

نقش شبکه‌های اجتماعی در احساس امنیت اجتماعی افراد مورد مطالعه: دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه اصفهان

رسول فرامرزی^۱، دکتر حمید کشاورز^۲

چکیده

امروزه دامنه شبکه‌های اجتماعی به گونه‌ای در بین کاربران رواج پیدا کرده که میلیون‌ها نفر را به عضویت خود درآورده چنان که این شبکه‌ها به سرعت در بین مخاطبان خود جای باز نموده‌اند و به بخش جدایی ناپذیر زندگی اغلب کاربران خود بدل گشته‌اند. هدف از انجام این پژوهش بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در احساس امنیت اجتماعی افراد می‌باشد. به منظور دستیابی به هدف پژوهش، روش پیمایشی مبنای گردآوری داده‌ها قرار گرفته است. به منظور تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و روش آماری نظیر تحلیل واریانس و آزمون تفاوت میانگین‌ها استفاده شد. بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی دانشجویان ارتباط معناداری وجود دارد. نتایج نشان می‌دهد که بین متغیرهای جنسیت، وضعیت تأهل و قومیت با احساس امنیت اجتماعی نیز ارتباط معناداری وجود دارد.

مفاهیم کلیدی: شبکه‌های اجتماعی، اینترنت، فیس بوک، احساس امنیت اجتماعی.

۱- کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی

۲- عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد دهقان

مقدمه

رشد روزافزون تکنولوژی‌های ارتباطی به واقعیت انکارناپذیر حیات اجتماعی تبدیل شده است. پیدایی صور نوین ارتباط در شبکه‌های بزرگ کامپیوتری مانند اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، زمینه‌ساز فضاهای اجتماعی جدید گشته است. فضاهایی بدون مرز که روابط اجتماعی را تحت تاثیر قرار می‌دهند. بدین‌سان تکنولوژی‌های نوین اطلاعات، اقصی نقاط عالم را در شبکه‌های جهانی بر ساخته از ابزارها به یکدیگر پیوند داده و ارتباطات کامپیوتری، مجموعه گسترده‌ای از اجتماعات مجازی را به وجود آورده است به گونه‌ای که امروزه می‌توان نام «خانواده مجازی» را به آنها اطلاق کرد. امروزه دامنه شبکه‌های اجتماعی به گونه‌ای در بین کاربران رواج پیدا کرده که میلیون‌ها نفر را به عضویت خود در آورده چنان که این شبکه‌ها به سرعت در بین مخاطبان خود جای باز نموده‌اند و به بخش جدایی ناپذیر زندگی اغلب کاربران خود بدل گشته‌اند. تعداد استفاده کنندگان شبکه‌های اجتماعی بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۰ نزدیک به دو برابر شده است و جمعیت کاربران این شبکه‌ها با سرعت زیادی در حال افزایش است. به نظر کاستلز در آغاز هزاره سوم میلادی و با بروز پارادایم جدید مبتنی بر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، همه کشورهای جهان به طور مستقیم یا غیر مستقیم در معرض تغییرات ساختاری قرار خواهند گرفت. این نوع فناوری به خودی خود، نسبت به نهادها و فرایندهای اجتماعی عامل تعیین کننده محسوب نمی‌شود، بلکه در ماتریس پیچیده کنش متقابل بین ساختارهای اجتماعی و کنشگران نقش یک عامل واسطه‌ای را ایفا می‌کند و به همین خاطر در مرکز کنش انسانی قرار می‌گیرد. به این ترتیب تغییر شکل ابزارهای تولید دانش و فرایندهای اطلاعاتی و ارتباطی منجر به پیامدهای فراگیر می‌شوند و تاثیرات اجتماعی را به الگوی وسیع‌تری از علیت اجتماعی می‌افزاید. از این رو بررسی آثار و پیامدهای کاربرد تکنولوژی‌های ارتباطی - اطلاعاتی، در عرصه‌های مختلف حائز اهمیت است. از جمله پیامدهای منفی آن، دسترسی به اطلاعات خصوصی کاربران در شبکه‌های اجتماعی است که باعث کاهش احساس امنیت اجتماعی آنها شده است.

در این بین دانشجویان یکی از مهمترین گروه‌های عضو این شبکه‌های اجتماعی هستند. دانشجویان به طور اخص، از مصرف‌کنندگان اصلی این تکنولوژی‌ها هستند. اینترنت بخش مهمی از فعالیت‌های آموزشی، شغلی و فراغتی دانشجویان را به خود اختصاص می‌دهد. به این جهت این احتمال وجود دارد که بهره‌مندی از این پدیده بر احساس امنیت اجتماعی آنها تاثیر داشته باشد. از این رو بررسی نقش شبکه‌های

اجتماعی در احساس امنیت اجتماعی افراد قابل مطالعه است.

پیشینه پژوهش

الف) مطالعات داخلی

قدرتی و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «احساس امنیت اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی و نهادهای نظم و قانون» به بررسی احساس امنیت اجتماعی و تأثیر نهادهای نظم و قانون یعنی پلیس و دادگاه و همچنین تأثیر عضویت در شبکه‌های اجتماعی داوطلبانه، بر آن می‌پردازد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که متغیرهای اعتماد به دادگاه، اعتماد به پلیس، عضویت در انجمن‌های ادبی هنری، جنسیت و وضعیت تأهل وارد مدل رگرسیون شده‌اند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که در وهله اول بهبود عملکرد نهادهای دولتی وبه ویژه دو نهاد یادشده و در وهله دوم گسترش شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به تقویت احساس امنیت اجتماعی شهروندان، کمک کند.

یوسفی لویه و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهش پیمایشی خود با عنوان «سنجش گرایش دانشجویان نسبت به اینترنت» به عوامل موثر بر گرایش قشر دانشجویی به اینترنت پرداخته و ۵ عامل فعالیت علمی، جلب توجه دیگران، نیاز به پیشرفت، ارضای نیاز جنسی و ارضای کنجکاوی و ماجراجویی را به عنوان دلایل گرایش دانشجویان به اینترنت عنوان کرده‌اند.

سیاهپوش و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی که به بررسی «عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر میزان گرایش به اینترنت در شهر شوش دانیال» پرداخته است، میزان اعتماد در روابط خانوادگی، میزان ارتباط دوستانه، میزان باورهای مذهبی و قومی و مقطع تحصیلی را از جمله عواملی ذکر کرده که در میزان استفاده دانشجویان از اینترنت دخالت دارند.

