

نقش شبکه‌های اجتماعی در ارتقاء احساس امنیت اجتماعی با استفاده از نظر نخبگان

و کارشناسان مرکز ملی فضای مجازی

دکتر حسن درزبان رستمی^۱
فرزانه بهزادی پور

چکیده

هدف این پژوهش بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در ارتقاء احساس امنیت اجتماعی با استفاده از نظر نخبگان و کارشناسان مرکز ملی فضای مجازی است. تحقیق حاضر یک تحقیق کمی است که از نظر هدف که کاربرد نتایج در یک زمینه خاص است، کاربردی بوده و از نظر نوع گردآوری داده‌ها و اطلاعات توصیفی-پیمایشی از شاخه همبستگی و از نوع مدل‌یابی معادلات ساختاری است و چون تحقیق در یک دوره زمانی انجام شده و داده‌ها طی یک مدت‌زمان خاص جمع‌آوری شده است، از نظر زمان مقطعی محسوب می‌شود. جامعه آمار این پژوهش را ۱۸۰ نفر از کارشناسان مرکز ملی فضای مجازی استان تهران تشکیل داده است. با استفاده از فرمول کوکران برای جامعه محدود نیز حجم نمونه ۱۰۵ نفر تعیین شد. داده‌های پژوهش از طریق ابزار پرسشنامه جمع‌آوری و با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS و مدل‌یابی معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. روایی پرسشنامه نیز توسط دو معیار روایی همگرا و واگرا که مختص مدل‌سازی معادلات ساختاری است، بررسی شد. نتایج فرضیه‌های پژوهش نشان داد که بین عوامل متغیر عوامل جمعیت شناختی کاربران شبکه‌های اجتماعی، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، عوامل فرهنگی و مذهبی اعتماد به نهادهای نظم و قانون و ارتقاء احساس امنیت اجتماعی با استفاده از نظر نخبگان و کارشناسان مرکز ملی فضای مجازی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی، امنیت اجتماعی، مرکز ملی فضای مجازی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱- مقدمه

شبکه‌های اجتماعی نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی هستند که با اینکه عمر خیلی زیادی ندارند، توانسته اند به خوبی در زندگی مردم جا باز کنند (محصل و حیاتی، ۱۳۹۵). بدیهی است که نگاه جامع‌گرایانه‌هیچگاه مخاطرات فناوری‌های نوظهور ارتباطی و رسانهای همچون شبکه‌های اجتماعی را نیز مغفول نخواهد گذاشت بلکه از منظر بازتوسعه مخاطرات آن نظر دارد و هم به فرصت‌ها و پتانسیلهای آن (بیگی، ۱۳۹۴). برخلاف وجود جنبه‌های مثبت شبکه‌های اجتماعی مجازی، سوء استفاده از این شبکه‌های رایانه‌ای توسط افراد هنجارشکن، امنیت و احساس امنیت کاربران را با خطر روبرو ساخته است (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۵).

احساس امنیت اجتماعی به عنوان یک پدیده روان‌شناختی و اجتماعی، تحت تأثیر تجربه‌های مستقیم و غیرمستقیم افراد از شرایط متفاوت اجتماعی است که انسانها برای دستیابی به زندگی سالم و تداوم روابط اجتماعی نیازمند آن است و احساس ناامنی از مهمترین دغدغههای جوامع معاصر، به ویژه در کشورهای در حال توسعه میباشد، این بدان معنی است که گسترش این پدیده با سطح توسعه جامعه رابطه داشته و به گونهای، آینده اغلب جوامع محسوب میگردد، این مسئله بر طرف نخواهد شد، مگر آنکه، با تجزیه و تحلیل، علل و زمینه‌های پیدایش و گسترش احساس ناامنی را در اعضای جامعه تشخیص داده و برای برطرف سازی آن، آمادگی کسب نماییم (حبیب زاده و بخشی، ۱۳۹۵). احساس امنیت اجتماعی با میزان استفاده از رسانه‌های داخلی، تلویزیون، رادیو و ماهواره رابطه معنی‌داری دارد، اما با استفاده از اینترنت، مجله و روزنامه رابطه معنی‌داری ندارد. رابطه احساس امنیت اجتماعی با میزان استفاده از تلویزیون، رادیو و رسانه‌های داخلی مستقیم است، اما این رابطه با میزان استفاده از ماهواره معکوس است (هاشمیان فر و دیگران، ۱۳۹۲).

امروزه با گسترش اینترنت و فضاهای شبکه‌ای در کشورمان لزوم امنیت برای فعالیت در این فضاهای مجازی بیش از پیش احساس میشود. ترس و بیم از تخریب مبانی اخلاقی و اجتماعی و نداشتن احساس امنیت روانی و فرهنگی ناشی از هجوم اطلاعات آلوده و مخرب از طریق اینترنت و فضاهای مجازی واکنشی منطقی است، زیرا هر جامعه‌ای چارچوب‌های اطلاعاتی خاص خود را دارد. طبیعی است که هر نوع اطلاعاتی که این حد و مرزها را بشکند، میتواند سلامت و امنیت جامعه و افراد را به خطر اندازد...پرداختن به موضوع ارتقاء امنیت اجتماعی با رویکرد شبکه‌های اجتماعی در شرایط کنونی که این شبکه‌ها بعد امنیتی، انتظامی و منفی دارد نگاهی نو به بعد فرصتهای این شبکه‌ها در افزایش امنیت اجتماعی است که تا کنون کسی به آن دقت نداشته است. مرکز ملی فضای مجازی به‌عنوان ناظران این فضا و با در اختیار داشتن اطلاعات خاص می‌توانند تأثیر این فضا را در تغییر احساس امنیت سرمایه اجتماعی مورد بحث قرار دهد. لذا هدف این پژوهش بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در ارتقاء احساس امنیت اجتماعی با استفاده از نظر نخبگان و کارشناسان مرکز ملی فضای مجازی است.

