

# بررسی رابطه بین اعتماد بین شخصی و احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی دانشجویان دختر دانشگاه الزهرا و شهید بهشتی)

خدیجه سفیری<sup>1</sup>، علی رجیلو<sup>2</sup>، صغری قلیزاده<sup>3</sup>

تاریخ دریافت: 96/04/10  
تاریخ پذیرش: 96/11/15

از صفحه 27 تا 52

پژوهش‌نامه نظم و امنیت انتظامی، سال یازدهم،  
شماره اول (پیاپی چهل و یکم)، بهار 1397

## چکیده

**مقدمه:** احساس امنیت اجتماعی در عصر جهانی‌شدن اطلاعات به‌عنوان یکی از ویژگی‌های بارز عصر جدید، در عرصه‌های مختلف زندگی اجتماعی به‌خصوص در استفاده از شبکه‌های مجازی بر تمامی حوزه‌های فعالیت بشری تأثیری شگرف گذاشته است. شبکه‌های مجازی به‌عنوان موجی که هیچ فضا و تمدنی یاری مقابله و مقاومت در برابر آن را ندارد؛ امنیت اجتماعی جوامع را به چالش کشیده و عدم امنیت را در پی آورده است. هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین اعتماد بین شخصی با میزان احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان دانشجویان است.

**روش:** این پژوهش با روش پیمایش و با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته طراحی و اجرا شده است. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان دختر دانشگاه شهید بهشتی و الزهرا (س) است که به تعداد 18097 می‌باشند و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران 376 نفر تعیین گردید.

**یافته‌ها:** یافته‌های تحقیق نشان داد که میزان احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های مجازی در حد متوسط به پایین می‌باشد. همچنین میان اعتماد بین شخصی با میزان احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های مجازی رابطه مستقیم متوسطی وجود دارد. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که 20/3 درصد از تغییرات متغیر میزان احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی توسط متغیر اعتماد بین شخصی تبیین شده است.

**نتیجه‌گیری:** هراندازه اعتماد بین شخصی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی بالاتر باشد، به همان اندازه احساس امنیت بیشتری را تجربه خواهد کرد. در غیر این صورت، عدم احساس امنیت بر آن‌ها مستولی می‌شود.

**کلیدواژه‌ها:** احساس امنیت اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، اعتماد بین شخصی، دانشجویان.

1- استاد جامعه شناسی دانشگاه الزهرا(س)، تهران.

2- دانشیار علوم اجتماعی دانشگاه الزهرا(س)، تهران.

3- کارشناسی‌ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه الزهرا(س)، تهران، (نویسنده مسئول): so.gholizade711@gmail.com



## مقدمه

رشد همه‌گیر و جهانی فناوری اطلاعات و تکنولوژی‌های نوین ارتباطات و علوم رایانه، اینترنت و فضای مجازی، دستاوردها و فرصت‌های بی‌پایانی را برای بشر فراهم نموده است از جمله این خدمات می‌توان به ارتباطات مجازی اشاره کرد. با کمتر شدن اهمیت زمان و مکان و بی‌نیازی به مکان مشترک برای برقراری ارتباط، افراد به شکل آسان‌تری می‌توانند در فضای مجازی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. این شکل جدید برقراری ارتباط موجب تحول در هویت و شخصیت جوامع می‌شود (پورنقدی، 1392: 70). مهم‌ترین تغییری که فضای مجازی و در پرتو آن شکل‌گیری جهان مجازی به وجود آورده، تغییر در روابط انسانی است. جایگزینی روابط مجازی با واسطه اینترنت به جای روابط چهره به چهره سنتی شاید مهم‌ترین بخش این تغییر باشد (عاملی، 1383: 41).

افزایش شمار تعداد اعضای این شبکه‌ها و تأثیرگذاری آنها بر فضای واقعی، باعث اهمیت به‌سزای این شبکه‌ها شده و در طی یک دهه از پدیده‌های موقتی به جهانی تبدیل شده‌اند (شهبابی، 1391: 62). در اغلب موارد، مهم‌ترین تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی را حفظ و ارتقای روابط گذشته افراد می‌دانند. این در حالی است که نباید از نقش این شبکه‌ها در روابط بین فردی تازه شکل گرفته شده غافل شد (پرستار و جعفری، 1395: 29). به عبارت دیگر، شبکه‌های اجتماعی مجازی علاوه بر تأثیراتی که در شکل‌دهی افکار، نگرش و رفتار افراد دارند، قادرند با کارکردهای منفی و تخطی از اخلاق رسانه‌ای امنیت افراد را تهدید کنند. امنیت از نیازها و انگیزه‌های اساسی انسان به شمار می‌رود به طوری که با زوال آن آرامش خاطر انسان از بین می‌رود و تشویش و اضطراب جای آن را می‌گیرد؛ بنابراین مرتفع شدن بسیاری از نیازها در گرو تأمین امنیت است؛ اما مهم‌تر از امنیت موضوع احساس امنیت است. احساس امنیت اجتماعی نوعی ذهنیت روانی رضایت‌بخش و قانع‌کننده افراد نسبت به عدم تأثیرگذاری حضور و بروز حوادث و وقایع ضد امنیتی در حوزه امنیت اجتماعی است (حاجیانی، 1384: 28). احساس امنیت از نیازها و ضرورت‌های اساسی و پایه‌ای هر فرد و جامعه‌ای به شمار می‌رود؛ زیرا در سایه احساس امنیت، شکوفایی استعدادها و رشد و پیشرفت تمدن‌ها محقق می‌شود و فقدان یا اختلال در آن، بازتاب‌های نگران‌کننده و پیامدهای خطرناک دارد. احساس امنیت فرایندی روانی - اجتماعی است که صرفاً بر افراد تحمیل نمی‌شود، بلکه اکثر

افراد جامعه بر اساس نیازها و علایق خود در ایجاد و از بین بردن آن نقشی اساسی دارند (شایگان، 1391: 186).

در سال‌های اخیر، به‌ویژه با توسعه و پیشرفت چشمگیر در زمینه فناوری‌های نوین ارتباطی اطلاعاتی به‌ویژه با ورود رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی، اعتماد جایگاه و اهمیت ویژه‌ای یافته است. چرا که اعتماد شرط لازم برای شکل‌گیری و تداوم هر رابطه‌ای است و چون در تعاملات مجازی افراد همدیگر را به‌صورت مستقیم ملاقات نمی‌کنند، باعث افزایش خطر و ریسک تعاملات یا به‌عبارت‌دیگر منجر به تشدید بحران بی‌اعتمادی در بین افراد می‌شود.

بنابراین بایستی این حقیقت را پذیرفت که مهم‌ترین چالش شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در خصوص احساس امنیت، موضوع «اعتماد» به مخاطب یا کسانی است که در لیست دوستان شما قرار می‌گیرند. بررسی‌هایی که از سبک کاربری، کاربران ایرانی انجام‌شده نشان می‌دهد که معمولاً کاربران درخواست سایر کاربران برای دوستی را به‌راحتی می‌پذیرند. این در حالی است که به‌طور معمول، در شبکه‌های اجتماعی دوست‌یابی صورت نمی‌پذیرد و تنها دوستان و آشنایان در دنیای واقعی در این فضا نیز نسبت به اتصال اشتراک‌گذاری اطلاعات و محتوا اقدام می‌کنند و این آغاز به مخاطره افتادن اعتماد و در نتیجه امنیت اجتماعی در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی است (محصل و حیاتی، 1392: 24-25).