زربخش بحری و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان «احساس تنهایی و میزان اعتیاد به اینترنت در دانشجویان» نشان داده‌اند که میان احساس تنهایی، ارتباط با خانواده و نشانگان عاطفی و اعتیاد به اینترنت همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد.

ب) مطالعات خارجی

گروسسک و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیقی با عنوان «استاد عزیزم، چه چیزی را باید روی دیوار فیس‌بوکم بنویسم؟ مطالعه‌ای موردی در خصوص استفاده‌های دانشگاهی از فیس‌بوک» اشاره کرده‌اند که شبکه اجتماعی مجازی فیس‌بوک به میزان زیادی مورد اقبال و توجه هم جوانان و هم غیرجوانان قرار گرفته است و اعضای گسترده از اغلب اقشار سنی دارد و به نوعی قسمت مهمی از زندگی دانشجویان شده است. متعاقباً عده

زیادی از استادان و آموزگاران دانشگاهی نیز ایده‌های مختلفی را در خصوص این که می‌توان در کنار استفاده‌های اجتماعی از فیس‌بوک استفاده‌های گوناگون دانشگاهی و آموزش رسمی نیز از آن داشت را مطرح کرده‌اند. در این راستا این تحقیق به دنبال شناخت چگونگی فهم دانشجویان از استفاده‌های ممکن آموزشی فیس‌بوک و یکپارچه شدن آن با آموزش و یادگیری و فعالیت‌های فوق برنامه آموزشی بوده است. در این مقاله بعد از معرفی برخی ویژگی‌های فیس‌بوک، به مطالعه‌ی تحقیقات و ادبیات پیشین در خصوص استفاده‌های آموزشی از این شبکه اجتماعی مجازی پرداخته شده است و برای سنجش میزان استفاده دانشجویان از این شبکه برای اهداف و فعالیت‌های آموزشی، پرسشنامه‌ای اینترنتی تهیه شده است و از دانشجویان سال اول در سال تحصیلی ۲۰۱۰ تکمیل شده است که مشخص گردید اغلب دانشجویان زمان قابل توجهی را در فیس‌بوک سپری می‌کنند ولی بیشتر بافت استفاده آنها شامل استفاده‌های اجتماعی (نظیر: در تماس بودن با خانواده، دوستان و آشنایان، به اشتراک گذاری و تگ کردن (نام‌گذاری) عکس‌ها و مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و داوطلبانه و...) می‌گذرد و کمتر برای اهداف آموزشی از این شبکه بهره گرفته شده است و به میزان کمی دانشجویان در بحث‌های صورت گرفته در خصوص تکالیف آموزشی و سخنرانی‌ها و مطالعات و اشتراک اطلاعات در مورد منابع درسی خود شرکت کرده‌اند. نارایان و کسیدی (۲۰۰۱) در یک بررسی پیمایشی، مجموعه‌ای از پرسش‌های معتبر را که برای تحقیقات و طرح‌های اجرایی در کشورهای تانزانیا (۱۹۹۹)، اندونزی (۱۹۹۹) و بولیوی (۲۰۰۰) مدنظر بوده، تنظیم کرده و سپس به عنوان ابزار سنجش در کشورهای آفریقایی غنا و اوگاندا استفاده عملی کرده‌اند. این بررسی به منظور فراهم کردن یک ابزار اندازه‌گیری معتبر با هدف سنجش سرمایه اجتماعی در پژوهش‌های دیگر انجام گرفته است که در آن عوامل تعیین‌کننده سرمایه اجتماعی عبارتند از: همبستگی اجتماعی، توانمندی و حس تعلق. همچنین پیامدهای سرمایه اجتماعی به این ترتیب عنوان شده‌اند: مشارکت سیاسی و امنیت؛ ایمنی؛ توانمندی و انسجام اجتماعی و در نهایت اینکه حس تعلق سبب افزایش مشارکت و همچنین توانمندی و سپس انسجام اجتماعی شده است.

نازان داغران (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان «مهمترین انگیزه‌های استفاده از فیس‌بوک در میان دانشجویان یکی از دانشگاه‌های ترکیه» با استفاده از روش پیمایش پرسشنامه‌ای انجام داد و متوجه شد که کاربران کم‌تر از فیس‌بوک برای شروع روابط رمانتیک، به اشتراک گذاشتن تصاویر و ویدئوها و یا معرفی خود استفاده کرده‌اند. همچنین اکثریت پاسخگویان اذعان داشتند که فیس‌بوک موجب شده است تا بسیاری از بهترین دوستان

خود را، که مدت‌ها از آنها بی‌اطلاع بوده‌اند، پیدا کنند. بسیاری از کاربران حفظ روابط را مهمترین انگیزه استفاده از فیس‌بوک می‌دانند.

مروری بر مباحث نظری کارکردهای ارتباطی از دیدگاه تانبرگ و همکارانش

به طور سنتی کارکردهای مختلفی به ارتباط نسبت داده شده است. افراد و گروه‌هایی از افراد با تسلط بر برخی از این کارکردها می‌توانند به مقاصد خاص نظیر توانمندسازی دست یابند.

کارکردهایی که تانبرگ و همکارانش ذکر کرده‌اند از این قرارند:

الف) کارکرد اظهاری: افراد چون می‌خواهند برای خود (و گروه خود) هویتی ایجاد کنند، به طور موثری ابراز وجود می‌کنند.

ب) کارکرد اجتماعی: افراد با برقراری ارتباط با یکدیگر نوعی حس همبستگی را پرورش می‌دهند.

ج) کارکرد آگاهی‌بخشی: از طریق ارتباط افراد می‌توانند در اطلاعات سهیم شوند و در نتیجه دانش خود را افزایش دهند.

د) کارکرد فعال‌سازی نظارت: ارتباط موجب کنش مشترک و تغییر محیط و بهبود وضعیت افراد و گروه‌های آنها می‌شود.

این کارکردها به یکدیگر مربوط‌اند. گروهی که در استفاده از ارتباط فقط یک کارکرد آن را در نظر دارند، در عین حال، کاربرد ارتباط را برای تحقق سایر کارکردها نیز تسهیل می‌کند. فراگردی آغاز می‌شود که در صورت وجود شرایط مطلوب، مارپیچی از هویت، اجتماع، آگاهی و کنش مضاعف را به طور جهشی پدید می‌آورد و گروه را یاری می‌دهد تا به اهدافش دست یابد (ویندال و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۴۸).

