

فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات امنیت اجتماعی، شماره ۵۷، بهار ۹۸

تحلیل جامعه‌شناختی تاثیر میزان استفاده از فضای مجازی بر احساس امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: شهر ایلام)

علی عنبری^۱، علی حسین حسین زاده^۲، منصور حقیقتیان^۳

از صفحه ۲۷۵ تا ۳۱۱

تاریخ دریافت: ۹۷/۹/۲۹

تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۱/۳۰

چکیده

زمینه و هدف: امروزه گسترش میزان استفاده از فضای مجازی و سرعت انتشار اخبار جرائم و ناامنی، فعالیت‌های روزمره انسان‌ها را در دنیای واقعی تحت تاثیر قرار داده به نحوی که با تهدید مولفه‌های امنیت اجتماعی به کاهش احساس امنیت شهروندان منجر شده است. پژوهش حاضر با استفاده از تئوری‌ها و نظریه‌های مرتبط با موضوع در حوزه‌های امنیت اجتماعی و رسانه‌های ارتباطی نوین، ضمن تدوین و ارائه فرضیاتی به دنبال پاسخگویی به این سوال است که آیا استفاده از فضای غیر حقیقی و اینترنت که از لوازم جهانی شدن است باعث تضعیف احساس امنیت اجتماعی می‌شود. روش: اطلاعات پژوهش با روش پیمایشی و از نمونه‌ای به حجم ۳۸۴ نفر که از طریق فرمول نمونه‌گیری کرجسی و مورگان تعیین شده به دست آمده است. جامعه آماری شامل کلیه افراد ۱۶ سال به بالای شهرستان ایلام می‌باشد که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شده و اطلاعات گردآوری شده به کمک نرم افزارهای متناسب مورد تجزیه و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

یافته‌ها: یافته‌های تحقیق علاوه بر تایید روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته حاکی از آن است که اثر متغیر میزان استفاده از فضای مجازی بر احساس امنیت اجتماعی معادل (۰/۴۲) است. ضمن این که آزمون متغیرهای میانجی تحقیق نیز نشانگر وجود یک رابطه غیر مستقیم بین فضای مجازی و احساس امنیت اجتماعی با میانجی‌گری اعتماد و وفاق اجتماعی بود.

کلید واژه‌ها: احساس امنیت اجتماعی، فضای مجازی، نوع استفاده از فضای مجازی، اعتماد اجتماعی، وفاق اجتماعی.

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، اصفهان، ایران. a.anbari25@yahoo.com

۲. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه شهید چمران اهواز، ایران، نویسنده مسئول. alihos81@yahoo.com

۳. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، اصفهان، ایران. mansour_haghighatian@yahoo.com



مقدمه و بیان مسئله

امنیت از مقوله‌ها و نیازهای اساسی انسان است که با زوال آن آرامش خاطر انسان مختل شده و نگرانی و اضطراب جای آن را می‌گیرد. مازلو در نظریه سلسله مراتبی نیازهایش، احساس امنیت را بلافاصله بعد از ارضای نیازهای اولیه انسانی مطرح می‌کند. از این لحاظ هر جامعه‌ای می‌بایست در جهت برخورداری از فرصت‌ها و منابع اجتماعی و فرهنگی به تامین امنیت بپردازد. تا به موازات آن، نرخ جرم و جنایت و آسیب‌های اجتماعی در جامعه کاهش یابد (زارع شاه آبادی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۳۴). با رشد و توسعه شهرنشینی و گسترش کلان‌شهرها و پیچیده‌تر شدن روابط اجتماعی شهروندان در شهرها، مفهوم امنیت از حالت اولیه و جنبه‌های فیزیکی محسوس خارج شده و ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را در بر گرفته است؛ رشد و گسترش ناامنی در شهرها با مطرح شدن پیچیدگی فن آوری و تقسیم کار اجتماعی بیش از توسعه فیزیکی شهرها بوده و این امر احساس امنیت و آسایش و رفاه شهروندان را مورد تهدید قرار داده است (بهیان و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۳).

اکثر صاحب نظران برآنند که امنیت مفهومی بیرونی و عینی است و احساس امنیت مفهومی درونی و ذهنی. امنیت یعنی فقدان عوامل تهدیدکننده فرد و احساس امنیت به معنای عدم احساس ناامنی است. در این زمینه می‌توان خاطر نشان نمود که احساس امنیت می‌تواند با امنیت واقعی تناسب داشته باشد یا تناسب نداشته باشد؛ یعنی در شرایطی که امنیت عینی وجود ندارد، فرد احساس امنیت داشته باشد یا اینکه عوامل ایجاد کننده امنیت واقعاً وجود داشته اما فرد احساس امنیت نداشته باشد (حاتمی، ۱۳۹۴: ۱۰۴).

با توجه به چند وجهی بودن امنیت می‌توان گفت که رشد آن با مفاهیمی چون قدرت، امکانات، تهدیدات و آسیب‌ها همگام و همراه بوده است. با وجود تعاریف متعددی که در این حوزه ارائه گردیده، اما در مجموع این تعاریف، وضعیتی متصور است که در آن احساس آزادی از ترس و ایمنی نسبت به جان و مال وجود داشته باشد و چنین به نظر می‌رسد واژه امنیت با تعریف مفهوم مخالف یعنی ناامنی و بیان شاخص‌های مرتبط، بهتر باز تعریف می‌گردد. به بیان دیگر امنیت در معنای عینی آن یعنی فقدان تهدید نسبت به ارزش‌های کسب شده و در معنای ذهنی یعنی فقدان هراس از اینکه ارزش‌های مزبور مورد حمله قرار گیرد (نیومن، ۲۰۰۹: ۴).



در جوامع امروزی، عوامل متعددی احساس امنیت اجتماعی را به خطر انداخته اند که از جمله آنها می توان به جهانی شدن اشاره کرد. اینترنت به عنوان یکی از مظاهر عمده جهانی شدن در عصر حاضر با تاثیرگذاری مستقیم و غیر مستقیم بر روی هنجارها، ارزش ها، فرهنگ و هویت اجتماعی می تواند عامل خطری برای ابعاد مختلف امنیت اجتماعی باشد. اینترنت در واقع مکان بی مکان است؛ جایی که انسان ها به راحتی می توانند با یکدیگر ارتباط برقرار نمایند، قرارداد ببندند، گروه های خود را بسازند، پیام بفرستند یا چیزی را معرفی کنند. در این مکان مرزهای جغرافیایی هیچ معنا و مفهومی ندارند و به همین سبب دشواری ها و مشکلات منطقی زمان و مکان از میان برداشته شده است. همه چیز در تحرک است و همواره این تحرک شتابی بیشتر می یابد (اخگری، ۱۳۸۸: ۴۲).

از سوی دیگر رشد کاربران اینترنت و شبکه های اجتماعی اینترنتی، پیدایش سبک جدیدی از زندگی به نام سبک زندگی جوامع مجازی را در بین جوانان در پی داشته است. این شیوه زندگی که در آمیخته با شبکه های اجتماعی مجازی است، سبک جدیدی از زندگی بوده که همه فعالیت های روزمره انسان ها در دنیای واقعی و دنیای مجازی تحت تاثیر قرار می دهد. به طوری که، هیلبرمن معتقد است که امروزه بسیاری از جوانان به فعالیت های اجتماعی شبکه ای اشتغال دارند و برای ساختن سبک زندگی خود از روابط و مناسبات اینترنتی استفاده می کنند. فعالیت در شبکه های اجتماعی در برگیرنده همه ابعاد زندگی است (هلیبرمن، ۲۰۰۹: ۱۵۳).

همچنین نتیجه نظرخواهی مرکز افکار سنجی ایرانیان (ایسپا) مبین آن است که ۸۱ درصد ایرانیان به گونه ای احساس ناامنی می کنند. (کلاهیچیان، ۱۳۸۴: ۱۵۴). در عین حال بر اساس آمار ارائه شده از سوی پایگاه اینترنتی «داده ها و آمار اینترنت» که در آمریکا مستقر است از جمعیت حدوداً ۷ میلیاردی جهان تقریباً ۲ میلیارد نفر، از اینترنت استفاده می کنند. بر اساس گزارش همین پایگاه، ایران با داشتن ۳۳ میلیون و ۲۰۰ هزار کاربر معادل ۴۳ درصد ۷۷ میلیونی خود مقام سیزدهم را در جهان داراست. بدین ترتیب بیش از نیمی از کاربران اینترنت خاورمیانه به کشور ایران اختصاص دارد. از این رو ایران پرکاربرترین کشور خاورمیانه است. در صورتی که توجهی به این پدیده به جای بهره گیری از آن، با تهدیدهای ناشی از آن مواجه خواهیم شد که ممکن است در نهایت شاهد زوال احساس امنیت در جامعه خود

باشیم و از آنجایی که شهر مورد مطالعه دارای بافت جمعیتی جوانی می باشد و جوانان تاثیرپذیری و دسترسی بیشتری به فضای مجازی و اینترنت داشته و به عنوان گروه های پیش گام جامعه تاثیرگذاری بیشتری بر جامعه دارند. با عنایت به آنچه بیان شد مطالعه میزان و چگونگی تاثیرگذاری این رسانه بر احساس امنیت اجتماعی شهروندان امری مهم و ضروری قلمداد می شود.

بر این اساس با عنایت به اینکه احساس امنیت یکی از نیازهای ضروری بشر محسوب شده و ارتباطات و اطلاعات یکی از لوازم مهم آن است، به نظر می رسد برابر برخی رویکردها، جهانی شدن به طور عام و جهانی شدن فرهنگی از عوامل اصلی است که امروزه امنیت اجتماعی را به مخاطره انداخته است. بنابراین ما به دنبال پاسخگویی به این سوال هستیم که آیا استفاده از فضای غیر حقیقی و اینترنت که از لوازم جهانی شدن است باعث تضعیف احساس امنیت اجتماعی لااقل در حوزه مورد مطالعه می شود.

پیشینه تجربی تحقیق

در زمینه موضوع مورد مطالعه در داخل و خارج از کشور مطالعاتی صورت گرفته است که در ادامه به برخی از مهم ترین این مطالعات خواهیم پرداخت:

مطالعات داخلی:

- احمد بخشایش و غلامرضا ندری (۱۳۹۷) در مطالعه ای با عنوان بررسی تاثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر امنیت اجتماعی ج. ا. ایران با رویکرد سیاست گذاری به نتایج زیر دست یافته اند: فضای مجازی ماهیت دو وجهی دارد. یعنی در عین حال که ابزاری موثر در جهت ایجاد همنوایی هویتی، تقویت هویت ملی، ترویج فرهنگ و ارزشهای اسلامی - ایرانی، تقویت ساخت های قدرت جامعه نظیر حاکمیت و گروه های اجتماعی، تقویت مولفه های سرمایه اجتماعی، اقناع سازی و پذیرش باورها و ارزش ها، کمک به جامعه پذیری و انتقال میراث فرهنگی و تقویت همبستگی اجتماعی هستند، به دلیل نبود زیرساخت های لازم سخت افزاری و نرم افزاری و فقدان سیاست گذاری منسجم و هدفمند، باعث به هم ریختن نظم هویتی، تغییر نظام فکری و اندیشه ای کاربران، مشروعیت زدایی از اعتقادات و باورها، رواج الگوهای جدید و متعارض با ارزش ها و هنجارهای مسلط (تضعیف



اعتقادات، ارزش‌ها و باورهای ملی)، تغییر در پوشش مردم، فروپاشی روابط نهادینه اجتماعی (تغییر شیوه و سبک زندگی)، تغییر زبان ملی و تضعیف انسجام و تجانس اجتماعی گردیده و هم‌اکنون به یکی از ابزارهای مهم تهدید امنیت اجتماعی جمهوری اسلامی ایران تبدیل شده‌اند. ضمن این که ادامه این روند تغییر در بنیان‌های اساسی تولید و حفظ نظم و امنیت اجتماعی را نیز به دنبال دارد.

