﻄﯽ ﻣﺸﺎﻫﺪه ﺷﺪه اﺳﺖ[Chandra et al.](#_bookmark212) )[۳۰۰۲](#_bookmark212).(

۵**-**۲ **ﻣﺤﺘﻮا** ۵**-**۲**-**۱ **ﺟﻤﻊﺑﻨﺪی** ۵**-**۲**-**۲ **ﻧﻮآوری** ۵**-**۲**-**۳ **ﭘﯿﺸﻨﻬﺎدﻫﺎ** ۵**-**۲**-**۴ **ﻣﺤﺪودﯾﺖﻫﺎ**

#### ۵-۲-۵ ﻣﺤﺪودﯾﺖﻫﺎی اﺑﺰار ﺳﻨﺠﺶ ﻧﮕﺮش ﺑﻪ اﻧﻮاع اﻃﻼﻋﺎت ﺧﺼﻮﺻﯽ

در اﯾﻦ ﭘﮋوﻫﺶ از ﺑﺮای ﺳﻨﺠﺶ ﻧﮕﺮش ﻧﺴﺐ ﺑﻪ ارزش اﻧﻮاع داده ﻫﺎی ﺧﺼﻮﺻﯽ از دﯾﺪ ﮐﺎرﺑﺮان )ﺿﻤﯿﻤﻪ [آ](#_bookmark285)( اﺳﺘﻔﺎده

ﺷﺪه اﺳﺖ.

# ﻣﺮاﺟﻊ

ﻧﺠﺎت ﺳﺤﺮﻧﺎز، ﻣﻨﺘﻈﺮي ﻋﻠﻲ، ﻫﻼﮐﻮﯾﻲ ﻧﺎﯾﯿﻨﻲ ﮐﻮروش، ﻣﺤﻤﺪ ﮐﺎﻇﻢ، و ﻣﺠﺪزاده ﺳﯿﺪرﺿﺎ. اﺳﺘﺎﻧﺪاردﺳﺎزي

ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ﮐﯿﻔﯿﺖ زﻧﺪﮔﻲ ﺳﺎزﻣﺎن ﺟﻬﺎﻧﻲ ﺑﻬﺪاﺷﺖ (WHOQOL-BREF): ﺗﺮﺟﻤﻪ و روان ﺳﻨﺠﻲ ﮔﻮﻧﻪ اﯾﺮاﻧﻲ.

۴)۴:(۱–۲۱، January ۵۸۳۱. [۱۲](#_bookmark155)

زﻫﺮا ﻣﺤﻤﺪﭘﻮر و داود ﮐﯿﺎﮐﻮری. ﺑﺮرﺳﯽ ﺗﺎﺛﯿﺮ ﺗﺌﻮری رﻓﺘﺎر ﺑﺮﻧﺎﻣﻪ رﯾﺰی ﺷﺪه و رﻓﺘﺎر ﻓﺮﺻﺖ ﻃﻠﺒﺎﻧﻪ ﺑﺮ ﮐﻨﺶ ﺣﺴﺎﺑﮕﺮاﻧﻪ ﮐﺎرﮐﻨﺎﻧﺤﺴﺎﺑﺪاران.( ﭘﮋوﻫﺶ ﻫﺎی ﻣﺎﻟﯽ و رﻓﺘﺎری در ﺣﺴﺎﺑﺪاری، ۱)۳(، February ۲۲۰۲. doi:

۰۵۰۱.۲۸۷۵۴۹۱.۱۲۰۲/fbra.۶۸۴۰۳.۰۱. [۸](#_bookmark57)

رﺣﯿﻢ ﯾﻮﺳﻔﯽ و ﻓﺎﺋﺰه ﭘﯿﺮی. وﯾﮋﮔﯿﻬﺎی رواﻧﺴﻨﺠﯽ ﻧﺴﺨﻪ ﻓﺎرﺳﯽ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ دوﺟﯿﻦ ﮐﺜﯿﻒ. ﻣﺠﻠﻪ رواﻧﭙﺰﺷﮑﯽ و

رواﻧﺸﻨﺎﺳﯽ ﺑﺎﻟﯿﻨﯽ اﯾﺮان، ۲۲)۱:(۷۶–۶۷، May ۶۱۰۲. [۰۲](#_bookmark145)

Alessandro Acquisti, Curtis Taylor, and Liad Wagman. The Economics of Privacy. *Journal of Economic Literature*, 54(2):442–492, June 2016. ISSN 0022­0515. doi: ۰۱.۷۵۲۱/jel.۴۵.۲.۲۴۴. [2](#_bookmark14)

David Agogo. Invisible market for online personal data: An examination. *Elec­ tronic Markets*, 31(4):989–1010, December 2021. ISSN 1422­8890. doi: ۰۱.۷۰۰۱/

[9](#_bookmark59) .۰-۷۳۴۰۰-۰۲۰-۵۲۵۲۱s

Icek Ajzen. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human De­ cision Processes*, 50(2):179–211, December 1991. ISSN 0749­5978. doi: ۰۱.۶۱۰۱/

[7](#_bookmark43) -T.۰۲۰۰۹(۱۹)۸۷۹۵-۹۴۷۰

Icek Ajzen. The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4):314–324, 2020. ISSN 2578­1863. doi: ۰۱.۲۰۰۱/hbe۲.

