

## The Role of Social Behavior Modeling and Social Participation of Broadcasting Center in Khoozestan Province on Sense of Security (Case study: Ahvaz City)

Received: 2020/10/05

Accepted: 2020/12/19

Article type: Research Article

PP: 49-76

DOI:

10.22034/osra.2021.95502

**Hakim Abdullahi**

PhD Candidate, Department of Political Sciences, Islamic Azad University, Ahvaz Branch, Ahvaz, Iran ([erfan5753@gmail.com](mailto:erfan5753@gmail.com)).

**Ruhollah Shahabi**

Assistant Professor, Department of Political Sciences, Islamic Azad University, Ahvaz Branch, Ahvaz, Iran ([Shahabi@hotmail.com](mailto:Shahabi@hotmail.com)).  
(Corresponding Author)

**Hamed Mohagheghnia**

Assistant Professor, Department of Political Sciences, Islamic Azad University, Ahvaz Branch, Ahvaz, Iran.

**Fereydoun Akbarzadeh**

Assistant Professor, Department of Political Sciences, Islamic Azad University, Ahvaz Branch, Ahvaz, Iran.

### Abstract

**Introduction:** Nowadays, irreplaceable role of media policy-making, especially radio and television in drawing the various dimensions of security is not hidden to anyone. This issue requires much more attention in Khoozestan province and Ahvaz city due to the prevalence of negative social phenomena including unemployment, crime, mass conflicts, drug trafficking, marginalization, robbery and murder. The purpose of this study was to investigate the role of social behavior modeling and social participation in Khoozestan broadcasting center on social sense of security by emphasizing on the mediating role of social tolerance and social trust.

**Method:** This study was conducted using a quantitative survey method. Based on the report published by Iranian Statistic Center in 2016, the population was all households in Ahvaz city which was about 276032. The multi-stage clustering sampling was used to determine the sample size using sample power software and the minimum sample size was selected equal to 220 households.

**Findings:** The exogenous variables of social behavior modeling only indirectly affected the endogenous variables of social security through social trust. The mediating role of social tolerance and social trust and the moderating role of social behavior modeling were confirmed.

**Conclusion:** The results indicated that social modelling behavior, social participation had significant effect on social trust. Social trust, social modelling behavior, social tolerance, social interaction and social participation had a positive significant effect on sense of security.

**Keywords:** sense of security, social behavior modeling, social participation, social tolerance, social trust.

**Citation (APA):** Hakim Abdullahi, Ruhollah Shahabi, Hamed Mohagheghnia, Fereydoun Akbarzadeh (2021). The Role of Social Behavior Modeling and Social Participation of Broadcasting Center in Khoozestan Province on Sense of Security (Case study: Ahvaz City). *Quarterly of Order & Security Guards*, 14(53). doi:10.22034/osra.2021.95502

## بررسی اثر الگوسازی رفتار اجتماعی و مشارکت اجتماعی در

### صداوسیماي مرکز خوزستان بر احساس امنیت

این مقاله برگرفته از رساله دوره دکتری آقای حکیم عبداللهی با عنوان «بررسی تأثیر کارکرد سیاسی اجتماعی صداوسیماي مرکز خوزستان بر احساس امنیت مردم (مورد مطالعه: شهر اهواز) به راهنمایی دکتر روح‌الله شهابی، دکتر حامد محقق‌نیا و همکاری دکتر فریدون اکبرزاده به‌عنوان استاد مشاور در گروه علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز انجام شده است.

#### چکیده

**مقدمه:** امروزه، نقش بی‌بدیل رسانه‌ها و سیاست‌گذاری رسانه‌ای، به‌ویژه صداوسیما، در ترسیم ابعاد مختلف امنیت بر کسی پوشیده نیست. این موضوع در استان خوزستان و شهر اهواز به دلیل شیوع برخی از پدیده‌های نامیمون اجتماعی مانند بیکاری، جرم، نزاع‌های قومی، قاچاق مواد مخدر، بمب‌گذاری، حاشیه‌نشینی، سرقت و قتل اهمیت بسیار بیشتری پیدا می‌کند. مسئله اصلی این مطالعه، بررسی اثر الگوسازی رفتار اجتماعی و مشارکت اجتماعی در صداوسیماي مرکز خوزستان بر احساس امنیت با تأکید بر نقش میانجی تحمل اجتماعی و اعتماد اجتماعی بوده است. **روش:** روش انجام این پژوهش کمی - پیمایشی است. این مطالعه به‌صورت میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه بوده است. جمعیت آماری تحقیق، همه خانوارهای ساکن در کلان‌شهر اهواز بود که بر اساس سرشماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵، در حدود ۲۷۶۰۳۲ خانوار است. روش نمونه‌گیری، خوشه‌ای چندمرحله‌ای و حداقل حجم نمونه با استفاده از نرم‌افزار samplepower ۲۲۰ خانوار تعیین شد. **یافته‌ها:** متغیرهای برون‌زای الگوسازی رفتار اجتماعی و اطلاع‌رسانی تنها به‌صورت غیرمستقیم از طریق اعتماد اجتماعی بر متغیر درون‌زای احساس امنیت اجتماعی تأثیر می‌گذارد. متغیر مشارکت اجتماعی علاوه بر تأثیر مستقیم، به‌صورت غیرمستقیم و توسط متغیر اعتماد اجتماعی بر روی احساس امنیت اجتماعی اثر می‌گذارد. **نتیجه‌گیری:** نتایج نشان داد که متغیرهای الگوسازی اجتماعی و مشارکت اجتماعی اثرات معناداری بر اعتماد اجتماعی دارند. همچنین متغیرهای اعتماد اجتماعی، الگوسازی اجتماعی، تحمل اجتماعی، تعامل اجتماعی و مشارکت اجتماعی اثری مثبت مثبت و معنادار بر احساس امنیت دارند. **کلیدواژه‌ها:** احساس امنیت، الگوسازی رفتارهای اجتماعی، مشارکت اجتماعی، تحمل اجتماعی، اعتماد اجتماعی.

دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۱۴

پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۲۹

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۴۹-۷۶

شناسه دیجیتال (doi).

10.22034/osra.2021.955

#### حکیم عبداللهی

دانشجوی دکتری علوم سیاسی  
روابط بین الملل، واحد اهواز،  
دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز،  
ایران

#### روح الله شهابی

استادیار گروه علوم سیاسی،  
واحد اهواز، دانشگاه آزاد  
اسلامی، اهواز، ایران.  
(نویسنده مسئول):  
Shahabi@hotmail.com

#### حامد محقق‌نیا

استادیار گروه علوم سیاسی،  
واحد اهواز، دانشگاه آزاد  
اسلامی، اهواز، ایران.

#### فریدون اکبرزاده

استادیار گروه علوم سیاسی،  
واحد اهواز، دانشگاه آزاد  
اسلامی، اهواز، ایران.

**استناد (APA):** حکیم عبداللهی، روح الله شهابی، حامد محقق‌نیا، فریدون اکبرزاده. (۱۴۰۰). بررسی

اثر الگوسازی رفتار اجتماعی و مشارکت اجتماعی در صداوسیماي مرکز خوزستان بر احساس  
امنیت. پژوهشنامه نظم و امنیت انتظامی، ۵۳(53)، 10.22034/osra.2021.95502.14

doi: 10.22034/osra.2021.95502.14(53)

## مقدمه

امنیت را باید یکی از ضروری‌ترین جوانب زندگی فردی و اجتماعی دانست که عدم حضور آن در ابعاد مختلف زندگی انسان‌ها و جوامع، خطرات جبران‌ناپذیری را در همه عرصه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در پی خواهد داشت (نیمین،<sup>۱</sup> ۲۰۱۷: ۶). موضوع امنیت و احساس امنیت ابعاد بسیار پیچیده‌ای در جهان کنونی پیدا کرده است و نقش بی‌بدیل رسانه‌ها در زمینه امنیت و احساس امنیت در کشورهای جهان بر کسی پوشیده نیست (کلپکا،<sup>۲</sup> ۲۰۱۹: ۲۵۳). پارادایم‌های امنیت سنتی و نقش رسانه‌های ارتباطات جمعی در دوران پس از جنگ سرد دچار دگردیسی و تغییرات بسیار چشمگیری شده است. در این راستا، نقش رسانه‌های ارتباط جمعی مانند صداوسیما ملی در همه کشورها و به‌ویژه کشورهای در حال توسعه، به شکل بسیار ویژه‌ای تعریف می‌شود. برای دهه‌های متوالی، رادیو و تلویزیون به‌عنوان اولین و قابل‌اعتمادترین منبع برای اطلاعات حیاتی به عموم مردم در دوره قبل و به‌ویژه بعد از وقوع مهم‌ترین حوادث و رویدادهای ملی و منطقه‌ای مانند جنگ‌ها، تغییرات سیاسی و اجتماعی، دگرگونی‌های اقتصادی، حوادث طبیعی مانند طوفان‌ها، سیل، طوفان‌های شن، زمین‌لرزه، حملات تروریستی، تصادفات و بلایای صنعتی و فناوری به بخش بسیار وسیعی از جمعیت در نظر گرفته می‌شده‌اند (آدیلا، تامیتیدینی و سیاوکی،<sup>۳</sup> ۲۰۱۷: ۸). امروزه، رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون و برنامه‌های صداوسیما، یکی از منابع اصلی دانش و اطلاعات درباره بسیاری از رویدادها و مفاهیم اصلی زندگی در جوامع مختلف هستند که نگرش‌های جامعه را درباره مسائل مختلف امنیت و احساس امنیت بازتاب داده و به آن‌ها شکل می‌دهند (کلپکا، ۲۰۱۹: ۲۶۱). رسانه‌ها طیف گسترده‌ای از اثرات را بر دانش، نگرش، احساسات و عواطف، رفتار اجتماعی، نظرات، تصویرسازی امنیت و قضاوت افراد درباره سطح احساس امنیت در جامعه خود بر عهده دارند (کارماسین، ملیسپک و سیتالر و وهلرت،<sup>۴</sup> ۲۰۱۳: ۱۱۸). رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان یک محیط مشارکتی به افراد اجازه می‌دهند که خود به‌عنوان یک رسانه منحصربه‌فرد عمل کنند و نقش ویژه‌ای

۱- Nieminen

۲- Klepka

۳- Adila, I., Dewi, W. W. A., Tamitiadini, D., & Syauki, W. R.