- ابراهیم انصاری و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای با عنوان تحلیل جامعه‌شناختی تاثیر استفاده از فضای مجازی بر فرهنگ شفاهی (مورد مطالعه: شهر اصفهان) به نتایج زیر دست یافته‌اند: کیفیت و کمیت استفاده از فضای مجازی بر فرهنگ شفاهی خانواده تاثیر مستقیم و معکوس دارد؛ به طوری که با افزایش استفاده از فضای مجازی، کمیت و کیفیت ارتباط شفاهی ناشی از ارتباط افراد در دنیای واقعی و ارتباطات رودر رو کاهش می‌یابد.

- عبدالحسین کلاتری و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای دیگر با عنوان بررسی ارتباط بین استفاده از رسانه‌های جمعی جهانی و احساس امنیت اجتماعی در شهر کرمانشاه نتایجی به شرح زیر به دست آورده‌اند: نتایج تحقیق حاکی از آن است که بین استفاده از ماهواره، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی با احساس امنیت اجتماعی ارتباط معنی دار منفی وجود دارد. به طور کلی تاثیر منفی استفاده از رسانه‌های جمعی جهانی بر احساس امنیت اجتماعی جدی و معنی دار است که از این سه مورد تاثیر ماهواره بیشتر بوده است.

- امیر خالد رستگار و فاطمه محمدیان (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «استفاده از اینترنت و احساس امنیت اجتماعی (مورد مطالعه دانشگاه شهید باهنر کرمان)» چنین نتیجه گرفته‌اند که هرچه میزان و سابقه استفاده از اینترنت بیشتر شود، احساس امنیت اجتماعی کاهش پیدا می‌کند و از سوی دیگر کسانی که از سایت‌های فیلتر شده استفاده می‌کنند، احساس امنیت اجتماعی پایین تری نسبت به بقیه دارند.

- جلیل عزیزی و هابیل حیدر خانی (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای دیگر با عنوان بررسی رابطه اینترنت و احساس امنیت اجتماعی در میان جوانان (نمونه مورد بررسی: جوانان شهر کرمانشاه) با طرح این سوال اصلی که آیا استفاده از اینترنت بر احساس امنیت جوانان تاثیر گذار است؟ چنین نتیجه گرفته‌اند که بین دو متغیر رابطه معنی دار منفی وجود دارد بدین معنی که با افزایش استفاده از رسانه‌های گروهی از میزان



احساس امنیت اجتماعی پاسخگویان کاسته می شد.

- بیژن خواجه نوری و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان «مطالعه رابطه بین مصرف رسانه ای و احساس امنیت اجتماعی» در دانشگاه شیراز که به روش پیمایشی صورت گرفته است چنین نتیجه گرفته اند که استفاده از تلویزیون داخلی و رادیو داخلی بیشترین تأثیر را بر احساس امنیت داشته است. در مراتب بعدی تأثیر تعاملی استفاده از اینترنت و بلوتوث، تلویزیون خارجی و بلوتوث، تلویزیون خارجی و موبایل، اینترنت و موبایل، تلویزیون خارجی و اینترنت قرار دارد. تحلیل رگرسیون چند متغیره حاکی است که از میان متغیرهای وارد شده، متغیرهای نوع مسکن، سن، رسانه و تحصیلات در مجموع ۳۸ درصد از متغیر وابسته را تبیین می کنند.

مطالعات خارجی

- چونگ و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهشی تحت عنوان شبکه های اجتماعی آنلاین: چرا دانش آموزان از فیس بوک استفاده می کنند؟ در پی شناسایی عوامل سوق دهنده دانش آموزان هنگ کنگ به شبکه های اجتماعی بوده اند. روش انجام پژوهش، پیمایش بوده و داده ها نیز از طریق پرسشنامه آنلاین جمع آوری شده اند. در نهایت، ۱۸۲ دانش آموز عضو فیس بوک به تکمیل پرسشنامه ها پرداخته اند که ۶۸ درصد از آنها زن و ۳۲ درصد نیز مرد بوده اند. هم چنین ۷۵ درصد از افراد در فاصله سنی ۱۹ تا ۲۳ سال قرار داشته اند. نتایج نشان داده که مهم ترین عامل تاثیرگذار بر حضور در شبکه های اجتماعی، انگیزه حضور اجتماعی^۱ بوده است.

- پانیک (۲۰۰۹) در مقاله ای با عنوان «امنیت اجتماعی، امنیت و هویت» که در دانشگاه بلگراد انجام داده است، به ارائه مفهوم امنیت بر اساس رویکرد مکتب کپنهاک و نقد آن پرداخته است. در این مقاله همسو با مکتب کپنهاک یک مفهوم گسترده تری از امنیت در نظر دارد (نظامی، سیاسی، اقتصادی، محیطی و اجتماعی). ضمن اینکه به مفهوم هویت نیز توجه اساسی دارد.

- اردونمز (۲۰۰۹) در بررسی تأثیر رسانه ها بر احساس ناامنی شهروندان در ترکیه نشان داد که از میان متغیرهای جمعیتی، تنها جنسیت و از میان متغیرهای رسانه های، تنها تماشای برنامه های جنایی تلویزیون و اخبار اینترنت با احساس ناامنی رابطه دارد.

1. social presence



۲۸۱

- موسسه مطالعاتی پو^۱ (۲۰۰۷) در پروژه ای با عنوان زندگی آمریکایی و اینترنتی به نتایج زیر رسیده اند: ۶۶ درصد از نوجوانان پروفایل شخصی شان در اینترنت را از نظر میزان دسترسی محدود می کنند. بر اساس برآورد این تحقیق، ۸۲ درصد نوجوانان، نام کوچک خود را در اینترنت ثبت می کنند و از این میان ۷۹ درصد عکس خود را هم ضمیمه و ۶۱ درصد نام شهر خود را ثبت کرده اند و ۲۹ درصد نیز پست الکترونیک خود را قرار می دهند. بر اساس مطالعه پو، معمولاً پسران اطلاعات بیشتری از موقعیت واقعی شان ارائه می دهند (لن هارت^۲ و دیگری، ۲۰۰۷).

- گراست و آکوستی (۲۰۰۵) در مطالعه ای دیگر تحت عنوان «اطلاعات و حریم خصوصی در شبکه های اجتماعی آنلاین» که روی چهار هزار پروفایل فیس بوک دانشجویان دانشگاه کارنژی ملون^۳ انجام داده اند. به نتایج زیر دست یافته اند: تهدیدهای گوناگونی از اطلاعات شخصی پست شده در شبکه های اجتماعی مجازی برخاسته اند. فقط ۱/۲ درصد کاربران، میزان امنیت اطلاعات خود را از حالت عادی ارتقاء داده بودند. بنابراین، اطلاعاتی کامل از کاربران (از جمله نام کوچک، نام و نام خانوادگی، عکس شخصی، شهر تولد، تاریخ تولد و کدپستی) برای هر کسی که عضو فیس بوک باشد، به سادگی قابل دسترسی بود. با در اختیار داشتن این اطلاعات می توان شماره امنیت اجتماعی افراد را حدس زد و اطلاعات درمانی حساس آنها را به دست آورد. با استفاده از اطلاعات موجود در فیس بوک، به سادگی می توان به موقعیت فیزیکی هر فردی پی برد. در این پژوهش آمده، امروزه شبکه های اجتماعی اینترنت، به تهدیدی برای حوزه خصوصی زندگی کاربران تبدیل شده است (گراس^۴ و دیگری، ۲۰۰۵).

تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر میزان استفاده از فضای مجازی بر احساس امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: شهر ایلام)

اهداف تحقیق

این نوشتار قصد دارد با مطالعه مولفه های امنیت اجتماعی و عوامل تبیین کننده آنان، نقش استفاده از فضای مجازی در مسئله احساس امنیت را در شهر ایلام به بحث بگذارد. در این راستا، اهداف پژوهش به شرح زیر معرفی می شوند:

1. pew research center
2. Lenhart
3. Carnegie Mellon
4. Gross

هدف کلی

تحلیل جامعه شناختی تاثیر میزان استفاده از فضای مجازی بر احساس امنیت اجتماعی شهروندان شهر ایلام. □ ۲۸۲

اهداف فرعی

- بررسی تاثیر میزان و سابقه استفاده از فضای مجازی بر احساس امنیت اجتماعی شهروندان.
- بررسی تاثیر نوع استفاده از فضای مجازی (شناختی، فراغتی و ارتباطی) بر احساس امنیت اجتماعی شهروندان.
- بررسی تاثیر مدل یا الگوی استفاده از فضای مجازی بر احساس امنیت اجتماعی شهروندان.
- بررسی رابطه میان استفاده از فضای مجازی و ابعاد وفاق اجتماعی و تاثیر آن بر احساس امنیت اجتماعی.
- بررسی رابطه میان استفاده از فضای مجازی و ابعاد اعتماد اجتماعی و تاثیر آن بر احساس امنیت اجتماعی.
- بررسی رابطه استفاده از فضای مجازی بر حسب جنسیت افراد و احساس امنیت آنان.
- بررسی رابطه استفاده از فضای مجازی بر حسب پایگاه اقتصادی و اجتماعی افراد و احساس امنیت آنان.

چهارچوب نظری

ابتدا برای درک بهتر مفاهیم به کار رفته در این پژوهش دو مفهوم فضای مجازی و احساس امنیت را شناسایی می کنیم معنای لغوی فضای مجازی عبارت است از (فضای قابل هدایت) که به معنای هدایت کردن و سکان داری کشتی است. کیزا فضای سایبرنتیک را محیط بر ساخته از اطلاعات نامرئی - اطلاعاتی که اشکال متفاوتی به خود می گیرد - می داند (کیزا، ۱۹۹۸ : ۱۳۱) فضای مجازی در واقع نامی است که تعداد زیادی از کاربردهای امروز فناوری های جدید ارتباطی را در بر می گیرد این نام را نخستین بار ویلیام گیسون^۲ در رمان نورمانسر (۱۹۸۴) ابداع کرد (هولمز، ۱۳۸۴: ۱۱۲) در واقع فضای مجازی مجموعه ای از سخت افزار و تعاریف نمادین است که شبکه ای از عقاید و باورها را در قالب داد و ستد بین افراد منتقل می کنند بر خلاف فضای واقعی در فضای مجازی نیاز به جا به جایی های

1. Kizza
2. Gibson



فیزیکی نیست و کلیه فعالیت‌ها از طریق فضای سایبر انجام و ایجاد شبکه عظیمی از افراد مناسب را سبب می‌شود که مرزهای سیاسی و جغرافیایی را در هم می‌شکنند و گاه مرزهای فرهنگی را کم رنگ می‌کنند و بر تمام ابعاد زندگی بشر تاثیر می‌گذارند (سولر^۱، ۲۰۰۸: ۸۳).

از سوی دیگر به باور بسیاری از اندیشمندان، مقوله امنیت اجتماعی امروزه از حالت عینی خارج شده و بیشتر در قالب مولفه‌های ذهنی خود را نشان می‌دهد. احساس امنیت در معنای ذهنی آن فقدان ترس از هجمه‌هایی است که ارزش‌ها، آداب و رسوم، اعتقادات و باورها را در معرض خطر استحاله یا نابودی قرار می‌دهد (صالحی امیری و افشاری نادری، ۱۳۹۰: ۵۴). همچنین با مطالعه مباحث نظری مشتق از ادبیات تحقیق که در مدل علی به آن اشاره خواهد شد می‌توان گفت که استفاده از فضای مجازی از طریق کاهش میزان اعتماد و وفاق اجتماعی بر احساس امنیت شهروندان تاثیر گذاشته و آنرا کاهش می‌دهد. در ادامه به منظور ارائه چهارچوب نظری تحقیق به طور خلاصه به تفکیک به بیان نظریه‌هایی پرداخته می‌شود که مبنای نظری فرضیات ما را فراهم نموده‌اند.

