

## رسانه‌های اجتماعی و امنیت عمومی

اصحاب حبیب زاده<sup>۱</sup>

از صفحه ۱۲۳ تا ۱۶۳

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۱/۲۴

تاریخ پذیرش: ۹۷/۲/۱۵

### چکیده

رسانه‌های اجتماعی به عنوان یک رویکرد جدید نقش بسیار مهمی در سازمانها به ویژه در سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی به منظور بهره‌مندی از آنها در راستای تأمین امنیت ایفا می‌کنند. بنابراین پژوهش حاضر با هدف شناخت بهره‌مندی از رسانه‌های اجتماعی در ارتقای امنیت عمومی انجام شده است. این پژوهش به روش توصیفی-همبستگی انجام شده است. جامعه آماری شامل ۲۶۰ نفر از کارشناسان فرماندهی انتظامی استان کرمانشاه تشکیل شده که تعداد ۱۵۲ نفر به عنوان حجم نمونه به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه محقق ساخته می‌باشد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که ارتباطات دوسویه کنشگران رسانه‌های اجتماعی (به طور ویژه پلیس و کاربران) متغیر تأثیرگذار دیگری در ارتقاء امنیت عمومی می‌باشد و هم‌چنین مشارکت‌های اجتماعی در رسانه‌های اجتماعی در قالب ایجاد فضای گفتگویی برای بیان دیدگاه‌ها و ایجاد فضای همکاری علمی بین پلیس و کاربران و امکان مشارکت همگانی مولفه‌های مهمی در ارتقاء امنیت عمومی می‌باشند. و تسهیم اطلاعات در رسانه‌های مزبور اعم از انتشار اطلاعات با هزینه کم و به موقع، به اشتراک گذاری داده‌ها و اطلاعات در حوزه‌های عمومی مرتبط با امنیت، به اشتراک گذاری تصاویر، اخبار و بولتن‌های خبری، انتشار اطلاعات به صورت برابر در رابطه با قومیت‌ها و انتشار حوادث و رویدادهای مهم استانی در رسانه‌های اجتماعی به منظور اطلاع‌رسانی سریع به پلیس در راستای تأمین و ارتقاء امنیت عمومی صورت می‌گیرد. از سوی دیگر نبود محدودیت‌های زمانی و مکانی در بهره‌مندی رسانه‌های اجتماعی متغیر تأثیرگذار دیگری در ارتقاء امنیت عمومی می‌باشد.

**کلیدواژه‌ها:** رسانه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، امنیت عمومی، فضای مجازی، تسهیم اطلاعات، الگوسازی رفتار اجتماعی.



شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی به عنوان مؤثرترین فضای ارتباط جمعی در دنیای امروز محسوب می‌شوند (شیخ و شامبیاتی، ۱۳۹۴) ظهور این نوع محیط رسانه‌ای باعث شده که میزان اطلاعات در دسترس افراد به شکل خارج از تصویری افزایش یابد (صبار و هیان، ۱۳۹۴) و بیش از هر زمان دیگر به جریان تولید، ذخیره، پردازش، بازیابی و مصرف اطلاعاتی پرداخته شود (بیچرانلو و دیگران، ۱۳۹۴). رسانه‌های اجتماعی به محیطی مشارکتی تبدیل شده‌اند و به افراد اجازه می‌دهند تا خود به عنوان یک رسانه عمل نموده و به انتشار و تسهیم اطلاعات بپردازند (آمارو و دیگران، ۲۰۱۶).

آنچه امروزه در اکثر محافل علمی یا غیرعلمی باعث تحولاتی در ارتباطات بین افراد یا حتی سازمانها یا نهادهای مختلف شده شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی است. رسانه‌های اجتماعی ابزارهای مبتنی بر اینترنت و وب<sup>۱</sup>، هستند که برای به اشتراک گذاری، بحث و تبادل اطلاعات و تعامل میان افراد استفاده می‌شوند. این اصطلاح (رسانه‌های اجتماعی) اغلب به فعالیت‌هایی در زمینه ادغام فناوری، تعامل اجتماعی، ساختار متون، تصاویر، فیلمها، و صدا اشاره دارد (روجرز، ۲۰۰۹) و اصطلاح گسترده‌ای است که وب سایت‌های زیادی را پوشش می‌دهد که برای تعامل با آنها کافی است قادر به بازیابی لینک آن وب سایت‌ها باشیم (فایندر، ۲۰۱۲) به نقل از زارعی و بیات، (۱۳۹۴).

یکی از نیازهای بنیادین در هر جامعه در درجه اول امنیت است و جستجوی امنیت از مهم‌ترین انگیزه‌های انسانی است که مسئولیت تعقیب و تأمین آن بر عهده حکومت‌ها و دولت‌هاست (عظیمی و همکاران، ۱۳۹۱). عوامل بسیاری بر امنیت عمومی اثر گذار هستند که از بین آنها می‌توان به رسانه‌های اجتماعی اشاره کرد. فناوری‌های جدید رسانه‌ای با کارکردها، ویژگی‌ها و نقش‌های ویژه‌ای که دارند اثرات غیرقابل انکاری بر مفهوم امنیت اجتماعی گذاشته و تا میزان زیادی در ساخت اجتماعی این نیاز اولیه بشر دخیل هستند (مهرعلی، ۱۳۸۵) رسانه‌ها از بدو پیدایش خود همواره نقش تأثیرگذاری داشته‌اند و در این میان رادیو، روزنامه،

1. Web2

با گسترش اینترنت در سطح جهان و بالا رفتن کاربران و استفاده کنندگان اینترنت، نسل جدیدی از وب پدید آمد به نام "وب ۲" که جذاب تر، آسان تر و کاربردی تر می‌باشد.



تلویزیون و خبرگزاری‌ها از رسانه‌های دیداری و نوشتاری، کارکرد امنیت‌ساز دارند و در ایجاد امنیت از نقشی مؤثر برخوردارند، اما از سویی ممکن است کارکردی منفی را پیش رو قرار داده و فضای اطلاعاتی جامعه را در خطر بیندازند (پرگیر، ۱۳۸۱). به اعتقاد کاستلز، در رسانه‌های جدید ارتباطی امکانات و قابلیت‌های نو و دموکراتیک برای ارتباطات و مشارکت وجود دارد. این امکانات، توان و ظرفیت بالقوه ایدئولوژی غالب را برای اعمال سلطه محدود می‌سازد. در عوض، افراد قادر خواهند بود تا جهان‌های مجازی خود را بسازند که پایه‌ی دموکراتیک شدن تصورات و باورها است (کاستلز، ۱۳۸۰) بنابراین ارتباطات و شبکه‌های ارتباطی ضمن آن که این توانایی را در ما ایجاد می‌کند که به مطالعه پیوندهای میان افرادی که از راه سهم شدن در اطلاعات یکدیگر در ساختار ارتباطی، یک شبکه به وجود می‌آورند (فرهنگی، ۱۳۸۰: ۱۳). فهم ما را از چرایی و چگونگی پیدایی و دوام انواع روابط انسانی (فردی و اجتماعی) و نیز طراحی و باز تولید، ساماندهی، و تقویت انواع شبکه‌ها (در جامعه) افزون می‌سازند. هدف یک جامعه یا اجتماع مجازی، معمولاً دنبال کردن یک هدف خاص است. این اجتماع‌های مجازی همه را در جهت اهداف و یا موضوعات خاص تشویق به تعامل می‌کنند. گاهی نیز هدف یک شبکه اجتماعی صرفاً امکان ایجاد ارتباط و تعامل است. امکانات تعاملی در شبکه‌های اجتماعی، معمولاً به صورت پایگاه‌های اینترنتی و اتاق‌های گفتگو است.

تشکیل شبکه‌های اجتماعی، تاریخی به قدمت زندگی اجتماعی بشر دارند؛ اما بالغ بر یک قرن است که شبکه اجتماعی به گونه جدیدی تجربه شده است. امروزه انسان‌ها از شبکه اجتماعی برای اشاره‌های ضمنی به مجموعه روابط پیچیده میان افراد در سیستم‌های اجتماعی در تمامی مقیاس‌ها از روابط بین فردی تا بین‌المللی استفاده می‌کنند (فریمن، ۲۰۰۶).

بنابراین با گسترش رسانه‌های اجتماعی در فضای اینترنت که جزء بنیادهای انقلاب جدید به شمار می‌آید، بستر بسیار قدرتمند و مناسبی برای مبادله اطلاعات و برقراری ارتباط میان افراد گوناگون فراهم نموده است. از این روی، شناخت دامنه نفوذ این فناوری‌ها در زندگی افراد و میزان استفاده و چگونگی استفاده از این فناوری‌ها، می‌تواند سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی و به ویژه پلیس را در شناسایی و مدیریت ظرفیت‌های موجود در کنار مشکلات متعدد ناشی از این فناوری‌ها رهنمون

## Archive of SID

سازد. رسانه‌های اجتماعی موجود در فضای سایبر هرکدام قابلیت‌ها، کارکردها و ویژگی‌های خاصی دارند که ضروری است کاربران و مشتریان سازمان‌ها به ویژه سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی (به طور خاص سازمان پلیس) از ویژگی‌های فضای مجازی رسانه‌های اجتماعی بهره‌مند گردند و از آنها در پیشبرد اهداف سازمانی و برای بهبود فرآیندهای مأموریتی خود در راستای تولید و بازتولید امنیت عمومی استفاده نمایند از جمله مهمترین و کاربردی‌ترین ویژگی‌هایی که برخی از کارشناسان علوم ارتباطات اجتماعی به آن معتقدند می‌توان به اشتراک‌گذاری اطلاعات، بسیج‌کنندگی و سازماندهی، دوستی، اعتماد، حلقه‌های مخاطبان، قدرت‌کندوسازی، استناد و تعمیم، چند رسانه‌ای، ادغام فناوری‌ها، پرستیژ، گپ، نقد بی‌رحمانه، دنبال کردن و دنبال شدن، بازانتشار، خرد جمعی، جهانی بودن، سرگرمی، سفارشی شدن، جستجو شدن، اطلاع‌رسانی و خبررسانی، رسانه نسل جوان، رسانه جایگزین، ترکیب با موبایل، شفاف شدن بیش از گذشته، ابتکار و خلاقیت، ساختار دموکراتیک، قدرت سرمایه اجتماعی، تحرك اجتماعی و ارتباطات غیررسمی اشاره نمود. به نظر می‌رسد به دلیل قابلیت‌های فراوان دیگر در رسانه‌ها نظیر کنترل اخبار و مراقبت از محیط، جامعه‌پذیری سیاسی و اجتماعی، ایجاد همبستگی بین اجزای گوناگون جامعه، انتقال میراث فرهنگی از نسلی به نسل دیگر و وظیفه اخلاقی حمایت از هنجارهای اجتماعی رسانه‌ها در پی خلق شرایطی هستند که در آن، فرد و گروه‌های اجتماعی بدون ترس از دست دادن و یا آسیب رسیدن به جان، مال یا آبروی خود به زندگی در شرایط امن ادامه دهند (صادقیان، ۱۳۸۸) در این میان در سال‌های اخیر، رسانه‌های اجتماعی موجود در فضای مجازی، در کنار مزایا و قابلیت‌های فراوان خود زمینه‌ساز آسیب‌های اجتماعی از قبیل: تجاوز به حریم خصوصی افراد، سوءاستفاده‌های مالی و اخاذی و ترویج روابط متضاد با هنجارهای اجتماعی بوده است. هرچند جرم‌شناسان نیز نقش رسانه‌ها را در ذیل عوامل اجتماعی یا محیط انتخابی یا اتفاقی جرم بررسی کرده و بر نقش‌های دوگانه آن در وقوع جرم یا پیشگیری از آن تاکید دارند (حبیب زاده ملکی و همکاران، ۱۳۸۸).

رسانه‌ها اجتماعی نقش بسیار مهمی در ارایه و اجرای برنامه‌های سیاسی - امنیتی و بستر سازی افکار عمومی و تأمین امنیت عمومی ایفا می‌کنند. آن چه مسلم است، رسانه‌ها با توجه به توسعه کمی و کیفی که یافته‌اند در عمل می‌توانند

هم فرصت و هم تهدیدی برای دوام و قوام امنیت عمومی باشند. آن چه که در این پژوهش مد نظر نگارندگان است بخشی از ویژگی‌ها و کارکردهای رسانه‌های اجتماعی است که می‌توانند تأثیر شگرفی بر افکار و عقاید عمومی در راستای ارتقاء و توسعه امنیت عمومی باشند و به نوعی پلیس را در تولید و بازتولید امنیت عمومی در جامعه مدد رسانی می‌نمایند. رسانه‌های اجتماعی در واقع شکل دهنده افکار عمومی و به‌عنوان شبکه ارتباطات واسطه (پشتیبان) منعکس کننده آن در جامعه هستند.

نقش مثبت و سازنده رسانه‌ها، آن‌ها را به‌عنوان اثر گذارترین عامل نظم و انسجام اجتماعی در جامعه (مجازی و واقعی)، تولید امنیت عمومی، وفاق ملی، افزایش سطح اعتماد و همبستگی و مشارکت مدنی در بین نهادهای مختلف مبدل نموده است. بر همین اساس، پلیس با اتخاذ رویکرد تعاملی در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند با پوشش خبری و اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی مردم از وقایع امنیتی و جنایی به شیوه‌های مطلوب و آرایه برنامه‌های آموزشی مطلوب در خصوص ضرورت امنیت عمومی در جامعه و حتی آموزش چگونگی حفاظت از مال و جان و ناموس افراد، زمینه مساعدی را برای این همکاری و مشارکت مردمی به وجود می‌آورند.