۴- Karmasin, G. Melischek, J. Seethaler, R. Wöhlert

در انتشار و اشتراک‌گذاری اطلاعات بر عهده بگیرند (بوش،<sup>۱</sup> ۲۰۱۷: ۴۳۲). سیاست‌گذاری و عملکرد رسانه‌های ارتباط‌جمعی، به‌ویژه رادیو و تلویزیون می‌توانند هم اثرات مثبت و هم اثرات منفی گسترده‌ای بر امنیت و احساس امنیت مردم در سطح ملی و منطقه‌ای بگذارند. صداوسیماي منطقه‌ای افزون بر نقش ویژه در زمینه پراکندن اطلاعات بسیار مهم در حوزه امنیت و احساس امنیت، توانایی ویژه و مهارت تخصصی در تفسیر اطلاعات و تعیین نوع اثرگذاری اطلاعات بر مخاطبان در مناطق محلی تحت پوشش خود دارند و مخاطبان این رسانه‌ها با شنیدن و دیدن اخبار و گزارش‌های موثق توسط مجریان قابل‌اعتماد اخبار محلی و تفسیر شرایط و دریافت راهنمایی‌های آن‌ها به شکل ویژه‌ای احساس آرامش و امنیت خواهند داشت؛ به‌عبارت‌دیگر، رسانه‌های محلی قابل‌اعتماد، تفکر و احساس امنیت افراد در یک منطقه را می‌سازند (گزارش اتحادیه بین‌المللی ارتباطات،<sup>۲</sup> ۲۰۱۷: ۱۱). رسانه‌های قابل‌اعتماد منطقه‌ای نقش ویژه‌ای در توسعه اعتماد اجتماعی، تحمل اجتماعی در زمان وقوع بحران‌های سیاسی و اجتماعی، بلایای طبیعی، ساختن ماهیت تفکر افراد و خودآگاهی آن‌ها از امنیت و احساس امنیت در جامعه داشته باشند. این نقش ویژه رسانه‌ها از طریق الگوسازی رفتارهای اجتماعی و افزایش مشارکت اجتماعی صورت می‌پذیرد (جوزف اسکانلون،<sup>۳</sup> ۲۰۱۶: ۲۳۵).

تجربیات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی کشور در سال‌های اخیر، نقش غیرقابل انکار صداوسیماي جمهوری اسلامی ایران و به‌ویژه مراکز صداوسیماي استانی، به‌عنوان منبع اطلاعاتی قابل‌اعتماد برای مردم در تقویت احساس امنیت اجتماعی از طریق الگوسازی رفتارهای اجتماعی، اشتراک‌گذاری اطلاعات و افزایش مشارکت و تعامل اجتماعی بر کسی پوشیده نیست. با توجه به موقعیت بسیار خاص استان خوزستان به‌عنوان یکی از استان‌های مهم در حوزه راهبردی و همچنین، شهر اهواز به دلیل وجود سطح بالای بیکاری، تنوع‌های قومی، نزاع‌های جمعی، قاچاق مواد مخدر، بمب‌گذاری‌ها، حاشیه‌نشینی، سرقت، قتل و غیره، نقش صداوسیماي استان خوزستان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ارکان تسهیل‌کننده امنیت اجتماعی و احساس امنیت این استان بسیار پررنگ‌تر خواهد بود.

۱- Busch

۲- International Telecommunication Union Report

۳- J. Scanlon

تاکنون پژوهشی در استان خوزستان در زمینه نقش صداوسیما در الگوسازی رفتارهای اجتماعی و مشارکت اجتماعی انجام نشده است تا اثرات سیاست‌گذاری برنامه‌های صدا سیمای مرکز استان را بر امنیت اجتماعی و احساس امنیت مردم بررسی کند. از این‌رو، هدف این پژوهش بررسی نقش مشارکت اجتماعی، اطلاع‌رسانی و الگوسازی رفتارهای اجتماعی در صداوسیما مرکز خوزستان در ایجاد احساس امنیت اجتماعی در شهر اهواز با در نظر گرفتن نقش اعتماد اجتماعی و تحمل اجتماعی به‌عنوان متغیرهای میانجی به‌صورت کمی - پیمایشی و با استفاده از ابزار پرسشنامه و روش معادلات ساختاری<sup>۱</sup> بوده است. سؤال اساسی این پژوهش آن است که مرکز صداوسیما استان خوزستان چگونه می‌تواند از طریق الگوسازی رفتارهای اجتماعی، توسعه مشارکت‌های اجتماعی و اشتراک‌گذاری اطلاعات با کاربران رسانه‌ها نقش معناداری در ارتقاء امنیت اجتماعی و احساس امنیت در استان خوزستان داشته باشد؟ علاوه بر این، نقش متغیرهای اعتماد اجتماعی و تحمل اجتماعی در رابطه بین الگوسازی رفتارهای اجتماعی و مشارکت اجتماعی و احساس امنیت شهروندان در شهر اهواز چگونه است؟

## پیشینه و مبانی نظری پژوهش

### پیشینه پژوهش

تاکنون مطالعات متنوعی در زمینه موضوع پژوهش و به روش‌های مختلفی انجام شده است. خلاصه‌ای از مطالعات تجربی مرتبط با موضوع پژوهش در جدول شماره (۱) آمده است.

جدول ۱: پژوهش‌های تجربی

نتایج	مطالعه	نمونه مورد بررسی
نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که رسانه‌های ارتباط جمعی و تلویزیون باید به‌صورت بسیار دقیقی مورد نظارت و مراقبت باشد؛ زیرا گزارش‌های رسانه‌ای هر آنچه را که در شرایط امنیتی و در زمان وقوع یک بحران ایجاد می‌شود، شکل می‌دهند.	نقش تلویزیون و رسانه‌های ارتباط جمعی در بحران‌ها و بلایا	کانادا
		جوزف اسکالنون (۲۰۱۲)

۱- Structural Equation Models

نتایج	مطالعه	نمونه مورد بررسی
این مطالعه نتیجه گرفت که گروه‌های تروریستی از رسانه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط با گروه‌های جرائم سایبری و هماهنگی فعالیت‌های جمع‌آوری کمک‌های مالی که به صورت جزئی یا کاملاً از طریق اینترنت انجام می‌شود، استفاده می‌کنند.	اثر رسانه‌های اجتماعی بر تهدیدات امنیت ملی در کشور کنیا	کنیا - پرسشنامه - ۵۰ نفر از اعضای ارتش واحد نایروبی
نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که هیچ مدرکی برای حمایت از اثرات کانال‌های اجتماعی بر افزایش نفی خشونت علیه زنان، حمایت از برابری جنسیتی و به‌طور غیرمنتظره افزایش بدبینی نسبت به کاهش آینده خشونت به دست نیآورده است.	کشور مکزیک - پرسشنامه - میدانی	اثر رسانه و تلویزیون بر هنجارهای اجتماعی و امنیت ملی
نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که اطلاعات منفی منتشر شده از سوی آن‌ها می‌تواند امنیت و احساس امنیت شهروندان را تضعیف کند.	کیفی	نقش شبکه‌های تلویزیونی بین‌المللی در امنیت ملی و حقوق عموم مردم
نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که وضعیت امنیتی نیجریه بسیار ضعیف است و وجود رسانه‌های جمعی برای امنیت ملی نیجریه تهدید به حساب می‌آید.	شمال و جنوب شرق کشور نیجریه - پرسشنامه	شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی و اثرات آن بر دولت در حوزه امنیت ملی
رسانه‌ها نقش بسیار مهمی در افشای حقایق و تکذیب اخبار کذب، ایجاد امنیت و احساس امنیت در بین مردم کشورهای اروپایی دارند و انجام اقدامات سیاستی برای ایجاد مکانیسم‌های صحیح جهت تقویت رسانه‌ها و تلویزیون‌های ملی و افزایش اعتماد مردم به این رسانه‌ها نقش بسیار زیادی را در توسعه امنیت و احساس امنیت در کشورهای اروپایی بازی می‌کند.	کشورهای عضو اتحادیه اروپا - کیفی	نقش شبکه‌های تلویزیونی دولتی بر جلوگیری از انتشار اطلاعات ناقص و غلط
نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که دین‌داری و ابعاد آن با احساس امنیت رابطه مستقیمی دارد. همچنین، احساس امنیت با میزان استفاده از	پیمایشی - جامعه آماری دانشگاه مازندران	تأثیر دین‌داری و رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت

۱- Kimutai

۲- Arias

۳- Ojomo and Olomojobi

۴- Chukwuere, J. E., &amp; Onyebukwa, C. F

۵- Bayer et al

نتایج	مطالعه	نمونه مورد بررسی	
رسانه‌های داخلی، تلویزیون، رادیو و ماهواره رابطه معناداری داشته است.		اجتماعی	
نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که جذابیت برنامه‌ها و مطالب امنیتی، میزان اعتماد به وسایل ارتباط جمعی، نوع رسانه و کارکرد رسانه در وسایل ارتباط جمعی بر ناامنی اجتماعی تأثیر دارد. همچنین، میزان تأثیرپذیری از رسانه در بین زنان و مردان متفاوت است.	پیمایشی - ۳۸۴ نفر از کارکنان نیروی انتظامی خراسان رضوی	نقش وسایل ارتباط جمعی در تولید امنیت اجتماعی	فناپی ترک و امیر پور (۱۳۹۳)
رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون با محتوای اخبار امنیتی-انتظامی و حوادث جنایی در کاهش احساس امنیت مخاطبان خود تأثیر دارند. همچنین بین توجه به برنامه‌های پلیسی تلویزیون و احساس ناامنی رابطه بیشتری وجود دارد تا مطالعه حوادث جنایی و احساس ناامنی.	پیمایشی - ۳۸۰ نفر از افراد بالای ۱۸ سال منطقه ۵ شهر تهران	بررسی استفاده از رسانه‌ها بر میزان امنیت شهروندان تهرانی با تأکید بر فعالیت‌های پلیسی	ترکی و حسینی (۱۳۹۴)
نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که بین استفاده از ماهواره، اینترنت و شبکه‌های مجازی با احساس امنیت رابطه معنادار منفی وجود دارد. می‌توان چنین نتیجه گرفت که تأثیر منفی استفاده از رسانه‌های جمعی جهانی، به‌ویژه استفاده از ماهواره، بر احساس امنیت اجتماعی جدی و معنادار است.	پیمایشی - پرسشنامه - شهروندان بالای ۱۸ سال کرمانشاه	رسانه‌های جمعی جهانی و احساس امنیت اجتماعی	کلانتری و محبی و وحیدخانی (۱۳۹۵)
نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که بین نقش رسانه‌ها (نمایش واقعیت به مخاطب در مورد کارکرد پلیس با فنون اقناع مخاطب نسبت به عملکرد پلیس، سرعت اطلاع‌رسانی، میزان اطلاع‌رسانی بی‌طرفانه، به‌موقع بودن اطلاع‌رسانی، میزان نقد عملکرد پلیس، میزان رعایت اخلاق حرفه‌ای، بزرگ‌نمایی خدمات پلیس در تأمین امنیت اجتماعی، کیفیت داستان‌پردازی، محتوای پیام‌های رسانه‌ای و شخصیت‌های مورد استفاده در رسانه) و ایجاد اعتماد مردم به پلیس رابطه وجود دارد.	۲۰ افراد بالای ۲۰ سال مشکین‌شهر	نقش رسانه‌های جمعی در ایجاد اعتماد مردم به پلیس	جعفری و بگعلی‌زاده (۱۳۹۶)

تاکنون پژوهشی در استان خوزستان در زمینه نقش صداوسیما در الگوسازی رفتارهای اجتماعی و مشارکت اجتماعی انجام نشده است تا بتواند اثرات سیاست‌گذاری برنامه‌های صدا سیما مرکز استان را بر امنیت اجتماعی و احساس امنیت مردم بررسی

کند. علاوه بر این، عمدتاً پژوهش‌های انجام شده در ایران تلاش کرده‌اند تا به صورت کیفی به این مسئله بپردازند و این پژوهش‌ها بعضاً از عمق کافی برخوردار نبوده‌اند و در نهایت، به صورت سطحی، تنها اطلاعات دریافت شده از پاسخ‌دهندگان را دسته‌بندی کرده‌اند. این پژوهش را می‌توان اولین پژوهش انجام شده در راستای موضوع دانست که با استفاده از ابزار پرسشنامه به صورت کمی در استان خوزستان انجام شده است. همچنین، در پژوهش‌های انجام شده نسبت به عوامل جامعه‌شناختی و پیامدهای آن‌ها غفلت شده است که در این پژوهش مورد توجه قرار گرفته‌اند.

### مبانی نظری پژوهش

مفهوم امنیت از مفاهیمی است که بیشتر در معرض تفسیرهای هرمنوتیکی قرار گرفته است. امنیت به معنای آرامش و آسودگی در مقابل تهدیدها و ترس‌ها است (صالح‌نیا، ۱۳۹۱: ۱۰). امنیت به صورت نبودن ترس و ناآرامی نیز تعریف می‌کنند که از دو دیدگاه سلبی و ایجابی است (حبیب‌زاده و بخشی، ۱۳۹۶: ۴). از دیدگاه اسلام، امنیت یکی از اصول زندگی فردی و اجتماعی و زیربنای حیات و تکامل بشر است (جمراتی فراهانی، ۱۳۷۴: ۴۶). امنیت اجتماعی توانایی جامعه برای حفظ هویت، منافع و ویژگی‌های اساسی خود در برابر شرایط متغیر و تهدیدها و توانایی ارتقای وضعیت اجتماعی به سمت ارزش‌ها و آرمان‌های اجتماعی است (ندری و بخشایش، ۱۳۹۷: ۱۳۴). مفهوم امنیت اجتماعی را برای اولین بار باری بوزان،<sup>۱</sup> ال‌ویور و لمایت<sup>۲</sup> در سال ۱۹۹۳ در مکتب کپنهاک معرفی کردند. هدف این مفهوم اشاره به امواج تهدیدآمیز بود که هویت گروه‌های اجتماعی را در معرض خطر قرار می‌داد. رشد فناوری‌های جدید و مجتمع‌های صنعتی موجب از بین رفتن هویت برخی از گروه‌ها شده و از سوی دیگر، شکل‌گیری فرآیندهای مهاجرت از کشورهای فقر و در حال توسعه به کشورهای صنعتی و توسعه‌یافته موجب پیدایش تمایزهای هویتی می‌شد (بوزان، ۱۹۹۸: ۲۴). سطح مورد اشاره مفهوم امنیت اجتماعی نه دولت بود و نه یکایک شهروندان؛ بلکه این مفهوم به گروه‌هایی اشاره می‌کند که دغدغه حفظ خصایص خود را دارند و این مسئله به اصلی‌ترین موضوع امنیت اجتماعی بدل شده است (شایگان و حسینی، ۱۳۹۲: ۸).

۱- Barry Buzzan

۲- Ole Weaver and Lemaiter



خلاصه‌ای از این نظریات در حوزه تأثیر رسانه‌ها بر ساختار امنیت اجتماعی در جدول شماره (۲) توضیح داده شده است.

جدول ۲: نظریات مربوط به رسانه

نام نظریه	توضیح نظریه
نظریه گلوله	این دیدگاه خام و ساده‌گرا که نظریه سوزن تزریقی یا نظریه کمر بند انتقال نیز خوانده شده است، پیش‌بینی می‌کند که پیام‌های ارتباط جمعی بر همه مخاطبان که در معرض آن‌ها قرار می‌گیرند اثرهای قوی و کم‌وبیش یکسان دارد. به نظر مک لوهان، مهم‌ترین اثر رسانه‌ها این است که بر عادات درک و تفکر ما اثر می‌گذارد.
مارپیچ سکوت	درباره موضوع مناقشه‌انگیز افراد درباره توزیع افکار عمومی حدس‌هایی می‌زنند که آیا تغییر افکار عمومی در جهت موافقت با آن‌هاست یا خیر؟ اگر احساس کنند در اقلیت قرار دارند گرایش پیدا می‌کنند که درباره موضوع سکوت کنند.
سلطه رسانه‌ها	رسانه‌های جمعی تحت کنترل طبقه مسلط در جامعه می‌آیند و پشتیبان اعمال نظارت آن طبقه بر باقی جامعه می‌شوند.
نظریه برجسته‌سازی	رسانه‌ها می‌توانند بر جامعه اثر داشته باشند و منجر به تغییر نگرش در افراد شوند. این نظریه اساساً زمانی مطرح شد که پژوهشگران از موضع نظریه مسلط در پژوهش ارتباط جمعی در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ یعنی الگوی اثرات محدود ناخرسند شدند.

منبع: (عبداللهی، ۱۳۹۱: ۱۸)

درباره نحوه اثرگذاری رسانه‌ها در یک جامعه بر امنیت اجتماعی سه دیدگاه اصلی وجود دارد که شامل کارکردگرایی، جامعه‌شناسی شناختی و دیدگاه انتقادی است (ساروخانی و بابایی فر، ۱۳۸۴: ۱۵۳). از دیدگاه گرامشی و بر اساس نظریه هژمونی رسانه، روشنفکران نظم حاکم را با تولید و اشاعه جهان‌بینی‌ای حفظ می‌کنند که سرکوب‌شدگان را به پذیرش این امر متقاعد می‌کند که انقیاد آن‌ها، مناسب، اجتناب‌ناپذیر و عادلانه است. در این حالت، توده‌ها با پذیرش این موضوع جامعه‌پذیر می‌شوند و باور می‌کنند که وضعیت سیاسی آن‌ها قابلیت تغییر ندارد (کریمی، ۱۳۹۰: ۱۸۳). این نظریه بیشتر بر خود ایدئولوژی، اشکال بیان آن شیوه‌های دلالت و روش‌هایی تأکید می‌کند که به کمک آن‌ها این ایدئولوژی استمرار می‌یابد؛ یعنی متابعت بی‌چون وچرای قربانیان (عمدتاً طبقه کارگر) و موقعیت در تسخیر و شکل‌دهی آگاهی آن‌ها تأکید می‌کند. مارکوزه تلویزیون را ابزاری برای اجتماعی کردن و ساکت کردن مردم می‌داند. مارکوزه تلویزیون و فناوری‌ها را ابزاری برای تجاوز به آزادی‌های درونی کنشگران می‌پندارد که قابلیت درنوردیدن همه ابعاد زندگی آن‌ها را دارد (عیوضی،

۱۳۸۸: ۱۵۲). از نظر هابرماس، تبلیغات، اقناع، مدیریت و جهت‌دهی افکار عمومی و رشد سرسام‌آور تبلیغات می‌تواند شاهدی قوی بر نقش غیرسازنده و مخرب شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی در از بین رفتن حوزه عمومی باشد. رایت میلز در نظریه جامعه توده‌وار، بر وابستگی متقابل نهادهای اعمال قدرت تکیه می‌کند و در نتیجه، بر یگانگی رسانه‌ها با منابع قدرت و اقتدار اجتماعی تأکید می‌کند. احتمال دارد که محتوا به سمت منافع سیاسی که تعریفی انتقادی از دنیا ارائه می‌کنند گرایش یابد؛ اما گرایش رسانه‌ها به این است که به مردم یاری دهند تا خود را با سرنوشت خویش سازگار کنند (مک‌کوایل، ۱۳۸۲: ۷۶).