نظریه‌های احساس امنیت اجتماعی

مکتب کپنهاک

تحلیلگران مکتب کپنهاک، جامعه را متفاوت از معنای اصطلاح «جامعه مدنی»^۲ یا جامعه به عنوان منبع مشروعیت دولت در نظر گرفتند (واتسون^۳، ۲۰۰۴: ۴) جامعه از نظر این نظریه پردازان به معنای اجتماع‌ها^۴ از نظر سیاسی مهم مانند گروه‌های مذهبی، ملی و قومی است. این اجتماع‌ها می‌توانند در کنار دولت در تعامل با نظام بین‌الملل باشند یا حتی دولت را در نظام بین‌الملل به چالش بکشند (روی^۵، ۲۰۰۵: ۱۱). پس از تعریف جامعه، اندیشمندان مکتب مذکور، امنیت اجتماعی^۶ را به تهدیدهای هویت واحدهای مورد نظر (گروه‌های قومی و...) ربط می‌دهند و آن را به قابلیت حفظ

1. Suler
2. Civil Society
3. watson
4. Collectivities.
5. Roe
6. Societal Security

الگوهای سنتی زبان، فرهنگ، مذهب و هویت و عرف ملی با شرایط قابل قبولی از تحول ارجاع می دهند (بوزان، ۱۳۷۸: ۳۴). به طور کلی این تعریف امنیت در بر گیرنده «هویت» است. جامعه ای که هویتش را از دست می دهد دیگر قادر نخواهد بود که به طور قائم بالذات ادامه حیات دهد (ویور، ۲۰۰۰: ۱۹۰).

از آنجا که اصولاً امنیت اجتماعی به الگوهای سنتی زبان، فرهنگ، هویت مذهبی و قومی و رسوم مربوط می شود، این ارزش ها اغلب در داخل کشورها مورد تهدید قرار می گیرد (کاستلز، ۱۳۸۰: ۸۲)؛ ولی امروزه با توجه به جهانی شدن فناوری اطلاعات و ارتباطات می بینیم که این روند تشدید شده است، یعنی بازیگران فرامرزی از طریق وسایل ارتباطی مدرن به این تفاوت ها و اختلاف های قومی، مذهبی و فرهنگی دامن زده اند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۳۲۸-۳۷) و از آن جایی که افزون بر تهدید سنتی که عمدتاً ماهیت نظامی داشت، تهدیدهای اجتماعی، زیست محیطی و منابع سیاسی، اجتماعی و فرهنگی گسترش یافته است (راجرز، ۱۳۸۴: ۱۲-۱۱). ما شاهد از هم گسیختگی درونی، گرایش افراطی به غیر خود و خود کم بینی در افراد هستیم که در اثر جهانی شدن فرهنگی است و باعث سلب اعتماد و امنیت می گردد (عیوضی، ۱۳۸۵: ۹۵).

علاقه های امنیتی چلبی

از مفهوم سازی های دیگری که در حوزه امنیت صورت گرفته است، تقسیم بندی چهار بعدی چلبی از امنیت است که ملهم از مدل «آجیل پارسونز» بوده و معتقد است چهار علقه عمده ای که از یکدیگر قابل تمیز هستند عبارت اند از: علقه شناختی، مادی، اجتماعی و امنیتی. برای علقه امنیتی می توان چهار بعد اساسی قائل شد شامل: امنیت مالی، جانی و بهداشتی، جمعی و گروهی و فکری (نویدنیا، ۱۳۸۲: ۷۶). چلبی ناامنی را ناشی از تضعیف اعتماد اجتماعی فرض کرده که خود ریشه در سیاسی شدن نظم اجتماعی دارد (قاسم نژاد، ۱۳۸۸: ۵۷-۵۶). از دیدگاه وی در صورتی که ابعاد اجتماعی - فرهنگی نظام اجتماعی در جامعه ای، ضعیف شود، یعنی ضعف در اجتماع عام یا وفاق اجتماعی آن باشد، به همان نسبت نیز روابط بین کنشگران در تمام سطوح، براساس سوگیری عاطفی و خاص گرا به صورت دوست و دشمن تعریف می شود و همین طور میزان اعتماد اجتماعی تعمیم یافته، تضعیف گشته و علقه امنیتی آنان گسسته می شود. در چنین وضعی، افراد



و گروه‌ها احساس امنیت مالی، جانی و فکری نمی‌کنند (سفیری، ۱۳۸۷: ۱۴۹). از آنجایی که استفاده از اینترنت بیشتر به بعد جمعی و فکری این نظریه ارتباط دارد این دو بعد از این نظریه در این مقاله استفاده شده است. بنابراین در چهارچوب نظری این نوشتار، از یک چهارچوب تلفیقی استفاده شده است به طوری که امنیت اجتماعی را با سنجش امنیت هویتی و فرهنگی - که از دیدگاه صاحب نظران مکتب کپنهاگ مورد تأکید قرار گرفته است - در کنار امنیت جمعی و فکری - که چلبی از دیدگاه پارسونز گرفته است - مورد بررسی قرار گرفته است.

امنیت هستی شناسانه آنتونی گیدنز

گیدنز، امنیت هستی شناسانه در سطح فردی را به صورت نیاز اساسی و اولیه افراد تعریف می‌کند (گیدنز، ۱۳۷۷: ۶۱). وی در نظریه ساخت یابی و نظریه مدرنیته ادعا می‌کند که رفتار انسان همیشه در معرض یک انگیزه پر قدرت ناخود آگاهانه یعنی نیازه تأمین امنیت وجودی است: «امنیت وجود به وضعیت ذهنی راحت و مناسبی اشاره دارد که فرد در آن به فعالیت‌های بدیهی در محیطی آشنا به همراه افراد دیگری که تهدید برای او به وجود نمی‌آورند مشغول است» (استونز، ۱۳۷۹: ۴۳۰). امنیت وجودی یکی از صورت‌های مهم احساس امنیت به معنای وسیع آن است. این اصطلاح بیان می‌کند که بیشتر آدم‌ها به تداوم تشخیص هویت خود و نیز تداوم محیط‌های اجتماعی و مادی کنش در اطراف خود اطمینان دارند (گیدنز، ۱۳۷۷: ۱۱۰). بنابراین مطابق با دیدگاه گیدنز می‌توان نتیجه گرفت که اینترنت از جمله مظاهر جامعه مدرن امروزی است که علاوه بر مزایای غیر قابل انکار، در بسیاری موارد امنیت وجودی را به خطر انداخته است و تا حدی باعث تقویت محیط مخاطره آمیز در فضای مجازی و به تبع آن کاهش احساس امنیت اجتماعی در معنایی که صاحب نظران مکتب به کار می‌برند شده است. گردش اطلاعات و سایر مفاهیم نمادین در بافت ساخت یافته اجتماعی، مستلزم آن چیزی است که تامپسون از آن با عنوان "انتقال فرهنگی" یاد می‌کند. او اظهار می‌دارد که انتقال فرهنگی سه بعد دارد:

(۱) واسطه فنی انتقال (۲) اجزاء موسساتی انتقال (۳) نوع خاصی از فاصله گذاری فضایی-زمانی که در انتقال موجود است. اینترنت، به عنوان صفت مشخصه انتقال

فرهنگی، این سه بعد را به روشی واحد در هم می آمیزد. همچنین سدی پلنت^۱ در اثر خود از واقعیت مجازی به عنوان منطقه آزادی بی حد و حصر یاد می کند و آن را این گونه شرح می دهد: " مرجعی شبکه بندی شده برای تجربه اندوزی آزاد و فضایی که در آن برای پیش رفتن، هیچ مانع و حد و حدودی وجود ندارد" (اسلوین، ۱۳۸۰: ۶۵).

نظریه های فضای مجازی

نظریه ساخت یابی گیدنز

نقطه تمرکز نظریه ساخت یابی گیدنز، تغییرات ساختاری در قدرت به دلیل سطوح چند گانه جهانی شدن مانند مبادله پولی، پیشرفت های فناورانه و مردم سالاری سیاسی گسترده، تغییر و دگرگونی حس ما از زمان و مکان را سبب شده اند. در جوامع پیشامدرن، زمان و مکان، یکنواخت و هم بسته بودند (یعنی مردم به تعامل در مجاورت یکدیگر تمایل داشتند). اما یکی از پیامدهای مدرنیته، گسترش یافتن ظرفیت ما برای زندگی و کار در گستره زمان و مکان به صورت مجزا از یکدیگر است. به نظر گیدنز، کنش های روزمره با خود کنشگران به لحاظ ساختاری مقید می شوند و فناوری های رسانه ای نیز در این امر دخیل هستند. در فرایند امتداد زمان و مکان، تجربه های رسانه ای شده، رویدادهای متفاوت را به درون آگاهی روزمره وادار می کنند و به احساس بی امنیتی و واژگونی واقعیت منجر می شوند. برای وی، تجربه های رسانه ای شده، شرط بیرونی کنش هستند و به ما اطلاعاتی درباره دیگران می دهند و تغییر دهنده روایتی هستند که ما درباره دیگران داریم (لوگی^۲، ۲۰۰۷: ۹۷).

مکتب فرانکفورت

در مکتب فرانکفورت دیدگاه های خوش بینانه و بدبینانه وجود دارد آدورنو، هورکهایمر و مارکوزه معتقدند وسایل ارتباط جمعی برای به ثمر رساندن خواست صاحبان صنایع به وجود آمدند. آدورنو معتقد است عادت به تماشای تلویزیون نوعی روان کاوی معکوس است زیرا تماشاگر با بی توجهی کیفیت هنر را به سطح

1. SadiePlant

2. Laughy



کالاهای مصرفی کاهش می دهد و نزول سلیقه ها و ارزش ها را سبب می شود. هابرماس حوزه عمومی را مطرح می کند و اینترنت را بخشی از حوزه عمومی می داند در این حوزه مباحث باز و کنش ارتباطی با بیان و گفتگو انجام می شوند از نظر او اینترنت، حوزه عمومی مجازی و به شدت در حال رشد است. در این حوزه نیازهای اساسی مطرح می شوند که در حین ارتباط صمیمانه افراد با یکدیگر کشف می شوند. در محیط های تعاملی (ایمیل و بلاگ چت روم ها و شبکه های اجتماعی مجازی) افراد نیازهای خود را راحت تر بیان و احساسات خود را ابراز می کنند و از یکدیگر تاثیر می پذیرند (ساروخانی و بابایی فرد، ۱۳۹۲: ۴).

جامعه مخاطره آمیز^۱ اولریش بک

اولریش بک معتقد است: « امروزه هر کسی به نوعی گرفتار پیکارهای تدافعی گوناگون و در انتظار نوعی خصومت در شیوه زندگی خود است» (لاپتن، ۱۳۸۰: ۲۹۴). وی خطر را محور تجزیه و تحلیل خود از تحولات جاری اجتماعی قرار داده است. بک خطرهای کنونی را نتیجه مستقیم صنعتی شدن می داند. او معتقد است شدت در ارتباط با جهانی شدن، دو برابر است. بک همچنین نوگرایی را اصلی ترین نیروی جهانی کننده به حساب می آورد (واترز، ۱۳۷۹: ۹۱).