شبکه‌های اجتماعی (به سبب ویژگی‌هایی چون: گمنامی، تعاملی بودن، ناشناس بودن تعامل کنندگان در زمان ارتباط و به طبع قابل کنترل نبودن، فعال بودن کاربران در تولید محتوی) طی کمتر از نیم دهه چنان در سراسر جهان، و به‌ویژه ایران رشدی سریع یافته و هم‌اکنون روزبه‌روز محبوب‌تر می‌شوند، که برخی همانند مک لوهان جهان را دهکده جهانی و «کاستلز» آن را «جامعه شبکه‌ای» نام نهاده‌اند. مطالعات جدید در خصوص شبکه‌های اجتماعی مجازی نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی در تمامی حوزه‌های زندگی اجتماعی از خوردن یک فنجان چای تا مهم‌ترین موضوعات سیاسی - امنیتی فعال و اثرگذارند. از اثرگذاری بر انقلابات کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا (شهابی، ۱۳۸۹) و نامیده شدن این انقلابات با عنوان انقلاب فیس بوک و توییتری (آقایی و صادقی و هادی، ۱۳۹۱) تا اثرگذاری آن بر نا آرامی‌های پس از انتخابات ریاست جمهوری در سال ۱۳۸۸ (دارابی، ۱۳۸۸؛ خلقتی، ۱۳۹۰) و شورش‌های شهر لندن. به‌طور کلی

## Archive of SID

یافته‌ها در خصوص اهمیت شبکه‌های اجتماعی در ابعاد گوناگون به‌ویژه سیاسی نشان می‌دهد که، رشد شبکه‌های اجتماعی عامل پیوستگی و حضور مردم در صحنه‌های سیاسی است. بنابراین می‌توان گفت رسانه‌های اجتماعی ابزارهای ارتباطی در وب ۲ هستند و در وب ۲ فقط اطلاعات کسب نمی‌شود، بلکه در آن تعاملی بین دریافت‌کننده اطلاعات و محمل اطلاعات به وجود می‌آید و این تعامل می‌تواند از یک سؤال ساده تا یک مقاله یا موضوع پیچیده ادامه یابد (کوهان، ۲۰۱۳؛ به نقل از زارعی و بیات، ۱۳۹۴: ۱۰۲).

کاربردهای فزاینده رسانه‌های اجتماعی در حوزه‌های گوناگون اقتصادی، فرهنگی و سیاسی - اجتماعی و امنیتی باعث گردیده که امروزه بسیاری از سازمان‌های رسمی و غیررسمی به ویژه پلیس اطلاعات و امنیت عمومی در صدد استفاده بهتر و دقیق‌تر از رسانه‌های اجتماعی مجازی باشند که بتوانند از این طریق ضمن هدایت و کنترل جوامع به مسیری خاص، از اطلاعات و محتوای تولید شده در رسانه‌های اجتماعی سود برند. در کنار مطالعه رشد شتابان شبکه‌های اجتماعی، دسته‌ای از مطالعات به مواردی مانند: اثرگذار بودن شبکه‌های اجتماعی در بسیاری از تغییرات و تحولات اجتماعی - سیاسی در جوامع جستجو کرد. تحولاتی که احتمالاً باید در کیفیت متفاوت ارتباطات و مخاطبان این گونه رسانه‌ها جست. مانند فعال بودن کاربران، تولید‌کننده بودن آنها در محتواهای شبکه‌ها؛ برقراری ارتباطات و تعاملات بیشتر و سریع‌تر؛ نفوذپذیری مخاطبان از رسانه‌های اجتماعی و شاید دروازه بانی کمتر در رسانه‌های اجتماعی (افتاده، ۱۳۸۹؛ به نقل از رسولی و مردای، ۱۳۹۱).

بنابراین با حضور رایانه‌ها و اینترنت و دیگر رسانه‌ها امکان انتقال و تبادل اطلاعات ساده‌تر و ارزان‌تر شد، و این عصر به عصر کهکشانی رومانی<sup>۱</sup> معروف شد. نکته‌ای که در این پژوهش از دیدگاه علوم اطلاعات و ارتباطات حائز اهمیت و شایسته بررسی است، شناخت کارکردها و ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی با توجه به تکامل ابزارهای ارتباط است. آیا رسانه‌های اجتماعی، الگوهای تعاملی ارتباط را تکامل بخشیده و درک انسان‌ها را از پیام‌های ارتباطی ژرف‌تر کرده‌اند و آیا پلیس برای عمق بخشیدن به اهداف سازمانی می‌تواند از ارتباطات تعاملی رسانه‌های اجتماعی استفاده کند؟ یا به عبارت دیگر پلیس با استفاده از مشارکت‌های اجتماعی

1. Digital



و تسهیم اطلاعاتی کاربران رسانه‌ها می‌تواند در تولید و ارتقاء امنیت عمومی در شهر کرمانشاه نقش آفرینی نماید؟ آیا الگوهای ارتباطی موجود در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند در الگوساز رفتارهای اجتماعی شهروندان موثر باشد و این مولفه توانایی این را دارد پلیس را در ارتقاء و توسعه امنیت عمومی در جامعه مدد‌رسانی کند؟

از سوی دیگر ضرورت توجه به موضوع امنیت عمومی در دهه‌های اخیر به شدت در محور برنامه‌های حاکمیتی و دستگاه‌های انتظامی و قضایی قرار گرفته است. در واقع این بُعد از امنیت در هر جامعه‌ای در استمرار ارزش‌های محوری و حیاتی نظام فرهنگی و اجتماعی حاکم بر جامعه نقش بارزی دارد، تداوم این موضوع در ساختار هر جامعه‌ای از جمله جامعه ایران در جهت تکوین هویت اجتماعی، ایجاد انسجام جمعی و حفظ همبستگی بین شهروندان و برای ساماندهی و استمرار انسجام و نظم اجتماعی در جامعه در راستای تولید امنیت عمومی شهروندان به نظر می‌رسد ضرورت و اهمیت بهره‌مندی پلیس اطلاعات و امنیت عمومی از کارکردهای رسانه‌های اجتماعی برای پیشبرد اهداف و اموری که با امنیت عمومی مردم پیوستگی دارد دوچندان خواهد بود.

بنابراین رسانه‌های اجتماعی دارای ساختارهایی هستند که برای تبادل نظر، تعامل و همکاری و به اشتراک گذاری اطلاعات آن میان سازمان‌هایی که (به ویژه پلیس اطلاعات و امنیت عمومی) از ابعاد و قابلیت‌ها این رسانه‌ها برای بهره‌برداری و بهره‌مندی در حوزه‌های مختلف اطلاعاتی و امنیتی، پیشگیری از جرائم و پیشبرد اهداف اطلاعاتی و... می‌توان استفاده نمود. همه موارد فوق و بسیاری دیگر از مواردی که فرصت بیان آنها در این پژوهش وجود ندارد، نشان از اهمیت رسانه‌های اجتماعی در عصر «جامعه شبکه‌ای شده» و ضرورت توجه به این رسانه‌ها در معادلات اجتماعی، سیاسی - امنیتی، است. اگر پلیس بخواهد به عنوان سازمانی سیاسی - امنیتی اطلاعات با ارزشی را در فضای مجازی (و از کاربران، جوان و تحصیل کرده) به دست آورد، ناگزیر از ورود به عرصه فوق می‌باشد.

بنابراین پژوهش حاضر با هدف بررسی راهکارهای بهره‌مندی از رسانه‌های اجتماعی در ارتقاء امنیت عمومی شهر کرمانشاه صورت گرفته است. بدین ترتیب این مطالعه به دنبال پاسخ به این سوال اساسی است که رسانه‌های اجتماعی تا چه حد در ارتقای امنیت عمومی نقش دارد؟

## پیشینه و مبانی نظری تحقیق

عباسی (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان «پلیس، امنیت و دنیای مجازی» می‌نویسد دنیای مجازی مانند دنیای واقعی ویژگی‌ها و اقتضات خاصی دارد و از سوی دیگر امنیت به عنوان یکی از مؤلفه‌های پیشرفت هر جامعه‌ای محسوب می‌شود. پلیس نیز متولی امنیت در جوامع است. بر همین اساس این مقاله، الگوی پیشگیری از جرم در فضای مجازی و مبارزه و درمان بعد از وقوع، تربیت نیروهای متخصص در زمینه‌ی فناوری اطلاعات، تعامل سازنده با دانشگاه در حوزه فضای مجازی و تشکیل پلیس تخصصی فضای سایبر را به عنوان راهکارهای افزایش اقتدار پلیس در فضای مجازی و تأمین امنیت روانی مجازی جامعه پیشنهاد می‌کند. صادقیان (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی نقش کارکردی رسانه‌ها در امنیت ملی و عمومی» پرداخته‌اند، یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که بر خلاف تصور برخی، رسانه‌ها در تقابل با امنیت عمومی و ملی نیستند، بلکه مکمل و مهم‌ترین عامل تقویت کننده امنیت عمومی و ملی به حساب می‌آید و برای پیشگیری از هر گونه تهدیدی، امنیت ملی و عمومی، بیش از هر چیز به تقویت رسانه‌ها نیازمندیم، زیرا امنیت ملی و عمومی بیش از هر چیز در گرو گسترش و بسط و توسعه اعتماد اجتماعی است و رسانه‌ها مهم‌ترین عامل ایجاد و توسعه اعتمادند. بنابراین رسانه‌ها جمعی نقش فرهنگ‌پذیری، آموزش، اطلاع‌رسانی و ایجاد احساس امنیت به ویژه امنیت عمومی و ملی و مشارکت اجتماعی و . . . بر عهده دارند که تقویت آنها زمینه ساز توسعه امنیت ملی و عمومی خواهد بود. عظیمی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی تحت عنوان بررسی نقش کارکردهای رسانه‌های جمعی در امنیت عمومی و اجتماعی پرداخته است، یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که بر خلاف تصور، برخی رسانه‌ها در تقابل با امنیت عمومی و ملی نیستند، بلکه مکمل و مهم‌ترین عامل تقویت کننده امنیت عمومی و ملی به حساب می‌آیند. برای پیشگیری از هرگونه تهدیدی بر علیه امنیت ملی و عمومی، بیش از هر چیز به تقویت رسانه‌ها نیازمندیم. زیرا امنیت ملی و عمومی بیش از هر چیز در گرو توسعه اعتماد اجتماعی است و رسانه‌ها مهم‌ترین عامل ایجاد و توسعه اعتمادند. صادقی و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان فضای مجازی، امنیت و تهدید در عصر اطلاعات ضمن آن که مشارکت‌پذیری کاربران و بهره‌گیری موثر از این فضا را عامل مهمی در قدرت





۱۳۱

ملی عنوان می کنند و به این نتیجه رسیده اند که رشد روز افزون فناوری های نوین ارتباطی و فراگیری و قابلیت پوشش دهی آنها میزان تاثیر گذاری را بر جریان ها و تحولات افزایش داده و از بعد تهدید نیز فناوری های نوین را عامل کلیدی برای جنگ نرم عنوان می کنند. پور نقدی (۱۳۹۱) در مقاله ای با عنوان «آسیب شناسی کاربرد اینترنت و تهدیدات فضای مجازی» می نویسد، نیروی انتظامی با حضور تخصصی و هوشمندانه و اطلاع رسانی و گسترش آموزش همگانی به رعایت نظم و امنیت و قوانین در دنیای مجازی و اینترنت کمک ساخته و از وقوع جرائم می کاهد و یا در صورت وقوع جرم به پیگیری و کشف آن می پردازد. همچنین نتایج این مطالعه نشان می دهد که در بین جامعه آماری پژوهش، میزان ۶۹ درصد در شبکه فیس بوک عضو هستند و ۷۴ درصد نیز از انواع فیلتر شکن ها استفاده می کنند. همچنین به اعتقاد ۶۷/۲۵ درصد از جامعه آماری، برنامه ها و مطالب سایت های اینترنتی در احساس نظم و امنیت فضای حقیقی به طور مستقیم تاثیر دارد. پور نقدی (۱۳۹۲) تحقیقی تحت عنوان «نقش شبکه های اجتماعی مجازی در نظم و امنیت استان خراسان شمالی» انجام داد. در این پژوهش مشخص گردید ۸۲٪ از نمونه های آزمایشی از سایت های فیلتر شده بازدید و ۷۷٪ از فیلتر شکن استفاده می کنند. با توجه به هزینه های بسیار بالای فیلترینگ در کشور و شکسته شدن سد دسترسی آن توسط ۸۰٪ از کاربران، فرهنگ سازی در خصوص کاربری اینترنت و اخلاق مجازی و مخاطرات سایر می تواند نتیجه ای مطلوب تر از فیلترینگ داشته باشد. هزار جریبی و کشوری (۱۳۹۳) در تحقیق تحت عنوان بررسی میزان احساس امنیت اجتماعی و عوامل موثر بر آن به این نتیجه رسیده اند که بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی، اعتماد اجتماعی و گرایش به مشارکت در تامین امنیت و میزان احساس امنیت اجتماعی شهروندان رابطه وجود دارد و بیشترین میزان تاثیر بر متغیر احساس امنیت اجتماعی را نیز پایگاه اجتماعی - اقتصادی و اعتماد اجتماعی دارا می باشد. زیویار و شهیر (۱۳۹۴) در مقاله خود تحت عنوان احساس امنیت کاربران ایرانی در شبکه های اجتماعی از حیث جنسیت، سن، میزان تحصیلات و میزان استفاده، به این نتیجه رسیده اند که میان جنسیت، سن و میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس بوک با احساس امنیت و آسایش کاربران شبکه های اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد. مظفری و کریمی (۱۳۹۴) در مقاله خود تحت عنوان بررسی رابطه