[8](#_bookmark57) .۵۹۱

Icek Ajzen and Martin Fishbein. Attitudes and the Attitude­Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes. *European Review of Social Psychology ­ EUR REV SOC PSYCHOL*, 11:1–33, January 2000. doi: ۰۱.۰۸۰۱/۶۱۱۰۰۰۳۴۹۹۷۷۲۹۷۴۱. [7](#_bookmark43)

Icek Ajzen and Thomas J Madden. Prediction of goal­directed behavior: Attitudes, inten­ tions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22 (5):453–474, September 1986. ISSN 0022­1031. doi: ۰۱.۶۱۰۱/۲۲۰۰-۱۳۰۱)۶۸(۵۴۰۰۹-۴.

[7](#_bookmark43)

Naumana Amjad and Alex M. Wood. Identifying and changing the normative beliefs about aggression which lead young Muslim adults to join extremist anti­Semitic groups in Pakistan. *Aggressive Behavior*, 35(6):514–519, 2009 Nov­Dec. ISSN 1098­2337.

[18](#_bookmark131) .۵۲۳۰۲/ab.۲۰۰۱.۰۱ doi:

Gary Becker. The Economic Approach to Human Behavior. University of Chicago Press Economics Books, University of Chicago Press, 1978. [6](#_bookmark41)

Jeremy Bentham. *Panopticon; Or, The Inspection­House: Containing The Idea of a New Principle of Construction Applicable to Any Sort of Establishment, in Which Persons of Any Description Are to Be Kept under Inspection: And In Particular To Penitentiary­Houses, Prisons, Houses Of Industry, Work­Houses, Poor Houses, Man­ ufactories, Mad­Houses, Lazarettos, Hospitals, And Schools: With A Plan Of Manage­ ment ...* Payne, 1791. [1](#_bookmark1)

Petter Bae Brandtzæg, Marika Lüders, and Jan Håvard Skjetne. Too Many Facebook “Friends”? Content Sharing and Sociability Versus the Need for Privacy in Social Net­ work Sites. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 26(11­12):1006– 1030, November 2010. ISSN 1044­7318. doi: ۰۱.۰۸۰۱/۸۱۳۷۴۴۰۱.۰۱۰۲.۹۱۷۶۱۵. [4](#_bookmark27)

Ann Cavoukian. A discussion paper on privacy externalities, security breach notification and the role of independent oversight : Privacy externalities, security breach notification and the role of independent oversight. 2009. [2](#_bookmark14)

Prabha S Chandra, S Deepthivarma, K. R Jairam, and Tinku Thomas. Relationship of psychological morbidity and quality of life to illness­related disclosure among HIV­ infected persons. *Journal of Psychosomatic Research*, 54(3):199–203, March 2003. ISSN 0022­3999. doi: ۰۱.۶۱۰۱/s۲۲۰۰-۹۹۹۳)۲۰(۷۶۵۰۰-۶. [28](#_bookmark188)

Wei­Shiun Chang, Bo Chen, and Timothy C. Salmon. An Investigation of the Average Bid Mechanism for Procurement Auctions. *Management Science*, 61(6):1237–1254, 2015. ISSN 0025­1909. doi: ۰۱.۷۸۲۱/mnsc.۳۱۰۲.۳۹۸۱. [22](#_bookmark165)

H.N. Chua, J.S. Ooi, and A. Herbland. The effects of different personal data categories on information privacy concern and disclosure. *Computers and Security*, 110, 2021. ISSN 0167­4048. doi: ۰۱/gm۳c۸d. [11](#_bookmark72)

Nicholas Confessore. Cambridge Analytica and Facebook: The Scandal and the Fallout So Far. *The New York Times*, April 2018. ISSN 0362­4331. [14](#_bookmark94)

M. Culnan. ”How Did They Get My Name?”: An Exploratory Investigation of Consumer Attitudes Toward Secondary Information Use. *MIS Q.*, 1993. doi: ۰۱.۷۰۳۲/۵۷۷۹۴۲. [3](#_bookmark22)

Brett Day, Ian J. Bateman, Richard T. Carson, Diane Dupont, Jordan J. Louviere, Sanae Morimoto, Riccardo Scarpa, and Paul Wang. Ordering effects and choice set awareness in repeat­response stated preference studies. *Journal of Environmental Economics and Management*, 63(1):73–91, January 2012. ISSN 0095­0696. doi: ۰۱.۶۱۰۱/j.jeem.۱۱۰۲.