نظریه جامعه شبکه‌ای مانوئل کاستلز

به اعتقاد کاستلز تعامل میان انقلاب تکنولوژی اطلاعات، بحران‌های اقتصادی سرمایه‌داری و دولت‌سالاری و تجدید ساختار متعاقب آنها و شکوفایی جنبش‌های اجتماعی فرهنگی همچون آزادی‌خواهی، حقوق بشر، فمینیسم و طرفداری از محیط زیست، یک ساختار نوین اجتماعی مسلط بنام جامعه شبکه‌ای، یک اقتصاد نوین یعنی اقتصاد اطلاعاتی جهانی و یک فرهنگ نوین یعنی فرهنگ مجازی را بوجود آورده است. او ویژگی‌های اصلی جامعه شبکه‌ای را اقتصاد اطلاعاتی، اقتصاد جهانی، فعالیت‌های اقتصادی شبکه‌ای، تحول در انجام کار و ساختار اشتغال، ظهور قطب‌های متقابل، فرهنگ واقعیت مجازی، سیاست بر بال رسانه، زمان بی‌زمان و فضای جریان‌ها

تعریف می‌کند (کاستلز، ۱۳۸۴: ۱۷).

کاستلز می‌گوید از برآمدن شیوه توسعه مبتنی بر اطلاعات، ما شاهد پیدایش یک الگوی نوین اجتماعی-اقتصادی هستیم. الگویی که پردازش اطلاعات هسته مرکزی آن است. به نظر او جوامع مختلف شیوه‌های توسعه متفاوتی دارند. کاستلز آشکارا از مدل انقلاب فناوری اطلاعات که در دهه ۱۹۷۰ رواج داشت فاصله می‌گیرد و آن را بوجود آورنده جامعه شبکه‌ای نمی‌داند. کاستلز صراحتاً بیان می‌دارد که تکنولوژی مسیر جامعه را تعیین نمی‌کند و جامعه نیز مسیر تحولات تکنولوژی را مشخص نمی‌سازد زیرا عوامل بسیاری از جمله خلاقیت فردی و کارآفرینی در فرایند کشف علمی، نوآوری تکنولوژیک و کاربردهای اجتماعی دخالت دارند به نحوی که نتیجه نهایی به الگوی پیچیده‌ای از تعاملات بستگی دارد. در واقع معضل جبرباوری تکنولوژیک احتمالاً مساله‌ای کاذب است. چون تکنولوژی در واقع خود جامعه است و درک یا بازنمایی جامعه بدون ابزار تکنولوژیک‌اش میسر نیست (کاستلز، ۱۳۸۴: ۱۷).

کاستلز بین جامعه مبتنی بر اطلاعات و جامعه اطلاعاتی تمایز قایل می‌شود. در مفهوم جامعه اطلاعاتی بر نقش اطلاعات در جامعه تاکید می‌شود حال آنکه کاستلز می‌گوید اطلاعات همواره نقشی حساس و مهم در جامعه عهده‌دار بوده است. آنچه از مفهوم مبتنی بر اطلاعات مستفاد می‌شود، برخلاف مفهوم اطلاعات، شکل خاصی از سازمان اجتماعی است که به دلیل شرایط فناورانه، تولید و پردازش و انتقال اطلاعات به اساس و بنیان توان تولید و قدرت تبدیل می‌شود. این تمایز درست مانند صنعت و جامعه صنعتی است. جامعه صنعتی جامعه‌ای نیست که تنها صاحب صنعت باشد، بلکه جامعه‌ای است که سازمان صنعتی در سراسر آن فراگیر و نافذ باشد.

بنابراین به طور کلی می‌توان گفت ایده‌های کلیدی کاستلز، جامعه شبکه‌ای، فضای جریان‌ها و واقعیت مجازی است (بل، ۲۰۰۷: ۷۸-۵۹).

کاستلز با تأکید بر تغییراتی که فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات پدیده آورده است، قدرت و حوزه کارکرد شبکه‌ها را در قالب نظریه جامعه شبکه‌ای تحلیل می‌کند. نظریه کاستلز درباره جامعه شبکه‌ای مبتنی بر این اصل است که کارکردها و فرآیندهای مسلط در عصر اطلاعات به گونه‌ای فرآیندهای پیرامون شبکه‌ها سازمان می‌یابند و منطق جامعه شبکه‌ای در حال سرایت به تمام فضاهای زندگی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است.

کاستلز در تبیین علمی و جامعه‌شناختی ظهور شبکه، آن را حاصل تعامل دیالکتیکی روابط اجتماعی و نوآوری‌های فناوری می‌داند و بر این باور است که گروه‌های اجتماعی، در جامعه شبکه‌ای به تعریف هویت‌شان برای شکل دادن به نهادهای اجتماعی می‌پردازند (کاستلز، ۱۳۸۴: ۲۳-۱۵). هر نوع فرایند هویت‌سازی، منجر به

نتایج متفاوتی در بنای جامعه می‌شود. شبکه‌های ارتباطی، الگوهای اتصال هستند که توسط جریان پیام‌ها در بین ارتباط‌گیرندگان در فضا و طول زمان، خلق می‌شوند. همچنین، شبکه‌ها، جریان‌ها را پردازش می‌کنند. جریان‌ها، به گردش مداوم اطلاعات بین گروه‌ها، از طریق کانال‌های اتصال گروه‌ها اطلاق می‌شود. یک شبکه، به وسیله برنامه‌ای که اهداف، قواعد عملکردش را ترسیم می‌کند، تعریف می‌شود. این برنامه، کدهایی را می‌سازد که شامل ارزشیابی عملکرد و معیارهای موفقیت یا شکست است. در شبکه‌های اجتماعی و بین‌سازمانی، کنش‌گران اجتماعی، ارزش‌ها و علایق خویش را رواج می‌دهند و در تعامل با سایر کنش‌گران اجتماعی، نقطه پیدایش و برنامه‌ریزی شبکه‌ها می‌شوند دهند (کاستلز، ۲۰۰۹: ۱۹-۲۰).

کاستلز سه ویژگی مهم برآمده از فناوری‌های نوین را موجب کارآمدی شبکه‌ها می‌داند: نخست انعطاف‌پذیری؛ یعنی توانایی بازسازی، مطابق تغییرات محیطی و توجه به اهداف، در عین تغییر اجزاء و یافتن اتصال‌های جدید؛ دوم مقیاس‌پذیری: به معنای قابلیت انبساط یا انقباض اندازه شبکه، که احتمال اختلال در شبکه را کاهش می‌دهد؛ و سوم قابلیت تداوم، بدین معنا که حیات نشان توانایی شبکه‌ها است، زیرا آنها یک مرکزیت واحد ندارند بلکه با پی‌گیری در سطحی وسیع عمل می‌کنند و در برابر حملاتی که به گره‌ها و کدهای شبکه می‌شود، مقاومت می‌کنند دهند (کاستلز، ۲۰۰۹: ۲۰-۲۳).