۲- ادبیات نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱. ادبیات نظری

شبکه‌های اجتماعی

شبکه اجتماعی، سایت یا مجموعه سایت‌هایی است که برای کاربرانی که دوست دارند علاقه مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خودشان را با دیگران به اشتراک بگذارند (و دیگران هم با آنان به اشتراک بگذارند)، امکانات مورد نیاز را فراهم می‌کند. شبکه‌های اجتماعی به خصوص آنهایی که کاربردهای معمولی و غیرتجاری دارند، مکان‌هایی در دنیای مجازی هستند که مردم، خود را به‌طور خلاصه در آنجا معرفی کرده و امکان برقراری ارتباط بین خود و همفکرانشان را در زمینه‌های مختلف مورد علاقه، فراهم می‌کنند. این شبکه‌های اجتماعی در عین حالی که فضاهایی جهت پیدا کردن دوستان جدید است، افراد می‌توانند با دوستان قدیمی خود که در جریان تغییرات زندگی شان قرار داشته‌اند، ارتباط برقرار کنند. مکان‌هایی برای تبادل نظر هستند که در آن‌ها جوانان عقاید و نظرات خود را با هم به اشتراک می‌گذارند. از جمله شبکه‌های اجتماعی مشهور که کاربران زیادی را از نقاط مختلف دنیا به خود جذب نموده است، می‌توان فیس‌بوک^۲، توئیتر^۳، تلگرام^۴، واتساپ^۵، لینکدین^۶ و گوگل پلاس^۷ را نام برد.

امنیت

امنیت از جمله مفاهیم پیچیده‌ای است که ارائه تعریف واحدی از آن به سادگی میسر نیست «امنیت» پیش از آن که مقوله‌ای قابل تعریف باشد، پدیده ادراکی و احساسی است؛ یعنی این اطمینان باید در ذهن توده مردم، دولت‌مردان و تصمیم‌گیران به وجود آید که برای ادامه زندگی بدون دغدغه، امنیت لازم وجود دارد یا نه. امنیت واژه عربی از ریشه امن است و تعاریف گوناگون که تقریباً معنای یکسانی را می‌رساند، از آن به دست آمده است. در فرهنگ فارسی عمید امنیت به: «در امان بودن، ایمنی، بی‌ترسی، آرامش و آسودگی» معنی شده (عمید، ۱۳۶۰) در فرهنگ فارسی معین، امنیت به «ایمن شدن، در امان بودن و بی‌بیمی» معنی شده است. (معین، ۱۳۶۰ ص ۱۵۷). در فرهنگ انگلیسی آکسفورد، امنیت به معنی: «در حفظ بودن، فراغت از خطر یا اضطراب و تشویش» آمده است. در دانشنامه سیاسی، امنیت در لغت، حالت فراغت از هرگونه تهدید یا حمله یا آمادگی برای رویارویی با هر تهدید و حمله آمده است (آشوری، ۱۳۶۶).

امنیت اجتماعی

امنیت اجتماعی مقوله‌ای است که افراد و دولت همواره یکدیگر در تأمین آن سهیم و شریک هستند و از این رو، به تدریج و همگام با غیرقابل تفکیک شدن دولت و جامعه از یکدیگر، همین حالت در خصوص ناامنی آن دو مصداق پیدا می‌کند. در حال حاضر با توجه به کاهش کنترل حکومت‌ها بر جوامع خود، ظهور جنبش‌های جدایی طلب فرو ملی، افزایش روزافزون مهاجرت و جریان حرکت پناهندگان و چارچوب‌های در حال تحول داخلی و خارجی، بر روی روابط دولت و مردم امری اجتناب‌ناپذیر است و تعریف گفتمان جدید امنیتی برای تنظیم میان مردم و دولت‌ها در قالب گروه‌های اجتماعی ضروری است.

احساس امنیت و شبکه‌های اجتماعی

احساس امنیت اجتماعی با میزان استفاده از رسانه‌های داخلی، تلویزیون، رادیو و ماهواره رابطه معنی‌داری دارد، اما با استفاده از اینترنت، مجله و روزنامه رابطه معنی‌داری ندارد. رابطه احساس امنیت اجتماعی با میزان استفاده از تلویزیون،

² www.facebook.com

³ www.Twitter.com

⁴ Telegram

⁵ whatsapp

⁶ www.linkedin.com

⁷ https://plus.google.com

رادیو و رسانه‌های داخلی مستقیم است، اما این رابطه با میزان استفاده از ماهواره معکوس است (هاشمیان فر و دیگران، ۱۳۹۲).

۲-۲. پیشینه پژوهش

خلاصه ای از پژوهش های مرتبط با عنوان پژوهش در جدول شماره ۱ آورده شده است:

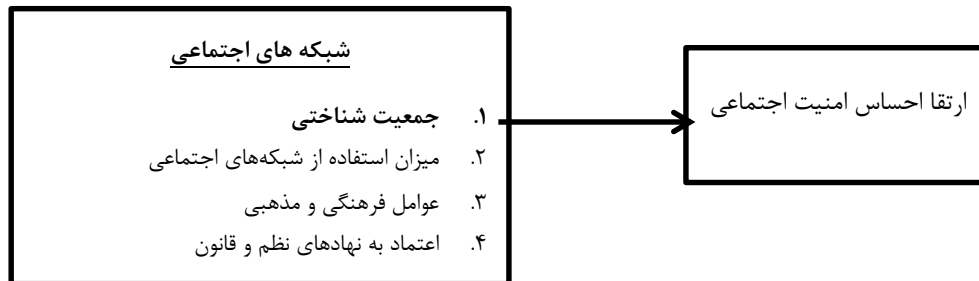
جدول ۱. خلاصه پژوهش های پیشین

نویسنده /سال	عنوان پژوهش	متغیرهای پژوهش	نتایج پژوهش
حاج مرادعلی (۱۳۹۶)	احساس امنیت کاربران از منظر جنسیت، سن، میزان تحصیلات و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی کرمان	سن جنسیت تحصیلات میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی	نتایج پژوهش نشان داد که میان سن، جنسیت، تحصیلات، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با احساس امنیت و احساس آرامش کاربران رابطه معنی داری وجود دارد.
حبیب زاده و بخشی (۱۳۹۵)	شبکه‌های اجتماعی مجازی و امنیت عمومی	ارتباطات تعاملی گرایش‌های مذهبی شیوه‌های عمل هم پیوندی اجتماعی مطرح شده	نتایج پژوهش نشان داد که بین ارتباطات تعاملی کاربران، گرایش‌های مذهبی، شیوه‌های عمل، هم پیوندی اجتماعی و مطرح شده موضوعات مدنی در شبکه‌های اجتماعی مذهبی و ارتقا امنیت رابطه معناداری وجود دارد.
مرادی نیا و ملکیان (۱۳۹۵)	نقش شبکه اجتماعی فیس بوک و احساس امنیت اجتماعی زنان (مطالعه موردی زنان غرب شهر تهران)	کارکردهای فیس بوک کارکردهای سیاسی کارکردهای اجتماعی	بر اساس آزمون رگرسیون خطی، کارکردهای فیس بوک، قابلیت تأثیر بر روی امنیت اجتماعی زنان را داشته است. همچنین نتایج حاصل از آزمون تی تکمونه‌ای، نشان می‌دهد کارکردهای سیاسی، اجتماعی و ارتباطی در وضعیت

مطلوب و تنها کارکرد فرهنگی از وضعیت نامطلوبی برخوردار بوده و احساس امنیت اجتماعی زنان نیز در شبکه اجتماعی فیس بوک در وضعیت مطلوبی قرار داشته است.	کارکردهای ارتباطی کارکردهای فرهنگی		
نتایج پژوهش نشان داد که بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی دانشجویان ارتباط معناداری وجود دارد. سایر یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین متغیرهای جنسیت، وضعیت تأهل و قومیت با احساس امنیت اجتماعی نیز ارتباط معناداری وجود دارد.	عوامل جمعیت شناختی (سن افراد، جنسیت، وضعیت تأهل و...) میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک، توئیتر، واتس آپ، وایبر و اینستاگرام)	نقش شبکه‌های اجتماعی در احساس امنیت اجتماعی افراد (مورد مطالعه: دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه اصفهان)	فرامرزی و کشاورز (۱۳۹۶)
نتایج پژوهش نشان داد که میان جنسیت، سن و میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس بوک با احساس امنیت و آسایش کاربران شبکه‌های اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد.	جنسیت سن میزان تحصیلات میزان استفاده هفتگی از اینترنت میزان استفاده هفتگی از شبکه اجتماعی فیس بوک	احساس امنیت کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی از حیث جنسیت، سن، میزان تحصیلات و میزان استفاده (مطالعه موردی: شبکه اجتماعی فیس بوک)	زیویار و شهیر (۱۳۹۴)

نتایج حاصل از بررسی مطالعات و تحقیقات پیشین نشان می‌دهد عوامل جمعیت شناختی، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، عوامل فرهنگی و مذهبی و اعتماد به نهادهای نظم و قانون در بین کاربران شبکه‌های اجتماعی بر ارتقا احساس امنیت اجتماعی تأثیر داشته است. بر این اساس تحقیق حاضر بر آن است که با ارائه مدلی به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در ارتقا احساس امنیت اجتماعی با استفاده از نظر نخبگان و کارشناسان مرکز ملی فضای مجازی پردازد.

در این پژوهش بر آنیم تا بر اساس الگوی پیشنهادی، روابط موجود و فرضیه‌های برآمده از آن را مورد بررسی قرار دهیم. مدل مفهومی پژوهش به کمک روش حداقل مربعات جزئی به وسیله نرم افزار Smart PLS آزمون خواهد شد. مدل مفهومی پژوهش حاضر در شکل شماره ۱ نشان داده شده است:



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مدل پیشنهادی پژوهش فرضیات زیر مطرح است:

H1: بین عوامل متغیر عوامل جمعیت شناختی کاربران شبکه‌های اجتماعی و ارتقا احساس امنیت اجتماعی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

H2: بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ارتقا احساس امنیت اجتماعی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

H3: بین عوامل فرهنگی و مذهبی و ارتقا احساس امنیت اجتماعی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

H4: بین اعتماد به نهادهای نظم و قانون و ارتقا احساس امنیت اجتماعی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

۴- روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر یک تحقیق کمی است که از نظر هدف که کاربرد نتایج در یک زمینه خاص است، کاربردی بوده و از نظر نوع گردآوری داده‌ها و اطلاعات توصیفی-پیمایشی از شاخه همبستگی و از نوع مدل یابی معادلات ساختاری است و چون تحقیق در یک دوره زمانی انجام شده و داده‌ها طی یک مدت زمان خاص جمع‌آوری شده است، از نظر زمان مقطعی محسوب می‌شود. جامعه آماری این پژوهش، جامعه آمار این پژوهش ۱۸۰ نفر از کارشناسان مرکز ملی فضای مجازی استان تهران می‌باشد. با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه ۱۰۵ نفر تعیین شد.

همه سؤالات پرسشنامه بر مبنای طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت از ۱ کاملاً مخالف تا ۵ کاملاً موافق مورد ارزیابی قرار گرفته است. جدول شماره ۲ تعداد و منبع سؤالات مربوط به هر متغیر را نشان می‌دهد.