هواداران نظریه جایگزینی

نظریه جایگزینی استدلال می کند افرادی که زمان بیشتری را برای اینترنت اختصاص می دهند، نمی توانند وقت زیادی برای فعالیت های دیگر داشته باشند. حامیان این نظریه استدلال می کنند که رسانه ها بر رویکردها و مشارکت سیاسی تاثیری دارند (پاتنام^۲، ۲۰۰۰: ۹۱) و سه دلیل برای اثبات این نظریه ارائه می دهند: نخست، استفاده زیاد از اینترنت باعث می شود که زمان کافی برای فعالیت های اجتماعی و سیاسی باقی نماند. دوم این که فعالیت های اینترنتی از ایجاد تعامل های رو در رو جلوگیری می کند، تعامل هایی که برای گسترش اعتماد در جامعه کاملاً ضروری است. بر مبنای این رویکرد افرادی که زمان بیشتری را به کارهای اینترنتی اختصاص می دهند، احتمالاً کمتر به محیط اجتماعی خود توجه می کنند و زمان کمتری برای تماس با دوستان و خانواده خواهند داشت. به همین دلیل اندیشمندانی

1. Risc society
2. Putnam

چون نای^۱ و اربرینگ^۲ معتقدند که اینترنت در ماهیت فعالیتی فردی محسوب می شود و احتمال تقویت هر نوع از مشارکت توسط اینترنت ضعیف است. دلیل سوم این که فضای مجازی بیشتر از اینکه تنوع ارتباطات را تشویق کند، به دنبال تجانس و همگنی است. فضای مجازی توسعه ارتباطات را تنها در میان گروه های هم فکر تقویت می کند. بنابراین، اگر چه شبکه های اجتماعی مجازی می تواند افراد را به ایجاد نگرش خاص به مسئولان حکومتی و مشارکت سیاسی ترغیب کند، اما این شبکه ها به دلیل تقویت دیدگاه های انزواطلبانه و عقاید قطبی شده تر فرد نمی توانند به مشارکت واقعی منجر شوند (موتز^۳: ۲۰۰۲، ۶۷، ۳۵). در نتیجه، به نظر می رسد طرفداران نظریه جایگزینی معتقدند که افراد هر قدر زمان بیشتری را در فضای مجازی سپری کنند سرمایه اجتماعی و اعتماد اجتماعی آنها کاهش خواهد یافت.

نظریه کاشت جورج گربرنر

از سوی دیگر جورج گربرنر و همکاران وی در مدرسه ارتباطات دانشگاه پنسیلوانیا با استفاده از تحقیقی که احتمالاً طولانی ترین و گسترده ترین برنامه پژوهش اثرهای تلویزیون است، نظریه کاشت را پرورش داد (سورین و تانکارد، ۱۳۸۸: ۳۹۲). گربرنر در تئوری کاشت یا پرورش عنوان می کند که بین ساعات تماشای تلویزیون و واقعیت پنداری در برنامه های تلویزیونی ارتباط مستقیم وجود دارد. یعنی بینندگانی که ساعات زیادی را در روز به تماشای تلویزیون می نشینند اطلاعات و ایده ها را طبقه بندی کرده و تأثیر این در معرض رسانه بودن چیزی را تولید می کنند که (کاشت یا) پرورش نامیده می شود (مهدی زاده، ۱۳۸۴: ۱۹۱).

مارپیچ سکوت نئومال^۴

یکی دیگر از نظریه هایی که بیش از بسیاری از نظریه های دیگر به رسانه های جمعی قدرت می دهد، نظریه «مارپیچ سکوت» است که نئومال آن را مدون کرده است. استدلال نئومال این است که رسانه های جمعی حتماً بر افکار عمومی اثرهای قوی دارند اما این اثرها به خاطر محدودیت های پژوهش، در گذشته کم

1. Nie

2. Erbring

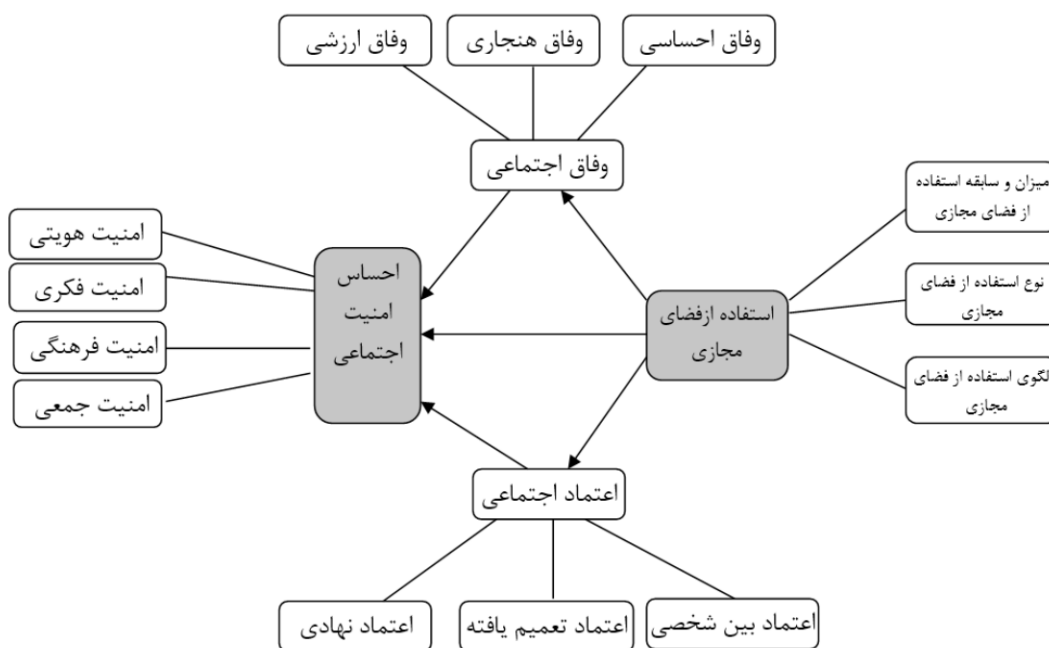
3. Mutz

4. Neomal

اهمیت شمرده شد یا کشف نشده باقی مانده است. نوئل نثومان استدلال می کند که سه ویژگی ارتباط اجتماعی، یعنی تراکم، همه جایی بودن و هم صدایی آدر ایجاد اثرهای قوی بر افکار عمومی با هم ترکیب می شوند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۸: ۳۹۶).

جدول شماره ۱: منبع تجربی متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	واژگان کلیدی	مبنای نظری (نظریه و رویکرد / نظریه پرداز)
احساس امنیت اجتماعی	امنیت هویتی، امنیت فرهنگی، امنیت فکری، امنیت جمعی	نظریه پردازان مکتب کپنهاک (باری بوزان، ال ویور، بایرن مولار) - پارسونز - چلبی - هابرماس
استفاده از فضای مجازی	میزان و سابقه، نوع و الگو	کاستلز - اولریش بک - نظریه جایگزینی - مکتب فرانکفورت - نظریه ماریچ سکوت - هابرماس - استگروم - تورکل
نگرش به استفاده از فضای مجازی	لذت بخش دانستن، مفید دانستن، اضطراب، احساس خودکارآمدی	ژانگ - جونز و کلارک
اعتماد اجتماعی	بین شخصی، نهادی، تعمیم یافته	اریکسون - چلبی - جانسون - زتومکا - کلمن - پوتنام
وفاق اجتماعی	هنجاری، احساسی، ارزشی	دورکیم - تامپسون - چلبی - رایزمن - نظریه برجسته سازی
متغیرهای زمینه ای	سن، جنس، قومیت	کارکردگرایی - نظریه کاشت



فرضیه های پژوهش

- به نظر می رسد بین میزان و سابقه استفاده از فضای مجازی و احساس امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.
- به نظر می رسد بین نوع استفاده از فضای مجازی و احساس امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.
- به نظر می رسد بین الگوی استفاده از فضای مجازی و احساس امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.
- به نظر می رسد بین وفاق اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.
- به نظر می رسد بین اعتماد اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.
- به نظر می رسد استفاده از فضای مجازی از طریق اعتماد اجتماعی بر احساس امنیت اجتماعی تاثیرگذار است.
- به نظر می رسد استفاده از فضای مجازی از طریق اعتماد اجتماعی بر احساس امنیت اجتماعی تاثیرگذار است.
- به نظر می رسد از لحاظ استفاده از فضای مجازی بین افراد برحسب جنسیت آنها تفاوت معنی داری وجود دارد.



■ به نظر می‌رسد بین میزان درآمد ماهیانه و استفاده از فضای مجازی ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق در پژوهش حاضر که در سال ۱۳۹۷ صورت گرفته است پیمایشی و با استفاده از ابزار پرسشنامه می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه شهروندان بالغ بالای ۱۶ سال ساکن در شهرستان ایلام است که بر اساس سرشماری سال ۹۵ به تعداد ۲۳۵۱۴۴ نفر بوده است که از این تعداد حدود ۱۶۴۷۳۲ نفر را افراد ۱۶ سال و بالاتر تشکیل می‌دهند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). روش نمونه‌گیری این تحقیق، روش خوشه‌ای چند مرحله‌ای است که نمونه مورد نظر بر اساس تقسیمات منطقه‌ای شهرداری و از طریق راهنمای نقشه پستی شهرستان ایلام بدین شرح است که از میان کلیه گشت‌های پستی، ۲۵ درصد؛ یعنی ۱۸ گشت پستی به طور تصادفی انتخاب گردید. سپس در هر گشت پستی به نسبت خانوار جزء‌های پستی به طور تصادفی انتخاب و در نهایت نقطه‌ای از بلوک‌های مورد نظر در هر جزء پستی به صورت تصادفی انتخاب و منازل موجود در آن نمونه‌ها گرفتند. تعداد نمونه بر اساس فرمول نمونه‌گیری کرجسی و مورگان ۳۸۴ نفر برآورد و توزیع گردید. همچنین جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار کامپیوتری SPSS و برای طراحی مدل معادلات ساختاری از نرم افزار Amos graphic استفاده شده است.

تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای اصلی پژوهش

متغیر استفاده از فضای مجازی (متغیر مستقل)

بنا بر تعریف دیوید بل فضای مجازی عبارتست از مجموعه‌ای از تعاریف نمادین که شبکه‌ای از عقاید و باورها را در داد و ستد بیت‌آرد و بدل می‌کند. فضای مجازی در واقع نامی است که تعداد بی شماری از کاربران امروز در فناوری‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی را در بر می‌گیرد. این نام نخستین بار در سال ۱۹۸۴ توسط ویلیام گیسون در رمان نورومانسر ابداع شد (هولمز، ۲۰۰۵). به نقل از ساروخانی و همکاران). این متغیر در ابعاد میزان و سابقه استفاده، نوع و الگوی استفاده و

1. David bell

2. Bit



به وسیله شاخص های زیر مورد سنجش قرار گرفته است: استفاده مرتب و منظم از اینترنت، میزان استفاده از اینترنت و زمان حضور در فضای مجازی، فرستادن و دریافت ایمیل، چت کردن، به روزرسانی وبلاگ شخصی، عضویت در شبکه های اجتماعی و فعالیت در آنها، استفاده از سایت های فیلتر شده (فیس بوک، توییتر، کلوپ، وب گذر و...)، استفاده از سایت های غیر فیلتر شده نوع استفاده از فضای مجازی در سه بعد شناختی، ارتباطی و فراغتی که شامل معرفه های زیر است: سایت های دارای اهداف و محتوای علمی، آموزشی و اداری، سایت های دارای اهداف و محتوای سیاسی، سایت های دارای اهداف و محتوای خبری و اطلاع رسانی، سایت های دارای اهداف و محتوای فرهنگی و اجتماعی، سایت های دارای اهداف و محتوای تفریحی و سرگرمی. (گویه های فوق، در یک طیف پنج قسمتی از «خیلی زیاد»، «زیاد»، «متوسط»، «کم» تا «خیلی کم» در اختیار پاسخگو قرار گرفتند.)