براساس آمارهای ارائه‌شده توسط مرکز مدیریت توسعه ملی اینترنت وابسته به سازمان فناوری اطلاعات ایران، تعداد کاربران اینترنت موبایلی تا سه‌ماهه اول سال 1395 به 29 میلیون و 58 هزار و 719 نفر رسیده است. این در حالی است که تعداد کاربران اینترنت تلفن همراه در ایران در سال 1392، یعنی در ابتدای ورود اپلیکیشن‌های ارتباطی تلفن همراه، برابر با 9 میلیون و 207 هزار و 252 نفر بوده است؛ بنابراین ایرانی‌ها در خاورمیانه بالاترین ضریب استفاده از اینترنت و شبکه‌های مجازی را به خود اختصاص داده‌اند (فضلی و همکاران، 1395: 128). همان‌طور که ملاحظه می‌کنیم، میزان استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران به‌طور چشمگیری افزایش یافته است. در صورت بی‌توجهی به این پدیده به‌جای بهره‌گیری از آن، با تهدیدهای ناشی از آن مواجه خواهیم شد که ممکن است در نهایت، شاهد زوال



احساس امنیت اجتماعی در جامعه خود باشیم و از آنجایی که بیشتر جمعیت کشور ما جوانان و دانشجویان هستند، تأثیرپذیری و دسترسی بیشتری به فضای مجازی و اینترنت داشته و به عنوان گروه‌های پیشگام تأثیرگذاری بیشتری بر جامعه دارند؛ بنابراین پژوهش حاضر می‌خواهد به این مسئله بپردازد که بین اعتماد بین‌شخصی دانشجویان دختر و میزان احساس امنیت اجتماعی آنها در شبکه‌های مجازی چه رابطه‌ای وجود دارد؟ آیا عوامل فردی (سن، میزان و نحوه استفاده از شبکه‌های مجازی، میزان درآمد خانواده و سطح تحصیلات) تأثیری در افزایش و کاهش احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند.

### پیشینه و مبانی نظری

#### پیشینه

با توجه به میزان اهمیت امنیت و احساس امنیت، در سال‌های اخیر پژوهش‌های زیادی در این حوزه صورت گرفته است که در ادامه به مرور برخی از آنها می‌پردازیم.

رستگار خالد و محمدیان (1392) در پژوهشی با عنوان «استفاده از اینترنت و احساس امنیت اجتماعی در بین دانشجویان» به این واقعیت دست یافتند که هرچه میزان استفاده از اینترنت در بین دانشجویان بیشتر شود، احساس امنیت اجتماعی کاهش پیدا می‌کند. همچنین مصرف ابزاری از اینترنت در مقایسه با استفاده‌های دیگر از اینترنت احساس امنیت اجتماعی را بیشتر کاهش می‌دهد و از سوی دیگر، دانشجویانی که از سایت‌های فیلترشده استفاده می‌کنند، احساس امنیت اجتماعی پایین‌تری نسبت به بقیه دارند.

در پژوهش انجام‌شده توسط محصل و حیاتی (1392) میزان احساس امنیت دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی در حد متوسط (56 درصد) گزارش شده است و بین سن پاسخگویان، میزان تحصیلات آنها، مدت حضور افراد در شبکه‌های اجتماعی مجازی، اعتماد بین فردی پاسخگویان، میزان مشارکت در فعالیت‌های شبکه‌ای و احساس امنیت اجتماعی آنها در شبکه‌های مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

در مطالعه‌ای که توسط فتحی و همکاران (1395) در مورد تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مؤلفه‌های احساس امنیت اجتماعی و هویت ملی انجام شد، این نتیجه به دست آمد که دانشجویان دارای عضویت در شبکه‌های اجتماعی احساس امنیت کمتری نسبت به همتایان غیر عضو خود کسب کرده‌اند.

موسوی و احمدآبادی (1394) در پژوهشی با عنوان «تحلیل جامعه‌شناسی فرهنگ اعتماد در فضای مجازی» به این نتیجه دست یافتند که فرهنگ اعتماد در فضای مجازی در حد متوسط رو به پایین قرار دارد. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که میان ساختار فضای مجازی و فرهنگ اعتماد یک رابطه مستقیم و در سطح متوسط وجود دارد؛ در همین راستا، ساختار فضای مجازی رابطه قوی‌تری را با بعد ذهنی فرهنگ اعتماد نشان می‌دهد تا بعد عینی آن. همچنین مشخص گردید که در محیط‌های تعاملی اینترنتی میزان فرهنگ اعتماد تفاوت معناداری با یکدیگر نشان می‌دهد، به گونه‌ای که بالاترین میزان فرهنگ اعتماد به ترتیب در محیط تعاملی فیس‌بوک و سپس ایمیل و در نهایت، در محیط بازی و سرگرمی شکل گرفته است.

مظفری و رستگاری (1394) در پژوهشی که با عنوان «بررسی میزان اعتماد کاربران ایرانی به شبکه اجتماعی لینکدین به حفظ حریم شخصی» انجام دادند، به این نتیجه دست یافتند که کاربران لینکدین دیدگاه مثبتی به اعتماد در شبکه اجتماعی دارند و آن را در ردیف اعتماد مورد نیاز برای برقراری ارتباط دوستی در فضای حقیقی برمی‌شمارند.

خاکی (1392) پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل تأثیرگذار بر میزان احساس امنیت اجتماعی دختران شهر ایلام در شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک)» انجام داد. نتایج پژوهش وی نشان داد که با افزایش اعتماد بین فردی، تعلقات مذهبی، میزان مشارکت در فعالیت‌های شبکه‌ای و با افزایش میزان استفاده از محتوای مطالب به اشتراک گذاشته شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی دختران احساس امنیت اجتماعی آنها در شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز افزایش می‌یابد.

زیویار (1393) در پژوهشی با عنوان «احساس امنیت کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی از حیث جنسیت، سن، میزان تحصیلات و میزان استفاده» به این نتایج دست



یافتند که میان جنسیت، سن و میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک با احساس امنیت و آسایش کاربران شبکه‌های اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

نیازی و فرشادفر (1389) در پژوهشی به بررسی رابطه بین اعتماد اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی در بین زنان مناطق شمال و جنوب شهر تهران پرداختند و به این نتیجه دست یافتند که رابطه معناداری بین دو متغیر اعتماد اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی در بین مناطق جنوب شهر تهران در سطح اطمینان 99 درصد وجود دارد.

خواجانه‌نوری و کاوه (1392) در پژوهشی با عنوان «رابطه بین مصرف رسانه‌ای و احساس امنیت اجتماعی» به این نتیجه دست یافتند که تأثیر تعاملی استفاده از تلویزیون داخلی و رادیو داخلی بیشترین تأثیر را بر احساس امنیت داشته است ( $\text{sig}=0.000$   $F=534/10$ ). در مراتب بعدی، تأثیر تعاملی استفاده از اینترنت و بلوتوث، تلویزیون خارجی و بلوتوث، تلویزیون خارجی و موبایل، اینترنت و موبایل، تلویزیون خارجی و اینترنت قرار دارد. تحلیل رگرسیون چند متغیره حاکی است که از میان متغیرهای وارد شده، متغیرهای نوع مسکن، سن، رسانه و تحصیلات باقی می‌مانند که در مجموع 38 درصد ( $R^2=0.374$ ) از متغیر وابسته را تبیین می‌کنند.

قدرتی و همکاران (1388) در پژوهشی با عنوان «احساس امنیت اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی و نهادهای نظم و قانون (مورد مطالعه شهر مشهد)» به این نتیجه دست یافتند که متغیرهای اعتماد به دادگاه، اعتماد به پلیس، عضویت در انجمن‌های ادبی هنری، جنسیت و وضعیت تأهل وارد مدل رگرسیون می‌شوند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که در وهله اول، بهبود عملکرد نهادهای دولتی و به‌ویژه دو نهاد یادشده و در وهله دوم، گسترش شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به تقویت احساس امنیت اجتماعی شهروندان کمک کند.

در مطالعه‌ای دیگر که بنسال<sup>1</sup> و همکاران (2016) با عنوان «دغدغه اعتماد و حفظ حریم خصوصی در افشای اطلاعات خصوصی آنلاین (برخط)» انجام دادند، به این نتیجه دست یافتند که اعتماد، نگرانی‌های حریم خصوصی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. به عبارت دیگر، هرچه اعتماد کمتر باشد، نگرانی‌های حریم خصوصی کمتر می‌شود و برعکس.

1- Bensal

آنیل دامی<sup>1</sup> و همکاران (2013) در پژوهشی با عنوان «بررسی اثر اعتماد، امنیت و حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی» به این نتیجه دست یافتند که ارتباط قوی بین اعتماد و حریم خصوصی وجود دارد.

