

ترس از جرم در رسانه‌های اجتماعی

تاریخ دریافت: 1398/10/05

تاریخ پذیرش: 1398/12/10

سمیرا حیدری¹، سید علی هاشمیان فر²، منصور حقیقتیان³

از صفحه 99 تا 122

چکیده

زمینه و هدف: رسانه‌های اجتماعی در دوران کنونی بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی مردم شده‌اند. مواجهه با اخبار و رشد سریع رسانه‌های اجتماعی مشکلات زیادی را برای کاربران به دنبال داشته است. این رسانه‌ها می‌توانند با تأکید بر جنبه‌های خاص و بزرگ نشان دادن برخی ترس‌ها و بیم‌ها به افکار عمومی جهت دهند. هدف پژوهش حاضر، بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر ترس از جرم کاربران رسانه‌های اجتماعی در شهر اصفهان بوده است.

روش‌شناسی: این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات پیمایشی و ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه می‌باشد، جمعیت آماری در این پژوهش، شهروندان بالای 15 سال شهرستان اصفهان می‌باشد، که حجم نمونه در نرم افزار sample power 459 نفر تعیین شد. روش نمونه‌گیری در این پژوهش سهمیه‌ای می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار spss و Amos استفاده شده است.

یافته‌ها: یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که متغیرهای احساس بی‌سازمانی اجتماعی، کنترل اجتماعی رسمی، میزان مشارکت کاربران و اعتماد آنها به رسانه‌های اجتماعی و سن و جنسیت آنها با ترس از جرم کاربران ارتباط معناداری دارد. مدل معادلات ساختاری نشان می‌دهد که متغیر بی‌سازمانی اجتماعی با میزان (0/57) بیشترین مقدار واریانس متغیر ترس از جرم کاربران و میزان مشارکت کاربران در رسانه‌های اجتماعی (0/14) کمترین مقدار واریانس ترس از جرم کاربران را تبیین کرده است.

نتیجه‌گیری: بخش عمده‌ای از گفت‌وگوهای روزمره در رسانه‌های اجتماعی، درباره مخاطرات و بیم‌هایی است که زندگی ما را تهدید می‌کنند. دیدن صحنه‌های قتل و خشونت در رسانه‌های اجتماعی، باعث ترس از این عمل همزاد پنداری با فرد بزه‌دیده می‌شود. با توجه به نتایج این پژوهش می‌توان گفت حضور افراد در رسانه‌های اجتماعی بر ترس از جرم کاربران اثرگذار است.

واژه‌های کلیدی: ترس از جرم کاربران، مشارکت در رسانه‌های اجتماعی، اعتماد به رسانه‌های اجتماعی.

1- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان اصفهان، رایانامه: samira_heydari68@yahoo.com

2- دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه اصفهان (نویسنده مسئول)، رایانامه: seyedalihashemianfar@yahoo.com

3- دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان اصفهان، رایانامه: Mansour_haghighatian@yahoo.com

امروزه با پیشرفت ارتباطات، جوامع دست‌خوش تغییرات بسیاری شده‌اند و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی مانند رسانه‌های اجتماعی در سطح جامعه جایگاهی را اشغال کرده‌اند که تغییرات زیادی را در زندگی افراد به وجود آورده است. همان‌طور که فرانسویس کایر نکراس می‌گوید: مهم‌ترین چیز درباره یک فناوری نوپدید، چگونگی کاربرد آن نیست، بلکه چگونگی استفاده مردم از آن و تغییراتی است که در زندگی بشر ایجاد می‌کند. این‌گونه رسانه‌ها، اخبار مربوط به پدیده‌ها، را به‌گونه‌ای منعکس می‌کنند که نگرش خاصی را به مردم تحمیل می‌کنند و چگونگی قضاوت و داوری آنان درباره‌ی حوادث مختلف را سازمان می‌دهند، این ابزارهای ارتباطی به‌سادگی می‌توانند از موضوعی کم‌اهمیت سوژه‌ای بسیار مهم بسازند و افکار عمومی را نسبت به پدیده‌ای خاص حساس کنند و یا برعکس از حادثه‌ای مهم، خبری خنثی و کم‌اهمیت بسازند (ویلیام¹، 2018:1).

به کارگیری اینترنت و همه‌گیر شدن تلفن‌های همراه دوربین‌دار به همه افراد امکان داده است تا جرایم اطراف خود را به طور مستند با دیگران به اشتراک گذارند و به راحتی فیلم و عکس جنایات در رسانه‌های اجتماعی نمایش داده شود، دیدن صحنه‌های قتل و خشونت در شبکه‌های اجتماعی، باعث ترس از این عمل و همزاد پنداری با فرد بزه‌دیده می‌شود و عملاً فرد را در موضع ضعف قرار می‌دهد. علاوه بر این، سرعت انتشار اخبار در رسانه‌های اجتماعی سبب می‌شود که فرد به دلیل مواجهه با تجربیات سایر قربانیان جرم خود را نیز در معرض قربانی شدن بداند. به اشتراک‌گذاری اخبار بدون ذکر منابع و اخبار غیر واقعی که از یک شخصیت واقعی ساخته می‌شود، می‌تواند وضعیت را به نحو چشمگیری بدتر از آنچه واقعیت دارد نشان دهد. در واقع، یک رویداد که سبب نگرانی مردم نمی‌شود، می‌تواند به ترس مردم تبدیل شود. در نتیجه، ترس از جرم بوجود می‌آید و به سرعت گسترش می‌یابد. ترس و نگرانی از جرم یکی از ترس‌هایی است که بسیاری از ساکنان شهرهای بزرگ امروز به نوعی با آن درگیرند و کیفیت زندگی و رفتار اجتماعی آنان را تحت تأثیر قرار داده است. افراد ممکن است از حضور در مکان‌های معین و در زمان‌های ویژه اجتناب کنند، تجهیزات پیشگیری از جرم

خریداری نمایند، گروه‌هایی علیه جرم یا به منظور دفاع از خود تشکیل دهند یا از مشارکت در زندگی اجتماعی کناره‌گیری کنند.

بر اساس آمار سایت الکسا¹، جذابیت رسانه‌های اجتماعی در ایران نیز بیشتر از بسیاری سایت‌های دیگر بوده و با وجود فیلتر بودن برخی از این شبکه‌ها، آمار مراجعه به آنها همچنان قابل توجه می‌باشد، در این میان تلگرام و بعد از آن اینستاگرام بیشترین کاربر را دارند و کمترین میزان کاربر مربوط به فیس‌بوک و توئیتر می‌باشد (سایت الکسا، 2017). آمارها در شهر اصفهان نشان می‌دهد که 70 درصد مردم کلان‌شهر اصفهان حداقل از یکی از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند. حدود 70 درصد آن‌ها از تلگرام و 30 درصد آن‌ها از اینستاگرام استفاده می‌کنند. در این بین 84 درصد فقط مطالب را می‌بینند و 16 درصد مردم این شهر تولیدکننده محتوا هستند. بر اساس آمار متوسط مشترکین «ای دی اس ال» در کشور حدود 13 درصد است و استان اصفهان با آمار 24 درصدی 11 درصد از متوسط کشوری بالاتر بوده و در سطح استان‌های کشور بالاترین رقم مشترک اینترنت پرسرعت را به خود اختصاص داده است (مرکز آسیب‌شناسی و سلامت فضای تولید و تبادل اطلاعات استان اصفهان، 1395).