احساس امنیت اجتماعی (متغیر وابسته): احساس امنیت اجتماعی به فقدان هراس از این که ویژگی های اساسی و ارزش های انسانی مورد تهدید قرار گیرند و یا به مخاطره افتند. هم چنین نبود ترس از تهدید حقوق و آزادی های مشروع. این مفهوم به این نکته اشاره دارد که افراد چه مقدار آرامش خاطر دارند که حقوق آن ها در جامعه رعایت می شود (افشار، ۱۳۸۵: ۶۱). متغیر وابسته، در این مطالعه به ۴ بعد امنیت هویتی، فکری، فرهنگی و جمعی تقسیم شده و میانگین نمره فرد در این ۴ بعد، میزان احساس امنیت او را نشان می دهد. این متغیر، مجموعاً توسط ۳۸ پرسش و در قالب یک طیف پنج قسمتی از «خیلی زیاد»، «زیاد»، «متوسط»، «کم» تا «خیلی کم» مورد سنجش قرار گرفته است.



۲۹۳

تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر میزان استفاده از فضای مجازی بر احساس امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: شهر ایلام)

پایایی و روایی ابزار پژوهش

جدول شماره ۲: مربوط به ضرایب آلفای کرونباخ محاسبه شده برای پایایی متغیرهای تحقیق

متغیرها	ابعاد و مولفه ها	تعداد معرف ها	نتایج آزمون پایایی
احساس امنیت اجتماعی	هویتی	۱۰	۰/۸۶۸
	فکری	۱۰	۰/۸۵۳
	فرهنگی	۷	۰/۸۷۷
	جمعی	۱۱	۰/۷۶۸
استفاده از فضای مجازی	میزان و سابقه	۳	۰/۷۴۶
	الگو	۶	۰/۸۲۲
نوع استفاده از فضای مجازی	شناختی	۳	۰/۸۳۴
	ارتباطی		
	فراغتی	۳	۰/۹۰۴
وفاق اجتماعی	ارزشی	۹	۰/۷۸۰
	احساسی	۴	۰/۸۳۴
	هنجاری	۶	۰/۹۱۹
اعتماد اجتماعی	بین شخصی	۵	۰/۷۴۳
	تعمیم یافته	۴	۰/۸۵۲
	نهادی	۸	۰/۸۴۳
نگرش به استفاده از فضای مجازی	-	۱۱	۰/۸۹۸

یافته‌های توصیفی تحقیق

سیمای پاسخگویان

در بخش توصیفی در خصوص جنس پاسخگویان مشخص شد که، ۴۳/۲ درصد مردان و ۵۶/۸ درصد کل پاسخگویان را زنان به خود اختصاص داده اند. به لحاظ وضعیت تاهل نیز ۵۶/۴ درصد را افراد مجرد و ۳۴/۳ درصد را افراد متأهل و



۹/۳ درصد را سایر تشکیل دادند. دامنه سنی در میان پاسخگویان، بین ۱۶ تا ۶۲ سال بوده و میانگین سن پاسخگویان ۲۴/۱۵ سال می باشد. از نظر میزان تحصیلات، ۳/۱ درصد، از افراد نمونه بی سواد؛ ۱۳/۳ درصد از افراد دارای تحصیلات زیر دیپلم؛ ۳۲/۳ درصد دیپلم؛ ۱۷/۴ درصد، فوق دیپلم؛ ۲۹/۷ درصد، لیسانس و ۴/۲ درصد، فوق لیسانس و بالاتر بودند. از نظر شغل، ۱۸ درصد از نمونه را افراد بیکار و خانه دار؛ ۱۵/۹ درصد را کارمند و بازنشسته؛ ۸/۶ درصد، کارگر ساده؛ ۲۱/۱ درصد، آزاد؛ ۴/۲ درصد، کارگر ماهر؛ ۲۸/۹ درصد را کارمند و بازنشسته؛ ۳/۴ درصد، کارمندان عالی رتبه تشکیل می دهند. دامنه درآمد در گروه نمونه، بین (۰) هزار تومان تا ۸ میلیون تومان بود؛ به عبارتی کسانی از پاسخگویان عنوان کرده اند که هیچ درآمدی ندارند و حداکثر درآمد نیز ۸ میلیون تومان و میانگین درآمد پاسخگویان ۹۱۴ هزار تومان بود.

اطلاعات توصیفی متغیرهای تحقیق

جدول زیر میانگین، انحراف معیار، حداقل و حداکثر نمره های مقیاس های فضای مجازی، وفاق اجتماعی، اعتماد اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی برای نمونه مورد بررسی را نشان می دهد.

جدول ۳- یافته های توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش

شاخص های توصیفی	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
فضای مجازی	۶۸/۶۲	۸/۷۵	۴۹	۹۸
وفاق اجتماعی	۶۷/۷۲	۹/۰۸	۴۸	۸۸
اعتماد اجتماعی	۴۹/۲۳	۸/۴۵	۷۴	۷۴
احساس امنیت اجتماعی	۱۰۶/۰۳	۱۸/۶۸	۶۷	۱۸۵

همان گونه که در جدول بالا مشاهده می شود میانگین و (انحراف معیار) به ترتیب برای متغیرهای فضای مجازی ۶۸/۶۲ (۸/۷۵)، وفاق اجتماعی ۶۷/۷۲ (۹/۰۸)، اعتماد اجتماعی ۴۹/۲۳ (۸/۴۵) و احساس امنیت اجتماعی ۱۰۶/۰۳ (۱۸/۶۸) به دست آمد.

بررسی مفروضه های مدل معادلات ساختاری

قبل از تحلیل داده های مربوط به فرضیه ها، برای اطمینان از این که داده های این پژوهش مفروضه های زیربنایی مدل تحلیل مسیر را برآورد می کنند، به بررسی آنها می پردازیم. بدین منظور چهار مفروضه معادلات ساختاری شامل، داده های گمشده^۱، بررسی داده های پرت^۲، نرمال بودن^۳ و هم خطی چندگانه^۴ مورد بررسی قرار گرفتند، که به ترتیب بیان می شوند.

۱. داده های گمشده

در مدل تحلیل مسیر، چنانچه برای تحلیل از داده های ورودی خام استفاده شود، این داده ها باید کامل و بدون مقادیر گمشده باشند. برای کار با داده های ناکامل، چندین راه حل پیش تجربی^۵ وجود دارد. حذف لیستی^۶، که در آن همه نمره های مربوط به داده های گمشده حذف می شود، و حذف زوجی^۷، که در آن همبستگی های دو متغیری فقط برای مواردی که داده های آن کامل و موجود است، محاسبه می شود. روش پیش تجربی دیگر برای داده های گمشده، جایگزین ساختن این داده ها با میانگین متغیر است (هومن، ۱۳۸۷: ۵۲). در پژوهش حاضر، از روش جایگزینی داده ها با میانگین متغیر استفاده شد.

جدول ۴- نتایج آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

آزمون کولموگروف		متغیر
سطح معنی داری	Z	
۰/۲۴	۰/۵۸	فضای مجازی
۰/۳۳	۰/۴۲	وفاق اجتماعی
۰/۲۱	۰/۶۴	اعتماد اجتماعی
۰/۳۰	۰/۴۶	احساس امنیت اجتماعی

1. missing
2. outliers
3. normality
4. multicollinearity
5. ad hoc
6. listwise deletion
7. pairwise deletion



همان گونه که در جدول شماره فوق مشاهده می شود نمره Z (و سطح معنی داری) به ترتیب برای فضای مجازی ۰/۵۸ و (۰/۲۴)، وفاق اجتماعی ۰/۴۲ و (۰/۳۳)، اعتماد اجتماعی ۰/۶۴ و (۰/۲۱) و برای احساس امنیت اجتماعی ۰/۴۶ و (۰/۳۰) به دست آمدند. مندرجات جدول شماره ۵- نشان می دهد که با توجه به معیار نرمال بودن، متغیرهای پژوهش همگی دارای سطح معنی داری بالاتر از ۰/۰۵ می باشند که بیانگر این موضوع است که نمره Z آن ها معنی دار نمی باشد، بنابراین تخطی از نرمال بودن داده ها قابل مشاهده نیست.

۲. هم خطی چندگانه

در این پژوهش چون تنها سه متغیر مستقل وجود دارد از روش همبستگی پیرسون استفاده کردیم و چنانچه ضریب همبستگی بین دو متغیر مستقل بیشتر از ۰/۷ باشد نشان از وجود هم خطی بین متغیرهای مستقل می باشد و باید تنها یکی از متغیرهای مستقل را در تحلیل مورد استفاده قرار می دادیم اما چون در مطالعه حاضر ضریب همبستگی بین هیچ کدام از دو به دوی متغیرهای پیش بین بیش تر از ۰/۷ نمی باشد نشان از این است که میان متغیرهای مستقل هم خطی وجود ندارد.

یافته های استنباطی تحقیق

نتایج ضریب همبستگی پیرسون که در جدول شماره ۴ ارائه خواهد شد، نشان می دهد که بین فضای مجازی و وفاق اجتماعی ضریب همبستگی برابر $(p=0/05; r_{xy} = -0/38)$ ، بین فضای مجازی و اعتماد اجتماعی ضریب همبستگی برابر $(p=0/05; r_{xy} = -0/46)$ و بین فضای مجازی و احساس امنیت اجتماعی ضریب همبستگی برابر $(p=0/05; r_{xy} = -0/34)$ بود.

جدول ۵- ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش

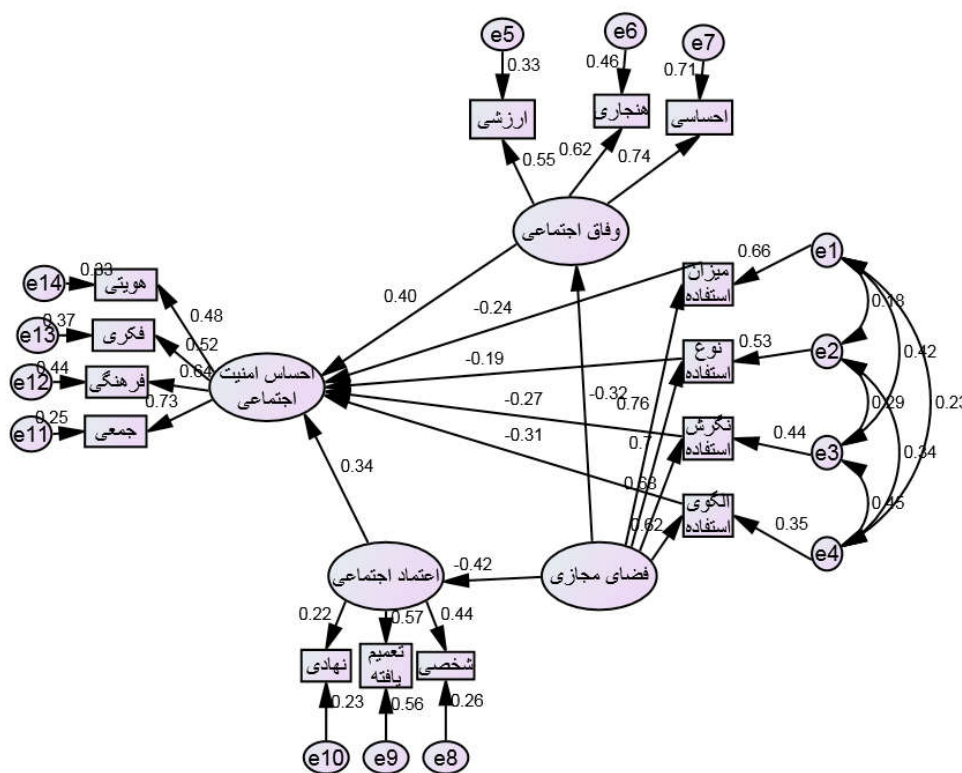
متغیرها	۱	۲	۳	۴
فضای مجازی	۱			
وفاق اجتماعی	** -۰/۳۸	۱		
اعتماد اجتماعی	** -۰/۴۶	** ۰/۴۰	۱	
احساس امنیت اجتماعی	** -۰/۳۴	** ۰/۴۲	** ۰/۳۷	۱



یافته های مربوط به فرضیه های پژوهش

به منظور بررسی رابطه میان متغیرهای فضای مجازی، وفاق اجتماعی، اعتماد اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی یک مدل فرضی بر اساس پیشینه تحقیق طراحی شد و به آزمون مدل کلی و بررسی روابط مستقیم میان متغیرهای پژوهش و نقش میانجی وفاق اجتماعی و اعتماد اجتماعی میان فضای مجازی و احساس امنیت اجتماعی پرداخته شد.