جدول ۲. تعداد و منبع سؤالات مربوط به متغیرهای پژوهش

منبع	ابعاد	مؤلفه
(حاج مرادعلی، ۱۳۹۶)، (محصل و حیاتی، ۱۳۹۵)، (فرامرزی و کشاورز، ۱۳۹۴)، (زیویار و شهیر، ۱۳۹۴)	سن	عوامل جمعیت شناختی
	جنسیت	
	میزان تحصیلات	
	وضعیت تأهل	

(خواججه‌نوری و کاوه، ۱۳۹۲) و (حبیبزاده و بخشی، ۱۳۹۵)	وضعیت سکونت	
(فتحی و همکاران، ۱۳۹۵)، (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۵)، (خواججه‌نوری و کاوه، ۱۳۹۲)	مدت حضور افراد در شبکه‌های اجتماعی	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی
	میزان استفاده هفتگی از شبکه‌های اجتماعی	
	میزان مشارکت در شبکه‌های اجتماعی	
	میزان استفاده از محتوای مطالب به اشتراک گذاشته شده	
(محصل و حیاتی، ۱۳۹۵) و (مرادی نیا و ملکیان، ۱۳۹۵)	تعلقات مذهبی	عوامل فرهنگی و مذهبی
	پایبندی به ارزش‌های فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی	
(قدرتی و همکاران، ۱۳۸۹) و (حبیبزاده و بخشی، ۱۳۹۵)	اعتماد به پلیس و نیروی انتظامی	اعتماد به نهادهای نظم و قانون
	اعتماد به قضات	
(زیویار و زهیر، ۱۳۹۴)، (هزارجریبی و همکاران، ۱۳۹۳) و (بحریپور و هماران، ۱۳۹۲)	امنیت مالی	احساس امنیت اجتماعی
	امنیت جانی	
	امنیت فکری	
	امنیت جمعی (اطلاعاتی)	

۵- برآزش مدل‌های اندازه‌گیری

برای بررسی برآزش مدل اندازه‌گیری، از سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می‌شود.

الف- معیار اول پایایی:

پایایی ابزار که از آن به اعتبار، دقت و اعتمادپذیری نیز تعبیر می‌شود، عبارت است از اینکه اگر یک وسیله اندازه‌گیری که برای سنجش متغیر و صفتی ساخته شده در شرایط مشابه در زمان یا مکان دیگر مورد استفاده قرار گیرد، نتایج مشابهی از آن حاصل شود؛ به عبارت دیگر، ابزار پایا یا معتبر ابزاری است که از خاصیت تکرارپذیری و سنجش نتایج برخوردار باشد.

برای سنجش پایایی مدل به بررسی بارهای عاملی، پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ پرداخته شده است.

سنجش بارهای عاملی:

پایایی هریک از گویهها به مقدار بارهای عاملی هریک از متغیرهای مشاهده شده، اشاره دارد و برای مشخص کردن این که شاخصهای اندازه گیری (متغیرهای مشاهده شده) تا چه اندازه برای سنجش متغیرهای پنهان قابل قبولاند، مورد استفاده قرار گرفته و حداقل مقدار قابل قبول آن ۰/۳ و بارهای عاملی ۰/۴ سطح معناداری توسط را نشان می دهد. در تحلیلهای عاملی تأییدی، مقادیر بارهای عاملی بالاتر از ۰/۵ نشانگر سطح معناداری قوی و همبستگی زیاد بین متغیرهای مشاهده شده و عامل بوده و نیز بیانگر آن است که سازه خوب تعریف شده است (عباسی اسفنجانی، ۱۳۹۶). اعداد مندرج در ستون ضرایب بارهای عاملی جدول شماره ۲ نشان می دهد تمام سؤاها با سطح همبستگی بالا به خوبی متغیرهای مشاهده شده را اندازه گیری می کند.

آلفای کرونباخ:

یکی از روش های محاسبه قابلیت اعتماد است که بسیار معروف و بین دانشگاهیان ایرانی رایج می باشد. معیار کلاسیک برای سنجش پایایی و شاخص ارزیابی پایداری درونی محسوب می شود. پایداری درونی نشانگر میزان همبستگی یک سازه و شاخص های مربوط به آن است. در مورد متغیرهای با تعداد سؤاها کم، مقدار ضریب آلفای ۰/۶ به عنوان سرحد ضریب معرفی و بالاتر از ۰/۷ نشانگر پایایی قابل قبول است (عباسی اسفنجانی، ۱۳۹۶).

پایایی ترکیبی:

برای تعیین پایایی هریک از سازه ها علاوه بر معیار سنتی آلفای کرونباخ از معیار مدرن تر پایایی ترکیبی استفاده می کنند. برتری این معیار نسبت به ضریب آلفای کرونباخ این است که پایایی سازه ها نه به صورت مطلق بلکه با توجه به همبستگی سازه هایشان با یکدیگر محاسبه می شود. برای سنجش بهتر پایایی هر دو معیار به کار برده می شود. مقدار پایایی ترکیبی بالای ۰/۷ برای هر سازه، نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل های اندازه گیری داشته و مقدار کمتر از ۰/۶ عدم وجود پایایی را نشان می دهد (عباسی اسفنجانی، ۱۳۹۶). نتایج در جدول شماره ۳ آورده شده است.