از این رو، انجام این پژوهش با توجه به حضور مستمر ایرانیان و به‌خصوص شهروندان شهر اصفهان در رسانه‌های اجتماعی و اثراتی که می‌تواند بر ترس از جرم افراد داشته باشد بیش از پیش لازم و حیاتی می‌شود. این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال اصلی است که عوامل جامعه‌شناختی و حضور در رسانه‌های اجتماعی به چه میزان بر ترس از جرم کاربران مؤثر است؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی گونه‌ای از رسانه هستند که بعد از رسانه‌های جمعی ظهور یافته و بیش‌ترین شباهت را به جامعه انسانی داشته و به فرد امکان برقراری ارتباط با شمار فراوانی از افراد دیگر فارغ از محدودیت‌های زمانی، مکانی، سیاسی، فرهنگی و اقتصاد را

می‌دهند (پوتنام¹، 2000:170).

از بین رسانه‌های اجتماعی در این تحقیق، تلگرام و اینستاگرام با توجه به کاربران زیادی که دارند مورد توجه قرار می‌گیرند:

تلگرام

یک سرویس پیام‌رسان متن‌باز چند سکویی است که کاربران می‌توانند پیام‌ها، تصاویر، ویدئوها و اسناد رمزنگاری شده را تا حجم 1/5 گیگابایت را تبادل می‌کنند. تلگرام به جای فراداده روی محتوای پیام تمرکز دارد و حالتی که استفاده می‌کند رمزگذاری پشت سر هم است. این بدان معناست که در یک پیام امن محتوا در تلفن فرستنده رمزگذاری می‌شود، سپس از طریق سرور منتقل شده و در گوشی گیرنده پیام رمزگشایی می‌شود (ون شی²، 2015:20).

اینستاگرام

یکی از انواع رسانه‌های اجتماعی است که توسط کوین سیستروم و مایک کرایگر در اکتبر 2010 راه‌اندازی شد. محبوبیت اینستاگرام بیشتر به واسطه اشتراک‌گذاری تصویر است، اما به کاربران خود این امکان را می‌دهد تا محتوای خود را در قالب ویدئوهای کوتاه نیز بارگزاری کنند (بصیریان و نظام‌آبادی، 1395:3).

ترس از جرم

علیرغم چند دهه پژوهش و بحث، پژوهشگران هنوز بر تعریفی از ترس از جرم به توافق نرسیده‌اند. مساله عمده برای مفهوم‌سازی ترس از جرم مصادیق فراوان اصطلاح جرم است. ترس از جرم ناشی از حضور در رسانه‌های اجتماعی، در این پژوهش عبارت است از نگرانی از بزه‌دیدگی در میان کاربران رسانه‌های اجتماعی (یوسف، 1994:9).

پایگاه اجتماعی-اقتصادی

به جایگاهی اشاره دارد که افراد در نظام قشربندی اقتصادی و توزیع نابرابر مادی اشغال می‌کنند (ریتزر³، 1381:718).

1- Putnam
2- Van Schie
3-Ritzer

اعتماد به پیام‌های رسانه‌های اجتماعی

به میزان اعتقاد و اعتماد نسبت به صحت و درستی اخبار و اطلاعات موجود در رسانه‌های اجتماعی گفته می‌شود (عدلی پور و همکاران، 15:1393).

میزان مشارکت کاربران

به میزان درگیری و تعامل کاربران در رسانه‌های اجتماعی (تلگرام، اینستاگرام و ...) اطلاق می‌شود (عدلی پور و همکاران، 15:1393).

کنترل اجتماعی رسمی

به توانایی‌های بیرونی برای نظارت بر فرد اطلاق می‌شود و به اشکال متفاوتی چون تلقی ساکنان از مسئولیت‌پذیری پلیس، مشروعیت پلیس و اثربخشی و رضایت‌مندی از پلیس مفهوم‌سازی شده است (رشادی و همکاران، 678:1395).

بی‌سازمانی اجتماعی

بی‌سازمانی اجتماعی، به‌طور کلی عبارت است از وجود نداشتن مقررات، بی‌هنجاری، ستیز فرهنگی و اختلال. (سراج زاده و گیلانی، 225:1389).

نظریه فعالیت روزمره¹

این نظریه توسط کوهن² و فلسن³ توسعه و شهرت یافت و به نماد دهه 1980 تبدیل شد. در این نظریه مجرم، قربانی و مکان رابطه همزیستی با هم دارند و بین مجرم با انگیزه، هدف آسیب‌پذیر و ناکافی بودن ضمانت وقوع جرم ارتباط وجود دارد. هر یک از سه مؤلفه موجود در نظریه فعالیت روزمره، یعنی مجرم، قربانی و مکان، دربردارنده یک عامل میانجی است که به کنترل شرایط کمک می‌کند و کنترل‌کننده نامیده می‌شود. کنترل‌کننده جرم را «دستیار» می‌نامند. دستیاران افرادی هستند که با مجرم ارتباط دارند. یک دستیار تأثیرگذار، مجرم را از ارتکاب جرم باز می‌دارد. نگهبانان از اهداف محافظت می‌کنند. این نگهبانان می‌توانند والدین، پلیس و افراد غریبه‌ای باشند که به طور تصادفی در خیابان‌ها هستند. مدیران، کنترل‌کنندگان مکان هستند و شامل

1- Routine Activities theory

2 - Kohen

3 - Felson

سرایدارن، صاحب‌خانه‌ها، سربازان و کارکنان می‌باشند. هدف اصلی آن‌ها حفظ نظم و آرامش در محل است. در این نظریه، راه هماهنگی کنترل‌کننده‌های تأثیرگذار از طریق کنترل‌کنندگان ارشد صورت می‌گیرد. کنترل‌کنندگان ارشد به سه دسته کنترل‌کنندگان ارشد رسمی، کنترل‌کنندگان ارشد انتشار، کنترل‌کنندگان شخصی تقسیم می‌شوند. یکی از این کنترل‌کننده‌های انتشار، رسانه‌ها می‌باشند. رسانه‌ها می‌توانند عموم مردم را به سمت این موضوع که کدام مناطق امن یا ناامن هستند سوق دهند. اخبار در رسانه‌های اجتماعی سریع‌تر از رسانه‌های خبری به کاربران می‌رسند و می‌توانند تأثیرات محتوای رسانه‌های تولید شده را گسترش دهد و موجب ترس از قربانی شدن در افراد شود. رسانه‌ها بر جنبه‌های مختلف جامعه و قوانین سیستم عدالت کیفری (کنترل‌کنندگان ارشد و کنترل‌کنندگان دیگر)، تأثیرگذار هستند و یک تفکر را برای کاربران شکل می‌دهد که براساس آن، سیستم عدالت کیفری و پلیس قادر به حل مشکلات نیست از این رو تمایل به اقدامات جنایی و ترس از جرم افراد را بیشتر می‌کند. علاوه بر این، رسانه‌ها می‌توانند با نشان دادن این موضوع که نگرهبانان اهداف (پلیس)، توانایی و قابلیت کافی در محافظت افراد ندارند میزان ترس افراد در قربانی شدن را افزایش دهند (هیلدرث¹، 2015:14). از این رو، در این نظریه استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند بر نگرش افراد به پلیس و کنترل اجتماعی رسمی تأثیر بگذارد که این مورد می‌تواند بر ترس از جرم کاربران مؤثر باشد.