به نظر می‌رسد هیچ نظریه‌ای نمی‌تواند به‌طور کامل، همه عوامل مؤثر بر امنیت اجتماعی را تبیین کند. هر نظریه‌ای قوت و ضعف‌های خاص خود را دارد تا جایی که هر یک بر جنبه‌های متفاوتی از امنیت و احساس ناشی از آن تأکید کرده و جنبه‌های دیگر را نادیده می‌گیرد؛ لیکن بعضی از نظریه‌ها در موارد خاصی درباره امنیت اجتماعی از دیگر نظریه‌ها متقاعدکننده‌تر به نظر می‌رسند. به نظر می‌رسد، تلاش برای آمیختن نظریه‌های موجود که توانایی‌های نسبی یکدیگر را تکمیل کنند و توانایی تبیین را افزایش دهد، راهی را پیش روی محقق قرار می‌دهند تا بتوانند به این هدف نائل آید. در تحقیق حاضر سعی شده که از چند منبع به‌صورت تلفیقی استفاده شود: یکی، نظریه‌های کارکردگرایی در مورد رسانه‌های جمعی و دیگری، آراء و دیدگاه‌های صاحب‌نظران مکتب کپنهاگ (بوزان، ویور و مولار)<sup>۱</sup>. در این میان، آراء صاحب‌نظران مکتب کپنهاگ نقش برجسته‌ای در تشکیل چارچوب نظری پژوهش حاضر داشته است. اکنون درباره نحوه استخراج متغیرهای تحقیق از چارچوب نظری توضیحاتی خواهد آمد.

در نظریه‌های کارکردی، رسانه‌ها می‌توانند به سه شکل شناختی، عاطفی و رفتاری تأثیر بگذارند. کارکرد رسانه‌ها می‌تواند به‌عنوان تبادل اندیشه و اطلاعات و الگوسازی رفتار اجتماعی، تحکیم و حفظ ارزش‌های مشترک جهت تقویت انسجام و افزایش مشارکت و اعتماد اجتماعی و به‌عنوان واسطه بین مردم و مسئولین از طریق اطلاع‌رسانی و تسهیم اطلاعات و افزایش تعامل اجتماعی باشد. امروزه، دیگر به‌سادگی نمی‌توان میان

۱- Moller

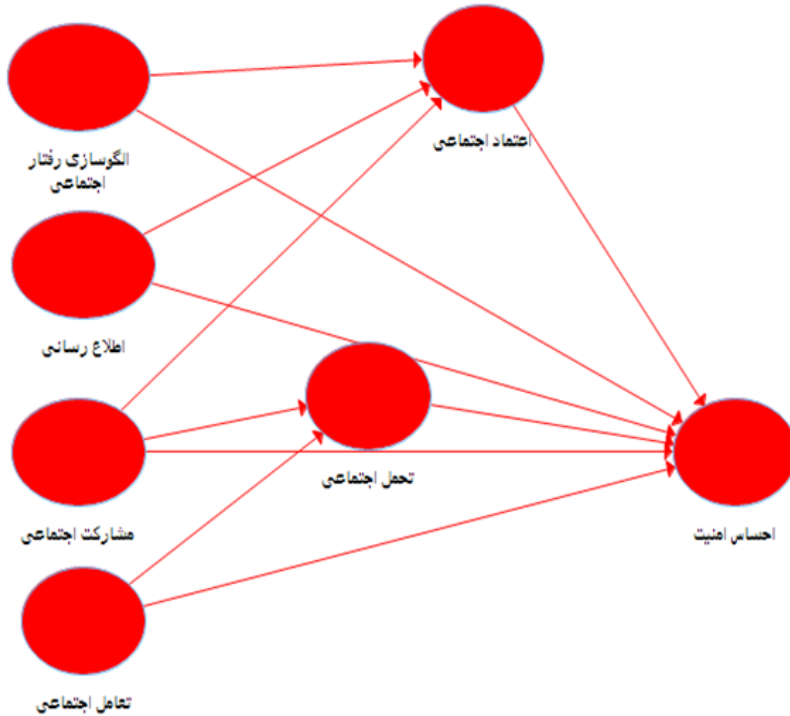
این سه تأثیر تفکیک قائل شد یا از ترتیب منطقی منحصر به فرد وقوع آن‌ها سخن گفت. اثرگذاری رسانه در یک سطح، معمولاً تأثیر در سایر سطوح را نیز به دنبال خواهد داشت. در نظریه گلوله، نظریه کاشت و نظریه جبرگرایی رسانه، به تأثیرات رسانه‌ها اشاره شده است. بررسی تأثیرگذاری رسانه در بیان مک‌کوایل، توجه ما را به چند نکته جلب می‌کند: اول، تأثیرگذاری ژرف رسانه در نگرش و رفتار ما حتی در جزئی‌ترین امور زندگی روزمره؛ دوم، تلاش برای کنترل رسانه‌ها به‌عنوان راهی برای کنترل غیرمستقیم افکار مردم و سوم، ریشه داشتن پیام‌های رسانه از خود جامعه. توجه به این سه نکته در پرداختن ما به موضوع نقش رسانه جمعی در پیشگیری از ارتکاب جرائم می‌تواند راهگشا باشد (مک‌کوایل، ۱۳۸۲: ۱۳۶). تأکید دورکیم بر پیوستگی، انسجام اجتماعی، اعتماد اجتماعی و نقش آن به‌عنوان پادزهری برای نابسامانی و خودشکنی، قدمت این مفاهیم را نشان می‌دهد. به نظر مک‌کورمک،<sup>۱</sup> یکپارچگی و جامعه‌پذیری کارکرد اصلی رسانه‌های جمعی در جوامع مدرن است. مشارکت مردم و افزایش اعتماد اجتماعی از الزامات حرفه‌ای عمل کردن نیروهای امنیت در جامعه است؛ بنابراین فرهنگ‌سازی در مقوله قانونمندی و رعایت نظم در جامعه و همکاری مردم با نهادها و سازمان‌های دولتی و حس اعتماد در زمینه‌های مختلف مورد اهمیت بوده که بی‌شک نقش رسانه‌ها در این حوزه نقشی برجسته خواهد بود. درباره رابطه امنیت و اعتماد اجتماعی می‌توان گفت که با توجه به دیدگاه گیدنز، اگر روابط «مایی» در جامعه افزایش یابد، حس تعلق اجتماعی افزایش خواهد یافت و در این صورت، احساس امنیت و آرامش در روابط افراد حکم‌فرما خواهد شد که این احساس امنیت، افزایش امنیت اجتماعی را به همراه خواهد داشت. مک‌کوایل، معتقد است پیدا کردن بینش راجع به احوال و اوضاع دیگران، همدلی اجتماعی، هم‌ذات‌پنداری با دیگران و کسب احساس تعلق، یافتن مبنایی برای گفتگو، تعامل اجتماعی، کمک به اجرای نقش‌های اجتماعی و توانا ساختن فرد به ایجاد پیوند با خانواده، دوستان و جامعه، از خدماتی است که رسانه‌ها ارائه می‌دهند و از آن طریق می‌توانند همبستگی اجتماعی را تحکیم نمایند (مک‌کوایل، ۱۳۸۰: ۱۱۲).

بالاخره، در انتخاب متغیر وابسته تحقیق، احساس امنیت اجتماعی بیش‌تر از نظریه‌های تحلیل‌گران امنیت در مکتب کپنهاگ الهام گرفته شده است و بدون شک،

۱- McCormack

مهم‌ترین صاحب‌نظرانی که به این متغیر توجه داشته‌اند، باری بوزان و آل ویور می‌باشند که این دو، برای نخستین بار بحث احساس یا بعد فرهنگی را درباره امنیت اجتماعی مطرح کرده‌اند و چنان‌که پیش‌تر اشاره شد، این جنبه از امنیت اجتماعی یکی از مبانی مذکور است. بوزان، نقطه آغازین امنیت را ذهنی و مبتنی بر تصمیم بازیگران معرفی می‌کند. از نظر بوزان، مسئله امنیت در اجتماع شناخته می‌شود، زیرا بازیگران می‌توانند به آن رجوع کنند و برخی پدیده‌ها را به‌عنوان تهدید نگاه دارند. به سخن واضح‌تر، میزان و ضریب وجود امنیت یا ناامنی وابسته به نوع و سطح برداشت افراد و مرتبط با تحلیل‌ها و بررسی‌های امنیتی آن‌ها است. در خصوص ابعاد متغیر وابسته باید خاطر نشان کرد که متفکران مکتب کپنهاگ با الهام از عقاید جان لاک<sup>۱</sup> به تحلیل ابعاد امنیت اجتماعی می‌پردازند. باری بوزان در سخنی از جان لاک نقل می‌کند که هدف اصلی انسان‌ها از این‌که خود را در اختیار دولت قرار می‌دهند، حفظ دارایی آن‌ها است. منظور از دارایی در اینجا، حیات، امنیت جانی، آزادی، امنیت سیاسی و فکری و مایملک «امنیت مالی» است که در سه بعد از متغیر وابسته تحقیق حاضر به‌روشنی دیده می‌شود. در دسته‌بندی بالا، اگرچه نهایت دقت به‌عمل آمده، لیکن به دلیل وابستگی متقابل و درهم‌تنیدگی پدیده‌ها در علوم انسانی، نمی‌توان انتظار داشت که هر یک از عوامل به‌طور کلی در رویکردها و حوزه‌های دیگر دخیل باشند. با توجه به مطالعات نظری و تجربی بیان‌شده در راستای موضوع تحقیق، الگوی شکل شماره (۱) به‌عنوان الگوی تحقیق پیشنهاد شده است.