جدول ۳. نتایج معیارهای پایایی پژوهش

مؤلفه	ابعاد	بارهای عاملی	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
عوامل جمعیتی شناختی	سن	۰/۹۱۴	۰/۷۸۹	۰/۸۰۱
	جنسیت	۰/۹۰۰		
	میزان تحصیلات	۰/۹۲۶		
	وضعیت تأهل	۰/۸۱۱		
	وضعیت سکونت	۰/۷۳۴		
میزان استفاده از شبکه های اجتماعی	مدت حضور افراد در شبکه های اجتماعی	۰/۹۱۸	۰/۸۲۳	۰/۸۶۵
	میزان استفاده هفتگی از شبکه های اجتماعی	۰/۹۱۰		

		۰/۹۳۰	میزان مشارکت در شبکه‌های اجتماعی	
		۰/۷۹۰	میزان استفاده از محتوای مطالب به اشتراک گذاشته شده	
۰/۸۲۳	۰/۷۹۷	۰/۹۳۹	تعلقات مذهبی	عوامل فرهنگی و مذهبی
		۰/۹۲۴	پایبندی به ارزش‌های فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی	
۰/۸۹۴	۰/۸۸۱	۰/۸۶۷	اعتماد به پلیس و نیروی انتظامی	اعتماد به نهادهای نظم و قانون
		۰/۹۲۴	اعتماد به قضات	
۰/۸۶۲	۰/۸۲۳	۰/۸۶۹	امنیت مالی	احساس امنیت اجتماعی
		۰/۸۶۱	امنیت جانی	
		۰/۶۴۶	امنیت فکری	
		۰/۷۳۱	امنیت جمعی (اطلاعاتی)	

نتایج جدول فوق نشان می‌دهد که نشانگرهای انتخابی جهت اندازه‌گیری سازه‌های مدل از دقت لازم برخوردار بوده‌اند چون همه بارهای عاملی همگی بیشتر از ۰/۷ است. برای هر کدام از سازه‌ها مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شده است که مقادیر محاسبه شده بیشتر از ۰/۷ است که نشان دهنده پایایی مناسب سازه‌ها می‌باشد. شاخص پایایی مرکب نیز از ۰/۷ بیشتر است که نشان از سازگاری درونی مدل‌های اندازه‌گیری انعکاسی تحقیق می‌باشد؛ بنابراین هر کدام از سازه‌های مدل از روایی و پایایی مطلوبی جهت اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش برخوردار هستند.

ب) معیار دوم: روایی همگرا

پس از بررسی معیار پایایی، دومین معیار برازش مدل‌های اندازه‌گیری روایی همگرا است. معیار AVE (میانگین واریانس استخراج شده)، میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌های خود را نشان می‌دهد که هر چه این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیشتر است. مقدار AVE مربوط به سازه‌های پژوهش در جدول شماره ۴ آمده است.

جدول ۴. روایی همگرا در مدل اصلی بر اساس شاخص میانگین واریانس تبیین شده

متغیر	AVE
-------	-----

۰/۶۳۲	عوامل جمعیت شناختی
۰/۵۹۹	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی
۰/۶۴۳	عوامل فرهنگی و مذهبی
۰/۶۰۲	اعتماد به نهادهای نظم و قانون
۰/۵۷۷	احساس امنیت اجتماعی

نتایج جدول بالا نشان می‌دهد که مقدار شاخص‌های میانگین واریانس‌های استخراج شده (AVE) برای کلیه سازه‌ها بیشتر از ۰/۵ یعنی متغیرها دارای اعتبار درونی می‌باشند

ج) معیار سوم: روایی واگرا

سومین معیار سنجش برازش مدل‌های اندازه‌گیری در تحلیل‌های PLS، روایی واگرا است که با روش فورنل و لارکر^۹ بررسی می‌شود.

روایی تشخیصی یا واگرا توانایی یک مدل اندازه‌گیری انعکاسی را در میزان افتراق مشاهده پذیرهای متغیر پنهان آن مدل با سایر مشاهده پذیرهای موجود در مدل می‌سنجد. یکی از روش‌های سنجش این روایی آزمون فورنل لاکر (۱۹۸۱) است و طبق این معیار یک متغیر پنهان در مقایسه با سایر متغیرهای پنهان، باید پراکندگی بیشتری را در بین مشاهده پذیرهای خودش داشته باشد تا بتوان گفت متغیر پنهان مدنظر روایی تشخیصی بالایی دارد. (فورنل و لارکر، ۱۹۸۱). جدول شماره ۵ نتایج به دست آمده برای متغیرهای این تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول ۵. روایی واگرای مدل اصلی بر اساس شاخص فورنل و لارکر

متغیرهای پژوهش	عوامل جمعیت شناختی	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی	عوامل فرهنگی و مذهبی	اعتماد به نهادهای نظم و قانون	احساس امنیت اجتماعی
عوامل جمعیت شناختی	۰/۸۷۷				

⁹ Fornell & Larcker

¹ Fornell & Larcker

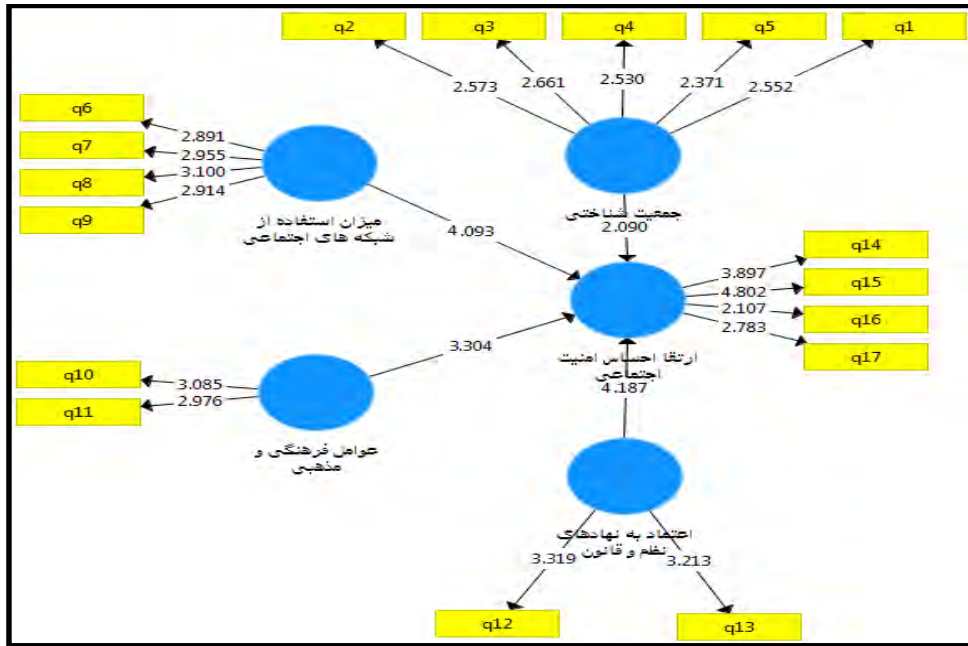
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۰/۸۷۶	۰/۸۸۹			
عوامل فرهنگی و مذهبی	۰/۸۷۳	۰/۸۸۶	۰/۸۹۱		
اعتماد به نهادهای نظم و قانون	۰/۸۳۷	۰/۸۵۲	۰/۸۸۹	۰/۸۹۴	
احساس امنیت اجتماعی	۰/۸۰۲	۰/۸۳۹	۰/۸۴۵	۰/۸۹۶	۰/۹۰۳