[20](#_bookmark145) .۱۰۰.۹۰

Carsten K. W. De Dreu and Terry L. Boles. Share and share alike or winner take all?: The influence of social value orientation upon choice and recall of negotiation heuristics. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 76(3):253–276, 1998. ISSN 1095­9920. doi: ۰۱.۶۰۰۱/obhd.۸۹۹۱.۶۰۸۲. [15](#_bookmark97)

M. de Zwart, S. Humphreys, and B. Van Dissel. Surveillance, big data and democracy: Lessons for Australia from the US and UK. [*http://www.unswlawjournal.unsw.edu.au/issue/volume­37­no­2*](http://www.unswlawjournal.unsw.edu.au/issue/volume), 2014. ISSN 0313­0096. [3](#_bookmark22), [4](#_bookmark27)

Joris Demmers, Andrea Weihrauch, and Frauke Thompson. Your Data are (Not) My Data: The Role of Social Value Orientation in Sharing Data About Others. *Journal of Con­ sumer Psychology*, May 2021. doi: ۰۱.۲۰۰۱/jcpy.۵۵۲۱. [5](#_bookmark35)

Dinah Pura T. Depositario, Rodolfo M. Nayga, Ximing Wu, and Tiffany P. Laude. Should students be used as subjects in experimental auctions? *Economics Letters*, 102(2): 122–124, February 2009. ISSN 0165­1765. doi: ۰۱.۶۱۰۱/j.econlet.۸۰۰۲.۱۱.۸۱۰. [21](#_bookmark155)

Tobias Dienlin and Miriam Metzger. An Extended Privacy Calculus Model for SNSs: An­ alyzing Self­Disclosure and Self­Withdrawal in a Representative U.S. Sample. *Journal of Computer­Mediated Communication*, August 2016. doi: ۰۱.۱۱۱۱/jcc۴.۳۶۱۲۱. [17](#_bookmark123)

Don A Dillman, Jolene D Smyth, Leah M Christian, and Michael J Stern. Multiple An­ swer Questions in Self­Administered Surveys: The Use of Check­All­That­Apply and Forced­Choice Question Formats. page 40, 2003. [20](#_bookmark145)

Tamara Dinev and Paul Hart. An Extended Privacy Calculus Model for E­Commerce Transactions. *Information Systems Research*, 17(1):61–80, 2006. ISSN 1047­7047.

[17](#_bookmark123) [7](#_bookmark43), .۰۸۰۰.۰۶۰۱/isre.۷۸۲۱.۰۱ doi:

Willa M. Doswell, Betty J. Braxter, EunSeok Cha, and Kevin H. Kim. Testing the Theory of Reasoned Action in Explaining Sexual Behavior Among African American Young Teen Girls. *Journal of Pediatric Nursing*, 26(6):e45–e54, December 2011. ISSN 0882­ 5963. doi: ۰۱.۶۱۰۱/j.pedn.۱۱۰۲.۳۰.۷۰۰. [7](#_bookmark43)

Dmitry Epstein and Rotem Medzini. The View from Above: Framing of Digital Privacy in Post Cambridge Analytica Congressional Hearings, August 2021. [4](#_bookmark27)

V. Fast and D. Schnurr. The value of personal data: An experimental analysis of data types and personal antecedents. in *International Conference on Information Systems, ICIS 2020 ­ Making Digital Inclusive: Blending the Local and the Global*, 2021. ISBN 978­1­73363­255­3. [9](#_bookmark59)

Maddalena Favaretto, Eva De Clercq, and Bernice Simone Elger. Big Data and discrimi­ nation: Perils, promises and solutions. A systematic review. *Journal of Big Data*, 6(1): 12, February 2019. ISSN 2196­1115. doi: ۰۱.۶۸۱۱/s۷۳۵۰۴-۹۱۰-۷۷۱۰-۴. [3](#_bookmark22)

Stefano Galavotti, Luigi Moretti, and Paola Valbonesi. Sophisticated Bidders in Beauty­ Contest Auctions. *American Economic Journal: Microeconomics*, 10(4):1–26, Novem­ ber 2018. ISSN 1945­7669. doi: ۰۱.۷۵۲۱/mic.۰۴۲۰۵۱۰۲. [22](#_bookmark165)