نظریه قربانی شدن غیرمستقیم²

تایلور³ و هال⁴ در سال 1986، مدل قربانی شدن غیرمستقیم را طرح کرده‌اند. این نظریه مبتنی بر قضیه امواج شوک است. فرض اصلی این قضیه این است که افرادی که درباره جرم می‌شنوند، به دلیل افزایش میزان ترس‌شان، قربانیان غیرمستقیم جرم‌اند. طبق نظر اسکوگن⁵ و مکث فیلد⁶، بیشتر افراد از طریق تجربه مستقیم از جرائم اطلاع نمی‌یابند، بلکه آن‌ها برای آگاهی از مسائل و مشکلات همسایگی خود غالباً به شبکه‌های

1 -Hilldreth

2 -Indirect victimization Theory

3- Taylor

4 - Hale

5- Skogan

6- Maxfield

اطلاع‌رسانی، گفت‌وگو با دیگران، شایعات یا رسانه‌های جمعی متکی‌اند، از این‌رو، رسانه‌ها نقش مهمی در اطلاع‌رسانی در مورد جرائم و افزایش ترس افراد دارند. علاوه بر این، این نظریه بر فرضیه آسیب‌پذیری نیز مبتنی است. در مقایسه با فرضیه قربانی شدن مستقیم که خطر عینی قربانی شدن را عامل تعیین‌کننده ترس از جرم در نظر می‌گیرد، فرضیه آسیب‌پذیری بر تلقی افراد از میزان آسیب‌پذیری تأکید دارد. به عبارت دیگر، آن‌هایی که در مقایسه با دیگران خود را آسیب‌پذیرتر تصور می‌کنند احساس ناامنی بیشتری می‌کنند (ربانی و همتی، 1388: 63). از این‌رو، فرضیه آسیب‌پذیری برداشت و ادراک افراد از میزان آسیب‌پذیری در برابر قربانی شدن را عامل اصلی در نظر می‌گیرد. به عبارت دیگر، آن‌هایی که خود را نسبت به دیگران آسیب‌پذیرتر می‌دانند، احساس ترس بیشتری دارند. از این‌رو به نظر می‌رسد رسانه‌های اجتماعی از طریق اشتراک‌گذاری فیلم‌ها و تصاویر و اخبار در مورد جرم و خشونت در مورد زنان و سالمندان در ادراک آن‌ها از میزان آسیب‌پذیری‌شان نقش زیادی داشته باشد.

نظریه کاشت¹

نظریه کاشت یا پرورش گربنر بر کنش متقابل میان رسانه و مخاطبان که از آن رسانه استفاده می‌کنند و نیز چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان تأکید دارد. فرض اساسی این نظریه این است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد. به این صورت که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه‌ای خاص باعث ایجاد تغییر در نگرش و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه‌ها می‌شود. در واقع نظریه کاشت با تعیین میزان و نوع برنامه‌های مورد استفاده از رسانه‌ها، میزان تأثیر را مطالعه می‌کند تا به سازوکار و تأثیر دست پیدا کند (عباسی قادی و خلیلی کاشانی، 1390: 81).

بر اساس این نظریه، رسانه‌ها اغلب استنباط‌های ویژه و غیرواقعی از دنیا ارائه می‌دهد و دنیا را مکانی خشن‌تر و خطرناک‌تر از آنچه که آمارها نشان می‌دهند معرفی می‌کند. اثر مواجهه فرد با پیام‌های مشابه، چیزی را تولید می‌کند که گربنر آن را کاشت یا آموزش جهان‌بینی، نقش‌ها و ارزش‌های رایج می‌نامد. این نظریه با انتقاداتی روبرو شد،

از جمله منتقدین این نظریه می‌توان به «پل هیرش»¹، «رابین»²، «تیلور» و «پرس»³ اشاره کرد. گربنر در واکنش به انتقادات «پل هیرش» این نظریه را مورد تجدیدنظر قرار داده و عناصری را بدان افزود. منتقدان نظریه معتقد بودند که محدوده‌ی نظریه کاشت محدود است زیرا برای تفاوت‌های جمعیت‌شناختی و زمینه‌های اجتماعی، اهمیتی قائل نیست. در تجدیدنظری که توسط گربنر در این نظریه رخ داد، وی دو مفهوم «متداول‌سازی» و «تشدید» را به این نظریه افزود. با این مفاهیم این واقعیت‌ها در نظر گرفته می‌شود که تماشای بیش‌ازحد از رسانه‌ها و مخصوصاً تلویزیون، منجر به تشدید تقارن دیدگاه‌ها در گروه‌ها می‌شود و هنگامی روی می‌دهد که اثر کاشت در گروه خاصی از جمعیت بیشتر شود. با افزودن این دو مفهوم، نظریه کاشت، دیگر مدعی اثر همسان و سراسری رسانه‌ها بر همه‌ی تماشاگران پرمصرف نیست. اکنون داعیه نظریه کاشت این است که رسانه‌ها با متغیرهای بسیاری در تعامل است. با توجه به نظریه کاشت می‌توان گفت تأثیرپذیری از پیام‌های رسانه‌های اجتماعی و از جمله ترس ناشی از رسانه‌های اجتماعی، می‌تواند با توجه به ویژگی‌های شخصی افراد متفاوت باشد. در نظریه کاشت، رسانه‌ها اغلب تصاویری غیرواقعی از جهان ارائه می‌دهند و دنیا را مکانی خطرناک‌تر از آنچه که هست نشان می‌دهند. از این‌رو می‌توانند بر ترس افراد اثرگذار باشند اما تأثیر پیام‌های رسانه‌ها بر همه افراد یکسان نیست. با توجه به این نظریه می‌توان گفت، هر چه مدت‌زمان عضویت در رسانه‌های اجتماعی و میزان استفاده از این رسانه‌ها افزایش یابد و فرد محتوای مطالب و اخبار مربوط به جرم‌ها و مسائل دیگر را بیشتر واقعی تلقی می‌کند و به پیام‌های رسانه‌های اجتماعی اعتماد بیشتری داشته باشد احتمال تأثیرپذیری و ترس بیش‌تری دارند. برعکس، هر چه مدت‌زمان عضویت و میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی کاهش یابد و فرد محتوای پیام‌ها را کمتر واقعی تلقی کند و به پیام‌های رسانه‌های اجتماعی اعتماد کمتری داشته باشد، ترس کمتری دارد (سورین و تانکارد⁴، 1384: 391).

1 - Paul Hirsch

2- Robin

3 - press

4- Severin, Tankard

نظریه جامعه بیمزده¹

اولریش بک²، جامعه‌شناس آلمانی با وضع اصطلاح جامعه بیمزده کوشیده است نشان دهد جامعه مدرن متأخر با نوعی وفور بیم (ریسک) و آگاهی وسیع مردم از آن مواجه شده است. به تعبیر بک، اگر قوه محرکه جامعه طبقاتی و صنعتی در این شعار خلاصه می‌شد که «گرسنه ام»، شعار جامعه جدید این است: «می‌ترسم یا نگرانم» (مایتن³، 11:2004). بک، بیم را چیزی مابین امنیت و ویرانی یعنی نقطه‌ای می‌داند که در آن، ادراک و برداشت ما از بیم به اعمال و افکار ما شکل می‌دهد. ادراکی بودن بیم موجب می‌شود رسانه‌ها بتوانند به صورت اغراق‌آمیز بر جنبه‌های خاص تأکید کنند و در واقع، با ایجاد بیم‌ها و دراماتیک نشان دادن آن‌ها به افکار عمومی جهت دهند. در جامعه بیمزده ایده محوری و مرکزی، ایمنی است و هر کسی می‌کوشد از مخاطرات و ریسک‌ها ایمن بماند. از نظر بک، برخی گروه‌های اجتماعی از نحوه توزیع و رشد بیم‌ها بیشتر آسیب می‌بینند و ممکن است این تفاوت‌ها توسط نابرابری طبقاتی و جایگاه اجتماعی ساخت یابند. از دید او، محرومان در مقایسه با ثروتمندان به سبب فقدان منابع، فرصت‌های کمتری برای اجتناب از بیم‌ها در اختیار دارند: فقر، موجب یورش شمار بسیاری از بیم‌ها و ترس‌ها می‌شود، در مقابل، ثروت (درآمد، قدرت یا تحصیلات) می‌تواند امنیت و رهایی از بیم را خریداری کند (قاسمی، 34:1388).