نظریه حوزه عمومی هابرماس

مهمترین مباحث هابرماس درباره نقش و تاثیر سیاسی رسانه‌ها در نظام‌های دموکراتیک را می‌توان در نخستین اثر معروف وی با عنوان «تحول ساختاری حوزه عمومی» مشاهده کرد. در این اثر هابرماس با فرمول‌بندی تازه‌ای از مفهوم شناخته شده حوزه عمومی از طریق مطالعه تحولات جوامع بورژوا-لیبرال اروپایی در قرن هفدهم و هیجدهم، نقشی موثر برای رسانه‌های گروهی در رشد و تقویت حوزه عمومی در مراحل اولیه آن قائل شد، نقشی که بعدها با غلبه قدرت‌های اقتصادی و سیاسی کاهش یافت و عملاً منجر به آنچه گردید که وی «فئودالی سازی» این عرصه خواند.

هابرماس در کتاب تحول ساختاری حوزه عمومی، مفهومی هنجاری از حوزه عمومی عرضه می‌کند و آن را بخشی از زندگی اجتماعی می‌خواند که در آن شهروندان می‌توانند به تبادل نظر درباره اموری پردازند که از نظر ایشان برای تامین مصالح عامه اهمیت دارد و از این طریق است که افکار عمومی شکل می‌گیرد دهند (ویلی بیوگلا، ۱۹۹۹: ۲). حوزه عمومی در واقع ایده یا مفهومی هنجاری است که در چارچوب کلی نظریه‌های هابرماس درباره کنش ارتباطی و گفتگو جای دارد. هابرماس خود حوزه

عمومی را چنین تعریف می‌کند: «مقصود ما از حوزه عمومی قبل از هر چیز قلمرویی از زندگی اجتماعی ما است که در آن، آنچه به افکار عمومی منجر می‌شود می‌تواند شکل بگیرد» در هر گفتگویی که در آن افراد خصوصی برای ایجاد جمعی گرد هم می‌آیند بخشی از حوزه عمومی به وجود می‌آید (هابرماس، ۱۹۸۹: ۲۷).

این حوزه عمومی هنگامی پدید می‌آید که مردم برای بحث درباره موضوعات مورد علاقه مشترک گرد هم می‌آیند. حوزه عمومی او بازارچه، قهوه‌خانه، یک سالن اجتماعات، یک سازمان یا روزنامه نیست بلکه از این تریبون‌های فیزیکی فراتر می‌رود. در نظر او حوزه عمومی سخنگاهی است برای گفتگو کردن و تبادل ایده‌ها به منظور شکل دادن به نوعی اجماع عقیده عقلانی که در آن همه ادعاها از طریق گفتمان عقلانی مورد نقد و قبول یا رد قرار بگیرند. موضوع مورد مطالعه او فردی است دارای عقل انتقادی که می‌تواند به کمک این عقل از کنترل نیروهای غیرعقلانی بیرونی رهایی یابد و از حقوق خود در زمینه آزادی بیان، آزادی نشر و آزادی تجمع استفاده کند. این گونه افراد هستند که حوزه عمومی را به معنای حقیقی آن تشکیل می‌دهند. از این طریق حوزه عمومی به عرصه برقراری روابط گفتگویی و تبادل نظر درباره عقالیق عمومی ارتقا می‌یابد (میناوند، ۱۳۸۷: ۲۲۵).

هابرماس نقش رسانه‌های جمعی و سایر نهادهای اطلاعاتی را در جامعه به عنوان سه کار اصلی تشکیل دهنده، محافظ و سالم سازنده حوزه عمومی بر می‌شمارد. همچنین اضافه می‌کند که در اواخر سده بیستم، حاکمیت مطلق اندیشه‌های مبتنی بر نفع پرستی بنگاه‌های اقتصادی، جهانی شدن اقتصاد، خصوصی سازی، مقررات زدایی و تک قطبی شدن حاکمیت قدرت-های بین المللی سبب نابودی حوزه عمومی شده است. هابرماس از این پدیده به عنوان «فتودالی سازی دوباره» نام می‌برد (وبستر، ۱۳۸۰: ۲۱۶-۲۱۴).

هابرماس معتقد است تظاهر این وضعیت از تغییرات در سیستم‌های ارتباط جمعی ناشی می‌شود. در طول سده بیستم، رسانه‌های جمعی به سازمان‌های سرمایه‌داری انحصاری تبدیل شده‌اند و از رهگذر آن سهم رسانه‌ها به عنوان ناشران معتبر اطلاعات در قلمرو حوزه همگانی کاهش و در حین اینکه به بازوی منافع سرمایه‌داری تبدیل شده‌اند، به سمت افکار عمومی فتودالی و فاصله گرفتن از فناوری و عرضه اطلاعات درست تغییر ماهیت داده‌اند.

هابرماس برای بسط تئوری خود و تشریح کامل آن از مفهومی تحت عنوان «مدیریت اطلاعات» استفاده می‌کند و از مدیریت اطلاعات به عنوان نشانه‌ای از نابودی حوزه عمومی یاد می‌کند. او همچنین تبلیغات، اقناع، مدیریت افکار عمومی و رشد سرسام آور آگهی‌های بازرگانی را دلیلی بر غلبه‌ی غیرسازنده محتوای رسانه‌های جمعی و

از میان رفتن حوزه عمومی می‌داند. به اعتقاد او این روند در نهایت به انقیاد افکار عمومی در تار و پود امور بی ارزش خواهد انجامید. در نهایت هابرماس سه جنبه از مدیریت اطلاعات را که شامل بسته‌بندی، ارباب و سانسور است، همراه با بازارپوشی های دولت که آن روی دیگر چنین سکه‌ای می‌شناسد به عنوان عوامل عمده در نابودی حوزه عمومی بر اثر مدیریت اطلاعات تلقی می‌شود (وبستر، ۱۳۸۰: ۲۷۹-۲۷۸).