Brooke Ann Gazdag, Marie Haude, Martin Hoegl, and Miriam Muethel. I Do Not Want to Trust You, but I Do: On the Relationship Between Trust Intent, Trusting Behavior, and Time Pressure. *Journal of Business and Psychology*, 34(5):731–743, October 2019. ISSN 1573­353X. doi: ۰۱.۷۰۰۱/s۹۶۸۰۱-۸۱۰-۷۹۵۹-y. [5](#_bookmark35)

Nina Gerber, Paul Gerber, and Melanie Volkamer. Explaining the privacy paradox: A systematic review of literature investigating privacy attitude and behavior. *Computers & Security*, 77:226–261, August 2018. ISSN 0167­4048. doi: ۰۱.۶۱۰۱/j.cose.۸۱۰۲.۴۰.۲۰۰.

[5](#_bookmark35)

Felipe González, Yihan Yu, Andrea Figueroa, Claudia López, and Cecilia Aragon. Global Reactions to the Cambridge Analytica Scandal: A Cross­Language Social Media Study. in *Companion Proceedings of The 2019 World Wide Web Conference*, WWW ’19, pages 799–806, New York, NY, USA, May 2019. Association for Computing Machinery. ISBN 978­1­4503­6675­5. doi: ۰۱.۵۴۱۱/۰۶۵۸۰۳۳.۶۵۴۶۱۳۳. [14](#_bookmark94)

Kevin Granville. Facebook and Cambridge Analytica: What You Need to Know as Fallout Widens. *The New York Times*, March 2018. ISSN 0362­4331. [6](#_bookmark41)

The Whoqol Group. Development of the World Health Organization WHOQOL­BREF Quality of Life Assessment. *Psychological Medicine*, 28(3):551–558, May 1998. ISSN 1469­8978, 0033­2917. doi: ۰۱.۷۱۰۱/s۷۶۶۶۰۰۸۹۷۱۹۲۳۳۰۰. [21](#_bookmark155)

F.-M. Hartung, C. Krohn, and M. Pirschtat. Better than its reputation? Gossip and the reasons why we and individuals with ”dark” personalities talk about others. *Frontiers in Psychology*, 10(MAY), 2019. ISSN 1664­1078. doi: ۰۱/gg۳x۳۶. [27](#_bookmark183)

Joseph Henrich, Robert Boyd, Samuel Bowles, Colin Camerer, Ernst Fehr, Herbert Gin­ tis, Richard McElreath, Michael Alvard, Abigail Barr, Jean Ensminger, Natalie Smith Henrich, Kim Hill, Francisco Gil­White, Michael Gurven, Frank W. Marlowe, John Q. Patton, and David Tracer. ”Economic man” in cross­cultural perspective: Behavioral experiments in 15 small­scale societies. *Behavioral and Brain Sciences*, 28(6):795–815, December 2005. ISSN 0140­525X. doi: ۰۱.۷۱۰۱/s۵۲۵۰۴۱۰X۲۴۱۰۰۰۵۰. [7](#_bookmark43), [15](#_bookmark97)

Sebastian Hermes, Anela Sutanrikulu, Maximilian Schreieck, and Helmut Krcmar. Who Quits Privacy­Invasive Online Platform Operators? A Segmentation Study with Impli­ cations for the Privacy Paradox. in *Hawaii International Conference on System Sci­ ences*, 2021. doi: ۰۱.۱۵۲۴۲/HICss.۱۲۰۲.۴۶۵. [2](#_bookmark14)

Piotr Jaśkowski and Agata Czarnigowska. Contractor’s bid pricing strategy: A model with correlation among competitors’ prices. *Open Engineering*, 9(1):159–166, January 2019. ISSN 2391­5439. doi: ۰۱.۵۱۵۱/eng-۹۱۰۲-۱۲۰۰. [22](#_bookmark165)

Peter K. Jonason and Gregory D. Webster. The dirty dozen: A concise measure of the dark triad. *Psychological Assessment*, 22(2):420–432, 2010. ISSN 1939­134X. doi: ۰۱.۷۳۰۱/a۵۶۲۹۱۰۰. [20](#_bookmark145)

Bernadette Kamleitner and Vince Mitchell. Your Data Is My Data: A Framework for Ad- dressing Interdependent Privacy Infringements. *Journal of Public Policy & Marketing*, 38(4):433–450, October 2019. ISSN 0743-9156. doi: ۰۱.۷۷۱۱/۴۲۹۸۵۸۹۱۶۵۱۹۳۴۷۰. [4](#_bookmark27),

[18](#_bookmark131)