نظریه وابستگی مخاطبان⁴

بال روکیچ⁵ و دی فلور⁶ این نظریه را در سال 1976 وضع کردند. این نظریه حاکی از آن است که افراد وابستگی‌های متفاوتی به رسانه‌ها دارند و این وابستگی‌ها از شخصی به شخص دیگر، از گروهی به گروه دیگر و از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت است. عواملی که باعث افزایش یا کاهش میزان وابستگی مخاطبان به رسانه‌ها می‌شود:

1. هرگاه در جامعه میزان تغییر، تضاد و بی‌نظمی افزایش یابد، مردم برای رفع ابهام و کسب اطمینان، به اطلاعات رسانه‌ها وابستگی بیشتری پیدا می‌کنند؛

1- Risk society theory

2 - Ulrich Beck

3 - Mythen

4-Dependent audience

5 -Ball-Rokeach

6- Defleur

2. هرچقدر تعداد و محوریت کارکردهای اطلاعات رسانه‌ای بیشتر و گسترده‌تر باشد، میزان وابستگی مخاطبان افزایش می‌یابد؛
3. هرچقدر دامنه و میزان نیاز مخاطبان به اطلاعات رسانه‌ای بیشتر باشد، میزان وابستگی‌شان به رسانه‌ها بیشتر است.

از دیدگاه این نظریه‌پردازان در شرایط وابستگی، رسانه‌ها می‌توانند دارای آثار شناختی، رفتاری و عاطفی باشند و بالا بردن ترس و اضطراب یکی از آثار عاطفی که رسانه‌ها بر مخاطبان می‌گذارند (مک کوایل و ویندال¹، 10:1388).

نظریه کارکردگرایی²

رسانه‌ها علاوه بر ایفای نقش‌ها و کارکردهای مثبت در جامعه، در جهت ایجاد نظم و انسجام اجتماعی و بسیج همگانی، در مواقعی دارای کژ کارکردهایی هستند که برای جامعه و مخاطبان تبعات منفی دارند. در ایفای کارکرد خبری و اطلاع‌رسانی و نظارت بر محیط، چنانچه رسانه‌ها به خطرات و تهدیدهای احتمالی بیش‌ازحد تأکید کنند، باعث ترس و وحشت مردم می‌شوند. همچنین رسانه‌ها با انتشار بیش‌ازحد اخبار و اطلاعات و جذب این اطلاعات توسط مردم، باعث تخدیر ذهنی، رخوت و بی‌اعتنایی مخاطبان می‌شوند (مهدی زاده، 58:1396).

نظریه ساخت‌یابی³ گیدنز

بر اساس این نظریه هرچند ساختارها توسط کنش و کردارهای اجتماعی آدمیان ساخته می‌شود، ولی برخی مواقع رفتار و کنش آدم‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و همین‌طور، کنش و کردار آدمیان بر روی ساختارها تأثیر می‌گذارند و باعث تغییر، تولید و بازتولید آن‌ها می‌شوند. در نظریه ساختاربندی گیدنز، عوامل انسانی هرچند در چارچوب ساختارها و تاندازه‌ای تحت الزام قواعد ساختاری عمل می‌کنند، اما در تغییر، تکمیل و حتی ساخت ساختارهای نو می‌توانند نقش داشته باشند (جلایی‌پور، 1387: 383). بر اساس نظریه ساخت‌یابی گیدنز می‌توان گفت که رسانه‌های اجتماعی، محصول و مخلوق کنش معنادار آدمیان است و افراد چنین محیطی را خلق کرده‌اند، اما این

1- McQuail ,Windahl

2- Theory of functionalism

3 - Structural Theory

محیط پس از شکل گرفتن، محدودیت‌هایی را بر عاملان اعمال می‌کند. ساختار رسانه‌های اجتماعی، بر اساس بازتولید یا تکرار همان رفتار مداوم انسان‌ها دوام می‌یابد. افراد در رویارویی با رسانه‌های اجتماعی برخلاف سایر رسانه‌های متعارف، صرفاً در رده تولیدکننده یا مصرف‌کننده قرار نمی‌گیرند، بلکه می‌توانند در صورت تمایل به‌طور هم‌زمان این دو نقش را داشته باشند و در آن به تولید و بازتولید بپردازند، اما افراد در برخورد با این ساختار، میزان فعالیت و مشارکت متفاوتی دارند و اثرپذیری متفاوتی نیز از رسانه‌ها دارند. با توجه به نظریه ساخت‌یابی آنتونی گیدنز رسانه‌های اجتماعی مخلوق کنش انسان‌هاست، هرچه کاربران به فعالیت بازتابانه و مشارکت‌جویانه در رسانه‌های اجتماعی بپردازند، بیشتر در تولید معنا سهیم هستند و لذا احتمال تأثیرپذیری آن‌ها بیشتر است، ولی هرچه کاربران منفعل و غیر مشارکت‌جویانه در رسانه اجتماعی حضور یابند، کمتر در بازتولید معنا سهیم هستند و احتمال تأثیرپذیری و ترس آن‌ها کمتر خواهد بود (عدلی‌پور، 11:1393).

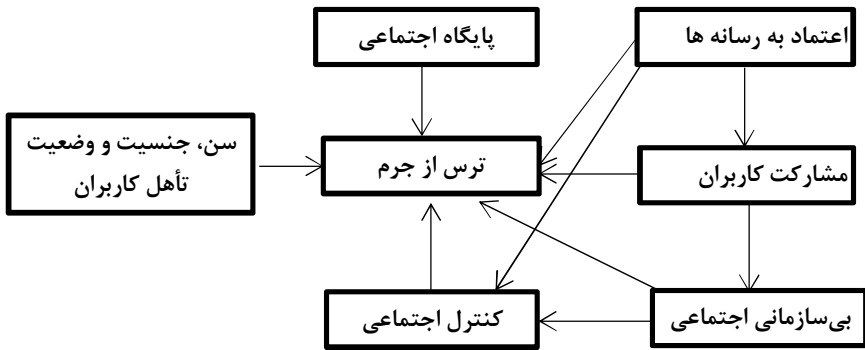
احمدی و همکاران (1392)، در اثر پژوهشی خود تحت عنوان «بررسی رابطه مصرف رسانه‌ای و ترس از جرم» با استفاده از نظریات اثرات رسانه‌ها، به استخراج فرضیات پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان داده که میان میزان استفاده از شبکه‌های داخلی، شبکه‌های خارجی و مطالعه مطبوعات با ترس از جرم ارتباط معناداری وجود داشته است. اما میان گوش دادن به برنامه‌های رادیویی، استفاده از اینترنت و ترس از جرم رابطه معناداری وجود ندارد. در این پژوهش مشخص شده است که بیشترین تأثیرگذاری در پیش‌بینی ترس از جرم متعلق به مطالعه مطبوعات و پس از آن مربوط به تماشای شبکه‌های خارجی می‌باشد. عبدالمالکی و همکاران (1395)، در اثر پژوهشی خود تحت عنوان «مصرف رسانه‌ای و ترس از جرم در شهر تهران» به بررسی ترس از جرم و اثر مصرف رسانه‌ای بر آن پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان داده است میان استفاده از رسانه‌های اجتماعی و ترس از جرم ارتباط معناداری وجود دارد اما میان استفاده از رسانه‌های سنتی (تلویزیون، رادیو و روزنامه) و ترس از جرم ارتباط معناداری مشاهده نشده است. در واقع مصرف رسانه‌های جدید (اینترنت، ماهواره و رسانه‌های اجتماعی مجازی)، هم بر ترس از جرایم جانی و هم بر ترس از جرایم مالی اثر گذاشته است.