## Archive of SID

بین رسانه‌های نوین و امنیت اجتماعی به این نتیجه رسیده‌اند که وضعیت امنیت اجتماعی در بین افراد مورد مطالعه در حد متوسط است. حبیب زاده و بخشی (۱۳۹۵) در پژوهشی تحت عنوان شبکه‌های اجتماعی مجازی و امنیت عمومی به این نتیجه رسیده‌اند که ارتباطات تعاملی کاربران اعم از ایجاد تعامل و گفتگوی دو سویه، مشارکت‌های اجتماعی فعالانه به منظور تبادل نظر و همکاری‌های دوجانبه با پلیس صورت بگیرد، شاخص تاثیر گذاری در ارتقاء و توسعه امنیت عمومی است. همچنین، کاربران با اشتراک علاقه مندی‌ها و خواسته‌های مرتبط با امنیت عمومی و با انتقاد و ارزیابی از نحوه فعالیت پلیس و اعلام نظرات (سازنده و آزاد) به واسطه ناشناس بودن تعامل کنندگان در شبکه‌های اجتماعی مذهبی می‌توانند در ارتقاء امنیت عمومی نقش آفرینی نمایند، کاربران معتقدند که گرایش‌های مذهبی متغیر تأثیرگذار دیگری در ارتقاء امنیت عمومی است و تعامل کنندگان با شیوه‌های عمل خود در شبکه‌های مزبور اعم از نحوه جذب و جمع‌آوری اطلاعات، نظارت بر نوع محتوای تولید شده و دسته‌بندی اطلاعات برای ارائه به پلیس می‌توانند در ارتقاء امنیت عمومی مشارکت نمایند. در شبکه‌های اجتماعی مذهبی نوعی هم‌پیوندی اجتماعی در بین کاربران ایجاد شده به طوری که کاربران با راه‌اندازی اجتماعات بر خط در شبکه‌های مذهبی در تعامل و هم‌سو با فعالیت‌های پلیس و با توجه به ویژگی بسیج‌کنندگی و هم‌افزایی شبکه‌های اجتماعی، احساس وابستگی و تعامل درون‌گروهی خود را با پلیس در شبکه‌های اجتماعی مذهبی افزایش داده و این رویکرد می‌تواند در ارتقاء امنیت عمومی موثر و مفید باشد، از سوی دیگر مطرح شدن مسائل مدنی افراد جامعه در شبکه‌های اجتماعی مذهبی اعم از موضوعات فرهنگی، مصالح و مطالبات عمومی، حقوق شهروندان مرتبط با امنیت و مسایل اجتماعی قبل از بحران‌ها و امنیتی شدن آنها در شبکه‌های اجتماعی مذهبی متغیر تأثیرگذار دیگری در ارتقاء امنیت عمومی می‌باشد. محمدی و همکاران (۱۳۹۶). در پژوهشی نقش شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل در ایجاد بحران‌های اجتماعی به این نتیجه رسیده‌اند که شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل در ایجاد بحران‌های اجتماعی به میزان ۳۶/۶ درصد نقش مستقیم دارد و برابر بررسی‌های انجام شده، لازم است به منظور جلوگیری از افزایش نقش شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل در ایجاد بحران‌های اجتماعی، اقدام لازم صورت بگیرد.



۱۳۳

فضای سایبر به عنوان مجموعه تعامل های انسان ها از طریق کامپیوتر و فناوری های نوین ارتباطات، بدون در نظر گرفتن «زمان» و «مکان»، توسط ویلیام گیسون<sup>۱</sup> نویسنده داستان علمی تخیلی در کتاب «نورومونسر<sup>۲</sup>» در سال ۱۹۸۴ به کار برده شد. وی فضای سایبر را بازنمایی گرافیکی از داده ها از سیستم های کامپیوتری می داند. مفهومی که مورد نظر گیسون بود شاید به نوعی با هوش مصنوعی و رباتیک نزدیک تر است تا آن چه اکنون به نام «فضای سایبر» شناخته می شود (بریر<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰: ۱۴). این مفهوم نه چندان روشن اولیه، به تدریج دستمایه گفتمانی فلسفی در حوزه سایبر شد و چندی نپایید که حوزه سایبر نه به عنوان محدوده ای آزمایشگاهی یا علمی، که خود به مثابه جهانی مستقل مورد بررسی قرار گرفت (بل، ۱۳۸۹: ۲۴). این سخن درستی است که با گسترش استفاده از مفهوم نوین «سایبر»، هر آن چه پس یا پیش از واژه «سایبر» قرار گیرد، به نوعی به بیان رابطه انسان و کامپیوتر می پردازد. در عین حال، رویکردهای گوناگونی به فضای سایبر قابل انکار نیست. مفهوم فضای سایبر، معطوف به فضای ساختگی خیالی واقعیت مجازی، اینترنت، که انسان از طریق آن به فضای واقعیت مجازی وارد می شود. بدون فناوری، فضای سایبر بی معنا خواهد بود. اکنون، فضای سایبر را با موضوعات علمی - تخیلی مقایسه می کنند، این نوع تا کجا آباد است که در آن می توان هویت های چندگانه داشت (هان<sup>۴</sup>، ۲۰۰۶: ۳۶-۳۵).

در واقع اینترنت دروازه فضای سایبر است، اما فضای سایبر، با ویژگی هایی چون میزان و چگونگی دسترسی، راهبری، فعالیت اطلاع یابی، بالندگی و اعتماد شناخته می شود (فولسوم<sup>۵</sup>، ۲۰۰۷).

نگرش فناورانه به فضای سایبر، به مؤلفه هایی چون سخت افزار، نرم افزاری، کیفیت و کمیت انتقال داده ها و تعامل در شبکه می پردازد.

در حالی که رویکرد روان شناسانه مقوله های چون فضای ذهنی، الگوی رفتاری انسان و کامپیوتر، تحلیل، هویت و شخصیت، مرز بین واقعیت و خیال و مانند آن

1. William Gibson  
2. Neuromancer  
3. Brier  
4. Haney  
5. Folsom

توجه می کند (سولر، ۲۰۰۵).

دیدگاه جامعه شناسانه درباره فضای سایبر نیز به دلیل پرداختن به جماعت های آنلاین، شبکه های اجتماعی سایبر، و آثار اجتماعی تعامل انسان و کامپیوتر حائز اهمیت است. اما، این در برگیرنده تمامی رویکردهای موجود نیست، بهزاد دوران از توجه مبنایی رشته هایی چون مردم شناسی، روان شناسی اجتماعی، علوم ارتباطات و اطلاع رسانی سخن به میان آورده است (دوران، ۱۳۸۱: ۱۴) با توجه به تفاوت رویکردهای موجود درباره فضای سایبر، دیوید بل تعریف این مقوله پیچیده را می داند؛ وی ضمن اشاره به گونه های مختلف تفسیری فضای سایبر، به توصیف مایکل بندیکت<sup>۲</sup> از فضای سایبر اشاره می کند که حائز اهمیت است:

«فضای سایبر: یک دنیای جدید، یک دنیای موازی است که با خطوط ارتباطی و کامپیوترهای جهان خلق و نگهداری می شود. دنیایی که در آن تردد جهانی دانش، رموز، سنجش ها، شاخص ها، سرگرمی ها و عاملیت دیگری انسانی شکل می گیرد. تاکنون، هرگز بر روی زمین دیده نشده است که امور دیدنی، صداها و حضور ما در یک روشنایی عظیم الکترونیک شکوفا شوند» (بل، ۱۳۸۹: ۲۳-۲۲).

تعیین فضای سایبر، همواره عناصر تحلیل و تجزیه را همراه خود داشته است. از این رو نمی توان رؤیای پردازی های گذشته دور را از واقعیت های آمیخته با خیال کنونی درباره فضای سایبر نادیده گرفت. دیدگاه داستان گونه دیوید بل معطوف به بیانی چند بعدی از فضای سایبر است. وی با طراحی چند سناریو، به دنبال شفاف و مستدل کردن سخن خود است که: «تعریف فضای سایبر پیچیده است» (بل<sup>۳</sup>، ۱۳۸۹: ۲۲)

بندیکت فضای مجازی را این گونه تعریف می کند، یک جغرافیای مشترک ذهنی ساخته شده در گرداگرد اجماع و دگرگونی، قانون و تجربه، سرزمین پر از داده ها و دروغ ها، با مواد ذهنی و خاطرات، با میلیون ها صدا و چشم هایی در سکوت، کنسرت نامرئی از جستجو، تبادل و تقسیم رویاها و مشاهده سادگی ها (بندیکت، ۱۹۹۱).

گیسون فضای مجازی را مکان تجسم همراه با رضامندی معرفی می کند که

1. Suler

2. Benedikt

3. Bell



۱۳۵

در آن هر دو بعد فیزیکی و ذهنی خود، دچار تحول و دگرگونی می‌شوند، در واقع جسم فیزیکی در واقعیت مجازی و فضای سایبر فاقد ارزش است و طراحی خود در فضای مجازی به تقلیل پیش‌بینی پذیری و اعمال کنترل بر هویت می‌انجامد، در فضای مجازی متون تایپ شده بر صفحه رایانه، هم چون ماسک عمل می‌کنند و این تغییر قیافه متنی می‌تواند عامل لذت و هیجان و روشی برای کسب تجربه باشد (عباسی قادی و همکاران: ۱۳۹۰، ۵۸).

محیط مجازی هم چون لایه‌ایی بر محیط واقعی قرار می‌گیرد بدون این که با آن درگیر شود، ورود به محیط مجازی هم چون سفر به منطقه‌ای غیر واقعی است که از داده‌های انفورماتیکی در رایانه زاده شده است، محیط مجازی به معنای لغت شناسانه این واژه، حالت ناکجا آباد دارد، چرا که بی‌مکان است. بدین ترتیب تجربه چند بعدی است که کاملاً یا به طور نسبی، از طریق رایانه خلق می‌شود و هر استفاده کننده‌ایی می‌تواند از طریق ادراک وجود یا هویت آن را تأیید کند برخی از ویژگی‌های این جهان مجازی عبارت‌اند از: بی‌مکانی، فرا زمانی، صنعتی بودن محض، عدم محدودیت به قوانین مدنی متکی به ملت - دولت‌ها، از معرفت شناسی تغییر شکل یافته پسا مدرن برخوردار بودن، قابل دسترسی بودن هم‌زمان، روی فضا بودن و برخورداری از فضای فرهنگی؛ اعتقادی، اقتصادی و سیاسی جدید (عاملی، ۱۳۸۹).

**مفهوم شناسی رسانه‌های اجتماعی:** نقطه تمرکز اغلب رسانه‌های اجتماعی بر دو عنصر «اشتراک‌گذاری» و «تعامل» است. برخی از تعاریف تولید و انتشار محتوا را برجسته‌تر کرده‌اند و رسانه اجتماعی را رسانه‌ای دانسته‌اند که امور تولید ویدئو، صدا، متن یا چندرسانه‌ای در آن توسط کاربران انجام می‌شود و در محیط اینترنت منتشر و بین هم‌تایان به اشتراک گذاشته می‌شوند (خانکی و بابائی، ۱۳۹۰). رسانه‌های اجتماعی عامل تحولات و تغییرات، در عصر حاضر محسوب می‌شوند. زیرا جنس مخاطب این رسانه‌ها منفعل نیست، بلکه کاربران تولیدکننده محتوا هستند. امروز مخاطب رسانه‌های اجتماعی حضور بیشتر و تعاملات سریع‌تری نسبت به مخاطب رسانه‌های جمعی دارد. رسانه‌های اجتماعی سرآمد وب محسوب می‌شوند و توانسته‌اند بیشترین نفوذ را بین کاربران اینترنت داشته باشند. بریان سولیس در تعریف رسانه‌های اجتماعی می‌گوید: «رسانه‌های اجتماعی

## Archive of SID

از محتوای دموکراتیک تشکیل شده است و درک درستی از روند نقش مردم دارد؛ زیرا نقش آن‌ها تنها انتشار اطلاعات نیست؛ بلکه اطلاعات را تولید و برای دیگران به اشتراک می‌گذارند. در تعریف دیگر، رسانه‌های اجتماعی توصیف ابزارهای آنلاین (برخط) است که مردم از آن برای اشتراک محتوا، پروفایل‌ها، نظرات، دیدگاه‌ها، تجربیات و افکار استفاده می‌کنند. بنابراین رسانه‌های اجتماعی تسهیل‌کننده گفت‌وگوها و کنش‌های متقابل آنلاین بین گروه‌های مردمی است. این ابزارها شامل وبلاگ‌ها، تابلوهای پیام، پادکست، میکرو بلاگ، نشانه‌گذاری‌ها، شبکه‌ها و ویکی‌هاست. برخی از تحلیل‌گران تعریف رسانه‌های اجتماعی را اصطلاحی قابل تعویض با وب ۲، معرفی کرده‌اند. آن‌ها اذعان می‌کنند، رسانه‌های اجتماعی با تعریف وب ۲، توضیح نسل کنونی وب‌سایت‌های تعاملی است که در آن پایگاه‌های داده‌ای اجاکسی و آر اس اس برای ارائه شخصی، انعطاف‌پذیر و تجربه وب به وجود آمده است؛ وب‌سایت‌هایی که با استفاده فناوری وب ۲ در عمق اجتماعی، تعامل، شکل‌گیری جامعه و وصل کردن طرح‌های مشترک به کار می‌روند. عده‌ای دیگر تأکید می‌کنند که ابعاد اجتماعی، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی معنی واحدی دارند و برای محدود کردن معنی رسانه‌های اجتماعی، از تعریف شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، مای اسپیس و لینکدین<sup>۱</sup> استفاده کرده‌اند. در عین حال آن‌ها معتقدند که رسانه‌های اجتماعی اهداف خاص طرح‌ها را نیز دنبال می‌کنند. از مدیریت دانش در ویکی‌پدیا، اشتراک عکس در فیلکر، و فیلم در یوتیوب به جامعه آگاهی می‌دهد. عملیات تأثیرگذاری برای رسانه‌های اجتماعی حیاتی است، این مطلب که کاربران احساس کنند بخشی از جامعه سایت هستند بسیار مهم است. این روند موجب یکی شدن کار برای مثال، عده‌ای در برند فیس‌بوک؛ فیس‌بوکی شده‌اند. (افتاده، الف ۱۳۸۸: ۱۳۰) در یک جمع‌بندی می‌توان گفت، رسانه اجتماعی، رسانه‌ای است که برای تعامل و انتشار محتوا در محیط اینترنت از طریق تعامل اجتماعی طراحی شده، دسترسی‌پذیری بسیار بالایی دارد و از تکنیک‌های انتشار مقیاس‌پذیر در آن استفاده شده است. (افتاده، ۱۳۸۹؛ مولایی، ۱۳۸۹). به باور «کاپلان» و «هنلین» رسانه‌های اجتماعی ابزارهای ارزان و قابل دسترس برای برقراری ارتباط متقابل و تعامل اجتماعی مبتنی بر وب است که

1. - LinkedIn



بر پایه‌های تکنولوژیکی و ایدئولوژیکی وب ۲ ساخته شده و خلق و تبادل محتوای عمومی تولید شده کاربران را فراهم می‌آورد. کاربردهای سایت‌های شبکه‌های اجتماعی آن است که کاربران را از طریق ایجاد پروفایل، اطلاعات شخصی، و دعوت کردن از دوستان و همکاران برای دسترسی به پروفایل و ایمیل، قادر به اتصال با یکدیگر و ارسال پیام‌های لحظه‌ای می‌کنند. این پروفایل‌های شخصی می‌توانند هر نوع اطلاعات را از جمله متن، عکس، ویدئو، فایل‌های صوتی و وبلاگ‌ها را شامل شود (رسولی و مردای، ۱۳۹۱).

**ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی:** رسانه‌های اجتماعی با استفاده از تکنولوژی‌های نوین بطور روزافزون، پوشش خود را گسترده‌تر می‌کنند. بستر این پیشرفت رسانه اجتماعی وب ۲ است. رسانه اجتماعی از رسانه‌های صنعتی و سنتی و چاپی مانند روزنامه‌ها، تلویزیون و فیلم متمایز هستند. رسانه‌های اجتماعی در مقایسه با رسانه‌های صنعتی که نیازمند منبع قابل توجهی برای نشر اطلاعات هستند، نسبتاً ارزان و برای همه دسترس پذیرند. یک ویژگی مشترک رسانه اجتماعی و رسانه صنعتی، توانایی ایجاد ارتباط با مخاطبان در مقیاس کم یا زیاد است؛ مثلاً، مطالب یک وبلاگ ممکن است از صدها تا میلیون‌ها مخاطب داشته باشد. ویژگی‌هایی دیگری هم هست که رسانه‌های اجتماعی را از رسانه‌های صنعتی متمایز می‌کند مانند، هزینه‌های تولید محتوا، مالکیت رسانه (معمولاً مالکان رسانه‌های صنعتی دولت‌ها یا بخش خصوصی قدرتمند است ولی رسانه اجتماعی می‌تواند به همگان تعلق داشته باشد حتی بدون داشتن سرمایه یا با سرمایه اندک)، نوع مهارت مورد نیاز برای تولید محتوا، سرعت انتقال، همزمانی یا غیرهمزمانی، قابلیت ویرایش و تغییر مداوم. بنابراین رسانه‌های اجتماعی برخلاف این تصور که هیچ قاعده و اصولی ندارند، دارای ویژگی‌ها و ساختارهای حرفه‌ای هستند. چهارده ویژگی رسانه‌های اجتماعی در ادامه به صورت خلاصه معرفی می‌شود:

۱. گفت‌وگو دو طرفه: اساس رسانه‌های اجتماعی بر پایه گفت‌وگو بنا شده است.
۲. باز شدن دیالوگ‌ها به وسیله مخاطبان: کاربران همیشه مولد یک گفت‌وگو به شمار می‌روند.
۳. ایجاد درگیری: درگیر بودن کاربران در رسانه‌های اجتماعی یکی از راه‌های بازگشت آن‌ها به این رسانه‌هاست.

## Archive of SID

۴. تشویق به مشارکت: رسانه‌های اجتماعی همیشه کاربران را تشویق به مشارکت در فرآیندها می‌کنند.

۵. فعال کردن همکاری: همکاری و کمک کردن مخاطبان به یکدیگر یکی از عوامل توسعه کاربران رسانه‌های اجتماعی است.

۶. برانگیختن شخصیت و هویت: هویت کاربران در رسانه‌های اجتماعی استحکام می‌یابد.

۷. گران نبودن: تولید محتوا در رسانه‌های اجتماعی در قیاس با رسانه‌های جمعی بسیار ارزان تمام می‌شود. به عبارتی بهتر، تولید محتوا رایگان است.

۸. از وظایف کم تا وظایف زیاد: فعالیت کاربران در رسانه‌های اجتماعی از وظایف آسان است که به وظایف بزرگ و حرفه‌ای تبدیل می‌شود.

۹. افزایش اعتبار: رسانه‌های اجتماعی فضایی است برای ایجاد اعتبار با کمک اشخاص، شرکت‌ها و سازمان‌ها.

۱۰. اعتدال و برابری: امکانات رسانه‌های اجتماعی برای تمام کاربران یکسان است.

۱۱. تولید محتوا با کمک کاربر: بنیان اصلی رسانه‌های اجتماعی بر تولید محتوا قرار گرفته است.

۱۲. حس مالکیت محتوا: تولید محتوا با کمک کاربران موجب حس مالکیت می‌شود.

۱۳. افزایش صداقت: ایجاد صداقت در پروفایل‌ها باعث افزایش ارتباطات هوشمند می‌شود.

۱۴. مکانی برای محتوای داغ: محتوای مهم رسانه‌های جمعی و سایر رسانه‌ها در رسانه‌های اجتماعی انتشار می‌یابد (افتاده: ۱۳۸۹).

### شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی: رسانه‌های اجتماعی یکی از فناوری‌های

نوین و عامه‌پسندترین آن‌هاست که جذابیت خاصی از خود برای همه نشان داده و تا حدود زیادی، اقبال گوناگون مردم را به سمت خود کشانده است (بیات و منوچهری، ۱۳۹۴). رسانه‌های اجتماعی، مجموعه‌ای از نرم افزارهای مبتنی بر اینترنت هستند که اساس ایدئولوژیکی و فناورانه وب ۲ و امکان تولید و تبادل محتوای تولیدشده کاربران را فراهم می‌سازند (کاپلان و هانلین، ۲۰۱۰: ۶۱). یک مفهوم ایدئولوژیکی تر از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند دربرگیرنده، اجازه دسترسی کاربران اینترنتی برای به اشتراک گذاری، همکاری و به روزرسانی محتوای وب باشد





۱۳۹

(کاییدو، ۲۰۱۴). رسانه‌های اجتماعی دارای ویژگی‌ها و ساختارهای حرفه‌ای هستند و با سه بعد دامنه و قابلیت دسترسی (تولید محتوا با تاکید بر مخاطب جهانی، در دسترس عموم بودن، تولید محتوا توسط عموم افراد، کمترین امکانات و هزینه برای تولید و انتشار محتوا، و اندازه گیری دقیق مخاطبان)؛ استمرار و اعتبار داشتن (قابلیت ویرایش و اصلاح محتوا، قابلیت پذیرش بالا، تولید محتوا بر اساس نیازهای شناختی و اجتماعی واقعی، تولید محتوا بدون سانسور، و تیم نظارتی قوی برای تولید و انتشار محتوا) و تعاملی و نامحدود بودن (تولید محتوای تعاملی، تولید و انتشار محتوا بدون تأخیر و به صورت ارتباط فوری، تولید و انتشار محتوا بدون محدودیت، و تولید محتوا به صورت چندرسانه‌ای) مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفته‌اند (محمدی و میرتقیان رودسری، ۱۳۹۴).

استفاده از رسانه‌های اجتماعی به یک پدیده اجتماعی بزرگ تبدیل شده (هایزو دیگران، ۲۰۱۳) و در سال‌های اخیر به صورت چشمگیری اشتهار یافته است (انگای و دیگران، ۲۰۱۵). رسانه‌های اجتماعی مسیرهای سنتی ارتباطات را متحول ساخته و با ایجاد مسیرهای جدید، ماهیت مصرف کنندگی را تغییر داده‌اند (رودز و وودب، ۲۰۱۵). برخی محققان، رسانه‌های اجتماعی را با توجه به ویژگی‌های مشابه و متفاوتی که دارند، به گونه‌های گوناگونی تقسیم می‌نمایند (اووز، ۲۰۱۵). رسانه‌های اجتماعی بر اساس هدف، پیچیدگی و ترکیب پذیری شان در هفت گروه جای می‌گیرند: جوامع مجازی (مانند فیس بوک)؛ سایت‌های مخصوص سفر (تریپ ادوایزر)؛ اشتراک‌گذارهای عکس و فیلم (یوتیوب یا فلیکر)؛ و بلاگ‌ها (بلاگر)؛ ویکی‌ها (ویکی‌پدیا)؛ میکرو بلاگ‌های اشتراک‌گذار (توییتر)؛ و سایرین (فوتیس و دیگران، ۲۰۱۲ به نقل از محمدی و میرتقیان رودسری، ۱۳۹۵).

شبکه‌های اجتماعی، فرصت‌ها و محدودیت‌هایی فراهم می‌کنند که در نگرش‌ها و رفتارهای افراد اثر می‌گذارد (برت، ۲۰۰۷). پس دریافت محدودیت‌ها و امکانات بالقوه شبکه‌های اجتماعی، چه برای محققان شبکه و چه برای مؤسسان آن، امری لازم و حیاتی است. مطالعه روابط اجتماعی، به آشکاری سازوکارهایی کمک می‌کند که تعیین‌کننده توسعه‌های اجتماعی‌اند و آن‌ها نیز به نوبه خود، شرایط استمرار و وقفه و برقراری روابط، و نیز تجربه‌های شخصی‌ای را که این روابط موجب‌شان می‌شوند، تنظیم می‌کنند (بروگمان، ۱۳۸۹) تشکیل شبکه‌های

## Archive of SID

اجتماعی، تاریخی به قدمت زندگی اجتماعی بشر دارند؛ اما بالغ بر یک قرن است که شبکه اجتماعی به گونه جدیدی تجربه شده است. امروزه انسان‌ها از شبکه اجتماعی برای اشاره‌های ضمنی به مجموعه روابط پیچیده میان افراد در سیستم‌های اجتماعی در تمامی مقیاس‌ها از روابط بین فردی تا بین‌المللی استفاده می‌کنند (فریمن، ۲۰۰۶) در این میان، تحلیل شبکه‌های اجتماعی می‌تواند مبتنی بر ساختار، روابط، اخلاق و اراده انجام شود (والمن، ۱۹۸۸) بر خلاف تحلیل‌هایی که بر این فرض استوارند که هنجارهای اجتماعی تعیین‌کننده رفتارها هستند، تحلیل شبکه‌های اجتماعی به بررسی وسعت تأثیرگذاری ساختار و ترکیب رشته‌ها بر هنجارها می‌پردازد.

شبکه‌های اجتماعی برای بررسی چگونگی تأثیرات متقابل میان تشکیلات سازمان‌ها نیز مورد استفاده قرار می‌گیرند و در این زمینه‌ها نیز به خوبی برای برقراری ارتباطات فردی میان کارمندان سازمان‌های مختلف عمل می‌کنند (واسرمن، ۱۹۹۴).

**شبکه‌های اجتماعی مجازی یا واسط، کامپیوتری و اینترنتی؛** در تعریف کلی به سایت‌هایی اطلاق می‌شوند که با مشارکت کاربران و محتوای تولید شده آنان پیش می‌رود (تردی نیک، ۲۰۰۶). این سایت‌ها برای کاربران خود این امکان را فراهم می‌آورد که تعاملات اجتماعی را بر اساس تکنولوژی‌های جدید به گونه‌ای پیوسته (برخط) و گسسته (در کنار خط) تنظیم نمایند. در این شبکه‌ها و این تعاملات، مفهوم جدید کاربر به جای مفهوم سنتی مخاطب نشسته است. چرا که به این ترتیب هر یک از کاربران به خلاف مخاطبان (در رسانه‌هایی مانند تلویزیون، رادیو، مطبوعات و...)، صرفاً مصرف‌کننده اطلاعات و پیام‌ها نیستند، بلکه آنها همانند همه کاربران شبکه، تولیدکننده محتوای تعاملات اند. به عبارت دیگر کاربران هم تولیدکننده و دریافت‌کننده اطلاعات و پیام‌ها و هم فرستنده آنها هستند. آنها می‌توانند با استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، وبلاگ‌ها، میکروبلگ‌ها، پادکست‌ها و سایر گونه‌های رسانه‌های اجتماعی محتوای تولیدی خود را منتشر کنند و رسانه‌های شخصی داشته باشند (رسولی و مردای، ۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی اینترنتی به دو گونه عمومی (مانند فیس‌بوک، کلوب، مای اسپیس) و تخصصی (مانند شبکه فود اسپاتینگ و شبکه فور اسکوتر) اند.

در واقع، شبکه‌های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده‌اند. به‌طور کلی از طریق اطلاعاتی که بر روی پروفایل افراد قرار می‌گیرد، مانند عکس کاربر، اطلاعات شخصی و علایق (که همه این‌ها اطلاعاتی را در خصوص هویت فرد فراهم می‌آورد) برقراری ارتباط تسهیل می‌گردد. کاربران می‌توانند پروفایل‌های دیگران را ببینند و از طریق برنامه‌های کاربردی مختلف مانند پست الکترونیک و گپ با یکدیگر ارتباط برقرار کنند (پمپک و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹، ص ۲۲۸ به نقل از عدلی پور و همکاران، ۱۳۹۴).

«امنیت عمومی» یکی از مهمترین مقوله‌های مربوط به امنیت محسوب می‌شود. اهمیت مقوله «امنیت عمومی» به اندازه‌ای زیاد است که این امر به عنوان یکی از اهداف مشروع، جهت محدود کردن اعمال برخی از حقوق و آزادی‌ها در نظام بین المللی حقوق بشر مورد شناسایی قرار گرفته است. در ترمینولوژی حقوق بشری، اصطلاح «امنیت عمومی» به معنای حمایت‌های دولتی از سلامت و رفاه عمومی و راهکارهایی که به منظور حمایت از ساکنان (جمعیت) کشوری اتخاذ می‌شود، تعریف گردیده است. چنین مفهومی، ایمنی و حمایت در برابر پدیده‌های طبیعی معین نظیر حوادث غیر قابل پیشگیری و اقدامات مضر و آسیب زنده به افراد یا گروه‌ها را نیز شامل می‌شود (لیپمن<sup>۲</sup>، ۱۹۴۳). برخی از مراجع قضایی ملی نیز به تبیین مفهوم این اصطلاح پرداخته‌اند. به عنوان نمونه، «دیوان عالی زیمباوه» اصطلاح «امنیت عمومی» را به معنای ایمنی و حفاظت عموم افراد جامعه یا آزادی‌های آنها در مقابل خطر و حفظ امنیت اجتماع در برابر خطر و تهدید داخلی و خارجی، دانسته است.