Bernadette Kamleitner and Mahshid Sotoudeh. Information sharing and privacy as a socio- technical phenomenon. *TATuP ­ Zeitschrift für Technikfolgenabschätzung in Theorie und Praxis*, 29:68–71, December 2019. doi: ۰۱.۲۱۵۴۱/tatup.۸۲.۳.۸۶. [4](#_bookmark27)

Cecilia Kang and Sheera Frenkel. Facebook Says Cambridge Analyt- ica Harvested Data of Up to 87 Million Users - The New York Times. [https://www.nytimes.com/2018/04/04/technology/mark-zuckerberg-testify-](http://www.nytimes.com/2018/04/04/technology/mark-zuckerberg-testify-) congress.html. [5](#_bookmark35)

JON A. KROSNICK and DUANE F. ALWIN. AN EVALUATION OF A COGNI- TIVE THEORY OF RESPONSE-ORDER EFFECTS IN SURVEY MEASUREMENT.

*Public Opinion Quarterly*, 51(2):201–219, January 1987. ISSN 0033-362X. doi:

[20](#_bookmark145) .۹۲۰۹۶۲/۶۸۰۱.۰۱

Petrides Kv, Vernon Pa, Schermer Ja, and Veselka L. Trait emotional intelligence and the dark triad traits of personality. *Twin research and human genetics : the official journal of the International Society for Twin Studies*, 14(1), February 2011. ISSN 1832-4274. doi: ۰۱.۵۷۳۱/twin.۴۱.۱.۵۳. [20](#_bookmark145)

Sunghee Lee and David Grant. The Effect of Question Order on Self-rated General Health Status in a Multilingual Survey Context. *American Journal of Epidemiology*, 169(12): 1525–1530, June 2009. ISSN 0002-9262. doi: ۰۱.۳۹۰۱/aje/kwp۰۷۰. [20](#_bookmark145)

Jonas Lerman. Big Data and Its Exclusions. *Stanford Law Review Online*, 66:55–64, 2013. [3](#_bookmark22)

Jayson Lusk and Jason F. Shogren. *Experimental Auctions: Methods and Applications in Economic and Marketing Research*. Quantitative Methods for Applied Economics and Business Research. Cambridge University Press, Cambridge ; New York, 2007. ISBN 978-0-521-85516-7 978-0-521-67124-8. [11](#_bookmark72)

Tereza Machova. *The Discourse of Surveillance and Privacy: Biopower and Panopticon in the Facebook­Cambridge Analytica Scandal*. 2021. [2](#_bookmark14)

Naresh K. Malhotra, Sung S. Kim, and James Agarwal. Internet Users’ Information Privacy Concerns (IUIPC): The Construct, the Scale, and a Causal Model. *Infor­ mation Systems Research*, 15(4):336–355, December 2004. ISSN 1047-7047. doi:

[7](#_bookmark43) .۲۳۰۰.۰۴۰۱/isre.۷۸۲۱.۰۱

Neil Malhotra. Completion Time and Response Order Effects in Web Surveys. *Public Opinion Quarterly*, 72(5):914–934, December 2008. ISSN 0033-362X. doi: ۰۱.۳۹۰۱/ poq/nfn۰۵۰. [20](#_bookmark145)

Laura Martínez-Carrasco, M. Brugarolas, Africa Martinez-Poveda, and Juan Ruiz. Com- paring hypothetical versus non-hypothetical methods for measuring willingness to pay in a food context. *Spanish Journal of Agricultural Research*, 13:e0109, December 2015. doi: ۰۱.۴۲۴۵/sjar/۴۳۱۵۱۰۲-۳۳۲۸. [9](#_bookmark59)

Adam W. Meade and S. Bartholomew Craig. Identifying careless responses in survey data. *Psychological Methods*, 17(3):437–455, September 2012. ISSN 1939-1463, 1082- 989X. doi: ۰۱.۷۳۰۱/a۵۸۰۸۲۰۰. [20](#_bookmark145)

Peter Muris, Harald Merckelbach, Henry Otgaar, and Ewout Meijer. The malevolent side of human nature: A meta-analysis and critical review of the literature on the dark triad (narcissism, Machiavellianism, and psychopathy). *Perspectives on Psychological Sci­ ence*, 12(2):183–204, 2017. ISSN 1745-6924. doi: ۰۱.۷۷۱۱/۰۷۰۶۶۶۶۱۶۱۹۶۵۴۷۱. [27](#_bookmark183)

Ryan O. Murphy, Kurt A. Ackermann, and Michel Handgraaf. Measuring Social Value Orientation. *SSRN Electronic Journal*, 2011. ISSN 1556-5068. doi: ۰۱.۹۳۱۲/ssrn. ۹۸۱۴۰۸۱. [15](#_bookmark97), [16](#_bookmark113)

Noam Nisan, editor. *Algorithmic Game Theory*. Cambridge University Press, Cambridge

; New York, 2007. ISBN 978-0-521-87282-9. [10](#_bookmark66)

Patricia A. Norberg and Daniel R. Horne. Coping with information requests in marketing exchanges: An examination of pre-post affective control and behavioral coping. *Jour­ nal of the Academy of Marketing Science*, 42(4):415–429, July 2014. ISSN 1552-7824. doi: ۰۱.۷۰۰۱/s۷۴۷۱۱-۳۱۰-۱۶۳۰-۶. [2](#_bookmark14)

Ali Padyab. Exploring Impacts of Secondary Information Use on Individual Privacy. 2018.