هیلدرث (2015)، در اثر تحقیقی خود تحت عنوان «ترس در فضای رسانه‌های اجتماعی» به بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی، رسانه‌های خبری، رسانه‌های سرگرمی و گرایش به داشتن دوست در فضای مجازی و متغیرهای جمعیت‌شناختی بر ترس از جرم پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که از بین متغیرهای مستقل جنسیت و رسانه‌های اجتماعی و گرایش به داشتن پشتیبانی آنلاین و نگرش فرد به پلیس و ترس از جرم رابطه معناداری وجود دارد. اینتراویا¹ و همکاران (2017)، به بررسی ارتباط میان استفاده از رسانه‌های اجتماعی و ترس از جرم پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که جنسیت، نژاد، سن و تحصیلات و همچنین تجربه بزه‌دیدگی و شرایط منطقه مسکونی و استفاده عمومی از رسانه‌های اجتماعی و استفاده از اخبار مربوط به جرایم با ترس از جرم کاربران رابطه معناداری داشته‌اند. آمدی² (2015)، در اثر تحقیقی خود تحت عنوان «تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر جامعه»، به بررسی این موضوع می‌پردازد که رسانه‌های اجتماعی یک حس مصنوعی و ساختگی از ارتباطات به وجود می‌آورند که منجر به مشکلات احساسی و روانی می‌شود. طبق نتایج این تحقیق، اشخاصی که در رسانه‌های اجتماعی حضور دارند و بازی‌های آنلاین انجام می‌دهند اضطراب و ترس بیشتری را تجربه می‌کنند. این رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به ابزاری برای تبهکاران، دزدان تبدیل شود که کارهای غیر قانونی خود را از این طریق انجام دهند.

جدول 1- استخراج متغیرها از نظریات متفکرین

متفکرین	متغیر
کوهن و فلسون	کنترل اجتماعی رسمی
گربنر	بی‌سازمانی اجتماعی
آنتونی گیدنز	میزان مشارکت کاربران
اولریش بک	پایگاه اجتماعی - اقتصادی
گربنر	اعتماد کاربران به پیام‌های رسانه‌های اجتماعی
تایلور و هال و تحقیقات پیشین	متغیرهای جمعیت‌شناختی

1- Intravia
2-Amedie



شکل 1- مدل مفهومی پژوهش

در این مدل علاوه بر ارتباط میان متغیرهای مستقل با وابسته، میان متغیرهای مستقل نیز بر اساس نظریات جامعه‌شناسی ارتباط برقرار شده و در قالب مدل معادله ساختاری، ارتباط میان متغیرهای مستقل نیز آزمون خواهد شد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع کاربردی و روش اجرای تحقیق نیز پیمایشی است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه می‌باشد. جامعه آماری در این تحقیق، تمام شهروندان بالای 15 سال شهرستان اصفهان می‌باشد، از آنجایی که از ضریب همبستگی پیرسون جهت بررسی رابطه میان متغیرها استفاده خواهد شد از نرم افزار sample power جهت تعیین حجم نمونه استفاده شد که در نهایت 459 نفر انتخاب شدند. شیوه نمونه‌گیری در این پژوهش نمونه‌گیری سهمیه‌ای می‌باشد. پس از جمع‌آوری پاسخ‌های پاسخگویان، داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار spss و Amos در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. از لحاظ زمانی این تحقیق در سال 1397 اجرا شده است. برای بررسی اعتبار پرسشنامه تحقیق از اعتبار صوری استفاده شد و برای سنجش پایایی نیز از آلفای کرونباخ استفاده گردید. مقادیر آلفای کرونباخ همه متغیرها در سطح قابل قبولی بوده است.

جدول 2- تعداد نمونه در نرم افزار sample power

نام متغیر	Corr	Vs	N cases	Tails	Alpha	Power
بی‌سازمانی و ترس از جرم	0,76	0,00	9	2	0,50	0,851
پایگاه و ترس از جرم	0,55	0,00	21	2	0,50	0,817
کنترل و ترس از جرم	-0,44	0,00	35	2	0,50	0,803
اعتماد و ترس از جرم	0,31	0,00	76	2	0,50	0,801
مشارکت و ترس از جرم	0,13	0,00	459	2	0,50	0,800

یافته‌های پژوهش

الف) یافته‌های توصیفی

جدول 3 - مشخصات پاسخگویان پرسشنامه‌ها

شاخص	سنجه	فراوانی	شاخص	سنجه	فراوانی
جنسیت	زن	216	وضعیت تأهل	متأهل	198
	مرد	243		مجرد	261
	کل	459		کل	159
سن	15-25	116	تحصیلات	زیر دیپلم	31
	26-35	141		دیپلم	146
	36-48	119		فوق دیپلم	17
	46-55	51		لیسانس	138
	56 به بالا	32		فوق لیسانس و بالاتر	125
	کل	459		کل	459

نتایج به دست آمده در بخش آمار توصیفی نشان می‌دهد که بیشترین گروه از پاسخ‌گویان با درصد فراوانی 31 درصد، بین 26 تا 35 سال سن و کمترین تعداد پاسخ‌گویان مربوط به پاسخ‌گوییانی بوده است که 56 سال به بالا سن داشته‌اند. توزیع فراوانی مربوط به تحصیلات نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط به مقطع لیسانس با فراوانی 138 است. توزیع فراوانی مربوط به جنسیت نشان داد که 52/9 درصد از نمونه آماری را مردان و 47/1 درصد از نمونه را زنان تشکیل داده‌اند. توزیع فراوانی مربوط به وضعیت تأهل نشان می‌دهد که از مجموع 459 نفر، 261 نفر آن‌ها مجرد و 198 نفر آن‌ها متأهل هستند.

ب) یافته‌های استنباطی

آزمون فرضیات

فرضیه اول: میان احساس بی‌سازمانی اجتماعی با ترس از جرم کاربران رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

جدول شماره 4- نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون فرضیه اول

فرضیه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
رابطه بین بی‌سازمانی و ترس از جرم	0/65	0/000

با توجه به جدول 4، از آنجا که سطح معناداری (sig) آزمون همبستگی پیرسون فرضیه اول از 0/05 کم‌تر است، در نتیجه فرضیه فوق مورد تأیید قرار می‌گیرد و بین ترس از جرم و بی‌سازمانی اجتماعی رابطه معناداری دیده می‌شود، یعنی هر چه احساس بی‌سازمانی اجتماعی کاربران افزایش یابد، ترس از جرم کاربران نیز افزایش می‌یابد.

