

بازخوانی تاثیر قدرت نرم (تکنیک شایعه سازی) گروه تکفیری داعش در کاهش احساس امنیت شهروندان در استان ایلام

رضا عبدالرحمانی^۱
 جواد کیانی^۲
 محمدرضا رفیعی دولت آبادی^۳

چکیده

در سال‌های اخیر بنیادگرایی اسلامی داعش و اقدامات آنها، منطقه خاور میانه و کل نظام بین‌الملل را متاثر کرده است. جمهوری اسلامی ایران به خاطر هویت شیعی و غیرعربی خود در معرض مستقیم تهدیدات داعش قرار گرفت. هدف اصلی این پژوهش بازخوانی تاثیر قدرت نرم (تکنیک شایعه‌سازی) گروه تکفیری داعش در کاهش احساس امنیت شهروندان در استان ایلام است. روش تحقیق کیفی از نوع نشست خبرگی و تحلیل مضمون است که طی آن نظرات کارشناسان از طریق مصاحبه‌ها استخراج و تحلیل گردید. جامعه آماری شامل: کارشناسان نیروی انتظامی بویژه رشته اطلاعات (۱۰ نفر)، معلمان آموزش و پرورش (۸ نفر) و اعضای هیأت علمی و دانشجویان رشته‌های مختلف دانشگاه ایلام (۹ نفر) و مسئولین عالی‌رتبه (۸ نفر) شهر ایلام می‌باشد، که به صورت هدفمند با بالاترین تنوع گروه‌ها تا اشباع نظری انتخاب شدند. روش گردآوری اطلاعات، میدانی و ابزار آن مصاحبه عمیق نیمه‌ساختار یافته می‌باشد. یافته‌ها در بازخوانی تاثیر شایعات داعش بر احساس امنیت به سبب نابودی هسته‌های تیمی گروه‌های سلفی و تکفیری که از لحاظ خوانش فکری و اعتقادی هم رده داعش بودند، مشخص گردید در حال حاضر احساس امنیت در خصوص پنج حوزه تحقیق افزایش یافته و به نظر نمی‌رسد که احساس امنیت از خلال پدیده داعش و شایعه‌سازی آنها چندان اثری در احساس امنیت روانی، ترس و وحشت، مهاجرت، سرمایه اجتماعی و توانمندی نیروهای مسلح در شهر ایلام داشته باشد.

واژگان کلیدی: قدرت نرم، شایعه، احساس امنیت، داعش، ایلام.

۱. دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده منابع انسانی، دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران (نویسنده مسئول) rar0664@yahoo.com

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران.

۳. استادیار، گروه علوم سیاسی، دانشکده عقیدتی سیاسی، دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران.

مقدمه

شایعه در همه جا و در تمامی طبقات اجتماعی وجود دارد و از جمله مهم ترین شیوه رسانه ای کردن اخبار بوده است. پیش از آن که نوشتار به وجود آید، گفتار، تنها شیوه ارتباطی بود و شایعه خبرها را منتقل می کرد. امروزه، به رغم ظهور انواع رسانه های جمعی مانند روزنامه، رادیو، تلویزیون، ماهواره و اینترنت، شایعات نه تنها کاهش نیافته که از طریق این کانال های ارتباطی، وسعت و بعد جدیدی یافته است. پیدایش رسانه های نوین نه تنها نتوانسته مانع از پخش شایعه شود، که آن را به گونه ای پیچیده تر ساخته است. به طوری که امروزه انواع مختلفی از شایعه ها از طریق انواع گوناگون رسانه های جمعی انتشار می یابد (خزائلی، ۱۳۷۴، ۵۶ و افتخاری، ۱۳۷۹، ۴۳). در کنار بسیاری از عوامل اثرگذار بر امنیت و احساس امنیت، بی تردید شایعه و شایعه سازی یکی از مهم ترین آنهاست. شایعه، پدیده ای اجتماعی است که حوزه های گوناگون روانی، نظم و آرامش جمعی و گاه سرمایه های اجتماعی را مورد تهدید قرار داده، حتی گاه به مهاجرت مردم می انجامد. این پدیده با توجه به ماهیت و قدرت تأثیرگذارش، می تواند تنش های اجتماعی را افزایش، میزان بهره وری و تولید را کاهش و چرخه اقتصاد را فلج نماید (افروز، ۱۳۷۷: ۴).