بنابراین هابرماس نسبت به نقش تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و نظام اطلاع رسانی مدرن در تقویت حوزه عمومی و گفتگوهای آزاد و انتقادی، دیدگاه تأییدآمیزی ندارد، زیرا ارتباطات گسترده معاصر را حاوی مقدار زیادی اطلاعات تحریف شده می‌داند که بر اصول تجاری و سرگرمی‌هایی تکیه دارند که ابتدال و گریز از واقعیت، محتوای اصلی آنها را تشکیل می‌دهد. هابرماس رفع این معضل را در این می‌بیند که با گسترش عقلانیت ارتباطی و سیطره آن بر عقلانیت ابزاری زمینه‌ای ایجاد شود که در آن حوزه عمومی از رشد و پویایی لازم برخوردار شده به طوری که یک نوع وفاق تفاهمی بر سر اصول و قواعد جمعی عام حاصل شود که این امر خود زمینه‌ساز شکل‌گیری نوعی هویت جمعی عام اقناعی، در سطح جهانی خواهد شد (هابرماس، ۱۳۸۰: ۶۷).

اگر فضای مجازی را به مثابه امتداد فضای واقعی و جهان واقعی در نظر بگیریم باید گفت که در فضای مجازی، تالارهای گفت و گو، شبکه‌های اجتماعی مجازی، وبلاگ‌ها و سایت‌های غیردولتی مهمترین حوزه‌های شکل‌گیری حوزه‌های عمومی در اینترنت هستند. در واقع شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان نمود افکار عمومی به تولید محتوا و ایجاد فضای گفت و گویی می‌پردازند و «منفعت عمومی» را به بحث می‌گذارند.

تئوری نیاز انسانی

بر اساس نظریه نیاز انسانی، امنیت زمانی حاصل می‌شود که نیازهای اساسی انسان برآورده شود. در غیر این صورت انسان با ناامنی روبرو می‌شود. بر این اساس نیازهای جسمی، فکری و روحی افراد و گروه‌ها باید تأمین شود و گرنه افراد و جوامع از هم خواهد پاشید و بقا و بهزیستی آنها به خطر خواهد افتاد. در این نظریه شبکه‌های افراد و گروه‌ها واحد تحلیل هستند و از طریق آن چارچوبی فراهم می‌شود که نیازهای انسانی تأمین و تعقیب گردد و در درون ارزش‌ها، هنجارها و منافع و قدرت متبلور می‌شود (بارویز، ۱۹۹۶: ۶۱). این نظریه، امنیت را در شرایط مطمئنی می‌داند که ناظر بر زیست و بقای مستمر شرایط و وضعیت اکولوژیک سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و روانی لازم برای کلیه افراد و گروه‌های هویتی می‌باشد (کریمی، ۱۳۸۵: ۱۳۵).

از معروفترین صاحب‌نظران این تئوری سایتس است که نیازهای اساسی انسان را به نیاز به واکنش، امنیت، به رسمیت شناختن، انگیزش، عدالت توزیعی، معنا، عقلانیت و کنترل می‌داند (سایتس، ۱۹۷۳: ۷۱). وی بر این باور است که اگر رخدادهای عینی یا تحولات نظری موجب سلب امکان واکنش مطلوب از انسان شود و هویت او به رسمیت شناخته نشود و انگیزه‌های او شکوفا نشود، معنای او از زندگی دگرگون می‌شود و انجام رفتار و تصمیم‌گیری عقلانی را با محدودیت مواجه می‌سازد و امکان کنترل افراد بر مدیریت رفتار خود را مختل می‌نماید و همه این عوامل در نهایت منجر به مخاطراتی برای امنیت جامعه انسانی محسوب می‌شود (کریمی، ۱۳۸۵: ۱۳۲). بنابراین در نظریه نیازها، امنیت منحصر به فرد نیست بلکه شامل صیانت و حراست از زندگی مردم و حفاظت از جان و مال و کلیه شئون زندگی انسان در برابر مخاطراتی است که آسودگی را از آنها سلب می‌کند و ترس و بی‌اطمینانی را جایگزین می‌نماید.

نظریه میران میتار

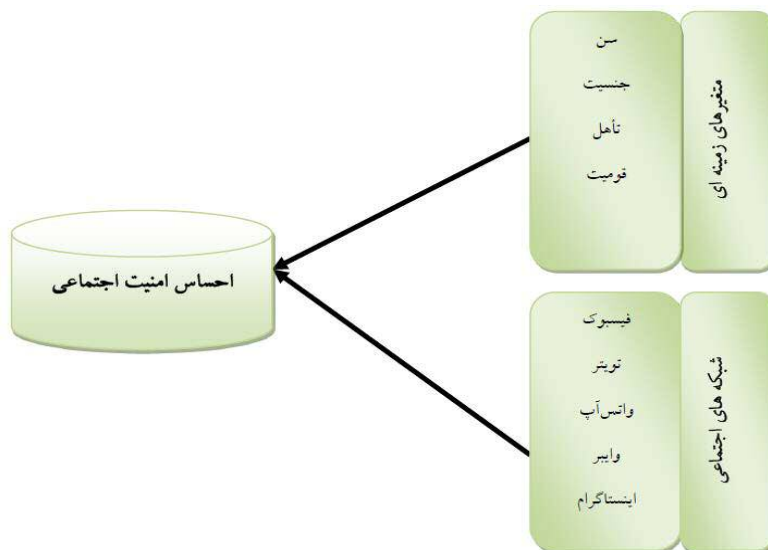
میتار برای ارزیابی امنیت اجتماعی از مدل سیستمایک استفاده می‌کند، در این مدل تکیه بر نظریه آنارشسیسمی کرده است. وی در این مدل مسائل جامعه را بر اساس سطوح متفاوت (فرد، گروه، سازمان، اجتماع، جامعه و سیستم فراملی تحلیل کند و از آنارشی (هرج و مرج) به جای تعادل به عنوان وسیله‌ای برای اندازه‌گیری حالات نظام استفاده می‌کند. «در تئوری آنارشی اجتماعی از شش متغیر کلان اجتماعی نام می‌برند که عبارتند از: جمعیت، اطلاعات، فضا، فن‌آوری، سازمان، سطح کیفی امنیت. بنابراین می‌توان این چنین نتیجه‌گیری کرد که هرگروه اجتماعی اگر از میزان جمعیت، اطلاعات، فضا یا سرزمین، تکنولوژی و سازماندهی بیشتر برخوردار باشد از امنیت اجتماعی بیشتری نسبت به سایر گروه‌ها که بهره کمتری از متغیرهای فوق دارند، برخوردار است. میتار با توجه به پایداری اش به تئوری آنارشی اجتماعی بیلی و همچنین در راستای تکمیل آن متغیری را وارد معادله امنیت اجتماعی می‌کند که از آن به عنوان متغیر انحراف نام می‌برد. متغیر انحراف شامل همه پدیده‌های اجتماعی و فردی ناخواسته و مضر است (مانند اشکال متنوع جرم، آسیب‌های اجتماعی، جنگ‌های داخلی و بین‌المللی و حوادث طبیعی و فنی متنوع)، بنابراین معادله جدید امنیت اجتماعی که توسط میتار ساخته می‌شود، عبارت خواهد بود: $P, I, S, T, O, F) = L$ (مک سویینی، ۱۳۹۰: ۷۲). بر اساس معادله فوق امنیت اجتماعی تابع متغیرهایی چون میزان جمعیت گروه، فضا و سرزمین اختصاصی، میزان فن‌آوری و اطلاعاتی که از آن بهره مند است و سازمان و تشکیلاتی که تداوم بخش یکپارچگی گروه است می‌باشد (نویدینیا، ۱۳۸۲: ۷۱).