فوگل و نهمد<sup>2</sup> (2009) در مطالعه‌ای با عنوان «شبکه اجتماعی اینترنتی: خطرپذیری، اعتماد و نگرانی‌های حریم خصوصی» به بررسی نگرش کاربران در رابطه با حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداختند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که خطرپذیری افرادی که در سایت‌های شبکه اجتماعی پروفایل دارند در مقایسه با کسانی که در این سایت‌ها پروفایل ندارند، بیشتر است. نگرانی‌های زنان در رابطه با حریم خصوصی و افشای اطلاعات نسبت به مردان بیشتر است.

توناین<sup>3</sup> و همکاران (2009) در پژوهشی با عنوان «آگاهی کاربران از حریم خصوصی در سایت شبکه‌های اجتماعی آنلاین (مورد مطالعه: فیس‌بوک)» به این نتیجه دست یافتند که بسیاری از کاربران فعال فیس‌بوک اطلاعات خصوصی خود را افشا کرده‌اند. برخلاف باور کاربران، آنها به خوبی از قابلیت مشاهده اطلاعات توسط کاربران ناشناس آگاه نبوده‌اند. علاوه بر این، سیاست حفظ حریم خصوصی به خوبی توسط کاربران درک نشده بود.

«امنیت در فضای مجازی: امنیت جوانان و مواجهه آنلاین» عنوان پژوهشی است که توسط جی فلمینگ<sup>4</sup> و همکاران (2006) انجام شده است. پیمایش صورت گرفته در میان 629 نفر از نوجوانان 13 تا 16 سال استرالیایی انجام شده تا جنبه‌هایی از استفاده از اینترنت و در معرض رفتارهای نامناسب آنلاین قرار گرفتن و شیوه‌های امنیت آنلاین‌شان بررسی شود. نتایج نشان داد تفاوت معناداری در میزان قرار گرفتن در معرض مواد نامناسب و یا رفتارهای آنلاین با توجه به جنس و دفعات مصرف وجود دارد. مردان با فراوانی استفاده بیشتر از اینترنت، نشان دادند که در معرض بیشتر مواد نامناسب و یا رفتارهای آنلاین قرار دارند. همچنین تفاوت چشمگیری در شیوه‌های

1- Anil Dhani

2- Fogel and Nomad

3- Tuunainen, et al.

4- J. Fleming



امنیت آنلاین شرکت‌کنندگان جوان‌تر (13- تا 14 ساله) پیدا شد و کسانی که والدینشان با آنها در مورد امنیت اینترنت بحث نکرده بودند، کمتر آگاه بودند.

در جمع‌بندی از مرور منابع تجربی باید گفت در همه این تحقیقات، احساس امنیت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن مورد توجه قرار گرفته است؛ اما هر یک از این تحقیقات، شاخص‌ها و معرف‌های متفاوت از یکدیگر به کار رفته‌اند؛ به طوری که مقایسه نتایج حاصل از آنها به علت نبود ابزار واحد، مشکل است. هرچند موضوع احساس امنیت اجتماعی در این تحقیقات مورد توجه قرار گرفته است، اما متغیرهای مستقل مرتبط با آن گسترده بوده است. در نگاهی کلی می‌توان گفت، عوامل مورد توجه در رابطه با احساس امنیت در تحقیقات پیشین، ناظر به اعتماد بین‌فردی، سن، مشارکت اجتماعی، دین‌داری، جنسیت، پایگاه اقتصادی اجتماعی و غیره است. در تحقیقات خارجی نیز موضوع احساس امنیت کمتر مورد توجه قرار گرفته و بیشتر به موضوع امنیت و حریم خصوصی توجه شده است. بر این اساس، در مطالعه حاضر سعی شده است به بررسی احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداخته شود؛ متغیرهای مستقل ما در این مطالعه، متغیر اعتماد بین‌شخصی، میزان، میزان درآمد خانواده، سن و میزان نحوه استفاده از این شبکه‌ها می‌باشد. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش، دانشجویان دختر دانشگاه‌های شهید بهشتی و الزهرا (س) می‌باشد.

### مبانی نظری

**احساس امنیت:** اهمیت احساس امنیت نه تنها در تحقیقات تجربی بلکه در تئوری‌های جامعه‌شناختی نیز آشکار شده است. احساس امنیت به احساس رهایی از اضطراب، بیم و خطر اطلاق می‌شود. در واقع، زمانی که فرد احساس کند در شبکه‌های اجتماعی مجازی خطری مال، آبرو و فکر او را تهدید نمی‌کند، می‌توان گفت که فرد دارای احساس امنیت است. از این‌رو، باید احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی به صورت علمی و دقیق در جامعه بررسی شود. انسان‌هایی که از لحاظ فردی و اجتماعی احساس امنیت می‌کنند، با آرامش خاطر اهداف خود را دنبال کرده و امکان موفقیت آنها افزایش می‌یابد.



دیدگاه‌های صاحب‌نظران مکتب کپنهاگ همچون بوزان و ویور درباره احساس امنیت: احساس امنیت اجتماعی از نظر بوزان به حفظ ویژگی‌هایی اشاره دارد که بر اساس آن، افراد خود را به‌عنوان عضو یک گروه اجتماعی قلمداد می‌کنند؛ به عبارتی، احساس امنیت با جنبه‌هایی از زندگی فرد ارتباط پیدا می‌کند که هویت گروهی او را شکل می‌دهند. بوزان نقطه آغازین امنیت را ذهنی و مبتنی بر تصمیم بازیگران معرفی می‌کند و از نظر او امنیت پیش از آنکه مقوله‌ای قابل‌تعریف باشد، پدیده‌ای ادراکی و احساسی است (خواجانه‌نوری و کاوه، 1392: 62). بوزان بحث خود را با تأکید بر اصول نظامی اساسی (ارگانیک) بیان نموده و در ادامه عناصر ارگانیک امنیت اجتماعی را «هویت» نامیده و امنیت اجتماعی را مترادف امنیت هویت تلقی می‌نماید. بوزان تعریف شرایطی که در آن، خطر جدی امنیت جامعه را تهدید می‌کند، کار مشکلی دانسته و چنین ابراز می‌دارد: آنچه تهدید تلقی می‌شود با آنچه عملاً می‌تواند تهدید باشد، ممکن است کاملاً متفاوت باشد؛ شاید نتوان تهدیدات واقعی را با دقت دید یا تهدیدات فرضی تلقی شده واقعی نباشد، اما ممکن است دارای آثار واقعی باشند؛ در مجموع، تهدیداتی که متعرض امنیت جامعه می‌شوند، زمانی روی می‌دهند که جامعه به این استنتاج دست می‌یابد که در یک شرایط خاص هویت آنها (ما) مورد تعرض و خطر واقع شده است. عواملی که می‌توانند هویت یک جامعه را تهدید کنند ممکن است از آزادی بیان تا مداخله در قابلیت‌های آن برای ابراز و بیان خود، تنوع داشته باشد (بیات، 1388: 86). ویور معتقد است که برداشت بوزان از امنیت اجتماعی، ناقص و سست‌بنیاد است. به عقیده ویور، امنیت اجتماعی مربوط به وضعیتی است که جوامع تهدیدی نسبت به مؤلفه‌های هویت خود احساس می‌کنند. ویور به‌جای دولت، جامعه را به‌مثابه هدف مرجع امنیت مطرح می‌کند و جامعه را مجموعه‌ای از نهادهایی می‌داند که با هویت مشترک عجین باشد. جامعه از دیگر گروه‌های اجتماعی به دلیل داشتن درجه بالایی از ثبات اجتماعی، یک تداوم میان نسل‌ها و یک زیرساختار مستحکم از هنجارها، ارزش‌ها و نهادها متفاوت است (موتیمر، 1380: 388). سرانجام در انتخاب متغیر وابسته پژوهش، احساس امنیت اجتماعی بیشتر از تئوری‌های تحلیل‌گران امنیت در مکتب کپنهاگ الهام گرفته شده است و بدون شک مهم‌ترین صاحب‌نظرانی که به این متغیر توجه داشته‌اند، باری بوزان و آل ویور می‌باشند.