فرضیه دوم: میان کنترل اجتماعی رسمی با ترس از جرم رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

جدول شماره 5- نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون فرضیه دوم

فرضیه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
رابطه بین ترس از جرم و کنترل اجتماعی رسمی	-0/48	0/000

از آنجا که سطح معناداری آزمون فوق کمتر از 0/05 شده است در نتیجه فرضیه دوم مورد تأیید قرار می‌گیرد. از سوی دیگر مقدار ضریب همبستگی پیرسون بین ترس از جرم و کنترل اجتماعی رسمی که -0/48 است نمایانگر وجود رابطه منفی بین این دو متغیر است. یعنی با افزایش کنترل اجتماعی رسمی، ترس از جرم کاهش می‌یابد.

فرضیه سوم: میان میزان مشارکت کاربران با ترس از جرم رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

جدول شماره 6- نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون فرضیه سوم

فرضیه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
رابطه بین ترس از جرم و میزان مشارکت	0/54	0/000

چون سطح معناداری آزمون کمتر از 0/05 است. در نتیجه بین ترس از جرم و میزان مشارکت کاربران در رسانه‌های اجتماعی رابطه معنی‌داری دیده می‌شود و فرضیه سوم مورد تأیید قرار می‌گیرد. یعنی با افزایش میزان مشارکت کاربران در رسانه‌های اجتماعی، ترس از جرم افزایش می‌یابد.

فرضیه چهارم: میان اعتماد کاربران به پیام‌های رسانه‌های اجتماعی با ترس از جرم رابطه معناداری وجود دارد. جدول شماره 7، نتایج این آزمون را نشان می‌دهد. با توجه به سطح معناداری آزمون (0/000) مشخص است که فرضیه چهارم مورد تأیید قرار گرفته است و متغیر اعتماد به پیام‌های رسانه‌های اجتماعی با ترس از جرم ارتباط معناداری دارد. یعنی هر چه اعتماد افراد به رسانه‌های اجتماعی و پیام‌های آن افزایش یابد، میزان ترس از جرم کاربران نیز افزایش می‌یابد.

جدول شماره 7- نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون فرضیه چهارم

فرضیه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
رابطه بین اعتماد و ترس از جرم	0/61	0/000

فرضیه پنجم: میان پایگاه اجتماعی- اقتصادی کاربران و ترس از جرم رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

جدول شماره 8- نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون فرضیه پنجم

فرضیه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
رابطه بین پایگاه اجتماعی- اقتصادی و ترس از جرم	-0/44	0/000

جدول 8، نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون دو متغیر پایگاه اجتماعی- اقتصادی و ترس از جرم را نشان می‌دهد. با توجه به سطح معناداری آزمون (0/000)، فرضیه مورد تأیید قرار می‌گیرد و بین دو متغیر یادشده رابطه معکوسی وجود دارد، یعنی هر چه کاربران از لحاظ پایگاه اجتماعی پایین‌تر باشند، ترس از جرم بیشتری دارند و بالعکس.

فرضیه ششم: میان سن کاربران و ترس از جرم رابطه‌ی معناداری وجود دارد. با توجه به مقدار $f = 3/354$ و $f = 0/00$ = معناداری می‌توان ادعا نمود بین افراد سطوح سنی متفاوت از نظر ترس از جرم تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول 9- نتایج تحلیل واریانس یک‌راهه بین سن و ترس از جرم

منبع تغییرات	درجه آزادی	مجموع مجذورات	میانگین مجذورات	مقدار F	سطح معنی‌داری
میان‌گروهی	30	121/947	4/065		
درون‌گروهی	428	518/711	1/212	3/354	0/000
کل	459	640/658			

فرضیه هفتم: میان جنسیت کاربران و ترس از جرم رابطه‌ی معناداری وجود دارد.
جدول 10- آزمون T مقایسه نمونه آماری برحسب جنسیت در ترس از جرم

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	درجه آزادی	T	Sig	حد پائین	حد بالا
ترس از جرم	مرد	243	20/1759	457	4/754	0/000	1/1399	1/1409
	زن	216	22/1193					

با توجه به مقادیر این جدول می‌توان ادعا نمود میان جنسیت و ترس از جرم رابطه معناداری وجود دارد و کاربران زن ترس بیشتری از جرم نسبت به کاربران مرد دارند.

فرضیه هشتم: میان وضعیت تأهل کاربران و ترس از جرم رابطه‌ی معناداری وجود دارد. برای سنجش این فرضیه از آزمون T استفاده شده است. با توجه به مقادیر این جدول می‌توان ادعا نمود بین وضعیت تأهل و ترس از جرم رابطه معناداری وجود دارد و افراد مجرد ترس از جرم بیشتری نسبت به افراد متأهل دارند.

جدول شماره 11- آزمون T مقایسه نمونه آماری برحسب وضعیت تأهل و ترس از جرم

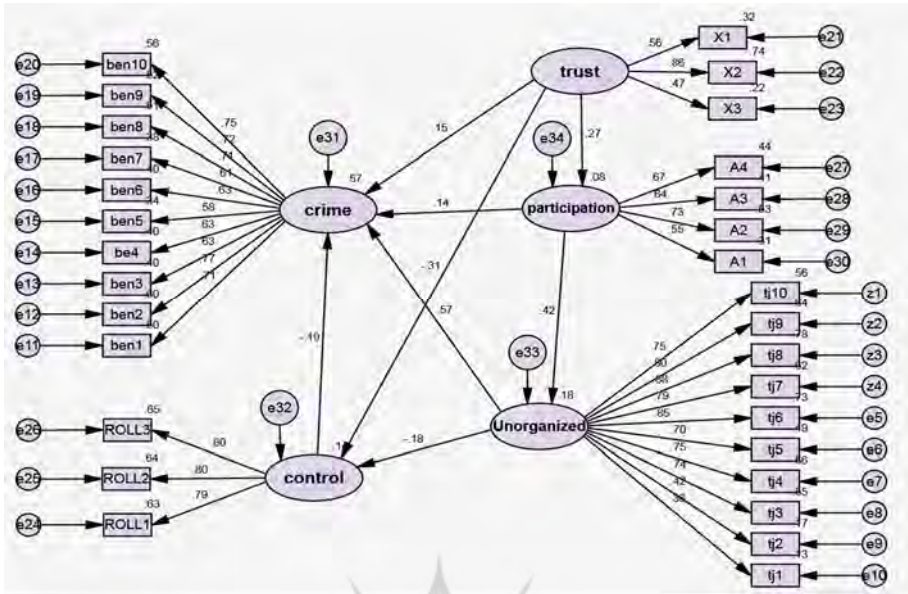
متغیر	گروه	تعداد	میانگین	درجه آزادی	T	Sig	حد بالا	حد پایین
ترس از جرم	متأهل	191	31/900	450	-2/49	0/000	-4/29900	-0/54571
	مجرد	267	34/306					