نتایج آزمون فورنل-لارکر در جدول شماره ۵ می‌دهد که تمام اعداد سمت چپ قطر اصلی کوچک‌تر از مقدار جذر شاخص AVE می‌باشد، لذا آزمون واگرایی متغیرهای پژوهش مورد تأیید می‌باشد.

۶- برازش مدل ساختاری

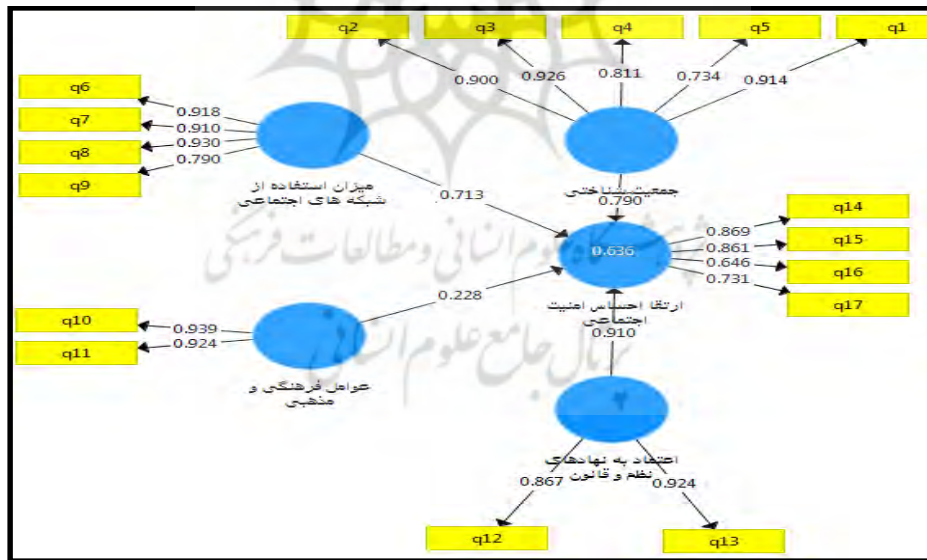
در مرحله بعدی روابط میان متغیرها با استفاده از مدل ساختاری در روش PLS بررسی شد که در دو حالت اعداد معناداری و تخمین استاندارد^۱ نتایج درج شد. در ابتدا مدل مربوط به حالت معنی‌داری (t-value) و پس از آن تخمین استاندارد مسیر گزارش شده است. ضرایب معناداری Z یا همان مقادیر t-value است. در صورتی که مقادیر t از ۱/۹۶ بیشتر باشد، بیانگر صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد است. در شکل زیر مقادیر t برای ارزیابی بخش ساختاری مدل نشان داده شده است.

^۱ T-values 1
^۱ Standardized Estimation 2



شکل ۲. مدل تحقیق در حالت معنی داری ((t-value)

همان طور که در شکل شماره ۲ مشاهده می شود مقادیر T-value برای همه مسیرها از میزان استاندارد قدر مطلق ۱/۹۶ بالاتر است و گواهی بر وجود رابطه های معنی دار بین ابعاد پژوهش است. نتایج بررسی ضرایب مسیر نیز در شکل شماره ۳ نشان داده شده است. نتایج اجرای مدل در دو حالت اعداد معناداری و تخمین استاندارد در جدول شماره ۶ آمده است:



شکل ۳. مدل تحقیق در حالت تخمین ضرایب مسیر

جدول ۶. نتایج آزمون فرضیه های پژوهش

فرضیه	ضریب مسیر	t آماره	نتیجه
-------	-----------	---------	-------

H1: بین عوامل متغیر عوامل جمعیت شناختی کاربران شبکه‌های اجتماعی و ارتقا احساس امنیت اجتماعی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.	۰/۷۹۰	۲/۰۹۰	تائید
H2: بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ارتقا احساس امنیت اجتماعی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.	۰/۷۱۳	۴/۰۹۳	تائید
H3: بین عوامل فرهنگی و مذهبی و ارتقا احساس امنیت اجتماعی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.	۰/۲۲۸	۳/۳۰۴	تائید
H4: بین اعتماد به نهادهای نظم و قانون و ارتقا احساس امنیت اجتماعی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.	۰/۹۱۰	۴/۱۸۷	تائید

۷- نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این تحقیق سعی بر آن بود تا به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در ارتقاء احساس امنیت اجتماعی با استفاده از نظر نخبگان و کارشناسان مرکز ملی فضای مجازی پرداخته شود. بر اساس نتایج پژوهش مشخص شد که فرضیه شماره ۱ پژوهش: بین عوامل متغیر عوامل جمعیت شناختی کاربران شبکه‌های اجتماعی و ارتقا احساس امنیت اجتماعی با استفاده از نظر نخبگان و کارشناسان مرکز ملی فضای مجازی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