۱- John Locke



شکل ۱: الگوی مفهومی پژوهش

## روش‌شناسی

این پژوهش پارادایمی از نوع اثباتی و رویکردی کمی دارد و بر اساس هدف، در مجموعه پژوهش‌های کمی و پیمایشی از نوع کاربردی قرار دارد. از نظر وسعت، پهنانگر و با دامنه خرد و از نظر زمانی، یک پژوهش مقطعی است. جامعه مورد بررسی در این پژوهش، ساکنان بالای ۱۵ سال در شهر اهواز بوده است. برای انتخاب حجم نمونه در این پژوهش، از نرم‌افزار samplepower استفاده شده است. در این حالت، مطابق با نتایج پژوهش پروفیسور رینگل و جانسون<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) مدل ساختاری تحقیق به سه معادله رگرسیونی تقسیم شده است و حجم نمونه موردبررسی در قالب دو سناریو مختلف برآورد شده است. جمعیت آماری در این تحقیق، همه خانوارهای ساکن در کلان‌شهر

۱- Ringel and Johnson

اهواز بود که بر اساس سرشماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵ در حدود ۲۷۶۰۳۲ خانوار بوده است. به دلیل حجم بزرگ نمونه و محدودیت منابع پژوهشگران، امکان سرشماری در جامعه آماری وجود ندارد؛ از این رو، محققان اقدام به نمونه‌گیری از خانوارهای حاضر در جمعیت کرده‌اند. پس از بررسی نتایج به دست آمده بر اساس ارزیابی صورت گرفته از توان خود و همچنین به دلیل اختلاف بسیار کم بین دو سناریو، حجم نمونه در سناریوی با دقت بالاتر که شامل ۲۲۰ مشاهده بود با بهره‌گیری از نرم‌افزار samplepower انتخاب شد. در این پژوهش برای تدوین مبانی نظری پژوهش، بررسی مدل‌ها و نظریه‌های موجود از روش‌های کتابخانه‌های و برای گردآوری نظرات خبرگان در زمینه امنیت اجتماعی، احساس امنیت، الگوسازی رفتارهای اجتماعی و مشارکت اجتماعی و معیارهای سنجش متغیرهای پژوهش، روش مصاحبه به کار گرفته شده است. علاوه بر این، هر یک از متغیرهای به کاررفته در مدل مفهومی پژوهش در یک پرسشنامه مجزا با سؤالاتی بسته و در قالب طیف ۷ درجه‌ای لیکرت سنجیده شده‌اند. روایی (صوری، محتوایی و سازه) و پایایی (آلفای کرونباخ، شاخص پایایی سازه‌ای CR، میانگین واریانس استخراجی (AVE) - حداکثر مجذور واریانس مشترک (MSV) پرسشنامه‌های به کاررفته در این پژوهش نیز بر اساس نظر اساتید متخصص و با استفاده از آزمون‌های خاص مورد تأیید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش از نرم‌افزارهای SPSS و SMARTPLS استفاده شده است. بر اساس الگوی مفهومی، نقش متغیرهای اعتماد اجتماعی و تحمل اجتماعی به صورت متغیرهای میانجی در رابطه بین متغیرهای توضیح‌دهنده و متغیر وابسته احساس امنیت اجتماعی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در بخش بعد، نتایج برآورد مدل در دو بخش آماره‌های توصیفی و متغیرهای دموگرافی و همچنین آماره‌های استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت.

### یافته‌های پژوهش

یافته‌های تحقیق در دو بخش توصیفی و استنباطی بررسی شد. در بخش توصیفی برخی از ویژگی‌های جمعیت شناختی نشان داده شده است. از کل نمونه آماری پژوهش، از لحاظ جنسیت، مردان بیشترین تعداد (۱۴۱ نفر)، حدود ۶۴/۱ درصد و خانم‌ها (۷۹ نفر)، حدود ۳۵/۹ درصد نمونه را به خود اختصاص داده‌اند. از لحاظ ترکیب سن، کمترین

فراوانی مربوط به گروه سنی بیشتر از شصت سال ۷ نفر با ۳/۲ درصد و افراد بین ۴۰-۳۰ سال با ۳۰/۹ درصد بیشترین فراوانی را تشکیل می‌دهند. گروه سنی بیست تا سی سال و چهل تا پنجاه سال به ترتیب، با فراوانی ۶۲ نفر و ۵۴ نفر در مرتبه‌های بعدی گروه‌های سنی نمونه تحقیق هستند. همچنین، از لحاظ ترکیب تحصیلات اعضای نمونه، بیشترین فراوانی را افراد دارای آموزش متوسطه با فراوانی ۹۹ نفر حدود ۴۵/۰ درصد و بعد از آن، افراد دارای تحصیلات عالی ۹۲ نفر ۴۱/۸ درصد نمونه را تشکیل می‌دهند. افراد بی‌سواد با درصد فراوانی ۱/۴ درصد کمترین درصد اعضای نمونه تحقیق را به خود اختصاص داده‌اند. افراد دارای تحصیلات راهنمایی ۹/۱ درصد پاسخگویان را تشکیل می‌دهند که بعد از آن‌ها تحصیلات ابتدایی با درصد فراوانی ۲/۷ درصد قرار دارند. سایر آماره‌های توصیفی به‌دست‌آمده برای متغیرهای این پژوهش در جدول شماره (۳) آورده شده است. لازم به ذکر است که در این پژوهش هر یک از گویه‌ها با استفاده از طیف لیکرت ۷ درجه‌ای (۱ تا ۷) سنجیده شده است.

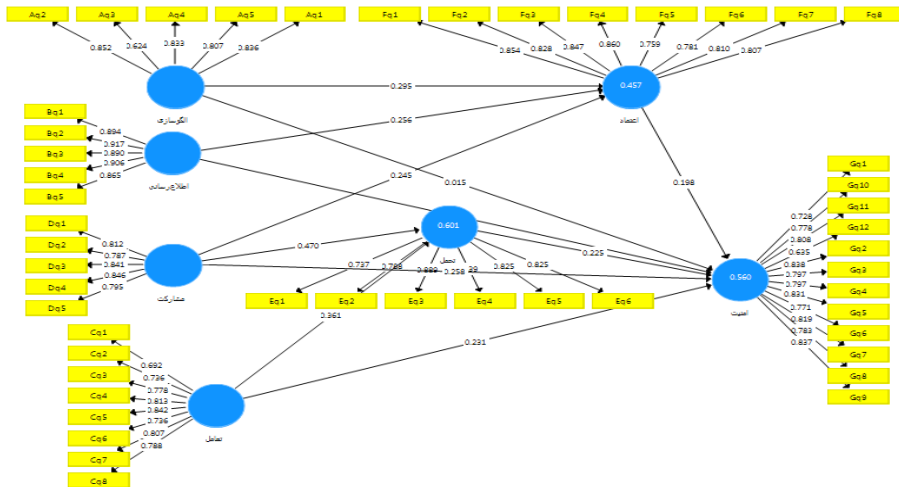
جدول ۳: نتایج توصیفی متغیرهای تحقیق

کشیدگی		چولگی		انحراف معیار		فراوانی		
Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	
-۰/۲۹۱	۰/۳۲۷	-۰/۳۴۱	۰/۱۶۴	۱/۳۲۵	۴/۲۶۹	220	الگوسازی اجتماعی	
-۱/۱۱۸	۰/۳۲۷	۰/۹۲۸	۰/۱۶۴	۱/۶۲۸	۳/۷۱۰	220	اطلاع‌رسانی یا تسهیم اطلاعات	
-۰/۹۳۹	۰/۳۲۷	۰/۰۰۲	۰/۱۶۴	۱/۳۷۷	۳/۶۴۸	220	تعامل اجتماعی	
-۰/۷۴۹	۰/۳۲۷	۰/۰۲۴	۰/۱۶۴	۱/۳۱۴	۳/۴۵۰	220	مشارکت اجتماعی	
-۰/۷۳۸	۰/۳۲۷	۰/۳۸۳	۰/۱۶۴	۱/۴۲۶	۳/۱۸۳	220	تحمل اجتماعی	
-۰/۱۴۲	۰/۳۲۷	-۰/۲۶۹	۰/۱۶۴	۱/۲۸۲	۴/۰۱۳	220	اعتماد اجتماعی	
-۰/۶۲۲	۰/۳۲۷	۰/۱۵۰	۰/۱۶۴	۱/۴۰۶	۳/۷۲۳	220	احساس امنیت اجتماعی	
						220	Valid N (listwise)	

(منبع: محاسبات تحقیق)

مقدار چولگی برای متغیرها بین (+۳ و -۳) و مقدار کشیدگی بین (+۵ و -۵) بود؛ بنابراین می‌توان از نرمال بودن توزیع داده‌های متغیرهای پژوهش اطمینان حاصل کرد.

قبل از آزمون مدل اندازه‌گیری انعکاسی، آزمون همگن بودن تک‌بعدی اجرا شد. مدل انعکاسی در شکل شماره (۲) ارائه شده است.



شکل ۱: مدل بیرونی انعکاسی اولیه در حالت تخمین ضرایب استاندارد

در این پژوهش، بعد از گرفتن آزمون همگن بودن، تمام معرف‌هایی که بار عاملی کمتر از ۰/۷ داشته‌اند حذف شد. بعد از اصلاح صورت گرفته، تمام آزمون‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات در دو حالت تخمین ضرایب و معناداری گرفته می‌شود. در این پژوهش، برای بررسی روایی از آزمون‌های فروئل و لاکر، آزمون‌های بارهای عرضی، برای روایی واگرا استفاده شده است. نتایج این آزمون‌ها در جدول شماره (۴) ارائه شده است.

جدول ۴: نتایج آزمون فروئل-روایی واگرا

اطلاعرسانی	اعتماد اجتماعی	الگوسازی	امنیت اجتماعی	تحمل اجتماعی	تعامل اجتماعی	مشارکت اجتماعی
۰/۸۹۵						
۰/۵۸۶	۰/۸۱۹					
۰/۶۸۰	۰/۵۹۴	۰/۸۴۴				
۰/۴۳۳	۰/۵۶۳	۰/۴۴۸	۰/۸۰۲			
۰/۵۵۷	۰/۵۹۵	۰/۵۵۷	۰/۶۶۵	۰/۸۱۹		
۰/۵۴۷	۰/۶۰۲	۰/۵۱۸	۰/۶۵۸	۰/۷۰۶	۰/۷۷۵	
۰/۵۴۰	۰/۵۳۸	۰/۵۲۶	۰/۶۶۴	۰/۷۳۵	۰/۷۳۴	۰/۸۱۶



مطابق جدول شماره (۴)، بر اساس آزمون فورنل و لاکر<sup>۱</sup> برای روایی تشخیصی یک متغیر برون‌زا در مقایسه با متغیرهای برون‌زای دیگر باید پراکندگی بیشتری در بین درون‌زاهای خود داشته باشد. جذر میانگین واریانس استخراجی برای هر متغیر برون‌زا باید از مقادیر حداکثر ضریب همبستگی برآورد شده برای آن متغیر با دیگر متغیرها بیشتر باشد. جذر مقادیر AVE از همه همبستگی‌های محاسبه‌شده در ستون بیشتر بوده است که نشان‌دهنده روایی واگر سازه خواهد بود. در آزمون بارهای عرضی بار عاملی هر متغیر درون‌زا بر روی متغیر برون‌زای متناظرش باید حداقل ۰/۱ بیشتر از بارهای عاملی آن متغیر درون‌زا و سایر متغیرهای برون‌زا باشد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، می‌توان گفت که مدل برآورد شده از ویژگی روایی واگرا برخوردار است.