الگوسازی معادلات ساختاری با کاربرد Amos graphics

در این قسمت به آزمون اعتبار سازه‌ای وسیله‌اندازه‌گیری و آزمون نیکویی برازش ساختار مورد نظر با استفاده از نرم افزار Amos با در اختیار داشتن داده‌های مربوط به متغیرهای برگرفته شده از فرضیه‌ها پرداخته خواهد شد. (برای رسم مدل نهایی، از رویکرد دومرحله‌ای برای مناسب بودن بارهای عاملی بهره گرفته و بعد از قابل قبول بودن آنها به تدوین مدل نهایی اقدام شده است). مدل ذیل به آزمون اعتبار سازه‌ای و آزمون نیکویی برازش ساختار آن پرداخته است. در بخش اندازه‌گیری همچنان که از مدل برمی‌آید بیشتر معرف‌های متغیرهای مکنون به طور نسبتاً مناسب روی آنها بار شده و البته متغیرهایی که بار گویه پایینی داشته از معادله خارج شده‌اند. نتایج مدل معادله ساختاری نشان می‌دهد که کلیه شاخص‌های تطبیقی مدل نیز مقادیر بالاتر از 0/90 را نشان می‌دهند که به معنای توان مدل از فاصله گرفتن از یک مدل استقلال و نزدیک

شدن به یک مدل اشباع شده بر مبنای معیارهای تعریف شده برای آنها است. بخش ساختاری مدل حاکی از آن است که عواملی چون متغیر بی‌سازمانی اجتماعی با دارا بودن ضریب (0/57) و کنترل اجتماعی رسمی با دارا بودن ضریب (0/19) و اعتماد به پیام‌های رسانه‌های اجتماعی با دارا بودن ضریب (0/15) دارای همبستگی بیشتری با سازه ترس از جرم هستند، بنابراین در محاسبات مربوط به این متغیر پنهان از وزن بیشتری برخوردارند. در مقابل متغیر میزان مشارکت در رسانه‌های اجتماعی با دارا بودن ضریب (0/68) دارای همبستگی کمتری با سازه ترس از جرم می‌باشد. در نتیجه، در محاسبات مربوطه از وزن کمتری برخوردار می‌باشد. علاوه بر این، میان متغیرهای مستقل نیز ارتباط وجود دارد. اعتماد به پیام‌های رسانه‌های اجتماعی با میزان مشارکت کاربران در رسانه‌های اجتماعی و کنترل اجتماعی رسمی ارتباط دارد و میان میزان مشارکت کاربران در رسانه‌های اجتماعی و احساس بی‌سازمانی اجتماعی نیز ارتباط وجود دارد. علاوه بر این، میان احساس بی‌سازمانی اجتماعی کاربران و نگرش آن‌ها به پلیس نیز ارتباط وجود دارد.

جدول 11 شاخص‌های مدل، آزمون نیکویی برازش ساختار نظری مطرح شده با داده‌های مشاهده شده و اعتبار سازه‌ای وسیله اندازه‌گیری مورد بحث را نشان می‌دهد. از آنجا که معیارهای $GFI=0/89$ ، $TLI=0/93$ و $IFI=0/91$ نزدیک به یک می‌باشند، حاکی از برازش زیاد مدل و معیار $RMSEA=0/068$ ، حاکی از عملکرد ضعیف باقیمانده‌ها در مدل است (البته از آنجا که آماره χ^2 کاملاً تحت تأثیر حجم نمونه مورد مطالعه می‌باشد و حجم نمونه در این تحقیق زیاد است، معناداری یا عدم معناداری χ^2 ملاک مناسبی برای قضاوت در مورد مدل نمی‌باشد).



نمودار 2- مدل معادله ساختاری

جدول 12- نتایج ارزیابی برازش الگوی پیشنهادی بر اساس شاخص‌های برازندگی

DF	P	Chi-square	RMSEA	GFI	IFI	DFICMIN
367	0/00	164/96	0/06	0/89	0/91	3/40

بحث و نتیجه‌گیری

مردم اطلاعات خود را از منابع متعددی به دست می‌آورند، اما یکی از منابع مهم برای به دست آوردن اطلاعات رسانه‌هاست، امروزه رسانه‌ها یک راه قدرتمند برای انتقال پیام‌ها به شهروندان محسوب می‌شود. رشد روزافزون استفاده از رسانه‌های اجتماعی در میان افراد و داشتن تلفن‌های همراه هوشمند که امکان ثبت حوادث و جرایم را به افراد موجب افزایش ترس از قربانی شدن در افراد شده است. در چند دهه گذشته، محققان با استفاده از نظریه‌های اثرات رسانه‌ها به بررسی ارتباط میان رسانه‌های جمعی و ترس از جرم پرداخته‌اند و تنها بر ارتباط میان رسانه‌های جمعی و ترس از جرم تمرکز داشته‌اند. اما امروزه با افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی به نظر می‌رسد بررسی ارتباط این نوع ترس و استفاده از رسانه‌های اجتماعی لازم باشد.

نتایج این تحقیق نشان داد که احساس بی‌سازمانی اجتماعی کاربران بر ترس از جرم آن‌ها اثر گذار است، نتایج این پژوهش در این زمینه با تحقیق اینتراویا و همکاران (2017)، مشابه است و نظریه گربنر را تقویت کرده است. در این پژوهش میان‌نگرش کاربران به پلیس و ترس از جرم آن‌ها ارتباط وجود داشته است، نتایج این پژوهش در این زمینه با تحقیق هیلدرث (2015) مشابه است و نظریه کوهن و فلسون را تقویت کرده است. علاوه بر این، این پژوهش نشان داد که میان حضور افراد در رسانه‌های اجتماعی (مشارکت در رسانه‌های اجتماعی و اعتماد به پیام‌های رسانه‌های اجتماعی) و ترس از جرم ارتباط معناداری وجود دارد. نتایج این پژوهش در این زمینه با تحقیق اینتراویا و همکاران (2017) و هیلدرث (2015) و عبدالمالکی و همکاران (1395) مشابه است و نظریات آنتونی گیدنز و گربنر را تقویت کرده است. علاوه بر این، این بررسی نشان داد که میان پایگاه اجتماعی اقتصادی کاربران و ترس از جرم آن‌ها ارتباط وجود دارد و افراد طبقه پایین ترس از جرم بیشتری دارند که این نتیجه پژوهش می‌تواند نظریه اولریش بک را تقویت کند.

نتایج این تحقیق نشان داده است که ارتباط میان جنسیت، وضعیت تأهل و سن کاربران با ترس از جرم معنادار است و زنان نسبت به مردان و افراد مجرد نسبت به افراد متأهل ترس از جرم بیشتری دارند. نتایج این پژوهش در این زمینه با تحقیق اینتراویا و همکاران (2017) و هیلدرث (2015) مشابه است و نظریه تایلور و هال را تقویت کرده است.