ضریب t به دست آمده برای این فرضیه ۲/۰۹۰ است و مقدار آن بالاتر از مقدار بحرانی یعنی ۱/۹۶ است، به این ترتیب، این فرضیه تأیید می‌شود. در نتیجه می‌توان مدعی شد که عوامل جمعیت شناختی کاربران شبکه‌های اجتماعی بر ارتقا احساس امنیت اجتماعی تأثیر معنادار دارد. نتایج این فرضیه با نتایج تحقیق حاج مرادعلی در سال ۱۳۹۶ انجام شد هم راستا می‌باشد. نتایج پژوهش حاج مرادعلی نشان داد که میان عوامل جمعیت شناختی سن، جنسیت، تحصیلات، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با احساس امنیت و احساس آرامش دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی کرمان رابطه معنی‌داری وجود دارد. نتایج پژوهش محصل و حیاتی در سال ۱۳۹۵ نشان داد که بین سن و جنسیت دانشجویان دانشگاه آزاد تبریز و همچنین میزان تحصیلات آن‌ها و احساس امنیت اجتماعی آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

همچنین با نتایج پژوهش فرامرزی و کشاورز (۱۳۹۶)، زیویار و شهیر (۱۳۹۴) و خواجه‌نوری و کاوه (۱۳۹۲) هم راستا می‌باشد.

فرضیه شماره ۲ پژوهش: بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ارتقا احساس امنیت اجتماعی با استفاده از نظر نخبگان و کارشناسان مرکز ملی فضای مجازی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

ضریب t به دست آمده برای این فرضیه ۴/۰۹۳ است و مقدار آن بالاتر از مقدار بحرانی یعنی ۱/۹۶ است، به این ترتیب، این فرضیه تأیید می‌شود. در نتیجه می‌توان مدعی شد که میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر ارتقا احساس امنیت اجتماعی تأثیر معنادار دارد. نتایج این فرضیه هم‌راستا با نتایج پژوهش رستگار خالد و محمدیان (۱۳۹۱) و محصل و حیاتی (۱۳۹۵) می‌باشد.

فرضیه شماره ۳ پژوهش: بین عوامل فرهنگی و مذهبی و ارتقا احساس امنیت اجتماعی با استفاده از نظر نخبگان و کارشناسان مرکز ملی فضای مجازی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

ضریب t به دست آمده برای این فرضیه ۳/۳۰۴ است و مقدار آن بالاتر از مقدار بحرانی یعنی ۱/۹۶ است، به این ترتیب، این فرضیه تأیید میشود. در نتیجه میتوان مدعی شد که عوامل فرهنگی و مذهبی بر ارتقا احساس امنیت اجتماعی تأثیر معنادار دارد.

نتایج پژوهش حبیب زاده و بخشی (۱۳۹۵) نشان داد که بین گرایش‌های مذهبی و ارتقا امنیت رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه شماره ۴ پژوهش: بین اعتماد به نهادهای نظم و قانون و ارتقا احساس امنیت اجتماعی با استفاده از نظر نخبگان و کارشناسان مرکز ملی فضای مجازی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

ضریب t به دست آمده برای این فرضیه ۴/۱۸۷ است و مقدار آن بالاتر از مقدار بحرانی یعنی ۱/۹۶ است، به این ترتیب، این فرضیه تأیید میشود. در نتیجه میتوان مدعی شد که اعتماد به نهادهای نظم و قانون بر ارتقا احساس امنیت اجتماعی تأثیر معنادار دارد.

نتایج این فرضیه با نتایج تحقیق فتحی و همکاران در سال ۱۳۹۵ انجام شد هم راستا می‌باشد. نتایج آن‌ها نشان داد که مؤلفه عملکرد ناجا و قوانین حکومتی در دو گروه افراد دارای عضویت در شبکه‌های اجتماعی و افراد غیر عضو معنی‌دار می‌باشد. یافته‌های حسین قدرتی و همکارانش در سال ۱۳۸۹ نشان داد که در بهبود عملکرد نهادهای دولتی و به‌ویژه دادگاه و پلیس می‌تواند به تقویت احساس امنیت اجتماعی شهروندان کمک کند.

بر اساس یافته‌های پژوهش پیشنهادت کاربردی زیر بیان می‌شود:

پیشنهاد می‌شود مسولین فضای مجازی کشور به جای سیاست‌های تدافعی، سلبی، سلیقه‌ای، سطحی، ظاهرگرا و شتاب زده درباره استفاده از شبکه‌های اجتماعی، روی به سیاست‌های تعاملی، پویا، ایجابی و سنجیده متناسب با پیش‌بینی آینده شبکه‌های اجتماعی آورند.

برای ایجاد احساس امنیت در شهروندان، پیشنهاد می‌شود عملکرد نهادهای دولتی به ویژه دادگاه‌ها، پلیس سایبری و نیروی انتظامی بهبود یابد.

جهت تقویت احساس امنیت اجتماعی در بین شهروندان، باید شبکه‌های اجتماعی را که به اعضای خود احساس امنیت می‌بخشند، شناسایی کرد و به تقویت آنها پرداخت.

کمک به ایجاد و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی سالم و مفید برای مبارزه با شبکه‌های اجتماعی مخرب؛ البته باید به این مهم توجه داشت که به دلیل مخاطبان عمدتاً جوان این شبکه‌ها بایستی رویکرد انتقادی و پاسخ به سؤالات و شبهات در دستور کار قرار بگیرد. ورود مستقیم دستگاه‌های حاکمیتی احتمالاً چندان مفید واقع نخواهد شد و صرفاً آن‌ها در مقام تسهیل‌کننده این امر می‌توانند ایفای نقش کنند.