چلبی و احساس امنیت: چلبی<sup>1</sup> احساس امنیت را مصونیت فرد در مقابل تهدیدهایی می‌داند که از جانب کنشگران، جان، مال، فکر و توانایی افراد برای شرکت در اجتماعات دلخواه و یا حفظ این اجتماعات را مورد تهدید قرار می‌دهد. چلبی معتقد است: چهار علقه افضل و عام برای انسان وجود دارد که می‌توان آنها را از هم تفکیک کرد (علقه شناختی، علقه مادی، علقه اجتماعی و علقه امنیتی). در این بعد، انسان به‌عنوان موجودی هدفمند بالقوه مضطرب (انسان با چهره سیاسی) جهت حفظ آرامش و صیانت خود در ارتباط با محیط‌های اثباتی و اجتماعی درصدد اهداف خود می‌باشد (چلبی، 1386: 107). نبود امنیت ضمن زدن دنیای مشوش و اضطراب‌زا برای فرد، با دامن زدن به انواع بیماری‌های جسمی و روانی، انگیزه هرگونه فعالیت را از فرد سلب می‌کند و درنهایت، چهار ستون زندگی را فلج خواهد کرد. از نظر چلبی (1375: 77) کاهش احساس امنیت موجب تضعیف روابط نزدیک با دیگران می‌شود و فرصت‌های مناسب برای تعاملات بین افراد را از بین می‌برد و ادامه روابط را غیرممکن می‌سازد. با استناد به این نظریه می‌توان استدلال کرد زمانی که افراد، شبکه‌های اجتماعی مجازی را تهدیدآمیز و ناامن ارزیابی کنند و علاوه بر آن، دارای این حس باشند که برای جلوگیری از آسیب‌های استفاده از این شبکه‌ها نمی‌توانند اقدام مؤثری انجام دهند، تعادل روحی خود را از دست خواهند داد و در نتیجه، احساس فقدان امنیت را تجربه خواهند کرد.

رویکرد آسیب‌پذیری، تجربه جرم و بوم‌شناختی اجتماعی در مورد احساس امنیت: رویکرد آسیب‌پذیری که در واقع، نگاهی «جامعه- جمعیت‌شناسانه»<sup>2</sup> دارد، از آن محققانی همچون مکینتایر (1967)، باکس، هیل و اندروز (Box, hale & Andrews, 1988) می‌باشد. این محققین معمولاً در مطالعات خود بر عواملی همچون جنسیت، سن و موقعیت اجتماعی- اقتصادی تأکید کرده‌اند. در این رویکرد، آسیب‌پذیری برای انسان‌ها شرایطی قابل‌تصور است که آنها از حیث ویژگی‌های فردی و اجتماعی فاقد امکان دفاع مؤثر باشند. این تصور عمدتاً شامل حوزه‌های فردی، اجتماعی و موقعیتی می‌باشد و به متغیرهایی چون جنس، سن، موقعیت اقتصادی- اجتماعی و جنبه‌های موقعیتی قرار می‌گیرد. از منظر این رویکرد، احساس امنیت اگرچه یک ویژگی فردی است، ولی تحت تأثیر زیست جهان

1- chalpe

2- socio-demographic

اجتماعی است و ترکیب این دو حوزه واجد احساسی است که بسته به این که فرد از حیث ویژگی‌های جمعیت- جامعه شناسانه در چه جایگاهی قرار دارد، نوع و کیفیت احساس امنیت متفاوت می‌باشد (بیات، 1396: 201). رویکرد تجربه جرم بر این اصل استوار است که احساس ناامنی محصول «تجربه‌های ناامنی»، یعنی مواجه شخصی با جرم و یا مطلع شدن از آن، به‌وسیله شنیده‌ها، اعم از تماس با دیگران و یا رسانه‌های همگانی است. از میان «تجربه‌های ناامنی» تأثیر بزه‌دیدگی مستقیم یا غیرمستقیم و استفاده از رسانه‌ها مهم‌ترین متغیرهای مورد استفاده در تحقیقات هستند. از منظر این رویکرد، برداشت و ادراک افراد از میزان آسیب‌پذیری در برابر قربانی شدن عامل اصلی ترس از جرم است. به عبارت دیگر، آنهایی که خود را نسبت به دیگران آسیب‌پذیرتر تصور می‌کنند، احساس ناامنی بیشتری دارند. ترس از قربانی شدن سه بعد دارد: وجود ریسک، پیش‌بینی پیامدهای آسیب‌پذیری و فقدان کنترل. هر سه عامل منجر به تولید ترس می‌شوند. ترس همچنین در ارتباط با جنبه‌های نهادی، اجتماعی و فیزیکی آسیب‌پذیری است. بر اساس این دیدگاه آنهایی که مستقیماً خود قربانی جرم می‌شوند و یا آنهایی که به‌طور غیرمستقیم از طریق شبکه‌های اطلاع‌رسانی محلی، گفتگوهای شخصی با دوستان، آشنایان، شایعات یا رسانه‌های جمعی مثل رادیو، تلویزیون و مطبوعات درباره جرایم و مشکلات مطلع می‌شوند، احساس ناامنی بیشتری نسبت به سایرین دارند (بیات، 1396: 201). درحالی که قربانی شدن تا حدی بر ترس از جرم نقش دارد، اما دیدگاه قربانی شدن غیرمستقیم در تلاش است تا توضیح دهد که تجربه‌های غیرمستقیم قربانی شدن، ترس از جرم را گسترده‌تر می‌کند. چنانکه کسانی که در مورد جرم می‌شنوند یا قربانیان جرایم را می‌شناسند، به‌طور غیرمستقیم قربانی شده‌اند (بیات، 1396: 202). محققین بر این اعتقاد هستند که شنیدن اخبار مربوط به رویدادهای ناخوشایند، برداشت‌های شخصی از خطر را تحریک می‌کند و در این بین، تأثیر رسانه‌های همگانی بر احساس ناامنی را باید در این واقعیت جستجو کرد که رسانه‌ها تصاویر به‌شدت ترسناک و دراماتیکی از پدیده‌های ناامنی را پخش می‌کنند به‌گونه‌ای که احساس ناامنی ارتباط شخصی با افراد پیدا می‌کند.

در رویکرد بوم‌شناختی اجتماعی که گاه با عنوان رویکرد «بوم‌شناختی» و عمدتاً با عنوان رویکرد «اجتماعی» خوانده می‌شود، تلاش بر این است که بین احساس فردی و متغیرهای زمینه‌ای مانند شهرنشینی، زندگی اجتماعی، سرمایه اجتماعی و آشفتگی



مدنی ارتباط برقرار شود. برخی از مطالعات انجام شده در این رویکرد تلاش کرده اند نشان دهند که بین برخی متغیرهای اجتماعی چون سرمایه اجتماعی، سطح روابط اجتماعی، نحوه زندگی، سبک زندگی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی و غیره با احساس ناامنی رابطه وجود دارد. از جمله می توان به این ایده اشاره کرد که علائم حاکی از انحطاط اجتماعی و فیزیکی روابط در محله ها و ضعف کنترل های اجتماعی می تواند برداشت عمومی از خطر جرم و ناامنی را تحت تأثیر قرار دهد. بی نظمی می تواند به عنوان جنبه ای از محیط اجتماعی و فیزیکی، این معنا را برای مشاهده گر تداعی کند که نخست، در محیط اجتماعی بر روی افراد کنترل و نظارت وجود ندارد و دوم، ارزش ها و انگیزه های سایر شرکای فضای اجتماعی مورد مشاهده، دچار انحطاط است. از نظر محققینی همچون فرارو، آشفنگی مدنی به معنای آن است که استانداردهای اجتماعی در سطح پایینی قرار دارد و به نوبه خود این علامت را تداعی می کند که ارزش ها و هنجارهای مورد پذیرش عرفی تحلیل رفته است (بیات، 1396: 203).