نتایج تحلیل مدل پیشنهادی در نمودار زیر نشان داده شده است.



ارزیابی مدل پیشنهادی

به منظور ارزیابی مدل پیشنهادی، بخش ساختاری آن با استفاده از شاخص های برازندگی بررسی شد. جدول ۶ شاخص های نیکویی برازش مدل پیشنهادی تحقیق را نشان می دهد.

تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر میزان استفاده از فضای مجازی بر احساس امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: شهر ایلام)



جدول ۶- شاخص های نیکویی برازش مدل پیشنهادی تحقیق

مقدار	شاخص های برازندگی
۲۰۲/۷۵	آزمون نیکویی برازش مجذور کای (2χ)
$p = ۰/۰۴۲$	سطح معنی داری
۷۲	درجه آزادی (df)
۲/۸۱	نسبت مجذور کای به درجه آزادی ($2\chi/df$)
۰/۹۷	شاخص نیکویی برازش (GFI)
۰/۹۵	شاخص نیکویی برازش تعدیل یافته (AGFI)
۰/۹۹	شاخص برازندگی هنجار شده (NFI)
۰/۹۸	شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)
۰/۹۹	شاخص برازندگی افزایشی (IFI)
۰/۹۸	شاخص توکر - لویس (TLI)
۰/۰۶	جذر میانگین مجذورخطای تقریب (RMSEA)

برازش مدل بر اساس شاخص های برازندگی ارزیابی شد. برخی پژوهشگران بیان کرده اند، چنانچه شاخص مجذور خی (x^2) کم تر از ۲ باشد برازندگی عالی^۱ و چنانچه بین ۲ تا ۵ برازندگی خوب^۲ و چنانچه بزرگ تر از ۵ باشد برازندگی ضعیف^۳ و غیر قابل قبول مدل را نشان می دهد (تاباچنیک و فیدل، ۲۰۰۷). با توجه به مندرجات جدول بالا مقدار شاخص نسبت مجذور خی بر درجه ی آزادی (df/x^2) در مدل پیشنهادی ۲/۸۱ است که نشان دهنده برازندگی قابل قبول مدل می باشد.

شاخص نیکویی برازش (GFI) در مدل پیشنهادی ۰/۹۷ است که مناسب است.

1. Excellent fit
2. Okay fit
3. Poor fit



شاخص برازندگی تطبیقی (AGFI) یک سنجه کلی برازندگی است که تعداد درجات آزادی را به حساب می آورد. این شاخص نیز مانند آماره مجذور کای نسبی، نسبت به اندازه نمونه حساس است. وقتی این شاخص برابر با ۰/۸۵ یا بیشتر است برازش الگو قابل قبول است. این شاخص در مدل پیشنهادی ۰/۹۵ است که قابل قبول است.

شاخص برازندگی توکر-لویس (TLI) برازش بهتر یک الگو نسبت به الگویی مستقل (یعنی الگوی صفر) با فرض نمودن رابطه صفر بین متغیرها را می سنجد. مقدار شاخص برازندگی توکر-لویس باید بالاتر از ۰/۹۰ باشد (به نقل از ارشدی، ۱۳۸۶). در مدل پیشنهادی میزان این شاخص ۰/۹۸ است که قابل قبول است. ضمن این که شاخص برازندگی افزایشی (IFI) و شاخص برازندگی مقایسه ای (CFI) به ترتیب در مدل پیشنهادی ۰/۹۹ و ۰/۹۸ است که مناسب هستند. همچنین شاخص برازندگی هنجار شده (NFI) یک شاخص برازندگی افزایشی هنجار شده است که مقادیر بالاتر از ۰/۹۰ در آن برازش خوب الگو با داده ها را نشان می دهد. مقدار این شاخص در مدل پیشنهادی ۰/۹۹ است که مناسب است.

شاخص ریشه مجذورات میانگین خطای تقریب (RMSEA) نیز در مدل پیشنهادی ۰/۰۶ می باشد که نشان دهنده برازش مناسب مدل پیشنهادی است. به طور کلی نتایج به دست آمده از شاخص های برازندگی نشان دادند که مدل پیشنهادی پژوهش با داده های گردآوری شده برازش دارد و تأیید می گردد.

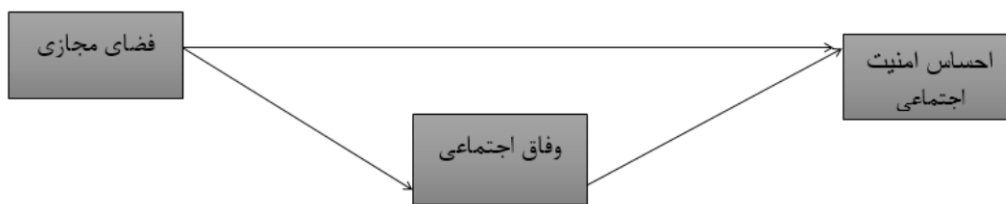
جدول ۷- ضرایب مسیر و پارامترهای اندازه گیری روابط مستقیم در مدل پیشنهادی

مسیر	برآورد استاندارد	برآورد غیر استاندارد	خطای معیار	نسبت بحرانی	سطح معنی داری (p)
۱. میزان و سابقه استفاده از فضای مجازی به احساس امنیت اجتماعی	-۰/۲۴	-۰/۲۹	۰/۰۵۴	-۵/۳۰	p = ۰/۰۰۱
۲. نوع استفاده از فضای مجازی به احساس امنیت اجتماعی	-۰/۱۹	-۰/۲۳	۰/۰۳۰	-۷/۴۵	p = ۰/۰۰۱
۳. نگرش به استفاده از فضای مجازی به احساس امنیت اجتماعی	-۰/۲۷	-۰/۳۵	۰/۰۳۷	-۹/۲۳	p = ۰/۰۰۱
۴. الگوی استفاده از فضای مجازی به احساس امنیت اجتماعی	-۰/۳۱	-۰/۳۹	۰/۰۵۹	-۶/۵۴	p = ۰/۰۰۱



p = ۰/۰۰۱	-۸/۳۴	۰/۰۵۱	-۰/۴۳	-۰/۳۲	۵. فضای مجازی به وفاق اجتماعی
p = ۰/۰۰۱	۹/۳۵	۰/۰۵۱	۰/۴۸		۶. وفاق اجتماعی به احساس امنیت ۰/۴۰
p = ۰/۰۰۱	-۸/۶۶	۰/۰۶۱	-۰/۵۳		۷. فضای مجازی به اعتماد اجتماعی -۰/۴۲
p = ۰/۰۰۱	۶/۵۴	۰/۰۶۵	۰/۴۳		۸. اعتماد اجتماعی به احساس امنیت اجتماعی ۰/۳۴

بر اساس ضرایب مسیر استاندارد و مقادیر بحرانی متناظر ارائه شده در جدول ۷- ملاحظه می شود که همه مسیرهای مستقیم معنی دار می باشند. در بین روابط استاندارد معنی دار مستقیم میان متغیرهای مدل پیشنهادی تحقیق، به ترتیب رابطه میزان و سابقه استفاده از فضای مجازی با احساس امنیت اجتماعی ($\beta \geq p, ۰/۰۰۰۱ = -۰/۲۴$)، نوع استفاده از فضای مجازی با احساس امنیت اجتماعی ($\beta \geq p, ۰/۰۰۰۱ = -۰/۱۹$)، نگرش به استفاده از فضای مجازی با احساس امنیت اجتماعی ($\beta \geq p, ۰/۰۰۰۱ = -۰/۲۷$)، الگوی استفاده از فضای مجازی با احساس امنیت اجتماعی ($\beta \geq p, ۰/۰۰۰۱ = -۰/۳۱$)، فضای مجازی به وفاق اجتماعی ($\beta \geq p, ۰/۰۰۰۱ = -۰/۳۲$)، وفاق اجتماعی به احساس امنیت ($\beta \geq p, ۰/۰۰۰۱ = ۰/۴۰$)، فضای مجازی به اعتماد اجتماعی ($\beta \geq p, ۰/۰۰۰۱ = -۰/۴۲$) و اعتماد اجتماعی به احساس امنیت اجتماعی ($\beta \geq p, ۰/۰۰۰۱ = ۰/۴۰$) است. بنابراین فرضیات اول تا هشتم پژوهش مورد تأیید قرار می گیرند. همچنین در مدل پژوهش حاضر، برخی فرضیه ها، حاکی از مسیرهای غیر مستقیم بین متغیرهای پژوهش بود. در این پژوهش روابط غیرمستقیم متغیرها (میانجی گری ها) از طریق روش بوت استرپ مورد آزمون قرار گرفته است. با استفاده از روش بوت استرپ ارائه شده در نرم افزار Amos رابطه فضای مجازی با احساس امنیت اجتماعی با میانجی گری وفاق اجتماعی بررسی شد که در قالب نمودارهای زیر ارائه می گردند.



نمودار ۱- میانجی‌گری رابطه الگوی تعاملی فضای مجازی با احساس امنیت اجتماعی از طریق وفاق

اجتماعی



نمودار ۲- میانجی‌گری رابطه الگوی تعاملی فضای مجازی با احساس امنیت اجتماعی از طریق اعتماد

اجتماعی

همان‌طور که در نمودارهای ۱ و ۲ مشاهده می‌شود در مدل میانجی‌گری، یک رابطه غیرمستقیم بین فضای مجازی و احساس امنیت اجتماعی با میانجی‌گری وفاق اجتماعی و اعتماد اجتماعی وجود دارد که به دلیل ساده بودن مدل برای آزمون آن از روش بوت استراپ استفاده شد. مندرجات جدول ۸ نتایج پارامترهای مسیرهای غیرمستقیم الگوی میانجی‌گری اول و دوم را نشان می‌دهد.

جدول ۸- نتایج بوت استراپ مربوط به روابط غیر مستقیم در مدل میانجی‌گری پژوهش

سطح معنی داری (p)	حد پایین	حد بالا	برآورد استاندارد	
$p \leq 0/01$	0/22	0/34	0/32	فضای مجازی به احساس امنیت اجتماعی از طریق وفاق اجتماعی
$p \leq 0/01$	0/25	0/30	0/28	فضای مجازی به احساس امنیت اجتماعی از طریق اعتماد اجتماعی

با توجه به نتایج مندرج در جدول شماره ۸ مشخص شده است که ارتباط غیر مستقیم فضای مجازی به احساس امنیت اجتماعی از طریق وفاق اجتماعی $\beta=0/32$



و از طریق اعتماد اجتماعی $\beta = 0/28$ در سطح معنی داری $p \leq 0/01$ معنی دار است. همچنین می توان گفت با توجه به این که عدد صفر در محدوده حدبالا و پایین قرار نمی گیرد وفاق اجتماعی و اعتماد اجتماعی نقش میانجی را در خصوص رابطه ی میان فضای مجازی و احساس امنیت اجتماعی اجتماعی را ایفا می کند. بنابراین فرضیات نهم و دهم تحقیق نیز مورد تأیید قرار می گیرند. ضمناً برای آزمون فرضیه یازدهم مطالعه یعنی «از لحاظ استفاده از فضای مجازی بین افراد بر حسب جنسیت افراد تفاوت معنی داری وجود دارد» از آزمون تی مستقل استفاده شد که نتایج آن در جدول ۹ آمده است.