نتایج آزمون‌های پایایی مدل در جدول شماره (۵) مشاهده می‌شود. برای این منظور از چهار مقدار آلفای کرونباخ، ضریب rho، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شده است.

جدول ۵: آزمون‌های پایایی مدل

متغیرها	آلفای کرونباخ	ضریب rho	پایایی ترکیبی	AVE
الگوسازی اجتماعی	۰/۸۶۵	۰/۸۶۶	۰/۹۰۸	۰/۷۱۲
اطلاع‌رسانی یا تسهیم اطلاعات	۰/۹۳۸	۰/۹۴۰	۰/۹۵۲	۰/۸۰۰
تعامل اجتماعی	۰/۹۰۵	۰/۹۱۲	۰/۹۲۳	۰/۶۰۱
مشارکت اجتماعی	۰/۸۷۵	۰/۸۷۶	۰/۹۰۹	۰/۶۶۷
تحمل اجتماعی	۰/۹۰۱	۰/۹۰۴	۰/۹۲۴	۰/۶۷۰
اعتماد اجتماعی	۰/۹۳۰	۰/۹۳۱	۰/۹۴۲	۰/۶۷۱
احساس امنیت اجتماعی	۰/۹۴۴	۰/۹۴۵	۰/۹۵۲	۰/۶۴۳
معیار ارزیابی	بالای ۰/۹ عالی، مقادیر بالای ۰/۸ خوب، مقادیر بالای ۰/۷ قابل قبول	ضریب اسپیرمن بالای ۰/۷	بین $0.7 < CR < 0.95$ کافی بسیار خوب	بزرگ‌تر از ۰/۵ باشد
نتیجه	ابزار پژوهشی ابزار پایا و اعتمادپذیر	همبستگی بین متغیرها تأیید	مدل دارای همسانی درونی است/ پایایی ترکیبی تأیید	روایی همگرا تأیید می‌شود/ همبستگی مناسب متغیرها با سؤالات خود

۱- Fornell - Larcker

پس از برآورد مدل، برای انجام آزمون‌های فرضیه نهایی ضرایب برآورد شده در سطح اطمینان ۹۰ درصد، ۹۵ درصد و ۹۹ درصد این مقدار به ترتیب، با حداقل آماره تی ۱/۶۴، ۱/۹۶ و ۲/۵۸ مقایسه می‌شود. ضرایب مسیر و مقدار آماره  $t$  در جدول شماره (۶) آورده شده است.

جدول ۶: نتایج آزمون معناداری فرضیات و کیفیت تأثیر

فرضیه	ضریب مسیر	t-value	P-value	نتیجه
۱- اطلاع‌رسانی بر اعتماد اجتماعی تأثیر دارد	۰/۰۸۰	۳/۱۷۵	۰/۰۰۲	معنادار است
۲- اطلاع‌رسانی بر احساس امنیت اجتماعی تأثیر دارد	۰/۰۶۵	۱/۱۷۷	۰/۲۴۰	معنادار نیست
۳- اعتماد اجتماعی بر احساس امنیت اجتماعی تأثیر دارد	۰/۰۶۸	۲/۷۵۹	۰/۰۰۶	معنادار است
۴- الگوسازی اجتماعی بر اعتماد اجتماعی تأثیر دارد	۰/۰۷۷	۳/۷۶۹	۰/۰۰۰	معنادار است
۵- الگوسازی اجتماعی بر احساس امنیت اجتماعی تأثیر دارد	۰/۰۶۴	۰/۰۳۹	۰/۹۶۹	معنادار نیست
۶- تحمل اجتماعی بر احساس امنیت اجتماعی تأثیر دارد	۰/۰۷۱	۳/۵۱۳	۰/۰۰۱	معنادار است
۷- تعامل اجتماعی بر احساس امنیت اجتماعی تأثیر دارد	۰/۰۷۷	۳/۸۹۷	۰/۰۰۴	معنادار است
۸- تعامل اجتماعی بر تحمل اجتماعی تأثیر دارد	۰/۰۶۹	۵/۲۶۲	۰/۰۰۰	معنادار است
۹- مشارکت اجتماعی بر اعتماد اجتماعی تأثیر دارد	۰/۰۶۰	۴/۱۴۹	۰/۰۰۰	معنادار است
۱۰- مشارکت اجتماعی بر احساس امنیت اجتماعی تأثیر دارد	۰/۰۷۲	۳/۵۹۱	۰/۰۰۰	معنادار است
۱۱- مشارکت اجتماعی بر تحمل اجتماعی تأثیر دارد	۰/۰۶۵	۷/۲۰۱	۰/۰۰۰	معنادار است

همان‌طور که از نتایج جدول شماره (۶) مشاهده می‌شود، از آنجاکه مقدار آماره محاسباتی با توزیع  $t$  بزرگ‌تر از مقدار بحرانی توزیع  $t$  در سطح اطمینان ۹۵ درصد و سطح خطای ۵ درصد برابر با ۱/۹۶ بوده است، اثر معنادار متغیرهای الگوسازی رفتار اجتماعی، تعاملی بودن اطلاعات و مشارکت اجتماعی اثراتی معنادار بر احساس امنیت اجتماعی داشته‌اند. از آنجاکه ضریب مسیر برآورد شده برای هر یک از این متغیرها مثبت بوده است، هر یک از این متغیرها اثری مثبت و معنادار بر احساس امنیت اجتماعی دارند. اثر مثبت و معنادار اطلاع‌رسانی، الگوسازی رفتار اجتماعی و مشارکت اجتماعی بر اعتماد اجتماعی و اثرات مثبت و معنادار اعتماد اجتماعی و تحمل اجتماعی بر احساس امنیت مورد تأیید قرار می‌گیرد. با توجه به این‌که مقدار آماره محاسباتی با توزیع  $t$  از مقدار بحرانی توزیع  $t$  در سطح اطمینان ۹۵ درصد کمتر بوده است، می‌توان گفت اطلاع‌رسانی و تسهیم اطلاعات اثر معناداری بر احساس امنیت در شهر اهواز ندارد. در

تحلیل‌های انجام شده برای مدل معادلات ساختاری در نرم‌افزار PLS، مثبت بودن دو شاخص اشتراک و شاخص افزونگی برای بررسی کیفیت برازش مدل نشان می‌دهد که مدل اندازه‌گیری و مدل معادلات ساختاری از کیفیت مطلوبی برخوردار است. یکی دیگر از شاخص‌هایی که کیفیت برازش کلی مدل را نشان می‌دهد، شاخص GOF است. همچنین، ضریب تعیین نشان‌دهنده درصد توضیح‌دهندگی متغیرهای مستقل از تغییرات متغیر وابسته است. مقادیر محاسبه‌شده برای ضریب تعیین، شاخص اعتبار اشتراکی (CV com) و شاخص افزونگی در جدول شماره (۷) ارائه شده است.

جدول ۷: شاخص‌های برازش مدل

متغیر	R square	R square Adjusted	CV Red	GOF
اعتماد اجتماعی	۰/۴۴۵	۰/۴۴۸	۰/۲۸۱	
احساس امنیت اجتماعی	۰/۵۵۶	۰/۵۴۳	۰/۳۲۵	۰/۶۰۲
تحمل اجتماعی	۰/۶۰۱	۰/۵۹۷	۰/۳۷۲	
دامنه ارزیابی	۰/۱۹ ضعیف	۰/۱۹ ضعیف	۰/۰۲ ضعیف	۰/۰۱ ضعیف
	۰/۳۳ متوسط	۰/۳۳ متوسط	۰/۱۵ متوسط	۰/۲۵ متوسط
	۰/۶۷ قوی	۰/۶۷ قوی	۰/۳۵ قوی	۰/۳۶ قوی
اعتماد اجتماعی	قوی	قوی	متوسط	
احساس امنیت اجتماعی	قوی	قوی	متوسط	قوی
تحمل اجتماعی	قوی	قوی	قوی	

مقادیر CV COM نیز در جدول شماره (۸) برای کیفیت اندازه‌گیری مدل انعکاسی آورده شده است. مقادیر برآورد شده برای این شاخص نیز نشان‌دهنده کیفیت مناسب مدل اندازه‌گیری انعکاسی بوده است. مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به ترتیب نشان‌دهنده مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای این شاخص است.