**اعتماد بین شخصی و احساس امنیت:** احساس امنیت در شبکه های اجتماعی مجازی به عنوان یک متغیر اجتماعی تحت تأثیر عوامل متعدد فردی و اجتماعی است. یکی از عوامل تأثیرگذار بر احساس امنیت، اعتماد بین شخصی در شبکه های اجتماعی مجازی است؛ بنابراین درجه اعتمادورزی فرد به دیگران مشخصه مناسبی برای تعیین درجه احساس امنیت فرد در شبکه های اجتماعی مجازی تلقی می گردد. همچنین یکی از اصلی ترین مؤلفه هایی که امنیت را در شبکه های اجتماعی مجازی ارتقاء می بخشد و جامعه را سالم و مطلوب می سازد، اعتماد بین شخصی است در این پژوهش برای تبیین رابطه بین اعتماد و احساس امنیت در شبکه های اجتماعی مجازی، نظریه گیدنز مبنای کار است. از دید گیدنز، اعتماد در نظام های مدرنیته اعتماد غیرشخصی و به دیگران ناشناس است. در این شرایط جلب اعتماد به جای حفظ اعتماد در نظام های گذشته اهمیتی اساسی دارد. به نظر گیدنز وجه عمده اعتماد، پابندی به نظام های انتزاعی و به ویژه نظام های تخصصی است؛ اما در فرهنگ های سنتی، چهار زمینه محلی در ارتباط با اعتماد غالب است: (1) نظام خویشاوندی (2) نظام محلی (3) سنت (4) کیهان شناسی. این منابع اعتماد، اهمیت خود را در جوامع جدید از دست داده اند. برخلاف جوامع سنتی، در جوامع صنعتی و پیشرفته، اعتماد به علائم و نشانه ها و همچنین اعتماد به

دانش تخصصی و فعالیت‌های انتزاعی، جایگزین زمینه‌های سنتی اعتماد می‌شوند (نویدینیا، 1388: 36-35).

به نظر گیدنز اعتماد از ایمان سرچشمه می‌گیرد و پیوند میان ایمان و اطمینان شرط تحقق امنیت است. در غیر این صورت، یعنی اگر اعتماد پرورش نیابد نتیجه‌اش اضطراب دائمی است. گیدنز از اعتماد و صمیمیت به‌عنوان عوامل امنیت‌زا صحبت می‌کند و خطر و اضطراب را به‌عنوان عوامل ناامنی. به نظر گیدنز این اعتماد صبغه ذهنی و درونی دارد و سبب شکل‌گیری امنیت وجودی (احساس امنیت) می‌شود. به نظر گیدنز، اعتماد بنیادین شرط کافی برای تحقق احساس امنیت نیست. گیدنز ارتباط ناب را شرط کافی برای تحقق امنیت وجودی (احساس امنیت) می‌داند؛ بنابراین اعتماد به وفاداری دیگران، اعتماد به صداقت دیگران و اعتماد به همکاری دیگران عرصه‌های گوناگونی است که انسان در زندگی تجربه می‌کند و به میزان برخورداری از آنان، امنیت و آسودگی خاطر حاصل می‌شود و بالعکس، به میزان نبود یا اختلال در اشکال مختلف اعتماد، امنیت رخت برمی‌بندد (گیدنز، 1378: 41). مسائلی که گیدنز در مورد امنیت و احساس امنیت به آنها اشاره دارد در مورد احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز صادق است. هراندازه اعتماد افراد در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر باشد، راحت‌تر می‌تواند با اعضای شبکه‌اش ارتباط برقرار کند و احساس امنیت بیشتری خواهد داشت؛ زیرا اطمینان دارد افراد دیگر از اطلاعات او سوءاستفاده نمی‌کنند و با اطمینان بیشتر و با روش‌های گوناگون به برقراری ارتباط اقدام می‌کند. در این حالت، فرد اضطراب و تشویش کمتر و در نتیجه احساس امنیت بیشتری را در شبکه‌های اجتماعی مجازی تجربه می‌کند؛ بنابراین می‌توان گفت اعتماد به دیگران با احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی پیوند یافته و به تعبیر دیگر، اعتماد همان احساس امنیت است.

از نظریات شبکه‌های اجتماعی که می‌توان مطابقت آن را با متغیر وابسته تحقیق، یعنی احساس امنیت اجتماعی بیشتر دید، نظریه شری ترکل است. نظریه شری ترکل در باب شکل‌گیری هویت‌های جدید پست‌مدرن در بین کاربران فضای مجازی می‌باشد. ترکل علت جذابیت تعاملات مجازی را برای کاربران در خاصیت گمنامی و یا توهم گمنامی در فضا می‌داند. همچنین شکل دادن به خودی بسیار نزدیک و یا دور از خود واقعی‌شان را از علل جذابیت این فضا می‌داند. او معتقد است که در این فضا افراد با



همدیگر روبه‌رو نیستند، بلکه با پیام‌ها و نوشته‌ها روبه‌رو هستند که میان افراد رد و بدل می‌شود. در نتیجه افراد با استفاده از خصیصه گمنامی به آزادی بیشتری دست می‌یابند و ممکن است دست به فعالیت‌هایی بزنند که متضاد با واکنش‌هایش در زندگی واقعی باشد. با این حال، از لابه‌لای سخنان ترکل شرایط، موقعیت و ویژگی‌های فضای مجازی قابل‌استخراج می‌باشد که خود توصیف‌کننده شرایطی متفاوت از جهان واقعی می‌باشد؛ بنابراین افراد از طریق معرفی خود دلخواه، هویتی را از خود نشان می‌دهند که با خود واقعی آنها تفاوت دارد و از طریق این هویت دلخواه دست به هر کاری می‌زنند (ترکل، 1995: 85). در چنین صورتی، افراد هنگام استفاده از اینترنت و شبکه‌های مجازی احساس آرامش و اطمینان کمتری خواهند داشت و اعتماد آنها خیلی پایین می‌آید؛ زیرا همیشه نگران‌اند که افرادی با این خصایص آنها را مورد سوءاستفاده‌های گوناگون قرار دهند. خصوصاً در دوران جدید که با گسترش چشمگیر شبکه‌های اجتماعی و استفاده‌کنندگان از این شبکه‌ها، افراد از هر وسیله‌ای برای دست یافتن به اطلاعات دیگران استفاده می‌کنند. با توجه به نظریاتی که در چهارچوب نظری مورد بررسی قرار گرفت، در ادامه مدل نظری پژوهش ارائه می‌شود.

### روش‌شناسی

این مطالعه با استفاده از روش پیمایش به دنبال توصیف متغیرهای تحقیق در جامعه مورد مطالعه است و در سطح تبیین و تحلیل، در پی یافتن روابط بین متغیرهای مورد مطالعه می‌باشد. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه می‌باشد و از نرم‌افزار SPSS برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. جامعه آماری در این پژوهش، دانشجویان دختر دانشگاه شهید بهشتی و الزهرا(س) هستند که در سال 1395 جمعاً 18097 می‌باشند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران 376 نفر برآورد گردید. روش نمونه‌گیری این پژوهش، نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای است و با توجه به اینکه تعداد دانشجویان دختر دانشگاه الزهرا(س) به نسبت بیشتر از دانشجویان دختر دانشگاه شهید بهشتی می‌باشد، با استفاده از نسبت نمونه‌گیری که با توجه به جامعه آماری کل دو دانشگاه و جامعه آماری دانشجویان هر دانشگاه گرفته شد، از 376 نفر تعداد 194 نفر از دانشگاه الزهرا(س) و 182 نفر از دانشگاه شهید بهشتی به صورت

تصادفی برای نمونه‌گیری تعیین شد. برای تعیین اعتبار تحقیق از اعتبار محتوایی و صوری که با استناد به نظرات اساتید و دریافت اتفاق نظر آنان در خصوص شاخص‌های تعیین شده به دست آمد، استفاده شد.

پس از این که جمعیت نمونه تعیین شد، پرسشنامه اولیه‌ای طراحی و سپس توسط 30 نفر از پاسخگویان تکمیل شد. پس از تکمیل پرسشنامه و بررسی‌های لازم اقدام به اندازه‌گیری پایایی گردید. با توجه به آلفای به دست آمده، می‌توان عنوان کرد که ابزار مورد نظر از پایایی کافی و قابل قبول برخوردار است.

جدول 1: ضرایب آلفای کرونباخ متغیرها در پیش‌آزمون و پس‌آزمون

ردیف	شاخص‌ها	ضریب آلفای پیش‌آزمون	ضریب آلفای پس‌آزمون
1	اعتماد بین فردی	0/728	0/794
2	احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی	0/664	0/791

همان‌طور که در جدول شماره (1) ملاحظه می‌شود، ضریب آلفای کرونباخ احساس امنیت در پیش‌آزمون 0/6 بوده است. به همین دلیل و به منظور بالا بردن ضریب آلفای کرونباخ، تعدادی از گویه‌هایی که ضریب آلفای کرونباخ این متغیر را پایین می‌آوردند، حذف گردید.