[3](#_bookmark22)

Delroy L Paulhus and Kevin M Williams. The Dark Triad of personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy. *Journal of Research in Personality*, 36(6):556– 563, December 2002. ISSN 0092-6566. doi: ۰۱/d۲jxm۹. [19](#_bookmark138)

Yu Pu and Jens Grossklags. Towards a Model on the Factors Influencing Social App Users’ Valuation of Interdependent Privacy. *Proceedings on Privacy Enhancing Technologies*, 2016(2):61–81, April 2016. ISSN 2299-0984. doi: ۰۱.۵۱۵۱/popets-۶۱۰۲-۵۰۰۰. [18](#_bookmark131)

Kate Raynes-Goldie. Aliases, creeping, and wall cleaning: Understanding privacy in the age of Facebook. *First Monday*, January 2010. ISSN 1396-0466. doi: ۷۸۱۶۶۷۲۹۵۱. [4](#_bookmark27)

Thomas C. Redman. Data’s Credibility Problem. *Harvard Business Review*, December 2013. ISSN 0017-8012. [3](#_bookmark22), [4](#_bookmark27)

null Roch, null Lane, null Samuelson, null Allison, and null Dent. Cognitive Load and the Equality Heuristic: A Two-Stage Model of Resource Overconsumption in Small Groups. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 83(2):185–212, November 2000. ISSN 0749-5978. doi: ۰۱.۶۰۰۱/obhd.۰۰۰۲.۵۱۹۲. [16](#_bookmark113)

Sylvia G. Roch and Charles D. Samuelson. Effects of environmental uncertainty and social value orientation in resource dilemmas. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 70(3):221–235, 1997. ISSN 1095-9920. doi: ۰۱.۶۰۰۱/obhd.۷۹۹۱.۷۰۷۲. [16](#_bookmark113)

B. Rockenbach, A. Sadrieh, and A. Schielke. Providing personal information to the benefit of others. *PLoS ONE*, 15(8 August), 2020. doi: ۰۱.۱۷۳۱/journal.pone.۳۸۱۷۳۲۰. [2](#_bookmark14)

Alberto Romele, Francesco Gallino, Camilla Emmenegger, and Daniele Gorgone. Panop- ticism is not Enough: Social Media as Technologies of Voluntary Servitude. *Surveil­ lance &amp; Society*, 15(2):204, 2017. ISSN 1477-7487. doi: ۰۱.۸۰۹۴۲/ss.v۵۱i۲.۱۲۰۶.

[1](#_bookmark1)

Matthew Rosenberg, Nicholas Confessore, and Carole Cadwalladr. How Trump Consul- tants Exploited the Facebook Data of Millions. *The New York Times*, March 2018. ISSN 0362-4331. [6](#_bookmark41)

Sara Salinas. Zuckerberg on Cambridge Analytica: ’We have a responsibil- ity to protect your data, and if we can’t then we don’t deserve to serve you’. [https://www.cnbc.com/2018/03/21/zuckerberg-statement-on-cambridge-](http://www.cnbc.com/2018/03/21/zuckerberg-statement-on-cambridge-) analytica.html. [14](#_bookmark94)

Charles D. Samuelson. A multiattribute evaluation approach to structural change in re- source dilemmas. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 55(2): 298–324, 1993. ISSN 1095-9920. doi: ۰۱.۶۰۰۱/obhd.۳۹۹۱.۵۳۰۱. [16](#_bookmark113)

Philipp Sischka, Jean Philippe Décieux, Alexandra Mergener, Kristina Neufang, and Alexander Schmidt. The Impact of Forced Answering and Reactance on Answering Be- havior in Online Surveys. *Social Science Computer Review*, 40:405–425, April 2022. doi: ۰۱.۷۷۱۱/۷۶۰۷۰۹۰۲۳۹۳۴۴۹۸۰. [8](#_bookmark57)