جدول ۸: آزمون کیفیت اندازه‌گیری مدل انعکاسی

متغیر	اطلاعرسانی	اعتماد اجتماعی	الگوسازی	امنیت اجتماعی	تحمل اجتماعی	تعامل اجتماعی	مشارکت اجتماعی
CV COM	۰/۶۵۲	۰/۵۴۴	۰/۴۹۱	۰/۵۳۵	۰/۵۱۶	۰/۴۷۴	۰/۴۸۰

در ادامه معادلات و ضریب رگرسیونی برای متغیر درون‌زای امنیت اجتماعی و متغیرهای میانجی اعتماد اجتماعی و تحمل اجتماعی، معادلات رگرسیونی با توجه به ضریب مسیر تأییدشده برای متغیرهای درون‌زا در زیر آمده است:

$$y = ax_1 + bx_2 + cx_3 + \dots + kx_n + e$$

$(X_1, X_2, X_3)$  = متغیرهای درون‌زا اول و دوم و سوم

$a$  و  $b$  و  $c$  = ضرایب رگرسیون یا ضریب مسیر

$y$  = متغیر درون‌زا

(اطلاع‌رسانی) ۰/۲۵۴ + (مشارکت) ۰/۲۴۸ + (الگوسازی) ۰/۲۹۱ = اعتماد اجتماعی (۰/۴۴۵)

(تعامل) ۰/۲۲۲ + (مشارکت) ۰/۲۵۹ + (تحمل) ۰/۲۴۹ + (اعتماد) ۰/۱۸۸ = احساس امنیت

(۰/۵۵۶)

(تعامل) ۰/۳۶۱ + (مشارکت) ۰/۴۷۰ = تحمل اجتماعی (۰/۶۰۱)

با توجه به داده‌های جدول ضریب تعیین بالا و معادلات رگرسیون ملاحظه می‌شود که مقدار ضریب تعیین برای اعتماد اجتماعی ۰/۴۴۵ است؛ بنابراین متغیرهای برون‌زای الگوسازی رفتار اجتماعی، اطلاع‌رسانی و مشارکت اجتماعی بالاتر از حد متوسط رفتار اعتماد اجتماعی را تعیین می‌کنند. این مقدار برای متغیر احساس امنیت اجتماعی در حد ۰/۵۵۶ بوده که نشان از ارزیابی قابل توجه و قوی این متغیر به وسیله متغیرهای برون‌زای اعتماد اجتماعی و تحمل اجتماعی، مشارکت و تعامل اجتماعی است. از این رو، می‌توان گفت افزایش و گسترش این عوامل باعث تأثیر و تقویت احساس امنیت اجتماعی در بین شهروندان می‌شود. همچنین، متغیرهای برون‌زای مشارکت و تعامل اجتماعی به میزان ۶۰ درصد رفتار متغیر درون‌زای تحمل اجتماعی را تبیین می‌کنند.

### بحث و نتیجه‌گیری

هدف این مقاله بررسی نقش الگوسازی رفتار اجتماعی و مشارکت اجتماعی در صداوسیما مرکز خوزستان بر احساس امنیت با تأکید بر نقش میانجی تحمل اجتماعی و اعتماد اجتماعی بود. پس از مطالعه تفصیلی مبانی امنیت و نقش رسانه در ایجاد امنیت اجتماعی و بررسی مطالعات تجربی انجام شده در حیطه پژوهش الگوی مفهومی ارائه گردید. با تعیین اندازه نمونه به کمک نرم‌افزار Samplepower، در یک نمونه ۲۲۰ خانواری از پاسخ‌دهندگان از ابزار مصاحبه و پرسشنامه برای گردآوری نظرات خبرگان در مورد ویژگی‌های خاص احساس امنیت و شناسایی معیارهای سنجش متغیرهای تحقیق استفاده شد. بر اساس نتایج این مطالعه، تأثیر متغیرهای اطلاع‌رسانی، الگوسازی

رفتارهای اجتماعی، مشارکت اجتماعی بر اعتماد اجتماعی تأیید شده که نتایج بالا با نتایج تحقیق جعفری و بگعلی‌زاده (۱۳۹۶) با عنوان «بررسی نقش رسانه‌های جمعی در ایجاد اعتماد اجتماعی» که در آن رابطه بالا نیز تأیید شده است، همخوان است. همچنین، مطابق سایر نتایج پژوهش، اثر اطلاع‌رسانی و الگوسازی اجتماعی بر احساس امنیت در شهر اهواز معنادار نبوده است. نتیجه بالا با نتایج تحقیق آریاس (۲۰۱۶) با عنوان «اثر رسانه و تلویزیون بر امنیت ملی» همسو بوده است؛ اما با نتایج تحقیقات بایر<sup>۱</sup> (۲۰۱۸) با عنوان «نقش شبکه‌های تلویزیونی دولتی بر امنیت ملی»، کلپکا (۲۰۱۹) با عنوان «نقش اطلاع‌رسانی از طریق رسانه‌ها و تأثیر آن بر امنیت ملی» که در آن رابطه بالا نیز تأیید شده است، همخوان نیست. همچنین، تأثیر مشارکت و تعامل اجتماعی از طریق متغیر تحمل اجتماعی بر احساس امنیت اجتماعی به صورت غیرمستقیم نیز در این تحقیق قابل پیش‌بینی است که نتایج بالا با نتایج تحقیق حبیب‌زاده و بخشی (۱۳۹۶) با عنوان «رابطه بین رسانه‌های اجتماعی و امنیت اجتماعی» و نیز تحقیق خواجه‌نوری (۱۳۹۲) با عنوان «مصرف رسانه‌ای و احساس امنیت» که در آن رابطه بالا نیز تأیید شده است، همخوان است.

نتایج تحلیل معادلات ساختاری نشان داد که متغیرهای برون‌زای الگوسازی رفتار اجتماعی و اطلاع‌رسانی تنها به صورت غیرمستقیم از طریق اعتماد اجتماعی بر متغیر درون‌زای احساس امنیت اجتماعی تأثیر گذاشته‌اند. متغیر مشارکت اجتماعی علاوه بر تأثیر مستقیم، به صورت غیرمستقیم و با واسطه متغیر اعتماد اجتماعی بر روی احساس امنیت اجتماعی تأثیر گذاشته است. علاوه بر این، متغیر تحمل اجتماعی به عنوان متغیر میانجی بین متغیرهای برون‌زای مشارکت اجتماعی و تعامل اجتماعی با متغیر درون‌زای احساس امنیت اجتماعی در نظر گرفته شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ارتباطات تعاملی شهروندان اعم از ایجاد تعامل با در نظر گرفتن علایق افراد و گروه‌های مختلف و تسهیل ارتباطات در مورد قابل قبول بودن آن‌ها و بسترسازی لازم جهت تبادل افکار الگوها و خرده‌فرهنگ‌ها، بسترسازی لازم جهت به اشتراک‌گذاری و تبادل دوطرفه و همچنین، بسترسازی گفتگو از طریق اتاق‌های گفتگو در رسانه‌های جمعی شاخص تأثیرگذاری در ارتقا و توسعه امنیت اجتماعی است، به طوری که یافته‌های آماری از جمله

۱- Bayer et al

نتایج آزمون معناداری معادلات ساختاری نشان می‌دهد که با احتمال ۹۵ درصد تأثیر تعاملی بودن رسانه‌ها در ارتقای سطح امنیت قابل پیش‌بینی است؛ بنابراین رسانه‌های اجتماعی با بهره‌مندی از تعامل و گفتگوی دوجانبه و چندجانبه در خصوص موضوع مرتبط با امنیت در ارتقای احساس امنیت اجتماعی نقش‌آفرینی می‌نمایند. درنهایت، نتایج مطالعه نشان داد که تقویت الگوسازی رفتار اجتماعی از طریق صداوسیما بر رابطه بین متغیر برون‌زای مشارکت اجتماعی بر اعتماد اجتماعی و درنهایت، احساس امنیت اجتماعی تأثیر گذاشته و موجب افزایش احساس امنیت و کاهش نگرانی از وقوع جرم می‌شود.

### پیشنهادها

بر اساس نتایج بالا، پیشنهادهای زیر برای سیاست‌گذاران در حوزه فعالیت‌های صداوسیما استان خوزستان در جهت افزایش امنیت و احساس امنیت اجتماعی پیشنهاد می‌شود.

- تدوین سیاست‌های اجتماعی، فرهنگی و رسانه‌ای از سوی اداره فرهنگ و ارشاد و صداوسیما استان خوزستان با همکاری و تعامل معاونت اجتماعی فرماندهی انتظامی استان برای اشاعه و انتقال مهارت‌های اجتماعی که در رسانه‌های اجتماعی منعکس شده و ضرورت بهره‌مندی پلیس از این مهارت‌ها در راستای ارتقاء و تقویت اعتماد اجتماعی در جامعه؛
- توانایی به‌کارگیری ارزش‌ها و اصول فرهنگی و اجتماعی یک جامعه برای طراحی استراتژی‌های ارتباطی دو و چندجانبه مابین ارگان (ترجمان)‌های دولتی و کارشناسان به‌منظور ایجاد تعامل بین افراد مختلف جامعه با صداوسیما استان خوزستان در راستای ارتقاء امنیت عمومی؛
- تدوین استراتژی‌های ارتباطی مبتنی بر مشارکت جوامع محلی شهر اهواز در فضای واقعی و مجازی به‌منظور ارتقاء امنیت عمومی از طریق بهره‌مندی از رسانه‌های جمعی؛

- تشکیل اتاق‌های فکر راهبردی متشکل از نخبگان فضای رسانه جمعی و نخبگان و خبرگان پلیس به منظور راه‌اندازی رسانه‌های جمعی بومی و همسو با فعالیت‌های نیروی‌های امنیتی و جلب مشارکت اجتماعی کاربران سایر رسانه‌های اجتماعی در راستای مدرسانی به پلیس و با محوریت ارتقاء امنیت عمومی شهروندان استان خوزستان.

### قدردانی

نویسندگان این مقاله از سردبیر و همه داوران محترم در مجله نظم و امنیت انتظامی به خاطر مطالعه پیش‌نویس مقاله و ذکر اصلاحات و پیشنهادهای بسیار ارزشمند در راستای ارتقای قدرت علمی و کیفیت مقاله نهایت قدردانی و تشکر خود را ابراز می‌دارند.