## یافته‌ها

### الف - یافته‌های توصیفی:

جهت سنجش وضعیت پاسخگویان به لحاظ سنی، تمامی پاسخگویان به گروه‌های 5 سال تقسیم شدند که حاکی از آن است که بیشترین تعداد به گروه سنی 25-20 ساله تعلق دارد که 38/7 درصد از پاسخگویان را شامل شده است. کمترین تعداد نیز به گروه 40-35 ساله اختصاص دارد که 0/6 درصد از پاسخگویان را دربرمی‌گیرد. میانگین سنی پاسخگویان 23/31 سال بوده و 50 درصد از پاسخگویان بیش از 23 سال و 50 درصد دیگر نیز کمتر از 23 سال دارند.



جدول 2: توزیع فراوانی و شاخص مرکزی متغیر سن

گروه‌های سنی	تعداد	درصد
کمتر از 20 سال	104	29/1
20-25	138	38/7
25-30	65	18/2
30-35	10	2/8
35-40	2	0/6
بالای 40 سال	36	10/1
کل	355	100
میانگین	-	23/31

میزان متوسط درآمد ماهیانه خانواده یکی دیگر از متغیرهای زمینه‌ای این پژوهش است. بر اساس نتایج جدول شماره (3)، 17/4 درصد از پاسخگویان میزان متوسط درآمد خانواده را بین 500 هزار تا یک میلیون تومان، 32/5 درصد بین یک میلیون تا دو میلیون، 19 درصد از پاسخگویان بین دو میلیون تا دو میلیون پانصد هزار، 13/1 درصد دو میلیون و پانصد هزار تومان تا سه میلیون، 18 درصد سه میلیون تومان و بالاتر گزارش داده‌اند؛ بنابراین بیشترین فراوانی 32/5 مربوط به درآمد بین یک میلیون تا دو میلیون تومان می‌باشد.

جدول 3: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان متوسط درآمد ماهیانه خانواده

میزان متوسط درآمد ماهیانه خانواده (تومان)	تعداد	درصد معتبر
500 هزار تا یک میلیون	54	17/4
یک میلیون تا دو میلیون	101	32/5
دو میلیون تا دو میلیون و پانصد هزار	59	19
دو میلیون و پانصد هزار تا سه میلیون	41	13/1
3 میلیون و بالاتر	56	18
جمع	311	100

متغیر زمینه‌ای دیگر این پژوهش میزان تحصیلات است. بر اساس نتایج جدول شماره (4)، 55/8 درصد از پاسخگویان سطح تحصیلات خود را کارشناسی، 35/1 درصد کارشناسی ارشد و 8/2 درصد در سطح دکتری گزارش داده‌اند که بیشترین درصد مربوط به مقطع کارشناسی و کمترین درصد مربوط به مقطع دکتری می‌باشد.



جدول 4: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات

سطح تحصیلات	تعداد	درصد
کارشناسی	198	55/8
کارشناسی ارشد	128	36/1
دکتری	29	8/2
کل	355	100/00

بر اساس نتایج جدول شماره (5)، میانگین احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان مورد مطالعه 4/31 است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که احساس امنیت اجتماعی کمی پایین‌تر از سطح متوسط قرار دارد و با توجه به اینکه عدد میانه 4/28 شده است می‌توان نتیجه گرفت که احساس امنیت اجتماعی 50 درصد از نمونه مورد مطالعه در شبکه‌های مجازی پایین‌تر از 4/30 و 50 درصد دیگر بالاتر از 4/30 می‌باشد. درعین حال، مقدار انحراف معیار یک متغیر که نشانگر میزان توافق و تشتت آراء در مورد آن می‌باشد، برابر 1/60 است که نشان می‌دهد در مورد آن تشتت آراء وجود دارد.

جدول 5: شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیر احساس امنیت اجتماعی

شاخص‌های مرکزی و پراکندگی	میانگین	میانه	انحراف معیار
احساس امنیت اجتماعی	4/31	4/28	1/60

### ب - یافته‌های استنباطی

در این بخش به نتایج همبستگی متغیر مستقل اساسی این پژوهش، یعنی اعتماد بین شخصی با متغیر احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداخته‌ایم. با توجه به سطح سنجش فاصله‌ای متغیرهای مورد نظر از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است.

جدول 6: نتایج آزمون همبستگی پیرسون میان اعتماد بین شخصی و احساس امنیت اجتماعی در

#### شبکه‌های مجازی

آماره	احساس امنیت اجتماعی
همبستگی پیرسون	0/453
تعداد	376
سطح معناداری	0/001



همان‌طور که جدول شماره (6) نشان می‌دهد، با توجه به سطح معناداری 0/001 که کمتر از سطح معناداری پذیرفته‌شده به لحاظ آماری می‌باشد و مقدار همبستگی 0/453 که در سطح 99٪ نیز معنادار است، رابطه بین اعتماد بین‌شخصی با احساس امنیت اجتماعی تأیید می‌شود. بنابراین اعتماد بین‌شخصی به‌عنوان یکی از متغیرهای مستقل این پژوهش با احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های مجازی همبستگی مستقیم و متوسط به بالایی دارد. به این معنا که هرچه دانشجویان اعتماد بین‌شخصی بالاتری داشته باشند، احساس امنیت اجتماعی بیشتری را در شبکه‌های اجتماعی مجازی تجربه خواهند کرد. بنابراین پاسخ سؤال اول پژوهش به این صورت است که بین اعتماد بین‌شخصی دانشجویان دختر و میزان احساس امنیت اجتماعی آنها در شبکه‌های مجازی رابطه و همبستگی مستقیم و متوسط به بالایی وجود دارد.

در این بخش به نتایج همبستگی بین یکی از متغیرهای زمینه‌ای پژوهش، یعنی سن با متغیر احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های مجازی پرداخته‌ایم. با توجه به سطح سنجش فاصله‌ای متغیرهای موردنظر از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است.

جدول 7: نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین سن احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های مجازی

آماره	احساس امنیت اجتماعی
همبستگی پیرسون	0/089
سن	تعداد
	376
	سطح معناداری
	0/110

همان‌طور که جدول شماره (7) نشان می‌دهد، با توجه به سطح معناداری 0/110 و ضریب همبستگی 0/089 فرض رابطه بین سن و میزان احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی رد می‌شود؛ بنابراین بین سن به‌عنوان یکی از متغیرهای زمینه‌ای و میزان احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های مجازی رابطه‌ای وجود ندارد؛ یعنی بالا و پایین بودن سن تأثیری در کاهش و افزایش احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی ندارد.

جدول 8: نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین میزان و نحوه استفاده از شبکه‌های مجازی و احساس امنیت در شبکه‌های مجازی

احساس امنیت اجتماعی	آماره	همبستگی پیرسون
0/091		نحوه استفاده از شبکه‌های
376		تعداد
0/086		سطح معناداری

همان‌طور که جدول شماره (8) نشان می‌دهد، میزان و نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز به‌عنوان یکی دیگر از متغیرهای پژوهش رابطه‌ای با میزان احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی ندارد؛ یعنی استفاده کم و زیاد از شبکه‌های مجازی تأثیری در احساس امنیت دانشجویان در این شبکه‌ها ندارد.

جدول 9: نتایج آزمون تحلیل واریانس یک‌راهه میزان احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حسب میزان درآمد خانواده

سطح معناداری	F	میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات	منابع تغییر	آزمون لون برای برابری واریانس‌ها
0/210	1/473	3/593	4	14/374	بین گروهی	F سطح معناداری
		2/440	306	746/632	درون گروهی	0/742
			311	761/005	کل	0/491

یکی دیگر از متغیرهای زمینه‌ای مورد بررسی در این پژوهش، میزان درآمد خانواده است که با توجه به رتبه‌ای و چندوجهی بودن میزان درآمد و فاصله‌ای بودن متغیر مستقل برای سنجش رابطه میان آنها از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شده است.