Allan Smith. There’s an open secret about Cambridge Analytica in the political world: It doesn’t have the ’secret sauce’ it claims. [https://www.businessinsider.com/cambridge-](http://www.businessinsider.com/cambridge-) analytica-facebook-scandal-trump-cruz-operatives-2018-3. [14](#_bookmark94)

H. J. Smith, S. Milberg, and Sandra J. Burke. Information Privacy: Measuring Individuals’ Concerns About Organizational Practices. *MIS Q.*, 1996. doi: ۰۱.۷۰۳۲/۷۷۴۹۴۲. [2](#_bookmark14)

C Span. Facebook CEO Mark Zuckerberg Senate Hearing on Data Protection. [https://www.c-span.org/video/?443543-1/facebook-ceo-mark-zuckerberg-testifies-](http://www.c-span.org/video/?443543-1/facebook-ceo-mark-zuckerberg-testifies-) data-protection%20Accessed%204/15/18#. [6](#_bookmark41)

S. Spiekermann, H. Krasnova, O. Hinz, A. Baumann, A. Benlian, H. Gimpel, I. Heimbach,

A. Köster, A. Maedche, B. Niehaves, M. Risius, and M. Trenz. Values and Ethics in Information Systems: A State-of-the-Art Analysis and Avenues for Future Research. *Business and Information Systems Engineering*, 64(2):247–264, 2022. ISSN 2363- 7005. doi: ۰۱.۷۰۰۱/s۹۹۵۲۱-۱۲۰-۴۳۷۰۰-۸. [9](#_bookmark59)

Sarah Spiekermann and Wolfie Christl. *Networks of Control – A Report on Corporate Surveillance, Digital Tracking*. January 2016. ISBN 978-3-7089-1473-2. [3](#_bookmark22), [4](#_bookmark27)

Y. Tang and L. Wang. How Chinese web users value their personal information: An empirical study on WeChat users. *Psychology Research and Behavior Management*, 14:987–999, 2021. ISSN 1179-1578. doi: ۰۱.۷۴۱۲/PRBM.s۹۳۱۸۱۳. [9](#_bookmark59)

Chutikulrungsee Tharntip Tawnie and Burmeister Oliver Kisalay. Interdependent Privacy. *The ORBIT Journal*, 1(2):1–14, January 2017. ISSN 2515-8562. doi: ۰۱.۷۹۲۹۲/orbit. v۱i۲.۸۳. [4](#_bookmark27)

ﻓﺼﻞ ۵. ﺑﺤﺚ و ﻧﺘﯿﺠﻪﮔﯿﺮی

K. van der Schyff, S. Flowerday, and P.B. Lowry. Information privacy behavior in the use of Facebook apps: A personality-based vulnerability assessment. *Heliyon*, 6(8), 2020a. ISSN 2405-8440. doi: ۰۱.۶۱۰۱/j.heliyon.۰۲۰۲.e۴۱۷۴۰. [8](#_bookmark57)

Karl van der Schyff, Stephen Flowerday, and Paul Benjamin Lowry. Information privacy behavior in the use of Facebook apps: A personality-based vulnerability assessment. *Heliyon*, 6(8):e04714, August 2020b. ISSN 2405-8440. doi: ۰۱.۶۱۰۱/j.heliyon.۰۲۰۲. e۴۱۷۴۰. [13](#_bookmark89)

Philip A. Vernon, Vanessa C. Villani, Leanne C. Vickers, and Julie Aitken Harris. A behav- ioral genetic investigation of the Dark Triad and the Big 5. *Personality and Individual Differences*, 44(2):445–452, 2008. ISSN 1873-3549. doi: ۰۱.۶۱۰۱/j.paid.۷۰۰۲.۹۰.۷۰۰.

[19](#_bookmark138)

Jeffrey D. Wall, P. Lowry, and Jordan B. Barlow. Organizational Violations of Externally Governed Privacy and Security Rules: Explaining and Predicting Selective Violations Under Conditions of Strain and Excess. *J. Assoc. Inf. Syst.*, 2016. doi: ۰۱.۵۰۷۷۱/۱JAIs. ۰۲۴۰۰. [2](#_bookmark14)

N. Wessels, J.P. Gerlach, and A. Wagner. To sell or not to sell - Antecedents of individuals’ willingness-to-sell personal information on data-selling platforms. in *40th International Conference on Information Systems, ICIS 2019*, 2019. ISBN 978-0-9966831-9-7. [9](#_bookmark59)

J. Wirth, C. Maier, S. Laumer, and T. Weitzel. Laziness as an explanation for the privacy paradox: A longitudinal empirical investigation. *Internet Research*, 32(1):24–54, 2022. ISSN 1066-2243. doi: ۰۱/gn۹kh۷. [2](#_bookmark14)