موضوع مهم در تئوری میتر آن است که نظام اجتماعی به جای آنکه با معیار تعادل و نظم قابل تحلیل باشد از طریق آنروپی تحلیل می‌شود، به گونه‌ای که با به حداقل رساندن آنروپی می‌توان بر سطح امنیت اجتماعی تأثیر گذاشت، از جمله نمونه‌هایی که توسط این معادله قابل نتیجه‌گیری است کاهش آنروپی داخلی از خلال کاهش جرایم است. در نتیجه امنیت اجتماعی (با فرض ثابت بودن آنروپی خارجی) افزایش می‌یابد (نویدینیا، ۱۳۸۲: ۷۲).

چارچوب نظری پژوهش

آنچه چارچوب نظری این پژوهش بر آن بنا شده، دیدگاه اثبات‌گرایی است. هر یک از نظریه‌هایی که در این دیدگاه و دیگر موضوعات مورد بررسی واقع شده بخشی از واقعیات را در بر می‌گیرد و هرکدام به یک یا چند عامل از عواملی که موضوع پژوهش را متاثر می‌سازند، پرداخته‌اند. تحقیقات گذشته نیز نشان دهنده تأثیر عوامل دیگری بر موضوع پژوهش می‌باشد. با توجه به این نظریات موجود، هر یک به تنهایی قادر به بررسی و تحلیل جامع پدیده مورد بررسی در تحقیق حاضر نیستند، بنابراین به صورت ترکیبی از آراء و نظریات مطرح شده برای بررسی جامع تر پدیده مورد بحث، به عنوان چارچوب نظری تحقیق استفاده شده است.

مدل تجربی پژوهش



فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اول: بین عوامل جمعیت شناختی (سن افراد، جنسیت، وضعیت تأهل و ...) و احساس امنیت اجتماعی افراد رابطه وجود دارد.
فرضیه دوم: بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی (فیسبوک، توئیتر، واتس‌آپ، وایبر و اینستاگرام) و احساس امنیت اجتماعی افراد رابطه وجود دارد.

روش پژوهش

تحقیق حاضر از روش پیمایش که یکی از مناسب‌ترین روش‌های تحقیق کمی است، پیروی کرده است. ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش، پرسشنامه است. جامعه آماری پژوهش حاضر، دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه اصفهان می‌باشد که تعداد ۲۰۰ نفر از آنها بر اساس نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک انتخاب شدند. حجم نمونه تحقیق با استفاده از فرمول کوکران محاسبه گردیده است.

یافته‌ها و نتایج

داده‌های تحقیق حاصل استخراج پرسشنامه‌هایی است که توسط ۲۰۰ نفر دانشجوی کارشناسی ارشد در دانشگاه اصفهان تکمیل گردیده و اساس تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش حاضر قرار گرفته است که با استفاده از بسته نرم‌افزار آماری برای علوم اجتماعی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. تجزیه و تحلیل داده‌ها به وسیله شاخص‌های آمار توصیفی و استنباطی صورت گرفته است.

بر اساس اطلاعات به دست آمده میانگین سن پاسخگویان ۲۵ سال می‌باشد. از تعداد نمونه آماری، ۶۳ درصد از پاسخگویان پسر و ۳۷ درصد دختر بودند. از نظر قومیت بیشترین تعداد دانشجویان را قومیت فارس تشکیل می‌دادند به طوری که ۶۰٪ را این قومیت تشکیل می‌دادند. شاخص توصیفی دیگر وضعیت تأهل می‌باشد که ۳۲ درصد پاسخگویان متأهل و ۶۸ درصد مجرد بودند.

جدول شماره ۱ نشان دهنده وضعیت میانگین نمره پاسخگویان برای متغیرهایی چون احساس امنیت اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی می‌باشد. شاخص اول داده‌های جدول نشان می‌دهد که میانگین نمره احساس امنیت اجتماعی برای دانشجویان برابر ۳۱/۴۸ است. این نمره در مقایسه با دامنه نمره (۲۰ تا ۱۰۰) در حد پایینی است و بیانگر احساس امنیت اجتماعی نسبتاً پایین در میان دانشجویان است. شاخص بعدی در این جدول شبکه‌های اجتماعی است که میانگین نمره آن برای افراد مورد مطالعه برابر ۵۴/۱۱ است که این نمره در مقایسه با دامنه نمره (۱۸ تا ۹۰) در حد متوسط به بالا است. این شاخص بیانگر این واقعیت است که میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی

در میان دانشجویان بالا می باشد.

جدول شماره ۱ توزیع نسبی متغیرهای تحقیق

متغیر	فراوانی	میانگین	انحراف معیار
احساس امنیت اجتماعی	۲۰۰	۶۵/۴۸	۷/۸۸
شبکه‌های اجتماعی	۲۰۰	۵۴/۱۱	۴/۸۶

جدول شماره ۲ توزیع نمره میانگین پاسخگویان برای بر حسب میزان استفاده از شبکه های اجتماعی را نشان می دهد. بر اساس داده‌های جدول زیر، وایبر بیشترین استفاده را بین کاربران با ۳۸/۹۴ به خود اختصاص داده است. در مرحله بعدی دانشجویان بیشترین فعالیت را در شبکه های اجتماعی فیس بوک و واتس آپ داشته اند. سایر آمارها در جدول زیر قابل مشاهده می باشد.