کاربران شبکه‌های اجتماعی با راه‌اندازی اجتماعات در شبکه‌های اجتماعی در تعامل و همسو با فعالیت‌های پلیس و با توجه به ویژگی بسیج‌کنندگی و هم‌افزایی شبکه‌های اجتماعی، احساس وابستگی و تعامل درون‌گروهی خود را با پلیس در شبکه‌های اجتماعی افزایش داده و این رویکرد می‌تواند در ارتقاء احساس امنیت اجتماعی موثر و مفید باشد.

پیشنهاد میشود جهت ارتقاء احساس امنیت اجتماعی، تعامل و گفت و گوی دوسویه کاربران درخصوص موضوعهای مرتبط با امنیت عمومی (بین کاربران با همدیگر و کاربران با پلیس) و مشارکتهای اجتماعی فعالانه آنان در شبکههای اجتماعی مذهبی برای تبادل نظر با پلیس صورت بگیرد.

پیشنهاد میشود همفکری و همکاری های دوجانبه کاربران شبکههای اجتماعی مذهبی برای مدرسانی به پلیس، اشتراک علاقه مندیها و خواستههای مرتبط با امنیت عمومی در شبکههای اجتماعی مذهبی مبادله شود تا احساس امنیت اجتماعی ارتقا یابد.

پیشنهاد میشود تحقیقهای انجام شده در زمینه احساس امنیت اجتماعی، به صورت به روز، در اختیار مرکز ملی فضای مجازی و سازمانهای اصلی متولی امنیت قرار گیرد.

پیشنهاد میگردد تا شبکههای اجتماعی قانونمدار شوند و در مورد استفاده نابجا از ای شبکهها، حد و مرزی در قانون کشور مشخص گردد.

پیشنهاد میگردد مراج نظارتی، به جای فیلتر نمودن شبکههای اجتماعی، در بالاتر بردن سطح سواد و دانش رسانهای افراد به خصوص خانوادهها تلاش کنند.

منابع

- 0 ابراهیمی، شهرز؛ نجفی، داود؛ محموداوغلی، رضا؛ صادقی نقدعلی، زهرا (۱۳۹۲). رابطه شبکههای اجتماعی و مشارکت سیاسی در میان دانشجویان دانشگاه اصفهان. فصلنامه راهبرد، ۲۲(۶۶)، صص: ۲۶۳-۲۸۴.
- 0 احمدنیا، شیرین (۱۳۹۲). بررسی جامعه شناختی تاثیرات شبکههای اجتماعی مجازی بر مناسبات خانوادگی، مجموعه مقالات همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکههای اجتماعی. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- 0 حاج مرادعلی، لادن، (۱۳۹۶)، احساس امنیت کاربران از منظر جنسیت، سن، میزان تحصیلات و میزان استفاده از شبکههای اجتماعی مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی کرمان، پنجمین همایش مدیران فناوری اطلاعات، تهران، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران و نهاد ریاست جمهوری.
- 0 حبیب زاده، اصحاب؛ بخشی، رو حالله. (۱۳۹۵)، شبکههای اجتماعی مجازی و امنیت عمومی، فصلنامه پژوهشهای دانش انتظامی، سال هجدهم.
- 0 حیدری، حسین؛ شاوردی، تهمنه (۱۳۹۲). شبکههای اجتماعی مجازی و قومیت؛ فرصتها و تهدیدهای پیشرو. فصلنامه پژوهشهای ارتباطی، ۲۰، (۴)، صص: ۳۷-۶۴.
- 0 خواجه نوری، بیژن؛ کاوه، مهدی. (۱۳۹۲)، مطالعه رابطه بین مصرف رسان های و احساس امنیت اجتماعی، پژوهش های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال دوم، شماره دوم.
- 0 فرامرزی، رسول؛ کشاورز، حمید. (۱۳۹۶)، نقش شبکههای اجتماعی در احساس امنیت اجتماعی افراد (مورد مطالعه: دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه اصفهان)، فصلنامه علمی تخصصی پژوهش های سیاسی، سال چهارم، شماره دهم. صص: ۹۷-۱۱۵.

- 0 فروزان، یونس؛ فروزان، حامد (۱۳۹۲). ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیر آن بر تغییرات رفتاری در زندگی انسان. مجموعه مقالات همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه‌های اجتماعی. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- 0 قدرتی، حسین؛ سردارنیا، خلیل اله، ملتفت، حسین؛ برشد، عبدالمهدی. (۱۳۸۹)، احساس امنیت اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی و نهادهای نظم و قانون (مطالعه موردی: شهر مشهد)، فصلنامه علمی- پژوهشی انتظام اجتماعی، سال اول، شماره چهارم.
- 0 کلانتری، عبدالحسین؛ محبی، سیروس؛ حیدرخانی، هاییل. (۱۳۹۵)، بررسی ارتباط بین استفاده از رسانه‌های جمعی جهانی و احساس امنیت اجتماعی در شهر کرمانشاه، پژوهشنامه توسعه فرهنگی اجتماعی، سال دوم و سوم، صص: ۲۶-۴۲.
- 0 محصل، رضا؛ حیاتی، صفر. (۱۳۹۵)، مطالعه و شناخت عوامل مرتبط با میزان احساس امنیت اجتماعی کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد تبریز)، سومین کنفرانس بین‌المللی برلین.
- 0 مرادی نیا، میثم و نازنین ملکیان، (۱۳۹۵)، نقش شبکه اجتماعی فیس بوک و احساس امنیت اجتماعی زنان (مطالعه موردی زنان غرب شهر تهران)، همایش بین‌المللی زنان و زندگی شهری، تهران، شهرداری تهران.