Alyson Leigh Young and Anabel Quan-Haase. Privacy Protection Strategies on Facebook. *Information, Communication & Society*, 16(4):479–500, May 2013. ISSN 1369-118X. doi: ۰۱.۰۸۰۱/۸۱۱۹۶۳۱X.۳۱۰۲.۷۵۷۷۷۷. [4](#_bookmark27)

Marcel Zeelenberg, Rob M. A. Nelissen, Seger M. Breugelmans, and Rik Pieters. On emo- tion specificity in decision making: Why feeling is for doing. *Judgment and Decision Making*, 3(1):18–27, 2008. ISSN 1930-2975. [16](#_bookmark113)

# ﭘﯿﻮﺳﺖ آ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪﻫﺎ

ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ۱ ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪ ۲

ﭘﯿﻮﺳﺖ آ. ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪﻫﺎ

ht[tps://www.po](http://www.ponya.ir/wtp/108886540606931256604)nya.i[r/wtp/108886540606931256604](http://www.ponya.ir/wtp/108886540606931256604) ﭘﮋوداﻫﻧﺸﺶﮑرﺪواهﻧﺸﻨﺎداﺳﻧﯽﺸ ﺗﮕﺎﻬهﺮان

ﭼﻪ100

1ﺗﺎ

ﺷﻣﻤﺪﺎ5ﺛﺻتاﺎﻣﻧﯾدﻔﯿﺪروﻦﺤﻪﻣ7ﺛتدﺎﻪﻧرﺠراﯿﻤﻪﻮع

ﺳﭙﮐ**ﺮ**ا.ﯾدیﻩﺪ

ﻓﮐﺮﻨﻣﯿﯽﺪضﺗﻮدااﻧﺑﯿدﻪﻩﺪدزهﯾﺎﺳﺮﺘیﺮﭘﺳﯿﮐﺪﻨﯽاﯿﺑ.ﯿﺪﻦ

ارز ﺑﺗﺷآﺮﻌﮐاﯿﻣﻨنﯽ**ﯿ**یﯽﺪﻦ؟ دﺳﺘﺮداﺑﺳدﻪﻩﯽﺟهﺎﻤیﻊآوﺷﺗرﺪﻮاﻩﭘﯾیﻠﺳﯿﮏﻂﮑ ﺗﻠﺸهﻔﻤﻦﮐﺮﻦاﻪﻩ

و زوﻣﺎن

و ﺗﻣﺤوﮐﺎﺤرﺼﻞﯿﻞ

،آدﻣرزﻧﺤﺪسﻞﮔﯽ

اﻃﻼﻋﺎ ﺷتﻤﺎﺗﻠرﻩﻔﻦ

ﮐﺎرﺑذﺧﺮرااﻮﺧﯿدنﮐ**ﺮ**اﻩدﺳ.ﻩﺖ



50.00

ﻣ ﻗﮑﺎﺮانرﻣهﺎﻼآﻗیﯾﺎﻨتﺪﻩ

0 25 50 75 100

ﺗﺎﯾﯿﺪ

ﻗﺒﻠﯽ

1 of 1 8/20/22, 13:56

manual. reference tikz the of page first The :۱-آ ﺷﮑﻞ

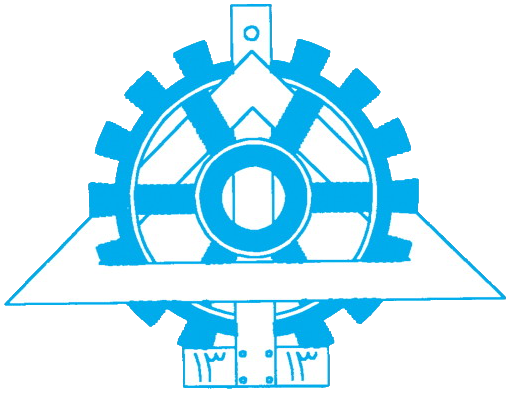
ﭘﯿﻮﺳﺖ آ. ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪﻫﺎ

ﭘﯿﻮﺳﺖ آ. ﭘﺮﺳﺸﻨﺎﻣﻪﻫﺎ

**Abstract:**

This thesis studies on writing projects, theses and dissertations using tehran-thesis class. It ...

**Keywords:** Writing Thesis, Template, LATEX, X Persian

**University of Tehran College of Engineering**

**Faculty of Engineering Science Algorithms and Computation**

## Writing projects, theses and dissertations using tehran-thesis class

A Thesis submitted to the Graduate Studies Office In partial fulfillment of the requirements for

The degree of Master of Science

in Computer Engineering - Algorithms and Computation

**By:**

### Sina Momken

Supervisors:

#### First Supervisor and Second Supervisor

Advisor:

#### First Advisor

May 2017