## منابع

- بوزان، باری (۱۹۹۸). «مردم، دولت‌ها و هراس». ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی. بازیابی از:  
<https://www.gisoom.com/book/1153877/>
- ترکی، حسین؛ حسینی، حمید (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر استفاده از رسانه‌ها بر میزان احساس امنیت شهروندان تهرانی با تأکید بر فعالیت‌های پلیسی». پژوهشنامه نظم و امنیت انتظامی، دوره هشتم، شماره سی و دوم. بازیابی از:  
<https://iranjournals.nlai.ir/handle/123456789/398790>
- جمراتی فراهانی، علی اصغر (۱۳۷۴). «بررسی مفاهیم نظری امنیت ملی». (چاپ اول)، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی. بازیابی از:  
<https://www.gisoom.com/book/1102352/>
- جعفری، علی؛ بگعلی‌زاده، پیمان (۱۳۹۶). «نقش رسانه‌های جمعی در ایجاد اعتماد مردم به پلیس». جامعه فرهنگ رسانه، فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه، دوره ششم، شماره بیست و پنجم، بازیابی از:  
[http://scm.iaocsc.ir/article\\_70446.html](http://scm.iaocsc.ir/article_70446.html).
- حبیب‌زاده، اصحاب؛ بخشی، روح‌الله (۱۳۹۶). «شبکه‌های اجتماعی مجازی و امنیت عمومی». فصلنامه پژوهش‌های دانش انتظامی، سال هجدهم، (زمستان)، بازیابی از:  
<http://ensani.ir/fa/article/367691/>.
- خواجه‌نوری، بیژن؛ کاوه، مهدی (۱۳۹۲). «مطالعه رابطه بین مصرف رسانه‌ای و احساس امنیت». پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال دوم، شمار دوم، (پاییز و زمستان). بازیابی از:  
<http://ensani.ir/fa/article/323535/>
- ساروخانی، باقر؛ بابایی‌فر، اسدالله (۱۳۸۴). «اینترنت، جهانی‌شدن و هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه تهران». مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال چهارم، شماره سیزدهم، صص ۱۷۴-۱۴۵. بازیابی از:  
<https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/974649/>
- شایگان، فریبا؛ حسینی، رضا (۱۳۹۲). «نقش نیروی انتظامی در امنیت اجتماعی از دیدگاه مقام معظم رهبری». مجله نظم و امنیت انتظامی، دوره ششم، شماره بیست و چهارم، (زمستان)، صص ۱۸-۱. بازیابی از:  
[http://www.osra.jrl.police.ir/article\\_9800.html](http://www.osra.jrl.police.ir/article_9800.html).
- صالح‌نیا، یحیی (۱۳۹۱). «تنها بر فراز: درس‌نامه پژوهشی مهدویت». (چاپ دوم)، تهران: اتحادیه‌های انجمن اسلامی دانش‌آموزان. بازیابی از:



<https://bookroom.ir/book/18104/>

- عبداللهی، رضا؛ شورگشتی، محسن؛ اخوت‌پور، بابک (۱۳۹۱). «نقش رسانه‌های نوین در جنبش اجتماعی (مطالعه موردی جنبش تسخیر وال استریت)». مطالعات فرهنگ - ارتباطات (نامه پژوهش فرهنگی سابق)، سال سیزدهم، (تابستان)، شماره هجدهم. بازیابی از:

<http://ensani.ir/fa/article/318648/>

- عیوضی، غلامحسن (۱۳۸۸). «سبک زندگی تلویزیونی و مصرف». فصلنامه فرهنگی - دفاعی زنان و خانواده، سال پنجم، شماره شانزدهم، (تابستان)، صص ۱۶۷-۱۴۳. بازیابی از:

<http://ensani.ir/fa/article/292463/>

- فنایی ترک، حمید؛ امیرپور، مهناز (۱۳۹۳). «نقش وسایل ارتباط جمعی در تولید امنیت اجتماعی». پژوهشنامه نظم و امنیت، دوره هفتم، شماره بیست و پنجم، (بهار ۱۳۹۳)، صص ۹۸-۷۹. بازیابی از:

[http://osra.jrl.police.ir/article\\_9808.html](http://osra.jrl.police.ir/article_9808.html).

- کریمی، ایوب (۱۳۹۰). «مفهوم هژمونی و امکان قدرت‌یابی گفتمان‌های حاشیه‌ای». مجله رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی، سال دوازدهم، شماره بیست و نهم، صص ۱۸۹-۱۷۶. بازیابی از:

<http://ensani.ir/fa/article/314334/>

- کلانتری، عبدالحسین؛ محبی، سیروس؛ حیدرخانی، هابیل (۱۳۹۵). «بررسی رابطه رسانه‌های جمعی جهانی و احساس امنیت اجتماعی». پژوهشنامه توسعه فرهنگی اجتماعی، سال دوم، شماره سوم، (بهار و تابستان ۹۶). بازیابی از:

[http://journals.pnu.ac.ir/article\\_4138.html](http://journals.pnu.ac.ir/article_4138.html).

- مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۰). «رسانه‌های گروهی - مخاطبان». (ترجمه مهدی منتظر قائم). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه. بازیابی از:

<http://www.lib.ir/book/53790355/>

- مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۲). «درآمدی بر نظریات ارتباط جمعی». (ترجمه پرویز اجلالی)، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه. بازیابی از:

<https://www.gisoom.com/book/1645135/>

- ندری، غلامرضا؛ بخشایش، احمد (۱۳۹۷). «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر امنیت اجتماعی ج.ا.ایران با رویکرد سیاست‌گذاری». فصلنامه پژوهش‌های حفاظتی - امنیتی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، سال هفتم، شماره بیست و پنجم، (بهار ۱۳۹۷)، صص ۱۵۴-۱۲۵. بازیابی از:

[https://journals.ihu.ac.ir/article\\_201072.html](https://journals.ihu.ac.ir/article_201072.html)

- نویدنیا، منیژه (۱۳۸۵). «تأملی در امنیت اجتماعی با تأکید بر گونه‌های امنیت». فصلنامه مطالعات راهبردی، پژوهشکده مطالعات راهبردی، دوره نهم، شماره سی و یکم، صص ۷۳-۵۳. بازیابی از:

[http://quarterly.risstudies.org/?\\_action=article&au=4173&\\_au=](http://quarterly.risstudies.org/?_action=article&au=4173&_au=)

- هاشمیان فر، سید علی؛ دهقانی، حمید؛ اکبرزاده، فاطمه (۱۳۹۲). « تأثیر دین‌داری و رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی دانشجویان». پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، دوره دوم، شماره اول، صص ۷۲-۵۳. بازیابی از:

<http://ensani.ir/fa/article/323526/>

- Adila, I., Dewi, W. W. A., Tamitiadini, D., & Syauki, W. R. (2017, June). Disaster mitigation action plan: Digital media on improving accountability and community relationships. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 70, No. 1, p. 012016). IOP Publishing. available online at : <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/70/1/012016/pdf>.

- Arias, E. (2016). How does media influence social norms? a field experiment on the role of common knowledge. Retrieved December, 15, 2017. available online at: <https://gap.hks.harvard.edu/how-does-media-influence-social-norms-field-experiment-role-common-knowledge>.

- Bayer, J. (2019). Between Anarchy and Censorship: Public discourse and the duties of social media. CEPS Paper in Liberty and Security in Europe No. 2019-03, May 2019. available online at: [http://aei.pitt.edu/98662/1/LSE2019-03\\_Between-Anarchy-and-Censorship.pdf](http://aei.pitt.edu/98662/1/LSE2019-03_Between-Anarchy-and-Censorship.pdf).

- Chukwuere, J. E., & Onyebukwa, C. F. (2018). The Impacts of Social Media on National Security: A View from the Northern and South-Eastern Region of Nigeria. International Review of Management and Marketing, 8(5), 50. available online at: <https://ideas.repec.org/a/eco/journ3/2018-05-7.html>.

- International Telecommunication Union Report (2017). Broadcasting for public warning, disaster mitigation and relief, REPORT ITU-R BT.2299-2, available online at: <http://www.itu.int/publ/R-REP/en>.

- Kimutai, J. K. (2014). Social media and national security threats: A case study of Kenya (Doctoral dissertation, University of Nairobi). available online at: <http://erepository.uonbi.ac.ke/handle/11295/76667>.

- Klepka, R. (2019). The role of media in informing and acting for the sake of national security. Research Gate, 251-263. available online at: [https://www.academia.edu/38290069/The\\_role\\_of\\_media\\_in\\_informing\\_and\\_acting\\_for\\_the\\_sake\\_of\\_national\\_security](https://www.academia.edu/38290069/The_role_of_media_in_informing_and_acting_for_the_sake_of_national_security).

- Karmasin, M., Melischek, G., Seethaler, J., & Wöhlert, R. (2013). Perspectives on the Changing Role of Mass Media in Hostile Conflicts. Selling War: The Role of the Mass Media in Hostile Conflicts from World War I to the “War on Terror”, European Communication Research and Education Association Series (Bristol: Intellect Ltd, 2013). available online at : <https://www.intellectbooks.com/preface-perspectives-on-the-changing-role-of-the-mass-media-in-hostile-conflicts>.



- Nieminen, H. (2017). Inequality, social trust and the media. DIGITALMEDIA INEQUALITIES, 43. available online at:  
[https://www.nordicom.gu.se/sv/system/tdf/kapitelpdf/03\\_nieminen\\_0.pdf?file=1&type=node&id=40262&force=.](https://www.nordicom.gu.se/sv/system/tdf/kapitelpdf/03_nieminen_0.pdf?file=1&type=node&id=40262&force=)
- Ojomo, O., & Olomojobi, O. (2012). International Broadcasting, National Security and the Public's Right to Know. Benin Mediacom Journal, 5, 43-53. available online at:  
[https://www.academia.edu/34880790/International\\_Broadcasting\\_National\\_Security\\_and\\_the\\_Publics\\_Right\\_to\\_Know](https://www.academia.edu/34880790/International_Broadcasting_National_Security_and_the_Publics_Right_to_Know).
- Dover, R., Dylan, H., & Goodman, M. S. (Eds.). (2017). The Palgrave handbook of security, risk and intelligence. Palgrave Macmillan. available online at:  
<https://www.palgrave.com/gp/book/9781137536747>.
- Scanlon, J. (2016). Research about the mass media and disaster: Never (well hardly ever) the twain shall meet. Journalism Theory and Practice, 233-269. available online at:  
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.501.392>.
- Tsfati, Y. (2015). Attitudes toward media, perceived media influence and changes in voting intentions in the 2015 Israeli elections. The elections in Israel: 2015, 225-251. available online at :  
<https://www.taylorfrancis.com/books/e/9781315112121/chapters/10.4324/9781315112121-17>.
- Vasu, N., Ang, B., Teo, T. A., Jayakumar, S., Raizal, M., & Ahuja, J. (2018). Fake news: National security in the post-truth era. RSIS. available online at:  
[http://journres1.pbworks.com/w/file/135129183/Fake\\_News\\_National\\_Security\\_in\\_the\\_Post-.pdf](http://journres1.pbworks.com/w/file/135129183/Fake_News_National_Security_in_the_Post-.pdf)

*Archive of SID*