همچنین گزارشگر ویژه سازمان ملل متحد در پیشگیری از تبعیض و حمایت از اقلیت‌ها، نیز «امنیت عمومی» را به معنای ایمنی و حمایت عموم افراد جامعه یا آزادی‌های آنها یا تأمین امنیت اجتماع در برابر تهدیدهای داخلی و خارجی دانسته که تحقق آن منوط به وجود مقرراتی برای تضمین این ایمنی، صلح عمومی، نظم و انضباط اجتماعی، احترام به عدالت حقوقی، تصمیمات یا دستورهای مشروع مقامات عمومی در داخل هر کشور است.

به این ترتیب اصطلاح «امنیت عمومی» دارای مفهوم و معنای نسبتاً گسترده‌ای

1. Pempek et al

2. Lippman

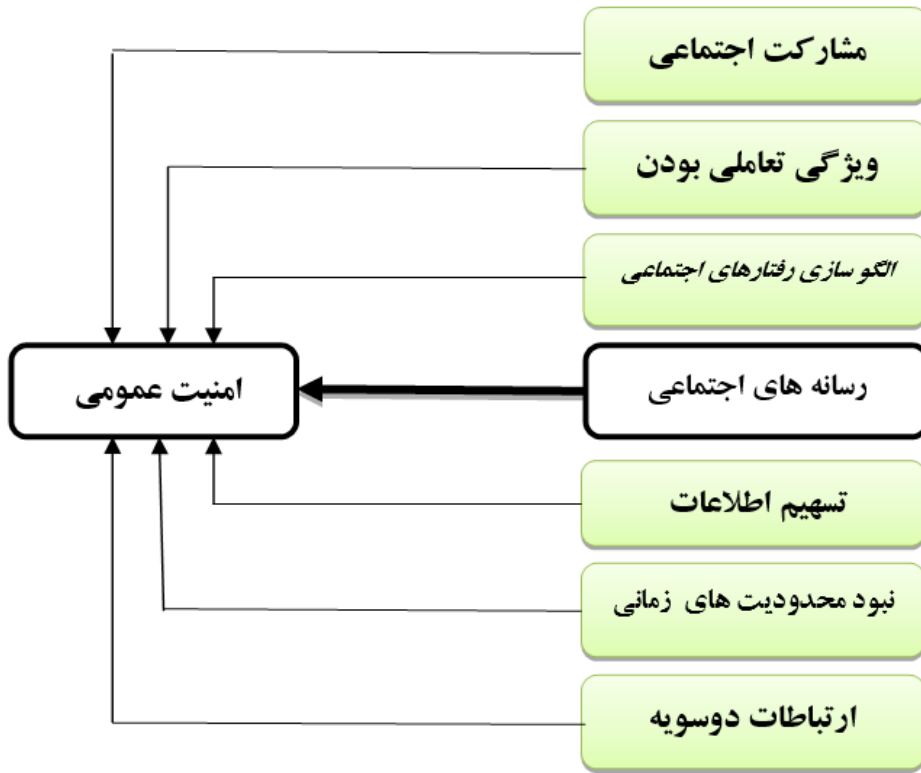
## Archive of SID

بوده، ولی با مطالعه منابع مختلف مشخص گردید که دو تعریفی که در ذیل آمده اند به شکل درست و مناسب امنیت عمومی را تعریف کرده اند، برخی نظریه پردازان امنیتی معتقدند که امنیت عمومی وضعیتی است که در آن مناسبات اجتماعی افراد، نهادهای مدنی و بوروکراسی دولتی از ظهور، توسعه و نهادینه شدن فسادهای مختلف، صیانت می شود و در نتیجه ضریب ناامنی افراد از زاویه عملکرد سایر بازیگران اجتماعی کاهش می یابد. امنیت عمومی ناظر بر امنیت شهروندان در شبکه تعاملات فرد، دولت و جامعه و با مأموریت های سازمان پلیس در ارتباط مستقیم است. (افتخاری، ۱۳۸۶)

### فرضیه های تحقیق

- بین میزان بهره مندی از شبکه های اجتماعی در ارتقاء امنیت عمومی رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین ویژگی تعاملی بودن شبکه های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی رابطه معناداری وجود دارد.
- بین الگوسازی رفتارهای اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی رابطه معناداری وجود دارد.
- بین ارتباطات دوسویه در رسانه های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی شهر کرمانشاه رابطه معناداری وجود دارد.
- بین میزان مشارکت اجتماعی در رسانه های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی شهر کرمانشاه رابطه معناداری وجود دارد.
- بین تسهیم اطلاعات در شبکه های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی رابطه معناداری وجود دارد.
- بین نبود محدودیت های زمانی - مکانی در استفاده از شبکه های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی رابطه معناداری وجود دارد.

## مدل مفهومی تحقیق



## روش

تحقیق حاضر از نوع و هدف کاربردی و از نظر روش های کمی گردآوری داده ها توصیفی-تحلیلی و از نظر اجرا به روش همبستگی انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کارشناسان فرماندهی انتظامی استان کرمانشاه که مجموعاً ۲۶۰ نفر بوده و بر اساس جدول تعیین حجم نمونه مورگان و روش نمونه گیری تصادفی ساده تعداد ۱۵۲ نفر نمونه آماری این تحقیق را تشکیل داده و در نهایت ۱۲۳ پرسشنامه جمع آوری گردید بنابراین این پژوهش یک تحقیق همبستگی است که در آن رابطه بین متغیر استفاده از شبکه های اجتماعی به عنوان یک متغیر اثر گذار و ارتقاء امنیت عمومی به عنوان متغیر اثر پذیر مورد سنجش قرار گرفته است. ابزار جمع آوری داده ها در این پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته است که بر اساس مطالعات، مشاهدات و نظر سنجی از خبرگان و سؤال های اصلی (آزمون فرضیه) از نوع بسته

## Archive of SID

و منظم می‌باشد که با استفاده از مقیاس رتبه‌ای (طیف لیکرت) در پنج وضعیت خیلی زیاد، زیاد، تاحدودی، کم و خیلی کم پاسخ آنها اخذ شده و از اتا ۵ پاسخ‌ها درجه بندی شده است و با استفاده از نرم افزار SPSS و با به کارگیری آزمون همبستگی تای کندال مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در این پژوهش برای سنجش اعتبار پرسشنامه از روش اعتبار محتوایی استفاده شده است؛ بدین گونه که به منظور تعیین اولیه شاخص‌هایی مربوط به فرضیه‌های تحقیق ابتدا از منابع کتابخانه‌ای استفاده شده و سپس پرسشنامه در اختیار چند نفر از کارشناسان و اساتید دانشگاهی قرار گرفته است و پس از اخذ نظرات آنان از طریق تحلیل محتوا اعتبار پرسشنامه مورد سنجش قرار گرفته است. همچنین به منظور سنجش پایایی ابتدا پرسشنامه را بر روی ۲۰ نفر از جامعه آماری مختلف به صورت اتفاقی آزمون داده، سپس برای ارزیابی گویه‌ها و همبستگی هر گویه با سایر گویه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است، مقدار این کمیت برای کل پرسشنامه ۰/۸۸ به دست آمد.

## یافته‌ها

جدول ۱- نتایج رابطه و ویژگی تعاملی بودن رسانه‌های اجتماعی (شبکه‌های اجتماعی) و ارتقای

### امنیت عمومی

متغیر	تعداد	ارزش	خطای استاندارد	مقدار تای کندال b	سطح معناداری
ویژگی‌های تعاملی بودن	۱۲۳	۰/۲۱۵	۰/۴۹	۳/۰۱۵	۰/۰۰

نتایج به دست آمده از آزمون تای کندال b نشان می‌دهد با توجه به مقدار ( $T_b = ۳/۰۱۵$ ) و سطح معنی داری آن ( $۰/۰۰$ ) که کمتر از ( $sig = ۰/۰۵$ ) می‌باشد در نتیجه بین ویژگی‌های تعاملی بودن شبکه‌های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی رابطه معناداری وجود دارد. چون براساس محاسبه تای کندال b و ( $۰/۰۰ =$  سطح معناداری) یعنی میزان خطا کمتر از  $۰/۰۵$  نشان دهنده این است که این رابطه با بیش از ۹۵٪ اطمینان تایید می‌شود. بنابراین ویژگی‌های تعاملی بودن رسانه‌های اجتماعی در ارتقاء امنیت عمومی رابطه مستقیم و مثبت دارد و فرضیه فوق تایید می‌گردد.



جدول ۲: نتایج رابطه الگوسازی رفتارهای اجتماعی رسانه‌های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی

متغیر	تعداد	ارزش	خطای استاندارد	مقدار تای کندال b	سطح معناداری
الگوسازی رفتارهای اجتماعی	۱۲۳	۰/۲۵۸	۰/۰۷۲	۳/۸۱۲	۰/۰۱

نتایج به دست آمده از آزمون تای کندال b نشان می‌دهد (تای کندال = ۳/۸۱۲) بین الگوسازی رفتارهای اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی رابطه معناداری وجود دارد. چون براساس محاسبه تای کندال b و (سطح معناداری) نشان دهنده این است که این رابطه با بیش از ۹۵٪ اطمینان تایید می‌شود. بنابراین کاربران با الگو گرفتن از هنجارها و ارزش‌های اجتماعی که در شبکه‌های اجتماعی منعکس می‌شود، و انتقال و انتشار رفتارهای اجتماعی اشخاص مهم و تاثیرگذار در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند عامل موثر و مهمی در ارتقاء امنیت عمومی باشد، علاوه بر این با انعکاس مصادیق پایبندی به قانون و حقوق شهروندان در رسانه‌های اجتماعی و از طرف دیگر با انعکاس ناهنجاری‌های اجتماعی به عنوان عامل بازدارنده در رسانه‌های اجتماعی به نوعی در اجتماعی کردن شهروندان در فضای مجازی موثر بوده و در فرآیند ارتقاء امنیت عمومی نقش اساسی دارد.

جدول ۳- نتایج رابطه ارتباطات دوسویه در رسانه‌های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی

متغیر	تعداد	ارزش	خطای استاندارد	مقدار تای کندال	سطح معناداری
ارتباطات دوسویه در رسانه‌های اجتماعی	۱۲۳	۰/۲۱۶	۰/۰۸۴	۳/۴۱۸	۰/۰۲

نتایج به دست آمده از آزمون تای کندال b نشان می‌دهد (تای کندال = ۳/۴۱۸) بین ارتباطات دوسویه در رسانه‌های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی شهر کرمانشاه رابطه معناداری وجود دارد. چون براساس محاسبه تای کندال b و (سطح معناداری) نشان دهنده این است که این رابطه با بیش از ۹۵٪ اطمینان تایید می‌شود. بنابراین ارتباطات دوسویه در رسانه‌های اجتماعی اعم از الگوها و کنش‌های ارتباطی انسان- انسان (پلیس و کاربران رسانه‌های اجتماعی) و الگوها و کنش‌های ارتباطی انسان- رایانه (به طور ویژه پلیس با رسانه) و با بستر

## Archive of SID

سازی گفتگو از طریق اتاق‌های گفتگو در رسانه‌های اجتماعی صورت گیرد می‌تواند در ارتقاء و توسعه امنیت عمومی موثر و مفید واقع گردد از طرف دیگر پایداری و انسجام ارتباطات دو سویه در رسانه‌های اجتماعی و برخورداری از ارتباطات افقی و تعامل با کاربر به عنوان مبدأ کاملاً نامتمرکز گفت و گوی دوسویه که در راستای مدد رسانی به پلیس انجام می‌شود، در ارتقاء و توسعه امنیت عمومی شهر کرمانشاه موثر است، در نتیجه این گونه استنباط می‌گردد که بین ارتباطات دوسویه در رسانه‌های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد و فرضیه فوق تایید می‌گردد.

جدول ۴- نتایج رابطه میزان مشارکت‌های اجتماعی در رسانه‌های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی

متغیر	تعداد	ارزش	خطای استاندارد	مقدار تای کندال	سطح معناداری
مشارکت‌های اجتماعی	۱۲۳	۰/۲۲۶	۰/۰۴۸	۳/۲۳۲	۰/۰۰۰

نتایج به دست آمده از آزمون تای کندال b نشان می‌دهد ( $\chi^2 = 3/232$ ) تای کندال b) بین مشارکت‌های اجتماعی در رسانه‌های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی شهر کرمانشاه رابطه معناداری وجود دارد. چون بر اساس محاسبه تای کندال b و ( $\alpha = 0/000$ ) سطح معناداری) نشان دهنده این است که این رابطه با بیش از ۹۵٪ اطمینان تایید می‌شود. بنابراین مشارکت‌های اجتماعی اعم از ایجاد فضای گفتمانی و روابط درون اجتماعات آنلاین و ایجاد فضای همکاری علمی بین پلیس و کاربران با رویکرد آزادی مشارکت و بیان دیدگاه‌ها در رسانه‌های اجتماعی صورت بگیرد در ارتقاء و توسعه امنیت عمومی شهر کرمانشاه موثر است. بنابراین نتایج تحلیلی حاکی از آن است که بین مشارکت اجتماعی در رسانه‌های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد و فرضیه فوق تایید می‌گردد.