پیشنهادها

- بازسازی، انتظام بخشی فضاها، ساختمان، معابر عمومی، کنترل انتظامی حضور و رفتار مجرمان، ولگردان، معتادان و کارتن‌خواب‌ها می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در تقویت احساس سازمان‌یافتگی محیط در بین شهروندان و کاهش احساس ترس از جرم در بین آنان داشته باشد؛
- طرح‌های سازمان‌یابی محله‌ها و مناطق باید در چارچوب سیاست کلان فقرزدایی و رونق اقتصادی این مناطق دیده شود و در این راستا صرفاً به آراستگی ظاهری و کنترل انتظامی اکتفا نشود؛

- در زمینه ترس از جرم کاربران با توجه به حضور مستمر افراد در رسانه‌های اجتماعی و اثراتی که با توجه به این پژوهش می‌تواند بر ترس افراد از قربانی شدن داشته باشد نظرسنجی‌هایی انجام شود؛
- مسئولان و نهادهای اجرایی با اجرای برنامه‌های مفرح و ایجاد اشتغال در جامعه زمینه‌ی کاهش استفاده از رسانه‌های اجتماعی و ایجاد روابط و تعاملات در فضای حقیقی را فراهم آورند تا ترس از جرم افراد را کاهش دهند؛
- خانواده‌ها با ایجاد روابط عاطفی و سالم در بین اعضای خود و ایجاد شرایطی مطلوب برای گذران اوقات فراغت خود اجازه جایگزینی زندگی در فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی را به‌جای زندگی در فضای حقیقی ندهند، زیرا افرادی که از رسانه‌های اجتماعی بیشتر استفاده می‌کنند ترس از جرم بیشتری دارند؛
- بررسی کارشناسی و روانشناسی قربانیان جرم برای کاهش ترس از جرم در میان آن‌ها؛
- بالا بردن آگاهی‌های مورد نیاز مردم برای مقابله با خطرهای احتمالی؛
- افزایش سواد رسانه‌ای افراد در زمینه استفاده از رسانه‌های اجتماعی؛
- برقراری تعامل پلیس با مردم و نظارت بیشتر بر عملکرد بخش‌های مربوط؛
- بررسی آسیب‌های مختلف اقشار جامعه در خصوص ترس از جرم؛
- افزایش روشنایی معابر و همچنین نور زیرگذرها و پل‌ها در شب و از بین بردن فضاهای مخفی و فاقد کاربرد نظیر ساختمان‌های مخروبه و نیمه کاره توسط سازمان شهرداری؛
- افزایش تاکسی ویژه و حمل و نقل عمومی در ساعات پایانی شب برای استفاده شهروندان مخصوصاً بانوان توسط شهرداری.

تقدیر و تشکر

در پایان بر خود لازم می‌دانیم از پلیس فتا و مرکز آسیب‌شناسی و سلامت فضای تولید و تبادل اطلاعات استان اصفهان که آمار استفاده شهروندان اصفهان از رسانه‌های اجتماعی را در اختیار ما گذاشتند تشکر نماییم.

- احمدی، حبیب؛ سروش، مریم و افراسیابی، حسین (1388). ترس از جرم در مناطق جرم‌خیز شیراز. مجله علوم انسانی دانشگاه اصفهان، دوره 20، شماره 34، تابستان، صص 65-80.
<https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?id=105128>
- بصیریان جهرمی، حسین و نحوی نظام آبادی، مرضیه (1395). نشانه‌شناسی عناصر بازنمایی هویت آنلاین. مجله رسانه. زمستان، سال بیست و هفتم، شماره 105، صص 5-28.
https://www.civilica.com/Paper-JR_RSNE-JR_RSNE-27-4_001.html
- جلائی پور، حمیدرضا و محمدی، جمال (1387). نظریه‌های متأخر جامعه‌شناسی. تهران: نشر نی.
- ربانی، رسول و همتی، رضا (1388). تبیین جامعه‌شناختی ترس از جرم: مطالعه موردی شهروندان شهر زنجان. مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره نهم، پاییز و زمستان، صص 58-88.
<https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?id=105286>
- رشادی، منوچهر؛ زارع، بیژن؛ دانش، پروانه و قادری، صلاح الدین (1395). تبیین جامعه‌شناختی میزان ترس از جرم در شهرستان‌های استان همدان در دو سطح خرد و منطقه‌ای. مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره 5، شماره 4، زمستان 95، صص 663-689.
<https://www.sid.ir/Fa/Journal/ViewPaper.aspx?ID=297637>
- ریتزر، جورج (1381). نظریه‌های جامعه‌شناسی. ترجمه محسن ثلاثی، چاپ سوم، تهران: انتشارات علمی.
- سورین، ورنر؛ جیمز تانکارد (1388). نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان، تهران: دانشگاه تهران.
- سراج زاده، سیدحسین و گیلانی، اشرف (1389). بی‌سازمانی اجتماعی و ترس از جرم. فصلنامه رفاه اجتماعی، سال دهم، شماره 34، زمستان، صص 223-244.
<https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=110251>
- عباسی قادی، مجتبی و خلیلی کاشانی، مرتضی (1390). تأثیر اینترنت بر هویت ملی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- عبدالمالکی، احمد؛ ملکی، امیر؛ زاهدی، محمدجواد و علی اکبری، اسماعیل (1395). مصرف رسانه‌ای و ترس از جرم در شهر تهران. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، دوره 23، شماره 88، زمستان، صص 53-71.
<https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=204816>

- عدلی پور، صمد؛ قاسمی، وحید و میرمحمد تبار، سیداحمد (1393). تبیین رابطه استفاده از شبکه اجتماعی فیسبوک با هویت جنسی دانشجویان دانشگاه اصفهان. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره هفتم، شماره 1، بهار، صص 1-28.
http://mediastudy.ihcs.ac.ir/article_2401.html
- قاسمی، محمدعلی (1388). جامعه ریسک و اهمیت آن برای مطالعات استراتژیک. فصلنامه مطالعات راهبردی، سال دوازدهم، شماره سوم، پاییز، صص 130-141.
<https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=126123>
- مک کوئیل، دنیس (1385). درآمدی بر نظریه‌ی ارتباطات جمعی. ترجمه‌ی پرویز اجلالی، دفتر مطالعات و توسعه‌ی رسانه، تهران.
- مهدی‌زاده، محمد. (1396). نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: انتشارات همشهری.
- Alexa. (2017). Top sites in iran, retrieved in january.(2017) in:
<http://www.alexa.com/topsites/countries/ir>.
- Amedie. Jacob.(2015).The Impact of Social Media on Society. Advanced Writing: Pop Culture Intersections. Paper2.
https://scholarcommons.scu.edu/engl_176/2/
- Hilldreth, Jamie.(2015). Fear in the world of social media. Presented to the Faculty of the Graduate School of The University of Texas at Arlington in Partial Fulfillment of the Requirements for the degree of master of arts in criminology and criminal justice the university of texas at Arlington.
<https://rc.library.uta.edu/uta-ir/handle/10106/25080>
- Intravia.Jonathan, Wolff. Kevin., Paez. Rocio, Gibbs . Benjamin R .(2017). Investigating the relationship between social media consumption and fear of crime: A partial analysis of mostly young adults.Computers in Human Behavior 77, 158-168.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563217305174>
- Mythen, gabe.(2004).ulrich beck: a critical to the risk society, london: pluto press, 2004, p.11
- Putnam, R. D. (2000). Bowling alone. NY: Simon & Schuster gezgin, d. gemikonakli,o. -
- Van Schie.(2015).when icarus flew too high: moral mediation in mobile instant messaging apps, master thesis new media and digital culture, university of groningen, nederland.
<https://dspace.library.uu.nl/handle/1874/315089>
- Yousef Abdollah. (1994). Fear of Crime, A dissertation for the degree of doctor of philosophy, Mississippi University.

- Williams, Michael Lee.(2018). Social Media Use, Fear of Crime, and Perceived Risk of Victimization Among Liberal and Conservative College Students Attending Non-residential Campuses. Diss. Washington State University, 2018.
<https://www.researchgate.net/publication/324454993>

