

## شبکه‌های اجتماعی، نوجوانان را افسرده نمی‌کند

بر اساس نتایج یک تحقیق گسترده، تنها ۲۳ درصد آمریکایی‌ها به اطلاعات کسب شده از شبکه‌های اجتماعی اعتماد دارند؛ در شرایطی که این رقم برای کشورهای در حال توسعه مثل عربستان و هند بالای ۵۰ درصد است.



بر اساس نتایج یک تحقیق گسترده، تنها ۲۳ درصد آمریکایی‌ها به اطلاعات کسب شده از شبکه‌های اجتماعی اعتماد دارند؛ در شرایطی که این رقم برای کشورهای در حال توسعه مثل عربستان و هند بالای ۵۰ درصد است.

به گزارش ایسنا، روزنامه ایران نوشت: امسال برای نهمین سال متوالی روز شبکه‌های اجتماعی (۲۰ ژوئن) به طور همزمان در سراسر جهان جشن گرفته شد و بار دیگر به کاربران یادآوری شد که تاکنون شبکه‌های اجتماعی مختلف همچون فیس بوک، توئیتر و... چگونه نحوه ارتباط دوستان، اعضای خانواده و... را تغییر داده است. امسال شبکه‌های اجتماعی از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفتند که یکی از این موارد، میزان اعتماد کاربران به این پلتفرم‌هاست و در نهایت مشخص شد بریتانیایی‌ها نسبت به سایر کشورهای دیگر اعتماد کمتری به شبکه‌های اجتماعی دارند و بیشتر از کاربران بقیه کشورها خواستار قانونگذاری‌های قوی‌تر کمپانی‌های فناوری هستند.

لشکر ۲.۷ میلیاردی کاربران شبکه‌های اجتماعی

طبق گزارش وبسایت پژوهشی [statista.com](http://statista.com)، تعداد کل کاربران شبکه‌های اجتماعی جهان در سال ۲۰۱۹ میلادی، به ۲.۷۷ میلیارد نفر می‌رسد و البته در حال حاضر فیس بوک با ۲.۳ میلیارد کاربر بیشترین تعداد را در جهان جذب کرده است. پس از آن یوتیوب با ۱.۹ میلیارد کاربر و واتس‌آپ با ۱.۶ میلیارد کاربر قرار دارد. فیس بوک مسنجر ۱.۳ میلیارد کاربر جهانی دارد و وی‌چت با ۱.۰۹ میلیارد کاربر و اینستاگرام با یک میلیارد کاربر در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند. اما با توجه به تعداد بالای کاربران شبکه‌های اجتماعی در جهان، میزان اعتماد به این پلتفرم‌ها در جهان چقدر است و کاربران کدام کشورها شبکه‌های اجتماعی را قابل اعتمادتر می‌دانند؟ پاسخ را می‌توان در نتیجه تحقیق و پروژه YouGov-Cambridge Globalism دانست.

در قالب این تحقیق، هر سال رفتار جهانی کاربران در چند کشور جهان مورد بررسی قرار می‌گیرد و امسال این پروژه در ۲۳ کشور که در مجموع حدود ۵ میلیارد نفر را زیر پوشش قرار می‌دهند، انجام شد. در پروژه سال ۲۰۱۹، حدود ۲۵ هزار و ۲۲۵ کاربر آنلاین در اروپا، آمریکا، آفریقا و آسیا مورد نظرسنجی قرار گرفتند و از کاربران سؤالاتی درباره نگاه آنها به موضوعاتی از مهاجرت گرفته تا واکسیناسیون، شبکه‌های اجتماعی، جهانی‌سازی و... پرسیده شد. در قالب این پروژه، از کاربران این ۲۳ کشور سوال شد که تا چه حد به منابع اطلاعاتی از جمله روزنامه‌های ملی، شبکه‌های اجتماعی و وب‌سایت‌های خبری آنلاین اعتماد دارند. نتیجه این گزارش نشان داد که بریتانیایی‌ها کمترین میزان اعتماد را به همگی این رسانه‌ها دارند چرا که تنها ۱۲ درصد به اطلاعات کسب شده از شبکه‌های اجتماعی اعتماد دارند در حالی که ۸۳ درصد اعتماد کمی به پلتفرم‌هایی همچون فیس بوک و توئیتر دارند یا کاملاً نسبت به آن بی‌اعتماد هستند. این گزارش نشان داد که بریتانیایی‌ها نسبت به سایر کشورهای دیگر اعتماد کمتری به پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی دارند و بیشتر از کاربران سایر نقاط جهان خواستار قانونگذاری قوی‌تر برای کمپانی‌های فناوری و شبکه‌های اجتماعی هستند. در واقع بیش از ۴ نفر از هر ۵ بریتانیایی به پلتفرم‌هایی همچون فیس بوک و توئیتر اعتماد ندارند. از سوی دیگر تنها دو منبع اطلاعاتی مورد اعتماد بخش عمده کاربران بریتانیایی قرار دارد و آن هم کانال‌های تلویزیون ملی این کشور (۶۱ درصد) و سازمان‌های خبری محلی (۵۴ درصد) است.