جدول ۵- نتایج رابطه تسهیم اطلاعات رسانه‌های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی

متغیر	تعداد	ارزش	خطای استاندارد	مقدار تای کندال	سطح معناداری
تسهیم اطلاعات	۱۲۳	۰/۲۲۸	۰/۰۴۶	۳/۴۱۲	۰/۰۲

نتایج به دست آمده از آزمون تای کندال b نشان می‌دهد ( $\chi^2 = 3/412$ ) تای کندال b) بین تسهیم اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی رابطه





معناداری وجود دارد. چون براساس محاسبه تای کندال b و (۰/۰۲ = سطح معناداری) نشان دهنده این است که این رابطه با بیش از ۹۵٪ اطمینان تایید می شود. بنابراین تسهیم اطلاعات در رسانه های اجتماعی از طریق به اشتراک گذاری داده ها و اخبار و اطلاعات در حوزه های عمومی مرتبط با امنیت عمومی با هزینه کم و به موقع یا به نوعی به اشتراک گذاری تصاویر، اخبار و بولتن های خبری در شبکه های به منظور بهره برداری پلیس برای پیشبرد اهداف سازمانی باشد در توسعه و ارتقاء امنیت عمومی موثر است. از سوی دیگر اخبار و اطلاعات در رابطه با قومیت ها و تحرکات آنها در شبکه های اجتماعی در موضوعات مرتبط با امنیت عمومی و انتشار حوادث و رویدادهای مهم در شبکه ها به منظور اطلاع رسانی سریع به پلیس و پیشگیری از بحران های اجتماعی و امنیتی به منظور ارتقاء و توسعه امنیت عمومی صورت می گیرد. بنابراین نتیجه می گیریم بین تسهیم اطلاعات در رسانه های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد و فرضیه فوق تایید می گردد.

جدول ۶- نتایج رابطه نبود محدودیت های زمانی - مکانی در استفاده از رسانه های اجتماعی و ارتقاء

امنیت عمومی

متغیر	تعداد	ارزش	خطای استاندارد	مقدار تای کندال	سطح معناداری
نبود محدودیت های زمانی و مکانی	۱۲۳	۰/۲۴۲	۰/۰۴۶	۳/۱۲۲	۰/۰۲

نتایج به دست آمده از آزمون تای کندال b نشان می دهد ( ۳/۱۲۲ = تای کندال b) بین نبود محدودیت های زمانی و مکانی در شبکه های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی رابطه معناداری وجود دارد. چون بر اساس محاسبه آزمون تای کندال b و (۰/۰۲ = سطح معناداری) نشان دهنده این است که این رابطه با بیش از ۹۵٪ اطمینان تایید می شود. بنابراین نبود محدودیت های زمانی و مکانی در استفاده از شبکه های اجتماعی اعم از دسترسی همگانی به اطلاعات در بازه های زمانی و مکانی مختلف یا قدرت بسیج کنندگی کاربران در زمان ها و مکان های خاص در محیط واقعی یا در محیط های مجازی (کمپین مجازی) به نوعی جمع آوری اخبار و اطلاعات برای پلیس سهل الوصول تر شده و این مولفه ها می توانند در توسعه و ارتقاء امنیت عمومی موثر باشند. بنابراین نتیجه می گیریم بین نبود محدودیت های

## Archive of SID

زمانی و مکانی در رسانه‌های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد و فرضیه فوق تایید می‌گردد.

جدول ۷- آزمون آماری تحلیل رگرسیونی متغیرها

متغیر	ضریب همبستگی R	ضریب تعیین square R	B	beta	t	Sig	
ویژگی‌های تعاملی بودن	۰/۸۵۲	۰/۷۹۱	۰/۳۳۸	۰/۳۶۴	۱۲/۳۲۸	۰/۰۰	
			۰/۳۲۴	۰/۳۱۲	۱۱/۶۲۵	۰/۰۱	
۰/۲۶۸			۰/۳۳۲	۱۰/۳۶۲	۰/۰۱		
۰/۳۴۸			۰/۳۳۶	۱۲/۵۳۲	۰/۰۰		
مشارکت اجتماعی			۰/۳۲۲	۰/۳۲۸	۱۱/۵۲۵	۰/۰۲	
تسهیم اطلاعات			۰/۳۱۴	۰/۳۱۸	۱۱/۲۲۵	۰/۰۲	
نبود محدودیت زمانی - مکانی							
ارتقاء امنیت عمومی (متغیر وابسته)					۰/۲۱۱	-	۳/۳۲۱

همانگونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود، ضریب همبستگی بین متغیر وابسته با همه متغیرهای مستقل ( $R=0/852$ ) که از همبستگی بسیار بالایی برخوردار است و نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل (ویژگی‌های تعاملی بودن رسانه‌های اجتماعی، الگوسازی رفتارهای اجتماعی، ارتباطات دوسویه در رسانه‌های اجتماعی، مشارکت‌های اجتماعی، تسهیم اطلاعات و نبود محدودیت‌های زمانی و مکانی در رسانه‌های اجتماعی) با یکدیگر و همچنین با متغیر وابسته (ارتقاء امنیت عمومی) همبستگی بسیار بالایی دارند. همچنین ضریب تعیین ( $R^2=0/791$ ) محاسبه شده که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل مورد مطالعه حدود ۷۹ درصد توانایی تبیین متغیر وابسته (ارتقاء امنیت عمومی) را دارند یا به نوعی در ارتقاء امنیت عمومی نقش دارند و ۲۱ درصد باقی مانده مربوط به دیگر متغیرها و عوامل مختلف تأثیرگذار در ارتقاء امنیت عمومی می‌باشند.



۱۴۹

در عصر حاضر، رسانه‌های اجتماعی نوین عامل تحولات و تغییرات در ابعاد گوناگون محسوب می‌شوند. رسانه‌های اجتماعی عامل مهم و اساسی مشارکت اجتماعی کاربران با هدف همفکری و همکاری افراد به منظور بهبود کمیت و کیفیت زندگی در تمامی زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی (و به ویژه در حوزه‌های امنیتی) است. بنابراین رسانه‌های اجتماعی با توجه به کارکردها و ویژگی‌هایی که دارند می‌توانند زمینه‌ها و بسترهای لازم را به منظور تامین امنیت عمومی در جامعه ایجاد کنند پارادایم فناوریهای ارتباطی نوین (به طور ویژه رسانه‌های اجتماعی) نوعی از شکل زندگی و کنشگری در زمینه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، مذهبی و امنیتی را مورد توجه قرار داده است که می‌تواند در بستر تعامل و ارتباطات دو سویه و چند سویه، و با رویکرد مشارکت پذیری، کنشگران را به بهره برداری هدفمند از این رسانه‌های اجتماعی ترغیب نموده، بنابراین در این پژوهش نیز نگارنده با تکیه بر رویکرد تعاملی و ویژگی‌های مثبت این رسانه‌ها تحقیق خود را پیش برده به طوری که یافته‌های تحلیلی پژوهش حاکی از وجود رابطه معنادار و مثبت بین متغیرهای مورد مطالعه در ارتقاء امنیت عمومی می‌باشد. با توجه به اینکه نظریات و پژوهش‌های مرتبط گوناگون حاکی از آن است بر خلاف تصور، برخی رسانه‌ها در تقابل با امنیت عمومی و ملی نیستند، بلکه مکمل و مهم‌ترین عامل تقویت کننده امنیت عمومی و ملی به حساب می‌آیند (صادقیان ۱۳۸۹ و عظیمی، ۱۳۹۱) و همان‌طور که در چارچوب نظری مطرح شده و بسیاری از نظریه پردازان علوم ارتباطات از جمله کاستلز در نظریه شبکه‌های اجتماعی و جامعه شبکه‌ای از عنصر تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک سازه مهم در تنظیم مناسبات مابین کنشگران این فضا یاد می‌کنند. لذا این مطالعه نیز عنوان می‌کند که ویژگی‌های تعاملی بودن رسانه‌های اجتماعی، متغیر و مولفه مهم در ارتقاء امنیت عمومی می‌باشد و با پژوهش‌های قبلی از جمله یافته‌های حبیب زاده و بخشی (۱۳۹۵) ارتباط همسویی دارد برخی از نتایج پژوهش نامبردگان نشان می‌دهد که ارتباطات تعاملی کاربران اعم از ایجاد تعامل و گفتگوی دو سویه، مشارکت‌های اجتماعی فعالانه به منظور تبادل نظر و همکاری‌های دوجانبه با پلیس شاخص تاثیر گذاری در ارتقاء و توسعه امنیت عمومی است. به

## Archive of SID

طوری که یافته‌های آماری از جمله نتایج آزمون تای کندال b نشان می‌دهد که با خطای کمتر از ۰/۰۵ مابین ویژگی‌های تعاملی بودن رسانه‌های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین پلیس با بهره‌مندی از تعامل و گفتگوی دو و چند جانبه در خصوص موضوع‌های مرتبط با امنیت عمومی با کاربران عادی در ارتقاء امنیت عمومی نقش آفرینی می‌نمایند و با انعطاف‌پذیری و بهره‌مندی از امکانات محیطی رسانه‌های اجتماعی، تبادل اطلاعات برای پلیس سهل‌الوصول‌تر شده و اعتماد دو جانبه و متقابل مابین پلیس و کاربران و تعامل پلیس با صاحب‌نظران و گروه‌های تخصصی در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند در فرآیند توسعه و ارتقاء امنیت عمومی موثر و سازنده باشد که با یافته‌های پژوهش مظفری و کریمی (۱۳۹۴) تحت عنوان رسانه‌های نوین و امنیت اجتماعی همسو بوده و آنان عنوان می‌کنند که سطح امنیت اجتماعی در فضای رسانه‌های اجتماعی در سطح متوسط است و به نظر می‌رسد برای ارتقاء و توسعه امنیت بهره‌گیری از ظرفیت‌های این فضای نوین ضروری است، از سوی دیگر برخی از نتایج این تحقیق با یافته‌های پژوهش محمدی و همکاران (۱۳۹۶) تحت عنوان شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل در ایجاد بحران‌های اجتماعی ارتباط ناهم‌سویی دارد و در تقابل با امنیت عمومی است، آنان در تحقیق خود به این نتیجه رسیده‌اند. که شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل در ایجاد بحران‌های اجتماعی به میزان ۳۶/۶ درصد نقش مستقیم دارد و شبکه‌های اجتماعی مجازی را در شکل‌گیری و گسترش بحران‌ها و ناآرامی‌های اجتماعی عامل و مولفه مهمی می‌دانند و از رویکرد تهدید محوری رسانه‌های اجتماعی به امنیت عمومی پرداختند، در حالی پژوهش حاضر به رویکرد فرصت محوری و ابعاد مثبت و سازنده رسانه‌های اجتماعی در ارتقاء امنیت عمومی پرداخته است و در سطح بعدی پژوهش الگو سازی رفتارهای اجتماعی اعم از الگو گرفتن از رفتارها و هنجارهای اجتماعی که در این رسانه‌ها منعکس می‌شود در ارتقاء و توسعه امنیت عمومی نقش دارد و نتایج آماری این تحقیق بیانگر وجود رابطه معنادار و مثبت بین این دو مولفه است. همچنین بین ارتباطات دوسویه در رسانه‌های اجتماعی در ارتقاء امنیت عمومی شهر کرمانشاه رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد، با این تحلیل که کارشناسان و مدیران شرکت‌کننده در تحقیق الگوها و کنش‌های ارتباطی انسان-انسان (پلیس و کاربران رسانه‌های اجتماعی) را به عنوان

عامل محوری و موثر در ارتقاء امنیت عمومی می دانند و در این راستا معتقدند که الگوها و کنش های ارتباطی انسان- رایانه(به طور ویژه پلیس با رسانه) به منظور بهره مندی پلیس از قابلیت ها و ظرفیت های رسانه های اجتماعی در راستای اهداف و ماموریت های سازمانی صورت بگیرد می تواند در ارتقاء و توسعه امنیت عمومی موثر باشد و معتقدند که اگر مشارکت اجتماعی مابین کاربران و پلیس در رسانه های اجتماعی صورت بگیرد در ارتقاء و توسعه امنیت عمومی موثر واقع می گردد، همان طور که صادقی و همکاران(۱۳۹۱) در پژوهش خود مشارکت پذیری کاربران و بهره گیری موثر از این فضا را عامل مهمی در قدرت ملی عنوان می کنند و به این نتیجه رسیده اند که رشد روز افزون فناوری های نوین ارتباطی و فراگیری و قابلیت پوشش دهی آنها میزان تاثیر گذاری را بر جریان ها و تحولات افزایش داده و از بعد تهدید نیز فناوری های نوین را عامل کلیدی برای جنگ نرم عنوان می کنند. نتایج این مولفه نیز خاطر نشان می سازد که ایجاد فضای گفتگویی در رسانه های اجتماعی مابین پلیس و کاربران زمینه لازم برای مشارکت همه جانبه در این رسانه ها فراهم شده و عامل موثر و مهمی در ارتقاء امنیت عمومی می باشد. بنابراین کاربران با مشارکت اجتماعی و آزادی بیان و دیدگاه های خود در رسانه های اجتماعی و با احساس وابستگی و تعامل درون گروهی در تعامل و همسو با فعالیت های پلیس به نوعی قدرت بسیج کنندگی و هم افزایی را در رسانه های اجتماعی دنبال نموده و این عوامل می توانند در ارتقاء امنیت عمومی موثر باشند،

یافته های دیگر تحقیق نشان می دهد که در فضای رسانه های اجتماعی نوعی تسهیم اطلاعات (توزیع و انتشار) در بین کاربران ایجاد شده، به طوری که با اشتراک گذاری داده ها و اطلاعات در حوزه های عمومی مرتبط با امنیت عمومی آن هم با هزینه کم و به موقع مولفه موثر و مهمی در ارتقاء و توسعه امنیت عمومی می باشد و با انتشار حوادث و رویدادهای مهم استانی در رسانه ها به منظور اطلاع رسانی سریع به پلیس کمک موثری در پیشبرد اهداف اطلاعاتی می باشد.