جدول شماره ۲ توزیع نمره میانگین پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از شبکه های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی	درصد فراوانی
فیس بوک	۲۰/۱۵
واتس آپ	۱۵/۲۷
اینستاگرام	۷/۵۰
وایبر	۳۸/۹۴
تویتر	۱۲/۵۵
جمع کل	٪۱۰۰

بررسی فرضیات

جدول شماره ۳ ضریب همبستگی بین سن و احساس امنیت اجتماعی افراد را نشان می دهد. بر اساس یافته‌های به دست آمده، سن با احساس امنیت اجتماعی افراد دارای رابطه‌ی معناداری نمی باشد. به این معنا که با افزایش سن، احساس امنیت اجتماعی افراد تغییری نمی کند. ضریب همبستگی بدست آمده برای این متغیر برابر ۰/۰۹۶- با سطح معنی داری $P=0/118$ ، بیانگر عدم رابطه معناداری بین دو متغیر مذکور می باشد،

بنابراین فرضیه مذکور رد می‌شود.

جدول شماره ۳: ماتریس همبستگی بین سن و احساس امنیت اجتماعی

سن	ضریب همبستگی پیرسون
-۰/۰۹۶	مقدار پیرسون
۰/۱۱۸	معناداری

جدول شماره ۴: آزمون تفاوت میانگین احساس امنیت اجتماعی را برحسب جنسیت آن‌ها نشان می‌دهد. نتایج حاصل از آزمون تی گروه‌های مستقل نشان می‌دهد میانگین احساس امنیت اجتماعی برای مرد برابر (۲۴/۴۱) و برای زنان برابر (۴/۴۱) می‌باشد. این تفاوت براساس آزمون تی با مقدار (T = 3/۱۷۶) و مقدار معناداری (Sig = 0/۰۰۲) در سطح حداقل ۰/۹۵ قابل پذیرش بوده و فرضیه مذکور مورد پذیرش می‌باشد. به تعبیر دیگر فرضیه H_0 رد و H_1 مورد تأیید است و نتایج قابل تعمیم به کل جامعه آماری می‌باشد.

جدول شماره ۴: آزمون تفاوت میانگین احساس امنیت اجتماعی برحسب جنسیت

متغیر وابسته	جنسیت	میانگین	انحراف معیار	مقدار T	معناداری
احساس امنیت اجتماعی	مرد	۲۴/۴۱	۴/۵۸	۳/۱۷۶	۰/۰۰۲
	زن	۲۲/۶۵	۴/۴۱		

جدول شماره ۵: آزمون تفاوت میانگین احساس امنیت اجتماعی را برحسب وضعیت تأهل آن‌ها نشان می‌دهد. نتایج حاصل از آزمون تی گروه‌های مستقل نشان می‌دهد میانگین احساس امنیت اجتماعی برای مجردها برابر (۲۳/۸۳) و برای متأهل‌ها برابر (۲۲/۶۷) می‌باشد. این تفاوت براساس آزمون تی با مقدار (T = ۱/۹۵) و مقدار معناداری (Sig = ۰/۰۵) در سطح حداقل ۰/۹۵ قابل پذیرش بوده و فرضیه مذکور مورد پذیرش می‌باشد. به تعبیر دیگر فرضیه H_0 رد و H_1 مورد تأیید است و نتایج قابل تعمیم به کل جامعه آماری می‌باشد.

جدول شماره ۵: آزمون تفاوت میانگین احساس امنیت اجتماعی برحسب وضعیت تأهل

متغیر وابسته	گروه‌ها	میانگین	انحراف معیار	مقدار T	معناداری
احساس امنیت اجتماعی	مجرد	۲۳/۸۳	۴/۶۸	۱/۹۵	۰/۰۵
	متأهل	۲۲/۶۷	۴/۳۳		

جدول شماره ۶ آزمون تفاوت میانگین احساس امنیت اجتماعی افراد را برحسب قومیت آن‌ها نشان می‌دهد. نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس نشان می‌دهد میانگین احساس امنیت اجتماعی برای افراد با قومیت فارس (۲۳/۱۰)، کرد (۲۴/۸۴)، ترک (۲۶/۶۵)، لر (۲۰/۸۰) و برای عرب‌ها برابر (۱۴/۰۰) است. نتایج نشان می‌دهد که بین گروه‌های مختلف با هم تفاوت وجود دارد. این تفاوت براساس آزمون تحلیل واریانس با مقدار (F = ۴/۱۰۰) و مقدار معناداری (Sig = ۰/۰۰۳) در سطح حداقل ۰/۹۵ قابل پذیرش است و فرضیه مذکور مورد پذیرش می‌باشد. به تعبیر دیگر فرضیه H_۰ رد و H_۱ مورد تأیید بوده و نتایج قابل تعمیم به کل جامعه آماری می‌باشد.

جدول شماره ۶: آزمون تفاوت میانگین احساس امنیت اجتماعی افراد برحسب قومیت

قومیت	میانگین	انحراف معیار	میزان F	معناداری
فارس	۲۳/۱۰	۴/۴۲	۴/۱۰۰	۰/۰۰۳
کرد	۲۴/۸۴	۴/۵۰		
ترک	۲۶/۶۵	۵/۰۳		
لر	۲۰/۸۰	۳/۲۲		
عرب	۰/۰۰۰		

جدول شماره ۷ ضریب همبستگی پیرسون بین انواع شبکه‌های اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی را نشان می‌دهد. نتایج حاصل از این جدول نشان می‌دهد که بین برخی از انواع شبکه‌های اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی ارتباط معناداری وجود دارد به این معنا که به عنوان نمونه بین فیس بوک (R=۰/۴۵)، وایبر (R=۰/۲۰)، و واتس آپ (R=۰/۳۶) با احساس امنیت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به نتایج جدول، فرضیات مذکور در سطح حداقل ۹۵ درصد معنادار بوده و قابل

پذیرش و تعمیم به جامعه آماری می‌باشد. قابل ذکر است که بین فعالیت در شبکه های اجتماعی همچون اینستاگرام و تویتر با احساس امنیت اجتماعی رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول شماره ۷: ضریب همبستگی پیرسون بین انواع شبکه های اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی

شبکه های اجتماعی	میانگین	انحراف معیار	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
فیس بوک	۲۰/۱۵	۳/۱۹	۰/۴۵	۰/۰۰۰
واتس آپ	۱۵/۲۷	۷/۱۳	۰/۳۶	۰/۰۰۲
اینستاگرام	۷/۵۰	۹/۱۰	۰/۲۱	۰/۰۰۸
وایبر	۳۸/۹۴	۸/۱۶	۰/۲۰	۰/۰۰۱
تویتر	۱۲/۵۵	۵/۱۴	۰/۳۱	۰/۰۱۲