اعتماد به شبکه‌های اجتماعی در کشورهای فقیرتر

بجز بریتانیا میزان اعتماد به محتوای منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی در سایر نقاط جهان چگونه است؟ طبق این تحقیق، کشورهای پیشرفته همچون آمریکا، فرانسه و آلمان هم تقریباً وضعیت مشابهی با بریتانیا دارند هرچند میزان اعتماد آنها تا حدی بیشتر است. اما میزان اعتماد به اطلاعات و اخبار شبکه‌های اجتماعی در کشورهای با درآمد پایین‌تر همچون هندوستان، برزیل و مکزیک کاملاً معکوس است و در این کشورها کاربران اعتماد بالاتری به شبکه‌های اجتماعی دارند.

۲۳ درصد آمریکایی‌های مورد سوال قرار گرفته در این نظرسنجی گفتند که به اطلاعات کسب شده از شبکه‌های اجتماعی اعتماد دارند که این رقم برای کاربران آلمانی به ۲۰ درصد و برای کانادایی‌ها به ۲۸ درصد می‌رسد. این در حالی است که در کشورهای در حال توسعه، میزان اعتماد به شبکه‌های اجتماعی بالاتر است به گونه‌ای که بخش عمده کاربران هندی یعنی ۵۲ درصد آنها به اطلاعات شبکه‌های اجتماعی اعتماد دارند و این رقم برای کاربران عربستان سعودی و نایلندی هم همین رقم ۵۲ درصد است.

## چرا بی اعتمادی؟

اما دلیل این بی اعتمادی به شبکه های اجتماعی در بریتانیا و سایر کشورهای ثروتمند چیست؟ بسیاری ریشه این بی اعتمادی را در اتهامات گسترده این کمپانی ها و غول های فناوری و شبکه های اجتماعی در زیر پا گذاشتن دموکراسی، نقض حریم خصوصی، نشت اطلاعات و داده ها می دانند. یکی از نمونه های بارز که بخصوص در بریتانیا اعتماد کاربران را تا حد زیادی از دست داده، فیس بوک است. ماجرای رسوایی کمبریج آنالیتیکا و نشت اطلاعات و داده های میلیون ها کاربر فیس بوک ضربه مهلکی به این شبکه اجتماعی بود که هنوز بسیاری از کاربران نمی توانند آن را فراموش کنند و اعتماد دوباره به آن داشته باشند. این چالش فیس بوک هنوز تمام نشده بود که ماجرای تیراندازی و کشتار مسلمانان در کریست چرچ نیوزیلند و پخش زنده و آنلاین فیلم این اقدام تروریستی از طریق فیسبوک، شوک دوباره ای به کاربران این پلتفرم وارد کرد و همچنان بسیاری نمی توانند به آن اعتماد داشته باشند. یوتیوب نیز تاکنون به دفعات متعدد محتوای نامناسب را برای کودکان نمایش داده است و دخالت روسیه در انتخابات آمریکا و همگی موضوعاتی هستند که کاربران بریتانیایی از آن به عنوان دلیل بی اعتمادی خود به شبکه های اجتماعی بیان می کنند.

## قانونگذاری های سختگیرانه تر

اما کمپانی های فناوری برای از بین بردن این بی اعتمادی چه باید بکنند؟ بیش از ۶۷ درصد بریتانیایی ها معتقدند شبکه های اجتماعی باید قانونمندتر شوند. در آمریکا ۴۷ درصد معتقدند باید بر شبکه های اجتماعی نظارت بیشتری باشد و در فرانسه ۵۶ درصد کاربران خواستار قانونمندتر شدن شبکه های اجتماعی هستند. این رقم برای اسپانیا به ۶۱ درصد و در ترکیه به ۶۵ درصد می رسد در حالی که این رقم برای آلمان ۴۶ درصد، سوئد ۳۲ درصد و ژاپن ۲۷ درصد عنوان شده است.

با توجه به حساسیت زیاد کاربران بریتانیایی باید گفت علاوه بر کاربران، دولت بریتانیا نیز به دنبال اعمال قانون بیشتر برای شبکه های اجتماعی است و در نظر دارد با قانونگذاری هایی ویژه، بریتانیا را به امن ترین مکان آنلاین در جهان تبدیل کند. در این قانون های سختگیرانه در صورتی که محتوای نامناسب روی شبکه های اجتماعی انتشار یابد، جریمه هایی سنگین برای این پلتفرم ها در نظر گرفته می شود و در صورت تکرار موضوع، خود مدیران شبکه های اجتماعی هدف این جریمه ها قرار می گیرند.

گفتنی است که در سال های اخیر آلمان سختگیرانه ترین قوانین را برای شبکه های اجتماعی و سایر کمپانی های فناوری تصویب کرده تا از کاربران به خوبی حفاظت شود. آلمان علاوه بر اینکه به عنوان یکی از اعضای اتحادیه اروپا قانون حفاظت از داده های شخصی کاربران (GDPR) در آن اجرا می شود در این کشور به طور مجزا قوانینی خاص وجود دارد. به عنوان مثال در ژوئن ۲۰۱۷ قانونی در این کشور تصویب شد که شبکه های اجتماعی موظفند حداکثر ظرف ۲۴ ساعت از زمان اعلام، محتوای غیر قانونی موجود روی پلتفرم خود را حذف کنند در غیر این صورت تا سقف ۵۰ میلیون یورو جریمه خواهند شد.