در نهایت نتایج تحقیق نشان می دهد که علاوه بر مولفه های مطرح شده، شاخص نبود محدودیت زمانی و مکانی در رسانه های اجتماعی نیز به عنوان یک رویکرد فرصت ساز می تواند عامل موثر و مفیدی در ارتقاء امنیت عمومی در شهر کرمانشاه باشد به طوری که پلیس در بازه های زمانی مختلف می تواند از اخبار

## Archive of SID

و اطلاعات و محتوای تولید شده رسانه‌های اجتماعی در راستای پیشبرد اهداف اطلاعاتی و به منظور ارتقاء و توسعه امنیت عمومی بهره‌برداری نماید. علاوه بر این کارشناسان و مدیران درون و برون سازمانی عنوان می‌کنند که دسترسی به اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی در مکان‌های مختلف نیز عامل موثر و سازنده‌ای در ارتقاء امنیت عمومی می‌باشد، به عبارت دیگر رسانه‌های اجتماعی قدرت بسیج‌کنندگی کاربران در یک زمان خاص و در یک مکان در محیط واقعی یا در محیط‌های مجازی (کمپین مجازی) را دارند و این مولفه‌ها عوامل کلیدی و موثری در ارتقاء امنیت عمومی می‌باشد نتایج آماری تحقیق نشان می‌دهد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین نبود محدودیت‌های زمانی و مکانی در رسانه‌های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی شهر کرمانشاه رابطه معناداری وجود دارد.

### پیشنهاد‌های کاربردی

#### الف) ویژگی‌های تعاملی بودن رسانه‌های اجتماعی در ارتقاء امنیت عمومی

۱. پیشنهاد می‌شود که فرماندهی انتظامی استان کرمانشاه به ویژه پلیس اطلاعات و امنیت عمومی با تغییر سیاست‌های قبلی خود در استفاده از رسانه‌های اجتماعی، از تقابل محوری به سوی تعامل محوری در سطوح مختلف و متناسب با اهداف سازمانی حرکت کنند.
۲. توسعه و بهره‌مندی از ارتباطات تعاملی برون سازمانی (با رسانه‌های اجتماعی) با رویکرد مشارکت دوجانبه (پلیس و کاربران) به منظور ارتقاء امنیت عمومی در شهر کرمانشاه.
۳. ایجاد فضای محدودیت در بهره‌مندی از رسانه‌های اجتماعی یک خطر بالقوه است، بنابراین بهتر است پلیس با رفع موانع و محدودیت‌های سیاسی - امنیتی و طراحی ساختار تعاملی به منظور پیشبرد اهداف سازمانی (به ویژه ارتقاء امنیت عمومی) از طریق رسانه‌های اجتماعی اقدام نماید.
۴. لزوم تقویت زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری در سازمان ناجا و به ویژه در پلیس اطلاعات و امنیت عمومی فرماندهی انتظامی استان کرمانشاه به منظور تعامل و بهره‌مندی از امکانات رسانه‌های اجتماعی برای تقویت و ارتقاء امنیت عمومی امری ضروری است.

۵. ضرورت تعامل و ارتباط هرچه بیشتر مدیران و فرماندهان ف. انتظامی استان کرمانشاه با رسانه های اجتماعی از طریق تشکیل کمیته رسانه های اجتماعی در سازمانهای مربوط، برگزاری نشست های دوره ای به منظور گزارش فعالیت ها و اقدامات انجام گرفته و تبادل نظر با کارشناسان رسانه ای در زمینه راهکارهای ارتقاء امنیت عمومی در جامعه.

### ب) الگوسازی رفتارهای اجتماعی در رسانه های اجتماعی در ارتقاء امنیت عمومی

۱. همان گونه که رسانه های اجتماعی در ایجاد بحران ها و اجتماعات و حرکت های مردمی نقش مؤثری دارند، در پیشگیری از بحران های اجتماعی و امنیتی و اطلاع رسانی صحیح و سریع و تبدیل ناهنجاری ها به یک هنجار و ایجاد فضای مثبت و سالم نیز می تواند مؤثر باشند، بنابراین بهتر است پلیس و سایر سازمان های مرتبط در امر تامین امنیت عمومی از هنجارها و ارزش های اجتماعی که در رسانه های اجتماعی منعکس می گردد در راستای ارتقاء امنیت عمومی استفاده نماید و به تقویت این مولفه در فضای مجازی برای شهروندان اقدام نمایند.

۲. تدوین سیاست های اجتماعی، فرهنگی و رسانه ای از سوی اداره فرهنگ و ارشاد و صدا و سیما استان کرمانشاه با همکاری و تعامل معاونت اجتماعی فرماندهی انتظامی استان برای اشاعه و انتقال مهارت های اجتماعی که در رسانه های اجتماعی منعکس شده و ضرورت بهره مندی پلیس از این مهارت ها در راستای ارتقاء و مدیریت امنیت عمومی در جامعه؛

۳. بهره مندی پلیس های تخصصی فرماندهی انتظامی استان کرمانشاه از الگوها و مهارت های اجتماعی، ارتباطی که با رویکرد انتقادی و سازنده در رسانه های اجتماعی منعکس شده و در راستای تامین و ارتقاء امنیت عمومی می باشد.

۴. رسانه های اجتماعی یکی از ابزارهای ارتباطی نوین برای پیشگیری اجتماعی از جرم می باشد، با توجه به این که پیشگیری از جرم نیز در راستای حفظ نظم، امنیت و آرامش در جامعه صورت می گیرد، بنابراین بهره مندی پلیس از رسانه های اجتماعی بومی، محلی و حتی جهانی به منظور ارسال تصاویر افراد معتاد، بزهکار و انتشار بی نظمی و ناهنجاری های اجتماعی با رویکرد و سیاست پیشگیرانه و بازدارنده با هدف ارتقاء امنیت عمومی در جامعه ضروری است.

**پ) ارتباطات دوسویه در رسانه های اجتماعی در ارتقاء امنیت عمومی**

۱. پیشنهاد می گردد پلیس های تخصصی فرماندهی انتظامی استان کرمانشاه به منظور بهره مندی از رسانه های اجتماعی بهتر است با یکپارچه سازی بسیاری از امکاناتی که در رسانه های اجتماعی وجود دارد (یکپارچه سازی اطلاعات و داده های پایگاه های مختلف درون سازمانی و برون سازمانی) در راستای برقراری ارتباطات دو و چند جانبه مابین پلیس و کاربران به منظور ارتقاء و توسعه امنیت عمومی اقدام کنند.

۲. با توجه به این که در جامعه پلیس ارتباطات به صورت عمودی و از بالا به پایین می باشد بنابراین پلیس به منظور بهره مندی صحیح و اصولی از رسانه های اجتماعی باید از ارتباطات دوسویه افقی و شبکه ای (مابین پلیس و کاربران) در راستای ارتقاء امنیت عمومی بهره مند گردد.

۳. لزوم بهره مندی کارشناسان پلیس های تخصصی از جریان های دوسویه اطلاعات و ارتباطات در رسانه های اجتماعی در راستای پیشبرد اهداف سازمانی و به ویژه ارتقاء و توسعه امنیت عمومی استان کرمانشاه.

۴. توانایی بکارگیری ارزش ها و اصول فرهنگی و اجتماعی یک جامعه برای طراحی استراتژی های ارتباطی دو و چند جانبه مابین پلیس و کارشناسان به منظور ایجاد تعامل بین افراد مختلف جامعه با پلیس در راستای ارتقاء امنیت عمومی.

۵. ضرورت بهره مندی پلیس از ارتباطات دو طرفه، چند جانبه و تعاملی و مشارکتی در رسانه های اجتماعی به عنوان زیربنای توسعه اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی.

**ت) مشارکت های اجتماعی در رسانه های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی**

۱. پیشنهاد می شود که فرماندهی انتظامی استان کرمانشاه به ویژه پلیس اطلاعات و امنیت عمومی و دیگر سازمان های اطلاعاتی متولی تولید امنیت عمومی در استان کرمانشاه به جای سرمایه گذاری و برنامه ریزی برای مسدود و محدود کردن میزان دسترسی کارشناسان و خبرگان به رسانه های اجتماعی، نسبت به صرف هزینه و برنامه ریزی در جهت تولید محتوای متناسب با مسایل عمومی مرتبط با حقوق شهروندان و امنیت عمومی و با مشارکت و درگیر نمودن کاربران و با همکاری و هماهنگی دیگر سازمان های مرتبط در این امر در راستای تقویت





و ارتقاء امنیت عمومی اقدام نماید.

۲. ضرورت تشویق و ترغیب کارشناسان درون و برون سازمانی به راه اندازی مشارکت های درون گروهی و تیمی ( مابین خود کارشناسان و کاربران رسانه های اجتماعی) به منظور بهره مندی راهبردی از فضای مجازی رسانه های اجتماعی در راستای ارتقاء امنیت عمومی.

۳. تدوین استراتژی های ارتباطی مبتنی بر مشارکت جوامع محلی شهر کرمانشاه در فضای واقعی و مجازی به منظور ارتقاء امنیت عمومی از طریق بهره مندی از رسانه های اجتماعی.

۴. توسعه مشارکت اجتماعی کنشگران در رسانه های اجتماعی به منظور توانمندسازی پلیس و سازمان اطلاعاتی در تولید و باز تولید امنیت عمومی، توسعه و نقد فرآیندها و تصمیم گیری های سازمانی.

### ج) تسهیم اطلاعات در رسانه های اجتماعی در ارتقاء امنیت عمومی

۱. لزوم بهره مندی پلیس از رسانه های اجتماعی در قالب یکی از کنشگران فضای مجازی به منظور به اشتراک گذاری و تبادل اطلاعات پیشگیرانه و آگاه سازانه، تعامل با سایر کنشگران، شکل دادن به افکار عمومی مثبت و سازنده در جامعه به گونه ای که تداوم آن کنشگری در فضای مجازی در راستای ارتقاء امنیت عمومی صورت بگیرد.

۲. همان طور که رسانه های اجتماعی در جنبش های اجتماعی برای آموزش، سازماندهی، اشتراک فرآورده های فرهنگی، ارتباط، ایجاد همبستگی و مانند آنها مورد استفاده قرار می گیرند بنابراین ضروری است پلیس و کارشناسان درون سازمانی نیز از قابلیت های رسانه های اجتماعی برای پیشبرد برنامه ها و اهداف سازمانی، دفاع از ارزشها و . . . استفاده نمایند.

۳. تدوین استراتژی و خط و مشی های مناسب سازمانی در راستای فرآهم آوری زیرساخت های تکنولوژی (رسانه اجتماعی بومی پلیس) به منظور تسهیم و اشتراک دانش مابین کنشگران در راستای توسعه و ارتقاء امنیت عمومی (بر اساس نتایج این پژوهش).

## Archive of SID

### ج) نبود محدودیت زمانی و مکانی در رسانه‌های اجتماعی و ارتقاء امنیت عمومی

۱. با توجه به اینکه رسانه‌های اجتماعی از دسترسی پذیری بسیار بالایی برخوردارند بنابراین ضروری است پلیس و سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی نیز در صورت امکان و قابلیت سازمانی از ویژگی دسترسی پذیری (نبود محدودیت زمانی) رسانه‌های اجتماعی به منظور تعامل اجتماعی و اشتراک اطلاعات، دانش و دیدگاه‌های خود در راستای توسعه و ارتقاء امنیت عمومی استفاده نماید.

۲. با توجه به اینکه نبود محدودیت مکانی در استفاده و بهره‌مندی از رسانه‌های اجتماعی به عنوان یکی از کارکردهای این رسانه‌های اجتماعی تلقی می‌شود و این رویکرد زمینه تعامل و مشارکت حداکثری کاربران را در نقاط مختلف فراهم می‌آورد، بنابراین ضروری است در صورت امکان پلیس نیز از رسانه‌های مزبور در خارج محدوده‌ها و فضای جغرافیایی به منظور جمع‌آوری اطلاعات و ارتقاء امنیت عمومی استفاده نماید.

**پیشنهاد اجرایی (قابل اجرا در سطح استان کرمانشاه):** تشکیل اتاق‌های فکر راهبردی متشکل از نخبگان فضای مجازی و نخبگان و خبرگان پلیس به منظور راه‌اندازی رسانه‌های اجتماعی بومی و هم‌سو با فعالیت‌های پلیس و جلب مشارکت اجتماعی کاربران سایر رسانه‌های اجتماعی در راستای مدرسانی به پلیس و با محوریت ارتقاء امنیت عمومی شهروندان استان کرمانشاه.

**پیشنهاد راهبردی:** با توجه به اینکه رسانه‌های اجتماعی جامعه را با یک چرخش پارادایمی بسیار متفاوت با گذشته روبه‌رو می‌کند راهبرد رفع محدودیت سیاسی - امنیتی در استفاده از رسانه‌های اجتماعی عقلایی به نظر می‌رسد بنابراین در سیاست‌گذاری‌های امنیتی و استراتژیک به منظور بهره‌مندی از رسانه‌های اجتماعی نوعی راهبرد منعطف برگرفته از گفتگو و تعامل و اعتماد و مشارکت و داد و ستد با کنشگران این رسانه‌ها است، اتخاذ شود.