بحث و نتیجه گیری

تشکیل شبکه‌های اجتماعی جدید در جامعه امروز می‌تواند در راستای تشدید ارتباطات و تراکم اجتماعی و به تبع آن شکل‌گیری روابط اجتماعی پیچیده نقش اساسی دارند. عضویت در شبکه‌های جدید اجتماعی مستلزم ارتباط و ارتباط وابسته به میزان قابل توجهی از اعتماد است. امروزه استفاده افراد از شبکه های اجتماعی از قبیل فیس بوک، تویتر و واتس آپ، وایبر و... بیشتر و بیشتر می‌شود و حفظ حریم خصوصی نیز اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. امنیت اجتماعی امروز مهم‌ترین نوع امنیت در جامعه محسوب می‌شود و شاید این حرکت نوعی احساس ناامنی در فضای آنلاین و به تبع آن فضای آفلاین ایجاد کند. بر این اساس، عضویت در شبکه های اجتماعی برای عده زیادی نگرانی درباره احساس امنیت اجتماعی را دامن زده است. در پژوهش حاضر نقش شبکه‌های اجتماعی در احساس امنیت اجتماعی افراد با استفاده از روش پیمایشی مورد بررسی قرار گرفت.

نتایج پژوهش حاضر بیانگر میزان استفاده بالای دانشجویان از شبکه های اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی پایین آنها است. نتایج همچنین نشان می‌دهد که بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. بر این اساس افرادی که بیشتر در شبکه های اجتماعی فعالیت دارند نسبت به کسانی که فعالیتشان کمتر است احساس امنیت اجتماعی پایین‌تری دارند. همچنین نتایج گویای آن است که زنان نسبت به مردان احساس و متأهل‌ها نسبت به مجردها احساس امنیت اجتماعی پایین‌تری دارند.

ظهور اینترنت و به تبع آن شبکه‌های اجتماعی به گردش اطلاعات در سطح جهان

شدت بخشیده و زمینه‌ساز ایجاد فضاهای اجتماعی جدید شده است. این فضاها بدون مرز هستند و روابط اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. اینترنت اقصی نقاط عالم را در شبکه‌های جهانی بر ساخته از فناوری اطلاعات و ارتباطات به یکدیگر پیوند داده و مجموعه‌ای از اجتماعات مجازی را به وجود آورده است که بسیاری از روابط، نگرش‌ها، روندها و ظرفیت‌های آینده جهان را تحت تأثیر قرار دهد، چرا که جهان مجازی پدیده‌ای است که به موازات و حتی گاه مسلط بر جهان واقعی رشد کرده و تداوم پیدا می‌کند. این تاثیرها در هر جامعه‌ای، به ویژه قشر جوان را که بیش از گروه‌های اجتماعی دیگر در معرض فرآیند جهانی شدن قرار دارند، متاثر می‌کند.

منابع و مأخذ

- زریخش بحری، محمدرضا، راشدی، وحید و محمدجواد خادمی (۱۳۹۱)، «احساس تنهایی و اعتماد به اینترنت در دانشجویان»، فصلنامه مدیریت ارتقای سلامت، دوره ۲ شماره ۱، صص ۳۲-۳۸.
- سیاهپوش، اسحق ارجمند، مهدی ادیبی سده و مریم زالی کاهکش (۱۳۹۰)، «بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر میزان گرایش به اینترنت در بین دانشجویان دانشگاه پیام نور شهرستان شوش دانیال»، فصلنامه‌ی جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، سال دوم، شماره ۴، صص ۳۵-۶۲.
- قدرتی، حسین، سردارنیا، خلیل اله، ملتفت، حسین و عبدالمهدی برشد (۱۳۸۸)، «احساس امنیت اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی و نهادهای نظم و قانون»، فصلنامه انتظام اجتماعی، شماره ۴، صص ۷-۲۶.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۴)، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، جلد اول، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: انتشارات طرح نو.
- کریمی، یوسف (۱۳۸۵)، روانشناسی اجتماعی، نظریه‌ها، مفاهیم و کاربردها، تهران: ارسباران.
- مک سوینی، بیل (۱۳۹۰)، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی امنیت، ترجمه محمد علی قاسمی و محمد رضا آهنی، تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- میناوند، محمدقلی (۱۳۸۷)، «مقدمه‌ای بر اینترنت و توسعه سیاسی (حوزه عمومی در فضای سایبرنتیک)»، مجله سیاست، شماره ۶، صص ۲۷۶-۲۵۳.
- نوبدینیا، منیژه (۱۳۸۲)، «درآمدی بر امنیت اجتماعی»، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال ششم، شماره اول، صص ۷۶-۵۵.

وبستر، فرانک (۱۳۸۰)، نظریه‌های جامعه‌اطلاعاتی، ترجمه‌ی اسماعیل قدیمی، تهران: انتشارات قصیده سرا.

ویندال، سون، بنو سیگنایترز و جین اولسون (۱۳۸۷)، کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه‌ی علیرضا دهقان، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

هابرماس، یورگن (۱۳۸۰)، جهانی شدن و آینده دموکراسی - منظومه پساملی، ترجمه‌ی کمال پولادی، تهران: نشر مرکز.

یوسفی لویه، وحید و مجید یوسفی لویه (۱۳۹۰)، «سنجش گرایش دانشجویان نسبت به اینترنت»، فصلنامه مطالعات معرفتی در دانشگاه اسلامی، سال سیزدهم، شماره ۲ (پیاپی ۴۲)، صص ۱۳۵-۱۱۷.

Bell, D, (2007). *Cyber culture Theorists: Manuel Castells and Donna Haraway*. Routledge.

Burrowes, R. J. (1996). *The Strategy of Nonviolent Defense a Gandhi an Approach*, USA. University of New York Press.

Castells, M, (2009). *Communication Power*, Oxford University Press.

Grosbeck, G, Ramona, B, Laurentiu, T (2011) Dear teacher, what should I write on my wall? A case study on academic uses of Facebook, *Procedia Social and Behavioral Sciences* 15, 1425-1430.

Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: The MITP.

Lampe, C., N. Ellison, and C. Steinfield (2008). 'Changes in Use and Perception of Facebook', in *Proceedings of the ACM 2008 Conference on Computer Supported Cooperative Work*, New York: ACM.

Narayan, D. Cassidy, Michae. F. (2001), "A Dimensional Ap-

proach to Measuring

Sites, P.(1973). Control. The Basis of Social Order. New York.
Social Capital: Development and Validation of a Social Capital
Inventor”, Current
Sociology, March, Vol. 49, pp. 102-159.

Velibeyoglu, K. (1999). Public Realm in the Information Age.
Diss. For Ph.D Cadidateat: Izmir Institute of Technology.