شایعه، به عنوان یکی از فنون قدرت نرم (صلاحی، ۱۳۹۰: ۲۱) می تواند ناشی از اختلال در برآوردن نیازهای اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، یا پاسخگویی به موقعیتی خاص، و یا عکس العمل نسبت به تصمیم یا پاسخ به رفتاری خاص شکل بگیرد. عوامل موقعیتی و شرایط اجتماعی، یکی از مهم ترین عوامل تأثیرگذار بر شکل گیری و انتشار انواع شایعه است. هنگامی که در محیط اجتماعی ابهامات زیادی وجود دارد، مردم خلاقانه می کوشند تا به وقایع معنا بخشیده، آن ها را مورد تعبیر و تفسیر قرار دهند. در واقع می توان شایعه را نوعی حل مسأله جمعی با تاکید بر عدم شفافیت ها و فقدان اطلاعات دانست (نای، ۲۰۱۰: ۳۴). شواهد نشان می دهد که علی رغم بهبود وضع زندگی به لحاظ رشد و تحولات فرهنگی و اجتماعی و همچنین توسعه و گسترش مراکز و مؤسسات خدمات روان شناسی، شایعه به وفور و سریع در بین مردم، و حتی در میان نظامی ها انتشار می یابد و ممکن است جامعه را دچار اختلال کند (عباس زاده، ۱۳۷۸:

۳۴). ظهور و گسترش انواع اقدامات عملی، تبلیغاتی و فعالیت های مختلف گروه تکفیری داعش یکی از اهداف دشمنان با تاکید موارد یادشده در بالاست که در برخی مرزهای غربی کشور طی سال های اخیر قوت گرفته است. حتی قدرت نرم (به ویژه شایعه پراکنی) در دو دهه اخیر، مهمترین راهبرد دشمن علیه جمهوری اسلامی در سخنان رهبر معظم انقلاب بوده است (۱۳۸۸/۹/۴).

تداوم ناامنی ها در عراق، می تواند به گونه ای تداوم ناامنی در کشورهای همجوار آن و از جمله ایران بوده و پیامدهای امنیتی ناخوشایندی را برای نظام جمهوری اسلامی ایران در پی داشته باشد. در این میان استان ایلام با داشتن ۴۲۵ کیلومتر مرز مشترک در شهرستان های مهران و دهلران با کشور عراق و همچنین شناخت و آگاهی مردم از اندیشه های فرقه داعش که شیعه را مهدورالدم و نظام جمهوری اسلامی ایران را مشرک تلقی می کنند، شایعات متعددی در این خصوص در بین مردم این استان رواج می داد. همچنین بر اساس گزارش های اعلام شده در سایت محلی ایلام، بیشترین جستجوی کلمه ی داعش در سال ۱۳۹۳ در کل کشور مختص به شهروندان استان ایلام بوده است. مطالعات اکتشافی جدیدتر نشان می دهد اگر چه داعش از منطقه بیرون رانده شده، اما هنوز تاثیرات آن باقی است. از این رو اهمیت این موضوع به عنوان یک مسأله ی اجتماعی - امنیتی در استان ایلام نیازمند بررسی عمیق و موشکافانه است، چرا که در صورت احساس عدم وجود امنیت از طرف مردم محدوده مورد مطالعه، کشور با تنش و چالش مهاجرت و هرج و مرج در نواحی مذکور می شود.

بر همین اساس مسأله اساسی این تحقیق آن است که با روش بازخوانی به این سوالات پاسخ دهد که چه اندازه شایعه سازی ها گروه های تکفیری داعش توانسته بر احساس امنیت شهروندان استان ایلام اثر بگذارد؟ و این شایعه سازی ها تا چه میزان بر ایجاد ترس و وحشت در شهروندان استان ایلام افزوده است؟ به تعبیر دیگر هدف اصلی این پژوهش بازخوانی شناسایی میزان تأثیر شایعات مربوط به گروه های تکفیری داعش بر احساس امنیت شهروندان استان ایلام با تاکید بر میزان (ترس و وحشت، سرمایه اجتماعی، توانمندی نیروهای مسلح، مهاجرت و امنیت روانی) و اینکه احساس امنیت در زمان فعلی از زبان گروهی از نخبگان، کارشناسان و نیروهای اطلاعاتی ناجا چگونه است.