- افتاده، جواد (۱۳۸۸) نقش رسانه‌های اجتماعی در توسعه مشارکت اجتماعی. ارائه شده در نشست شبکه‌های اجتماعی فرصت‌ها و تهدیدها. تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- ۱۵۷ افتاده، جواد (۱۳۸۹) رسانه‌های اجتماعی و کتاب: بازگشت عموم و باز نشر کتاب. فصلنامه کتاب مهر. شماره اول. صص ۳۴-۴۷.
- افتاده، جواد (۱۳۹۱) تفاوت بین رسانه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی نشریه کتاب ماه علوم اجتماعی. شماره ۵۶. ویژه نامه "شبکه‌های اجتماعی". شماره آبان سال ۱۳۹۱. صص ۶۷-۷۲
- افتخاری، اصغر (۱۳۸۲) امنیت در نظام بین الملل جدید؛ سناریوها و مسایل، فصلنامه مطالعات راهبردی، شماره ۲۲، صص ۸۹۴-۸۷۳.
- آقایی، داود، صادقی، سعید و هادی، داریوش (۱۳۹۱). واکاوی نقش اینترنت و رسانه‌های اجتماعی جدید در تحولات منطقه خاورمیانه و شمال افریقا(اطلاع رسانی، سازماندهی و گسترش تحولات)، فصلنامه روابط خارجی، ۲(۴): ۳۴-۳۷.
- امیری، نجات و اصحاب حبیب زاده (۱۳۹۵) تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس مدل SWOT، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال پنجم، شماره هفدهم، صص ۷-۳۵.
- انصاری، مسعود (۱۳۹۱) بررسی علل و عوامل مرتبط با استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی دانشجویان کاربر فیس بوک)، پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی.
- بل، دیوید (۱۳۸۹) درآمدی بر فرهنگ‌های سایبر. ترجمه مسعود کوثری و حسین حسینی. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- بیات، محمدکریم؛ منوچهری، روح‌الله. (۱۳۹۴)، نقش رسانه‌های اجتماعی در سبک زندگی اعضای کتابخانه‌های عمومی با تحلیل "سوات" (مطالعه موردی: شهر شیراز)، مطالعات رسانه‌های نوین، سال اول، شماره ۳.
- بیات، محمدکریم؛ منوچهری، روح‌الله. (۱۳۹۵)، نگرش گردشگران به نقش رسانه‌های اجتماعی در فرآیند برنامه ریزی سفر، مطالعات رسانه‌های نوین، سال دوم، شماره ۸، ۲۰۳-۲۳۸.

## Archive of SID

- بیجرانلو، عبدالله؛ طالیبیان، حامد؛ زند وکیلی، سارا. (۱۳۹۴)، بازنمایی حریم خصوصی در رسانه‌های اجتماعی: مردم‌نگاری کاربران ایرانی فیس‌بوک، مطالعات رسانه‌های نوین، سال اول، شماره ۱.
- پرگیر، هادی (۱۳۸۱) رسانه‌های گروهی: عامل بازدارنده یا تشدید کننده جرم، ماهنامه اصلاح و تربیت، سال اول، شماره‌های ۱۱ و ۱۲، صص ۸-۱۰.
- پورنقدی، بهزاد (۱۳۹۱) آسیب‌شناسی کاربرد اینترنت و تهدیدات فضای مجازی، فصلنامه علمی تخصصی دانش انتظامی سمنان، شماره ۳، دوره دوم، صص ۷۷-۵۵.
- حبیب‌زاده ملک، اصحاب، افخمی، حسین، نادرپور، محمدرضا، بهریر، سروش (۱۳۸۸) بررسی نقش دوگانه رسانه‌های جمعی در پیشگیری و وقوع جرایم، فصلنامه انتظام اجتماعی، دوره ۱، شماره ۲، صص ۱۰۳-۱۳۷.
- حبیب‌زاده، اصحاب و بخشی، روح‌اله (۱۳۹۵)، شبکه‌های اجتماعی مجازی و امنیت عمومی، فصلنامه پژوهش‌های دانش انتظامی، سال هجدهم، زمستان ۱۳۹۵، صص ۱-۳۴.
- خانیکی هادی و محمود بابائی (۱۳۹۰). فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی (مفهوم و سازوکارها)، فصلنامه مطالعات جامعه‌اطلاعاتی، دوره اول، شماره ۱، صص ۷۱-۹۶.
- خلقتی، مرضیه (۱۳۹۰) شبکه‌های اجتماعی: پیدایش و تحولات. فصلنامه کتاب مهر. زمستان ۱۳۸۹. شماره اول. صص ۱۰-۲۰.
- دارابی، علی (۱۳۸۸) بنیان‌های نظری رفتار انتخاباتی شهروندان در جمهوری اسلامی ایران. پژوهش‌های ارتباطی. سال شانزدهم. شماره ۱ (پیاپی ۵۷). صص ۹-۳۷.
- دوران، بهزاد (۱۳۸۱) تأثیر فضای سایبر بر هویت اجتماعی. پایان‌نامه دکتری، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی.
- رسولی، محمدرضا و مردای، مریم (۱۳۹۱) عوامل مؤثر بر تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی، نشریه کتاب ماه علوم اجتماعی. شماره ۵۶. ویژه‌نامه "شبکه‌های اجتماعی". شماره آبان سال ۱۳۹۱. صص ۵۷-۶۶.
- زارعی، عاطفه و محمدکریم بیات (۱۳۹۴). کارایی رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی: مطالعه موردی دانشگاه‌های دولتی تهران، فصلنامه تحلیلی پژوهشی کتاب مهر، شماره‌های ۱۷ و ۱۸، صص ۹۸-۱۲۱.



- زیویار، فرزاد و شهیر، احسان (۱۳۹۴) احساس امنیت کاربران ایرانی در شبکه های اجتماعی، فصلنامه رسانه و فرهنگ، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال پنجم، شماره اول، صص ۷۷-۵۵.
- شامانی، اسمعیل، مهدی واحدی، داریوش نوروزی (۱۳۹۵). رابطه استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی با هویت جوانان شهر تهران، فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان درمانی، سال هفتم، شماره ۲۲، صص ۱۶۳-۱۸۲.
- شهابی، سیاوش (۱۳۸۹) ضرورت انقلاب و نقش شبکه های اجتماعی. سایت خود نوشت: [www.khodnevis.org](http://www.khodnevis.org)
- شیخ، رضا؛ شامیاتی، هانیه. (۱۳۹۴)، تحلیل محتوای شبکه های اجتماعی مجازی با رویکرد تنوگرافی بر اساس اطلاعات ناقص، مطالعات رسانه های نوین، سال اول، شماره ۴
- صادقی، علی، میر شکاران، یحیی و صادقی، مصطفی (۱۳۹۴)، فضای مجازی، امنیت و تهدید در عصر اطلاعات، فصلنامه دانش انتظامی استان فارس، شماره ۷، دوره دوم، صص ۱۳۹-۱۲۳.
- صادقیان، سید جلال (۱۳۸۸) بررسی نقش کارکردی رسانه ها در امنیت ملی و عمومی، فصلنامه دانش انتظامی، سال دوازدهم، شماره اول (مسلسل ۴۶) صص ۱۶۵ - ۱۸۹.
- صادقیان، سید جلال (۱۳۸۹۸) بررسی نقش کارکردی رسانه ها در امنیت ملی و عمومی، فصلنامه دانش انتظامی، سال دوازدهم، شماره اول، صص ۱۹۰-۱۶۵.
- صبار، شاهو؛ هیان، دوان. (۱۳۹۴)، عوامل مرتبط با میزان اعتماد مخاطبان به رسانه های نوین و سنتی (نگاهی به نوع رسانه، محتوای پیام و ویژگی های مخاطب، مطالعات رسانه های نوین، سال اول، شماره ۴.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۹). «دو جهانی شدن و ارتباطات بین تمدنی: تحلیل روشمند ارتباط فرهنگی در جهان». فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۳ (۹): ۱-۳۷
- عباسی قادی، مجتبی؛ خلیلی کاشانی، مرتضی (۱۳۹۰). تأثیر اینترنت بر هویت ملی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- عباسی، پوریا (۱۳۸۹) پلیس، امنیت و دنیای مجازی، فصلنامه علمی تخصصی دانش انتظامی کرمانشاه، سال اول، پیش شماره اول، صص ۱۹-۵.

## Archive of SID

■ عدلی پور صمد، سید احمد میرمحمدتبار و بهجت یزدخواستی (۱۳۹۴). تحلیل ثانویه تحقیقات موجود درباره شبکه اجتماعی فیس بوک، جوانان ایرانی و نظم جامعه، دوفصلنامه علمی - پژوهشی دین و ارتباطات، سال بیستم و دوم، شماره دوم (پیاپی ۴۸) صص ۸۷-۱۱۶.

■ عظیمی، حسین آقاجانلو، نرگس و فاطمه نجفی (۱۳۹۱) تأثیر رسانه های جمعی بر ایجاد امنیت، فصلنامه دانش انتظامی زنجان، سال اول، شماره چهارم، صص ۱۱۷-۱۴۱.

■ عظیمی، حسین آقاجانلو، نرگس و فاطمه نجفی (۱۳۹۱) تأثیر رسانه های جمعی بر ایجاد امنیت، فصلنامه دانش انتظامی زنجان - سال اول - شماره چهارم، صص ۱۴۱-۱۱۷.

■ فرهنگی، علی اکبر (۱۳۸۰) ارتباطات انسانی. ج. ۱. تهران: دفتر خدمات فرهنگی رسا.

■ محمدی، ایوب، یآوری، امیر حسین و جوانمرد، محمد (۱۳۹۶) نقش شبکه های اجتماعی مبتنی بر موبایل در ایجاد بحران های اجتماعی، فصلنامه دانش انتظامی شماره ۷۴، بهار ۹۶، صص ۲۴-۱.

■ محمدی، مصطفی؛ میرتقیان رودسری، سیدمحمد. (۱۳۹۵). نقش رسانه های اجتماعی در صنعت گردشگری در شهرستان رامسر، طرح تحقیقاتی داخلی انتشار نیافته، گروه گردشگری، دانشکده میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (علوم اجتماعی)، دانشگاه مازندران.

■ مظفری، فاروق امین و کریمی، فریدون (۱۳۹۴) بررسی رابطه بین رسانه های نوین و امنیت اجتماعی، فصلنامه دانش انتظامی، سال هفدهم، شماره اول، صص ۶۵-۴۱.

■ مهر علی، حمید رضا (۱۳۸۵) توسعه ارتباطات جمعی و امنیت ملی. فصلنامه دانش انتظامی، سال هفتم، شماره اول، صص ۷۲-۳۶.

■ هزار جریبی، جعفر و کشوری، مصطفی (۱۳۹۳). بررسی میزان احساس امنیت اجتماعی و عوامل موثر بر آن، فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، دوره ۵، شماره ۲۰، صص ۴۱-۱.

■ Amaro, S. , Duarte, P. , and Henriques, C. (2016). Travelers' Use of Social Media: A clustering Approach, Annals of Tourism Research, No. 15-1 :59.

- Benedikt, Michael (1991). *Cyberspace: First Steps*, MIT press, Cambridge, Mass
- Brier, Søren (2010) *Cybersemiotics and the question of knowledge*. In: *Information and Computation*. Gordana Dodig-Crnkovic & Mark Burgin (eds). World Scientific Publishing Co.
- Cabiddu, F., De Carlo, M. and Piccoli, G. (2014). *Social media affordances: Enabling customer engagement*, *Annals of Tourism Research*, No. 192-175 :48.
- Cachia, R. R. Compao et al. (2007). "Grasping the Potential of Online Social Networks for Foresight", *Technological Forecasting and social change* 1203-1179 :(8) 74
- Castells, Manuel (1996). *Toward a Sociology of the Network society*, UK: Oxford.
- Castells, Manuel (2004). "Informationalism, Networks and the Network Society: A Theoretical Blueprint", Text published in the *Network society: a cross-cultural perspective*, Northampton: Edward Elgar.
- Castells, Manuel (2009) *Communication Power*. Oxford University Press. Crosbie, V. (2002). *What is New Media?* <http://www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc> (accessed Jan.
- Castells, Manuel (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Fiander, David J. (2012). 'Social Media for Academic Libraries', *FIMS Library and Information Science Publications*, 27. Retrieved from <http://ir.lib.uwo.ca/fimspub/27>.
- Folsom, Thomas C. (2007) *Defining Cyberspace (Finding Real Virtue in the Place of Virtual Reality)* (2006). *Tulane Journal of Technology & Intellectual Property*, Vol. 9, p. 75

- Fotis, J. , Buhalis, D. and Rossides, N. (2012). Social Media Use and Impact during the Holiday Travel Planning Process, Information and Communication technologies in Tourism, Vienna: Springer.
- Freeman, Linton. 2006. The Development of Social Network Analysis. Vancouver:
- Haney, William S. (2006) Cyberculture, Cyborgs and Science Fiction: Consciousness and the Posthuman. The Netherlands: Rodopi B. V.
- Hays, S. , Page, S. J. and Buhalis, D. (2013). Social Media as a Destination Marketing Tool: Its Use By National Tourism Organizations, Current Issues in Tourism, 239-211 :(3)16.
- Kaplan, A. M. and Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media, Business Horizon, 68-59 :(1)53.
- Kaplan, A. M. , & Haenlein, M. (2009). Consumers, companies ,and virtual social worlds: A qualitative analysis of Second Life.
- Lippman, Walter(1943) Us Foreign Policy: Shield of Republic, Boston, Little Brown Andco
- Ngai, E. W. , Moon, K. L. K. , Lam, S. S. , Chin, E. S. and Tao, S. S. (2015). Social Media Models, Technologies, and Applications: an Academic Review and Case Study, Industrial Management & Data Systems,802-769 :(5)115.
- Oz, M. (2015). Social Media Utilization of Tourists for Travel-Related Purposes, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 21-1 :(5)27.
- -Pempek, T. et al. (2009), “College students’ social networking experiences on Facebook”, Journal of Applied Developmental Psychology, 30, pp. 238 °227.



- Pempek, Tiffany A. , Yermolayeva, Yevdokiya A. Calvert, Sandra L. (2009), “College Students’ Social Networking Experiences on Facebook”, *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30:pp 238-227.
- Rogers, Curtis R. (2009). ‘Social Media, Libraries, and Web 2.0: How American Libraries are Using New Tools for Public Relations and to Attract New Users, GERMAN LIBRARY ASSOCIATION ANNUAL CONFERENCE.
- Rudez, H. N. and Vodeb, K. (2015). Students’ Use of Social Media during the Travel Process, *Tourism and Hospitality Management*, 190-179:(2)21.
- Suler, John(2004) *The Psychology of Cyberspace*. <http://truecenterpoint.com/ce/index.html>
- Wasserman, Herman (2007). “Is a new world wide web possible? An explorative comparison of the use of ICTs by two South African social movements”. *African Studies Review* , –109:(1)0 131.
- Wasserman, Stanley, and Katherine Faust. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*
- Wellman, B. (1988) “The Community Question Re-evaluated,” Pp. 107-81 in *Power, Community and the City*, M. P. Smith (ed. ), New Brunswick, NJ: Transaction Books.