جدول ۹- نتایج حاصل از آزمون t برای بررسی معنی داری تفاوت استفاده از فضای مجازی

شرکت کنندگان بر اساس جنسیت آنان

متغیر	تفاوت دو میانگین	درجه آزادی df	T	P
استفاده از فضای مجازی	۶/۲۴	۴۹۸	۶/۱۷	۰/۰۰۱

در ابتدا آزمون لوین برای برابری واریانس ها گرفته شد که نتایج آن نشان داد واریانس دو گروه استفاده کننده از فضای مجازی برابر نیست چون p به دست آمده کوچکتر از $0/05$ بود ($f = 0/007$) $(df = 498)$ $(p = 0/009)$. بنابراین فرض صفر که بیان می کند واریانس ها با هم برابر هستند رد می شود. نتایج آزمون t گروههای مستقل نشان داد که بین مردان و زنان از لحاظ استفاده از فضای مجازی تفاوت معنی داری وجود دارد ($t = 0/001$) $(p = 0/001)$. با توجه به میانگین های ارائه شده ($M = 33/82$ زنان و $M = 27/58$ مردان) ملاحظه می گردد که زنان استفاده بیشتری از فضای مجازی نسبت به مردان دارند ($6/24 = \text{تفاوت } M$).

برای آزمون فرضیه دوازدهم «بین میزان درآمد ماهیانه و استفاده از فضای مجازی ارتباط معنی داری وجود دارد» از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد که نتایج آن در جدول ۱۰ بیان شده است.



جدول ۱۰- ضریب همبستگی بین میزان درآمد ماهیانه و استفاده از فضای مجازی

۰/۳۳۷	ضریب همبستگی پیرسون
۰/۰۲۵	معناداری آزمون
۲۶۰	تعداد

همانطور که در جدول بالا مشاهده می گردد بین میزان درآمد ماهیانه و استفاده از فضای مجازی همبستگی معناداری وجود دارد. چون ضریب همبستگی به دست آمده مقدار ۰/۳۳۳ در سطح ۰/۰۵ معنادار است. بنابراین فرضیه دوازدهم پژوهش تایید می شود و با توجه به مثبت بودن همبستگی میان دو متغیر می توان گفت که هرچه که میزان درآمد ماهیانه افراد بیشتر باشد به میزان بیشتری از فضای مجازی استفاده می کنند.

نتیجه گیری

در این پژوهش بر آن بودیم تا به تحلیل تاثیر فضای مجازی بر احساس امنیت اجتماعی در شهر ایلام پردازیم. احساس امنیت را مبتنی بر چهار مولفه احساس امنیت فرهنگی، هویتی، جمعی و فکری در نظر گرفتیم. از سوی دیگر فضای مجازی را مشتق از میزان و سابقه استفاده، نگرش به فضای مجازی، مدل و الگوی استفاده از آن دانستیم که در این بین نیز با مطالعه پیشینه های تجربی مرتبط با موضوع، دو عامل اعتماد و وفاق اجتماعی را به عنوان متغیرهای میانجی مدل پیشنهادی تعریف و تبیین نمودیم. بر این اساس نتایج بخش توصیفی متغیرهای تحقیق نشان داد که میانگین و (انحراف معیار) به ترتیب برای متغیرهای فضای مجازی ۶۸/۶۲ (۸/۷۵)، وفاق اجتماعی ۶۷/۷۲ (۹/۰۸)، اعتماد اجتماعی ۴۹/۲۳ (۸/۴۵) و احساس امنیت اجتماعی ۱۰۶/۳ (۱۸/۶۸) می باشد. همچنین نتایج استنباطی تحقیق نشان می دهد که بین فضای مجازی و وفاق اجتماعی ضریب همبستگی برابر $(p = 0/05; r_{xy} = -0/38)$ ، بین فضای مجازی و اعتماد اجتماعی ضریب همبستگی برابر $(p = 0/05; r_{xy} = -0/46)$ و بین فضای مجازی و احساس امنیت اجتماعی ضریب همبستگی برابر $(p = 0/05; r_{xy} = -0/34)$ بود.

همچنین در بخش مدل سازی معادلات ساختاری و به منظور بررسی رابطه میان متغیرهای فضای مجازی، وفاق اجتماعی، اعتماد اجتماعی و احساس امنیت



اجتماعی یک مدل فرضی بر اساس پیشینه تحقیق طراحی شد و به آزمون مدل کلی و بررسی روابط مستقیم میان متغیرهای پژوهش و نقش میانجی وفاق اجتماعی و اعتماد اجتماعی میان فضای مجازی و احساس امنیت اجتماعی پرداخته شد. نتایج حاصل از ارزیابی مدل پیشنهادی بر اساس شاخص های برازندگی ارزیابی شد که با توجه به مقدار شاخص نسبت مجذور خی بر درجه آزادی (df/x^2) که در مدل پیشنهادی ۲/۸۱ است می توان نتیجه گرفت که مدل از برازندگی قابل قبولی برخوردار می باشد.

از سوی دیگر ضرایب مسیر استاندارد و مقادیر بحرانی متناظر در تحقیق حاضر نشان می دهد که همه مسیرهای مستقیم معنی دار می باشند و در بین روابط استاندارد معنی دار مستقیم میان متغیرهای مدل پیشنهادی تحقیق، به ترتیب رابطه میزان و سابقه استفاده از فضای مجازی با احساس امنیت اجتماعی ($\beta \geq p, 0/0001 = -0/24$)، نوع استفاده از فضای مجازی با احساس امنیت اجتماعی ($\beta \geq p, 0/0001 = -0/19$)، نگرش به استفاده از فضای مجازی با احساس امنیت اجتماعی ($\beta \geq p, 0/0001 = -0/27$)، الگوی استفاده از فضای مجازی با احساس امنیت اجتماعی ($\beta \geq p, 0/0001 = -0/31$)، فضای مجازی به وفاق اجتماعی ($\beta \geq p, 0/0001 = -0/32$)، وفاق اجتماعی به احساس امنیت اجتماعی ($\beta \geq p, 0/0001 = -0/42$)، فضای مجازی به اعتماد اجتماعی ($\beta \geq p, 0/0001 = 0/40$) و اعتماد اجتماعی به احساس امنیت اجتماعی ($\beta \geq p, 0/0001 = 0/40$) است. بنابراین فرضیات اول تا هشتم پژوهش مورد تأیید قرار گرفتند. همچنین در این پژوهش روابط غیرمستقیم متغیرها (میانجی گری ها) با استفاده از روش بوت استراپ ارائه شده رابطه فضای مجازی با احساس امنیت اجتماعی با میانجی گری وفاق اجتماعی بررسی شد که نشان داد یک رابطه غیرمستقیم بین فضای مجازی و احساس امنیت اجتماعی با میانجی گری وفاق اجتماعی و اعتماد اجتماعی وجود دارد. به بیان دیگر با توجه به نتایج به دست آمده مشخص گردید که ارتباط غیر مستقیم فضای مجازی به احساس امنیت اجتماعی از طریق وفاق اجتماعی $\beta = 0/32$ و از طریق اعتماد اجتماعی $\beta = 0/28$ در سطح معنی داری $p \leq 0/01$ معنی دار است. همچنین می توان گفت با توجه به این که عدد صفر در محدوده حد بالا و پایین قرار نمی گیرد وفاق اجتماعی و اعتماد اجتماعی نقش میانجی را در خصوص رابطه



۳۰۵

میان فضای مجازی و احساس امنیت اجتماعی را ایفا می کند. ضمناً برای آزمون فرضیه یازدهم تحقیق یعنی بررسی رابطه بین استفاده از فضای مجازی بر حسب جنسیت افراد از آزمون تی مستقل استفاده شد که برای نتیجه گیری از آن در ابتدا آزمون لوین برای برابری واریانس ها گرفته شد که نتایج آن نشان داد واریانس دو گروه استفاده کننده از فضای مجازی برابر نیست چون p به دست آمده کوچکتر از $0/05$ بود ($f = 0/007$) $(f = 0/009, p)$. بنابراین فرض صفر که بیان می کند واریانس ها با هم برابر هستند رد می شود. نتایج آزمون t گروههای مستقل نشان داد که بین مردان و زنان از لحاظ استفاده از فضای مجازی تفاوت معنی داری وجود دارد. با توجه به میانگین های ارائه شده ($M_{\text{زنان}} = 33/82$ و $M_{\text{مردان}} = 27/58$) ملاحظه می گردد که زنان استفاده بیشتری از فضای مجازی نسبت به مردان دارند ($6/24 = \text{تفاوت } M$). در نهایت با توجه به مثبت بودن همبستگی میان دو متغیر درآمد و استفاده از فضای مجازی می توان گفت که هرچه میزان درآمد ماهیانه افراد بیشتر باشد به میزان بیشتری از فضای مجازی استفاده می کنند. در ادامه این بخش به لحاظ مقایسه نتایج این تحقیق با تحقیقات قبلی می توان گفت: نتایج این تحقیق با تحقیق بخشایش و ندری در سال ۱۳۹۷ همسو می باشد. به بیان دیگر تاثیر منفی فضای مجازی در تحقیق یاد شده به دلیل عدم وجود زیرساخت های لازم و فقدان سیاست گذاری فرهنگی متناسب منجر به از هم گسیختگی نظم هویتی و ایجاد فرهنگی متعارض با ارزش ها شده است که این مساله در تحقیق حاضر نیز به خوبی مورد تأیید قرار گرفت. همچنین در مقایسه با تحقیق کلاتری و همکاران که در سال ۱۳۹۶ انجام گرفته است، می توان گفت نتایج هر دو پژوهش نشان دهنده تاثیر معنی دار منفی فضای مجازی بر احساس امنیت اجتماعی می باشد. ضمن اینکه در مقایسه با تحقیق خواجه نوری و همکاران در سال ۱۳۹۰ می توان گفت: در تحقیق یاد شده اینترنت بعد از تلویزیون بیشترین تاثیر را بر احساس امنیت داشته که موید نقش برجسته فضای مجازی در کاهش احساس امنیت بوده و با نتایج تحقیق حاضر در یک راستا می باشد. به لحاظ مقایسه با تحقیقات خارجی نیز می توان گفت: نتایج این تحقیق با تحقیق اردونمز در سال ۲۰۰۹ از این جهت مشابهت دارد که در هر دو تحقیق بین جنسیت افراد و احساس امنیت اجتماعی رابطه معنی داری وجود داشته است. همچنین پژوهش



حاضر با تحقیق چونگ و همکاران که در سال ۲۰۱۱ انجام شده است به لحاظ انگیزه استفاده از فضای مجازی که پیرامون انگیزه های اجتماعی و هویتی است، هم راستا می باشد.