پیشینه تحقیق

تحقیقات مختلفی در خصوص شایعه (به عنوان یکی از فنون جنگ نرم) انجام گرفته که در زیر به برخی از آنها که به موضوع تحقیق نزدیک ترند، اشاره شده است. اسماعیلی (۱۳۷۸) در مطالعه خود به چگونگی انتشار شایعه و نقش آن در نیروهای مسلح پرداخته و به این موضوع دست یافت که شایعات در برخی مواقع روحیه نظامیان را مورد تهدید قرار می دهد. کیانی (۱۳۸۵) در پژوهشی با عنوان شایعه و امنیت روانی به این نتیجه رسیده که شایعه به عنوان قدیمی ترین رسانه گروهی است. این رسانه به عنوان ابزاری مؤثر برای دستیابی به اهداف و مقاصد گوناگون چه در طول مبارزات و جنگ‌ها (کارکردهای نظامی) و چه در جهت اهداف سیاستمداران و مقاصد پشت پرده سیاسی - اجتماعی مورد استفاده قرار می گرفته است. به باور وی شایعات بر فعالیت‌ها و چگونگی اجرای مأموریت‌های پلیس نیز تأثیر می گذارد. یحیایی ایله ای (۱۳۸۶) در تحقیقات خود به این نتیجه رسید که شایعه شاخص ترین بحران اجتماعی است که در اثر بحران‌های دیگر به وجود می آید. فهیمی راد (۱۳۹۰) با بررسی نقش شایعه در برهم زدن امنیت اجتماعی، به بسترهای ایجاد شایعه، بررسی پیامدهای اجتماعی آن و روش‌های مقابله با آن به خصوص شایعات امنیتی پرداخته و بر این باور شده که شایعه در برهم زدن احساس امنیت مؤثر است. بهرامی (۱۳۹۱) در پژوهش خود به ضرورت اهمیت دادن به پدیده پذیرش شایعه توجه کرده، و به این نتیجه رسیده که پذیرش شایعه با متغیرهای مانند اهمیت موضوع، ابهام موضوع، منبع شایعه رابطه معنی داری دارد. وی همچنین دریافت که مؤلفه‌های فردی نظیر سن و تحصیلات با پذیرش شایعه رابطه دارند ولی بین جنسیت و شغل چنین رابطه وجود ندارد. ربانی، برندگی و مهربانی (۱۳۹۲) در یافته‌های خود متوجه شدند شایعه، فرآیندی است که از طریق آن، اخباری انتشار می یابد، بی آن که از کانال‌های رایج، عبور کرده باشد. شایعه می تواند از يك اطلاع نادرست منشأ گیرد و یا آن که منبع آن، اطلاعی درست ولی اغراق آمیز و اشتباه باشد. نصراللهی، مرادی و حاتمی (۱۳۹۲) در بررسی زمینه‌ها و علل جامعه شناختی و روان شناختی شایعه پردازی و ارتباط آن با بحران‌های امنیتی دریافتند که شایعه با پدیده‌هایی مانند بحران‌های اجتماعی، مهاجرت و کاهش احساس امنیت عمومی رابطه دارد. به این معنا که با گسترش بحران‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، میزان‌های تولید و انتشار شایعه نیز افزایش می یابد. حاجی حسین نژاد (۱۳۹۲) و عباس زاده (۱۳۷۸) در تحقیقات خود به این نتیجه

دست یافتند که شایعه در شرایطی رونق می‌گیرد که ابهامات و فقدان اطلاع رسانی افزایش یابد. ساوه درودی (۱۳۹۲) و (۱۳۹۳) به برآیند تنازعات و ناامنی‌های منطقه ای در عراق با نشان دادن نقش گروهگ تکفیری داعش پرداخت و به این نتیجه رسیده این گروه وضعیتی امنیتی منطقه را دچار اختلال کرده و منجر به مهاجرت بسیاری از شهروندان شده است. توکلی (۱۳۹۳) به انواع افتراقات و تشابهات میان القاعده و داعش در تبلیغ، اقناع و شایعه سازی تاکید کرده، مهاجرت، احساس عدم امنیت و اعتماد را از پیامدهای ظهور این دو حرکت دانسته است. مصلی نژاد و فخرالسادات (۱۳۹۳) در بررسی تاثیر شایعه بر احساس امنیت، دریافت که شایعه بر میزان مشارکت اجتماعی نیز موثر است. محروق (۱۳۹۴) بر جنبه های اقتصادی داعش اشاره داشت. شریفی و شاهینی (۱۳۹۵) در تحقیقی به بررسی ابزارها، تاکتیک ها و رویکردهای رسانه ای گروه تروریستی داعش پرداخته، اذعان داشته اند که به کارگیری فنون عملیات روانی و جنگ نرم، مهم ترین تاکتیک های رسانه ای داعش بوده که به افزایش مهاجرت ها، کاهش اعتماد و احساس امنیت شده است. ترکمان و شهابی (۱۳۹۵) عوامل اجتماعی موثر در پذیرش شایعه ها پرداخته، بر این اعتقاد بودند که گروه های اجتماعی از رسانه ها در پذیرش شایعه ها استفاده می کنند و از خلال آن به اهداف خود مانند: کاهش امنیت عمومی، برهم زدن سرمایه گذاری ها و... می رسند. اسماعیل زاده، امامقلی و احمدی فشارکی (۱۳۹۵) بر تاثیر اقدامات داعش بر امنیت ایران تاکید کردند. راسخی (۱۳۹۵) به نقش شایعه در اجرای عملیات روانی و راهکارهای مقابله با ترویج آن در ناجا پرداخته است. فاضلی و سلطانی فر و عباسی (۱۳۹۶) کارکردهای شبکه های اجتماعی برای گروه های تروریستی داعش. همچنین آذرشین و تاجیک اسماعیلی (۱۳۹۶) بر بررسی میزان باورپذیری پدیده «شایعه» در پیام رسانه ای اجتماعی بین مردم شهرستان اهواز تاکید داشتند. قاسمی و شجاع (۱۳۹۶)، اسدی و مجیدی (۱۳۹۷) بر شیوه های تبلیغی داعش به ویژه استفاده از ابزار ترس و شایعه پرداختند. آقامحمدی و امیدی (۱۳۹۷) در تحقیق خود بر خشونت گرایی شدید داعش توجه کردند. بابایی آقبلاغ، ستاری اردبیلی (۱۳۹۷) تحقیقی را در خصوص رفتار شایعه سازی داعش انجام دادند. حسونند (۱۳۹۷) نیز به رابطه میان سرمایه اجتماعی - فرهنگی و احساس امنیت و شایعه پراکنی توجه کرده است. بیات (۱۳۹۸) بر ماهیت گروه های تروریستی داعش و القاعده و ابزارهای رسانه ای آنها پرداختند. صفوی و خاکسار علی (۱۳۹۷) بر تاثیر داعش بر معادلات سیاسی - امنیتی. نجفی و مرادی (۱۳۹۸) و سیفی و