نتیجه آزمون لون برای متغیر احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی ( $p=0/742$ ) فرض برابری واریانس دو گروه را تأیید می‌کند و معنادار نشدن آماره ( $F=0/210, p=1/473$ ) این نتیجه را به دست می‌دهد که متوسط درآمد خانواده بر میزان احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر ندارد و این به معنای عدم وجود اختلاف معنادار در میانگین متغیر احساس امنیت اجتماعی در میان 5 گروه درآمدی است. بنابراین سؤال دوم پژوهش به این صورت پاسخ داده می‌شود که متغیرهای زمینه‌ای پژوهش بر احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر ندارند.



جدول 10: نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی  
بر حسب میزان تحصیلات

متغیر	آزمون لون برای برابری واریانس‌ها	منابع تغییر	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معناداری
احساس امنیت	F	بین گروهی	10/308	2	5/154	2/011	0/090
اجتماعی در شبکه‌های مجازی	0/160	درون گروهی	956/031	373	2/563		
		کل	966/340	375			

با توجه به جدول شماره (10)، نتیجه آزمون لون برای متغیر احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی ( $p=0/853$ ) برابری واریانس سه گروه را تأیید می‌کند و معنادار نبودن نمره آماره F در متغیر احساس امنیت اجتماعی  $F=2/011$  با فرض برابری واریانس‌ها این نتیجه را به دست می‌دهد که فرض رابطه بین تحصیلات و میزان احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی رد می‌شود و این به معنای عدم وجود اختلاف معنادار در میانگین متغیر احساس امنیت اجتماعی در میان سه گروه کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری است.

### بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های ما در این پژوهش نشان می‌دهد رابطه معنادار مستقیم و متوسطی میان اعتماد بین‌شخصی با احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود دارد. همان‌طور که گیدنز در مباحث نظری عنوان می‌کند، اعتماد از ایمان سرچشمه می‌گیرد و پیوند میان ایمان و اطمینان شرط تحقق امنیت است و در غیر این صورت، یعنی اگر اعتماد بنیادی پرورش نیابد نتیجه‌اش اضطراب دائمی است. به عبارت دیگر، نقطه مقابل اعتماد به عمیق‌ترین معنای آن، حالت ذهنی است که خلاصه‌اش همان نگرانی یا هراس وجودی است؛ بنابراین هر اندازه اعتماد بین‌شخصی افراد در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر باشد، به همان اندازه احساس امنیت بیشتری را تجربه خواهد کرد. در غیر این صورت، عدم احساس امنیت بر آنها مستولی می‌شود. به این معنا که هرچه اعتماد بین‌شخصی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی بالاتر باشد، میزان احساس امنیت اجتماعی بیشتری را در این شبکه‌ها تجربه خواهند کرد. گیدنز از اعتماد و صمیمیت

به‌عنوان عوامل امنیت‌زا صحبت می‌کند و خطر و اضطراب را به‌عنوان عوامل ناامنی می‌شناسد. بنابراین اعتماد به وفاداری دیگران، اعتماد به صداقت دیگران و اعتماد به همکاری دیگران عرصه‌های گوناگونی است که انسان در زندگی تجربه می‌کند و به میزان برخورداری از آنان، امنیت و آسودگی خاطر حاصل می‌شود و بالعکس، به میزان نبود یا اختلال در اشکال مختلف اعتماد، امنیت رخت برمی‌بندد. مسائلی که گیدنز در مورد امنیت و احساس امنیت به آنها اشاره دارد، در مورد احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز صادق است. هر اندازه اعتماد افراد به یکدیگر در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر باشد، راحت‌تر می‌تواند با اعضای شبکه‌اش ارتباط برقرار کند و احساس امنیت بیشتری خواهد داشت؛ زیرا اطمینان دارد افراد دیگر از اطلاعات او سوءاستفاده نمی‌کنند و با اطمینان بیشتر و با روش‌های گوناگون اقدام به برقراری ارتباط می‌کند. در این حالت، فرد اضطراب و تشویش کمتر و در نتیجه احساس امنیت بیشتری را در شبکه‌های اجتماعی مجازی تجربه می‌کند؛ بنابراین کاهش اعتماد اجتماعی و در نتیجه پایین آمدن احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند باعث افزایش اضطراب نمونه‌های مورد مطالعه در استفاده از این شبکه‌ها شود که چلبی آن را باعث کاهش روابط اجتماعی افراد می‌داند و این موضوع می‌تواند منجر به کاهش فعالیت‌های اجتماعی دانشجویان دختر و از دست رفتن امکان استفاده از توانمندی‌های این گروه بزرگ از جمعیت کشور در شبکه‌های اجتماعی مجازی شود. با توجه به اهمیت موضوع اعتماد و از جمله احساس امنیت اجتماعی که از نیازهای زیستی و اساسی افراد است، لزوم توجه بیشتر به این مسئله در شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز احساس می‌شود؛ بنابراین بایستی از طریق ایجاد سازوکارهایی در جهت افزایش اعتماد و امنیت افراد در شبکه‌های اجتماعی، این عوامل را تقویت و بهبود بخشید. نتایج این پژوهش در مورد همبستگی مستقیم و معنادار بین اعتماد بین‌شخصی و احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی با نتایج تحقیق محصل و همکاران (1392)، خاکی (1392)، آنیل دامی و همکاران (2013) در این خصوص همخوانی دارد.

سن یکی از متغیرهای زمینه‌ای مورد مطالعه در این پژوهش است که با توجه به یافته‌های این پژوهش می‌توان گفت که سن با احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری ندارد. به این معنا که بالا یا پایین بودن سن تأثیری بر میزان



احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی ندارد که با نتایج پژوهش محصل و حیاتی (1392)، حاکی (1392) و زیویار و شهیر (1393) همخوانی ندارد.

میزان درآمد خانواده‌های دانشجویان یکی دیگر از متغیرهای زمینه‌ای مورد مطالعه در این پژوهش است که رابطه معنادار بین این متغیر با میزان احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی در این مطالعه تأیید نشد که نشان‌دهنده این امر است که میزان درآمد کم یا زیاد خانواده‌های دانشجویان تأثیری در میزان احساس امنیت اجتماعی آنها در شبکه‌های مجازی ندارد. آخرین متغیر زمینه‌ای مورد بررسی در پژوهش سطح تحصیلات پاسخگویان است. یافته‌های پژوهش حاکی از این است که رابطه معناداری میان میزان تحصیلات و احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود ندارد. به این معنا که بالا یا پایین بودن میزان تحصیلات دانشجویان تأثیری بر احساس امنیت آنها ندارد. این نتیجه با نتایج پژوهش زیویار و شهیر (1393) همخوانی دارد.

متغیر مورد بررسی دیگر در این پژوهش، میزان و نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان دانشجویان است که با توجه به یافته‌های پژوهش رابطه معنادار میان این متغیر با میزان احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی تأیید نشد؛ یعنی میزان استفاده کم یا زیاد دانشجویان تأثیری در میزان احساس امنیت اجتماعی آنها در شبکه‌های اجتماعی مجازی ندارد.

بر اساس نظر بوزان، امنیت مفهومی توسعه‌نیافته می‌باشد و دارای زوایای مختلفی است. از این رو، تحت تأثیر متغیرهای متعدد اجتماعی قرار دارد؛ پژوهش حاضر می‌تواند مبنایی قرار گیرد که علاقه‌مندان بعدی بتوانند متغیرهای آزمون شده را در جامعه آماری دیگر و یا در زمانی دیگر مورد آزمون قرار دهند.

همان‌طور که در نتایج تحلیلی مشاهده شد، اعتماد بین‌شخصی با احساس امنیت در شبکه‌های مجازی رابطه معناداری دارد؛ به عبارت دیگر، اعتماد بین‌شخصی می‌تواند سبب ایجاد احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی شود؛ اما همان‌طور که نتایج توصیفی نشان داد دانشجویان به عنوان قشر آگاه این جامعه به دلیل اعتماد کم به افراد، به خصوص افراد ناشناس، اعتماد بین‌شخصی پایین و در نتیجه احساس امنیت پایین‌تر از

حد متوسطی را در این شبکه‌ها دارند. به همین جهت لازم است مراجع نظارتی سعی در بالا بردن سواد رسانه‌ای افراد، به‌خصوص دانشجویان انجام دهند تا از این طریق نگرانی‌های آنها در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی کمتر شود و با آگاهی بالاتر به ارتباط با افراد در این شبکه‌ها اقدام نمایند و از این طریق نگرانی کمتری را در استفاده از این شبکه‌ها تجربه کنند.