در خاتمه با توجه به بنیان های نظری پژوهش می توان چنین نتیجه گرفت که فضای مجازی علاوه بر نقش عام سایر رسانه های جمعی، به دلیل خاصیت تعاملی و امکان فعالیت کاربران در زمینه های دلخواه و عدم کنترل اجتماعی که القاء کننده نوعی احساس آزادی کاذب به کاربران است تاثیر قابل توجه و اجتناب ناپذیری بر نگرش های افراد، رفتار و احساس امنیت اجتماعی آنان دارد. بنابراین تداوم این فعالیت بر اساس نظریه های جهانی شدن منجر به ایجاد هنجارها و ارزش های جدید و تغییر هنجارها و هویت افراد در بستر فضای حقیقی نیز می گردد. به بیان دیگر ارزش ها و هنجارهای جهان مجازی به جهان اجتماعی سرایت کرده و منجر به اختلال در فرایندهای اجتماعی می گردد.

پیشنهاد های کاربردی

به منظور تهیه کاربست نتایج حاصله از تحقیق، پیشنهادهایی بر مبنای فرضیات تحقیق به شرح زیر احصاء گردیده است:

- پیشنهاد با ایجاد فضای رقابت رسانه ای و بهره مندی مطلوب از رسانه ملی، میزان تاثیرگذاری فضای مجازی را در زمینه احساس امنیت به حداقل رساند.
- تلاش در جهت برنامه ریزی و مدیریت فرهنگی کارآمد فضای مجازی.
- طراحی، سازماندهی و به روز رسانی شبکه های اجتماعی مجازی بومی در حوزه های مختلف.
- محتواسازی و ایجاد جذابیت در پیام رسان های داخلی و شبکه های اجتماعی.
- آگاه سازی و ارتقاء سطح دانش عمومی خانواده ها درباره استفاده صحیح از فضای مجازی و مخاطرات و پیامدهای منفی آن.
- مقابله هوشمند با محصولات و کانال های منفی فعال در فضای مجازی و اعمال صحیح سیاست های فیلترینگ به عنوان یک راهکار کوتاه مدت.
- اهتمام و توجه بیشتر نهادهای متولی امور فرهنگی و اجتماعی در جهت ارتقاء سطح اعتماد و وفاق اجتماعی با توجه به تاثیر پذیری آنها از فضای مجازی و ارتباط معکوس آنها با احساس امنیت اجتماعی شهروندان.



۳۰۷

■ تدوین برنامه های مرتبط با آموزش مهارت های استفاده از فضای مجازی در سطوح مختلف از جمله مدارس و نهادهای آموزشی به منظور کاهش تنش های روانی ناشی از تاثیرات منفی فضای مجازی.

■ تشکیل کارگروه رصد فضای مجازی در استان ها به لحاظ بررسی مستمر تاثیرگذاری آن بر احساس امنیت اجتماعی شهروندان و همچنین رفتارشناسی کاربران فعال.

■ با توجه به پایین بودن میزان ابعاد احساس امنیت هویتی و فرهنگی در بین پاسخگویان، می توان نتیجه گرفت که استفاده از فضای مجازی با منشاء فرامرزی و بیگانه در حال جایگزینی با فرایندهای هویت ساز و بنیان های اصیل فرهنگی است. بنابراین پیشنهاد می گردد با اتخاذ راه کارهای صحیح و قانونی، بسترهای حفظ هویت و عناصر فرهنگی مطلوب موجود فراهم گردد.

تحلیل جامعه‌شناختی تاثیر میزان استفاده از فضای مجازی بر احساس امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: شهر ایلام)



- اخگری، محمد (۱۳۸۸). هویت ایرانی در رسانه‌های مجازی، تهران: ماهنامه اطلاعات حکمت و معرفت، شماره ۴۰، صص ۲۸-۳۱.
- استونز، راب و دیگران (۱۳۷۹). متفکران بزرگ جامعه‌شناسی، ترجمه: مهرداد میردامادی، تهران: نشر مرکز.
- اسلوین، جیمز (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه، ترجمه: عباس گیلوری و علی راد باوه، تهران: نشر کتابدار.
- افشار، زین العابدین (۱۳۸۵). بررسی امنیت اجتماعی زنان در شهر تهران (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). تهران: دانشگاه تهران.
- امیرستگار، خالد و فاطمه محمدیان (۱۳۹۲). استفاده از اینترنت و احساس امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: دانشگاه شهید باهنر کرمان)، فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات، سال چهاردهم، شماره بیست و دوم، تابستان ۱۳۹۲، صص ۶۸-۴۲.
- انصاری، ابراهیم و همکاران (۱۳۹۷). تحلیل جامعه‌شناختی تاثیر استفاده از فضای مجازی بر فرهنگ شفاهی (مورد مطالعه: شهر اصفهان)، دانشگاه اصفهان، فصلنامه علمی پژوهشی جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و نهم، شماره پیاپی ۶۹، شماره اول، بهار ۱۳۹۷، صص ۱۸-۴۰.
- بوزان، باری (۱۳۷۸)، مردم، دولت‌ها و هراس. ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی، چاپ اول.
- بهیان، شاپور؛ فیروزآبادی، آمنه (۱۳۹۲). بررسی عوامل موثر بر احساس امنیت اجتماعی در شهرها (مطالعه موردی: شهر کرمان)، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی شهری، سال سوم، شماره ششم، بهار ۱۳۹۲، صص ۳۲-۹.
- بخشایش احمد و غلامرضا ندری (۱۳۹۷)، بررسی تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر امنیت اجتماعی ج. ۱. ایران با رویکرد سیاست‌گذاری، فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های حفاظتی و امنیتی، شماره ۲۵، بهار ۱۳۹۷، صص ۱۲۵-۱۵۴.
- حاتمی، علی و همکاران (۱۳۹۴). بررسی عوامل مرتبط با میزان احساس امنیت اجتماعی شهروندان مورد مطالعه زنان شهر کرمانشاه، پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال چهارم، شماره پیاپی ۱۱، شماره سوم، زمستان ۱۳۹۴، صص ۱۳۰-۱۱۳.



- خواجه نوری، بیژن (۱۳۹۲) مطالعه رابطه بین مصرف رسانه ای و احساس امنیت اجتماعی، دانشگاه شیراز.
- دواس، دی.ای (۱۳۷۶) پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایی، نشر نی.
- راجرز، پل (۱۳۸۴) زوال کنترل: امنیت جهانی در قرن بیست و یکم، ترجمه امیر محمد یوسفی و مژگان جبلی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- زارع شاه آبادی، اکبر؛ ترکان، رحمت اله (۱۳۹۰) بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی در بین شهروندان شهر یزد، فصلنامه نظم و امنیت انتظامی، شماره دوم، سال چهارم، تابستان ۱۳۹۰.
- عیوضی، محمد رحیم (۱۳۸۵) جهانی شدن فرهنگ برای جهان سوم، تهدیدها و فرصت ها، مجله راهبرد. سال دوم، شماره ۶، صص ۱۰۰-۷۲.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰) ظهور جامعه شبکه ای، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: طرح نو.
- کلاهیچیان، محمود (۱۳۸۴)، «راهکارهای تحقق امنیت اجتماعی»، مجموعه مقالات همایش امنیت اجتماعی، معاونت اجتماعی ناجا (شماره یک)، تهران: انتشارات گلپویه.
- کلاتری، عبدالحسین و همکاران (۱۳۹۶)، بررسی ارتباط بین استفاده از رسانه‌های جمعی جهانی و احساس امنیت اجتماعی در شهر کرمانشاه، فصلنامه پژوهش نامه توسعه فرهنگی اجتماعی، سال دوم، شماره سوم، بهار و تابستان ۱۳۹۶، صص ۶۹-۴۳.
- ساروخانی، باقر و بابایی فرد، الهام (۱۳۹۲). اینترنت، جهانی شدن و هویت فرهنگی در ایران، تهران: نشر دیدار.
- سفیری، خدیجه و نعمت‌اللهی، زهرا (۱۳۸۷). رابطه ابزارهای جهانی شدن و هویت دینی، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره اول، شماره ۱، بهار ۱۳۹۱، صص ۷۰-۳۹.
- سورین، جی. وارنر و تانکارد، جیمز دبلیو (۱۳۸۸). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه: علیرضا دهقان، اصفهان: موسسه انتشارات دانشگاه اصفهان، چاپ چهارم.
- صالحی امیری، سیدرضا و همکاران (۱۳۹۰). الگوهای سبک زندگی ایرانیان، تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک، چاپ دوم.
- عزیززی، جلیل و حیدر خانی، هابیل (۱۳۹۳) بررسی رابطه اینترنت و احساس امنیت



- اجتماعی در میان جوانان (نمونه مورد بررسی: جوانان شهر کرمانشاه)، فصلنامه دانش انتظامی لرستان، دوره اول، بهار ۱۳۹۳، صص ۱۳۲-۱۵۷.
- گیدنز، آتونی (۱۳۷۷). پیامدهای مدرنیته، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: نشر نی.
 - لاپتن، دبورا (۱۳۸۰) بیم و مدرنیزاسیون. ترجمه مریم رفعی جاه، مجله ارغنون، شماره ۱۸.
 - مرکز آمار ایران. (۱۳۹۵) سالنامه آماری استان خوزستان.
 - مهدیزاده، شراره (۱۳۸۴). تلویزیون، مخاطب و نگرش نو، مجله جامعه شناسی ایران، دوره ششم، شماره ۴، صص ۲۱۱-۱۸۵.
 - واتزر، مالکوم (۱۳۷۹). جهانی شدن، ترجمه: اسماعیل مردانی گیوی، تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
 - هولمز، م (۱۳۸۴). جنسیت و زندگی روزمره، ترجمه: لیبی م.م. با مقدمه ایاز فکوهی، تهران: نشر افکار.
 - هومن، حیدر علی (۱۳۸۷) تحلیل داده ای چند متغیری در پژوهش رفتاری، تهران: نشر پارسا.
 - نویدنیا، منیژه (۱۳۸۲) «درآمدی بر امنیت اجتماعی»، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال ششم، صص ۱۳۱-۱۱۴.
 - Erdonmez, E. (2009). "The Effect of Media on Citizens' Fear of Crime in Turkey". PhD dissertation. University of North Texas.
 - Cheung, Christy M. K. & Pui-Yee Chiu & Matthew K.O. Lee (2011) Online Social Networks: why do students use facebook? Computers in human behavior, 1343-27, 1337.
 - Gross, R. (2005). Informatio revelation and privacy in online social networks.
 - Hilberman, J. (2009). Young people are social networking in droves", Retrived in
 - http://iipdigital.usembassy.gov/st/English/article//01/200920090105145310maduobba_0.7623255.htm#axzzlifCQB6phin4september2011.
 - Kizza, J.M. (1998). ethical and social issues in the information age. New York: springer- verlage.

- Laughey,D.(2007) Key themes in media theory,McGraw hill publication.
- Lenhart, A. & Madden. (2007). Teens, Privacy & Online Social Networks.
- Putnam,R(2000).Bowling alone:The collapse and revival of American community,simon and Schuster,New York.
- panic, Branka, (2009). societal security_security and identity. university of belgerad.
- Neumann, peter R, (2009). old and new terrorism,international relations,Vol4.
- Noelle-Neumaan, E. (1974). The spiral of silence: a theory of public opinion, Journal of Communication, 51-43 :24.
- Pew Internet & American Life Project. Washington, DC. Available: on human factors in computing_systems (P.p. 1036–1027). New York: ACM.
- Roe, pau, (2005). securitization & minority rights: condition of desecurity. central European university ,Budapes.
- Roy, N. (2005). Balancing the Tripod: Security, Immigration and the Economy in the Post11/9- United States
- Suler.J.(2008). The Psychology of cyber space.Department of Psychology.science of technology center Rider university. <http://users.ride.Edu>.
- Weaver, Ole. (2000), “Societal Security” <http://www.Ciaonet.Org/book/hall/hall01.Html>.
- Watson, soft. (2004). agent in search of a actor: societal security for the Palestinians and Turkish Kurd’s. Newyork: Columbia university press.