در هر جامعه‌ای پلیس به‌عنوان مهم‌ترین نیروی تأمین‌کننده امنیت به‌شمار می‌رود. در شبکه‌های اجتماعی مجازی هم پلیس فتا اصلی‌ترین نیروی تأمین‌کننده امنیت و احساس امنیت به‌شمار می‌رود. در این زمینه لازم است پلیس فتا با آموزش برخوردهای اعتماد برانگیز و افزایش جدیت در اجرای قانون، نگرش مثبت در مردم نسبت به عملکرد خویش ایجاد کند.

همچنین، تحقیقات انجام‌شده در زمینه احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی، به‌صورت روزآمد (به‌روز)، در اختیار سازمان‌های اصلی متولی امنیت، به‌ویژه نیروی انتظامی قرار گیرد.

نظارت بر تعاملات افراد در شبکه‌های اجتماعی مجازی و کنترل آنها توسط نهاد پلیس به‌منظور کاهش آسیب‌پذیری روابط اجتماعی، نقش مؤثری در بالا بردن سطح اعتماد افراد دارد؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود نهاد پلیس ناجا با اجرای دقیق وظایف خود، به بالا رفتن سطح اعتماد بین افراد و به‌تبع آن، بالا رفتن احساس امنیت افراد در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی کمک کند.



## منابع

- بیات، بهرام (1396). «جامعه‌شناسی شهر و فضای بی‌دفاع شهری». تهران: نشر شهر تهران.
- پرستار، طاهر؛ جعفری، علی (1395). «بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با احساس امنیت در بین دانشجویان». فصلنامه علمی - تخصصی دانش انتظامی اردبیل، سال سوم، شماره نهم، صص 28-58.
- پورنقدی، بهزاد (1392). «نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در نظم و امنیت استان خراسان شمالی». فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی، سال اول، شماره اول، صص 69-90.
- چلبی، مسعود (1386). «تحلیل اجتماعی در فضای کنش». تهران: نشر نی.
- چلبی، مسعود (1375). «جامعه‌شناسی نظم و تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی». تهران: نشر نی.
- حاجیانی، ابراهیم (1384). «چهارچوب روش‌شناختی برای بررسی احساس امنیت». فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، تهران: انتشارات معاونت اجتماعی ناجا، دوره هفتم، شماره چهارم، صص 7-34.
- خاکی، لیلی (1392). «بررسی عوامل تأثیرگذار بر میزان احساس امنیت اجتماعی دختران شهر ایلام در شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک) (مورد مطالعه: دختران شهر ایلام)». (پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد)، دانشگاه آزاد واحدا ایلام.
- خالد، امیر؛ محمدیان، فاطمه (1392). «استفاده از اینترنت و احساس امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: دانشگاه باهنر کرمان)». مطالعات فرهنگ و ارتباطات، سال چهاردهم، شماره بیست و دوم، صص 53-89.
- خواجه‌نوری، کاوه؛ کاوه، مهدی (1392). «رابطه بین مصرف رسانه‌ای و احساس امنیت اجتماعی». پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال دوم، شماره ششم، صص 57-78.
- زیویار، فرزاد؛ شهیر، احسان (1393). «احساس امنیت کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی از منظر جنسیت، سن، میزان تحصیلات و میزان استفاده (مورد مطالعه: شبکه اجتماعی فیس‌بوک)». رسانه و فرهنگ پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال پنجم، شماره اول، صص 57-82.
- شایگان، فریبا (1391). «دینداری و احساس امنیت (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دختر شهر تهران)». فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره پانزدهم، صص 179-208.
- شهبابی، محمود؛ قدسی، بیات (1391). «اهداف و انگیزه‌های عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مورد مطالعه: جوانان شهر تهران)». مطالعات و فرهنگ - ارتباطات، سال سیزدهم، شماره بیستم، صص 61-86.



- عاملی، سعید رضا (1383). «صنعت هم‌زمان ارتباطات و دو فضای شدن فرهنگ». نشریه دیدگاه، سال اول، شماره اول.
- فتحی، آیت‌اله؛ موسی‌فر، بابک؛ رضایی، نورمحمد؛ نوری، ابراهیم (1395). «تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مؤلفه‌های احساس امنیت اجتماعی و هویت ملی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی تبریز». پژوهش‌نامه نظم و امنیت انتظامی، سال نهم، شماره اول، صص 51-74.
- فرشادفر، یاسمن؛ نیازی، محسن (1390). «رابطه اعتماد اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی در بین زنان مناطق شمال (1 و 2) و جنوب (19 و 20) شهر تهران». مجله مطالعات شهری، سال اول، شماره اول، صص 147-178.
- فضلی، حسن؛ دهشیری، محمدرضا؛ کاویانی، رضا (1395). «شبکه‌های مجازی و فرهنگ ایرانی در عصر جهانی‌شدن». تهران: انتشارات ناقوس.
- قدرتی، حسین؛ سردارنیا، خلیل‌الله؛ ملتفت، حسین (1388). «احساس امنیت اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی و نهادهای نظم و قانون (مورد مطالعه: شهر مشهد)». فسانه انتظام اجتماعی، شماره چهارم، صص 7-26.
- گیدنز، آنتونی (1378). «تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید». (ترجمه ناصر موفقیان)، تهران: نشر نی.
- محصل؛ رضا، حیاتی، صفر (1392). «مطالعه و شناخت عوامل مرتبط با میزان احساس امنیت اجتماعی کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز)». مطالعات جامعه‌شناختی، سال ششم، شماره بیست و یکم، صص 21-39.
- مظفری، افسانه، رستگاری، بنت‌الهدی (1394). «بررسی میزان اعتماد کاربران ایرانی شبکه اجتماعی لیندیکین به حفظ حریم شخصی». مطالعات رسانه‌ای، سال دهم، شماره بیست و هشتم، صص 79-94.
- موسوی، سید کمال‌الدین؛ اسدنژاد احمدآبادی، معصومه (1394). «تحلیل جامعه‌شناختی فرهنگ اعتماد در فضای مجازی». مطالعات رسانه‌های نوین، دوره اول، شماره چهارم، صص 247-283.
- موتیمر، دیوید (1380). «فراسوی استراتژی، اندیشه انتقادی و مطالعات امنیتی نوین». (ترجمه محمود عسکری)، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال چهارم، شماره سوم، صص 396-383.
- نویدنیا، منیژه (1388). «امنیت اجتماعی». تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- Dhami, A., Agarwal, N., Chakraborty, T. K., Brijendra Pratap Singh and Minj, J. (2013). Impact of trust, security and privacy concerns in social networking: An exploratory study to understand the pattern of information revelation in



- Facebook, Dept. of Computer Science & Engineering Motilal Nehru National Institute of Technology Allahabad, 465-469.
- Bansal, G., Zahedi, F. M., Gefen, D. (2014). Do context and personality matter? Trust and privacy concerns in disclosing private information, 1-21.
  - Fogel, J., Nehmad, E. (2009). Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns, *Computers in Human Behavior*, 153-160.
  - Michele J. Fleming, Shane Greentree, Dayana Cocotti-Muller, Kristy A. Elias, Sarah Morrison (2006). Safety in Cyberspace Adolescents' Safety and Exposure Online, *Youth & Society* Volume 38 Number 2, 135-154.
  - Turkle, S. (1995). *Life on the Screen, Identity in the Age of the Internet*. Author of the second self: computer and the human spirit.
  - Tuunainen, V. K., Pitkänen, O., Hovi, M. (2009). Users' Awareness of Privacy on Online Social Networking sites – Case Facebook, *Conference on e Enablement Facilitating an Open, Effective and Representative e Society*, 1-16.