پورحسین (۱۳۹۷) و کرمی و سهرابی (۱۳۹۸) بر انواع تهدیدات گروه تروریستی داعش و تاثیر آن بر روابط میان ایران و عراق و نیز کاهش سرمایه گذاری، مهاجرت، و کاهش سرمایه اجتماعی پرداختند. بشیری خطیبی (۱۳۹۸) نیز به تبیین جامعه شناختی نقش و کارکرد پدافند غیرعامل در حوزه شایعه سازی های فضای مجازی (مورد مطالعه: استان آذربایجان شرقی) با تاکید بر نقش پلیس در پیشگیری و مقابله با آن پرداخته است.

جوزف نای شایعه را یکی از انواع فنون جنگ نرم دانسته است (نای، ۱۳۸۹). گزارش دوازدهم دیبرکل (۲۰۲۱) در مورد تهدیدهای داعش (صلح) بر صلح و امنیت بین المللی و دامنه تلاش های سازمان ملل متحد در حمایت از کشورهای عضو در مقابله با تهدید، نشان می دهد اعمال وحشیانه این گروه و کشتار و ترسی که ایجاد کرده بودند، تا چه اندازه اهمیت داشته است. هررا (۱۸ مارس ۲۰۱۹) پس از تحقیق در خصوص خشونت های داعش اذعان داشت که بیشتر قربانیان تروریست های داعش، مسلمان هستند، که البته هنوز هم به اشکال دیگر ادامه دارد. سیلندر و واکه و جانزکوویچ (۲۰۱۷) در تحقیق خود دریافتند که ظهور داعش امنیتی تمامی منطقه به ویژه سوریه، عراق و ایران را تهدید می کرده است. این محققان همچنین تلاش های سازمان های غیر دولتی را در تامین و بازگشت امنیت به منطقه را مورد بررسی قرار دادند. مک کانت (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان «آخرازمان داعش» به تحلیل تاریخ، استراتژی و چشم اندازهای ظهور و اقدامات داعش به ویژه ترورها، و اعدام های آنها پرداخته، خطر آنها برای جهان را مورد تاکید قرار داده است. ساژمن (۲۰۰۴) در خصوص درک شبکه های ترور داعش و چگونگی تاثیرگذاری آنها به تحلیلی جامعه شناختی پرداخته، پیشنهادهایی در رفع آن ارائه نموده است.

با در نظر گرفتن تحقیقات صورت گرفته که در بالا سعی شد به موارد جامعی از تحقیقات اشاره شود، می توان تفاوت بسیار مهمی را مشاهده نمود. بر این اساس که در این تحقیق به احساس امنیت شهروندان ایلام در دوره زمانی، زمان وجود داعش و زمان بعد از نابودی داعش پرداخته شده است و دیدگاه خبرگان و کارشناسان این حوزه مورد تحلیل قرار گرفته است، درحالی که در هیچکدام از تحقیقات اشاره تحلیلی این چنینی اشاره نشده است.

چارچوب نظری

به باور «آلن بیرو» پدیده شایعه، فرآیندی است که از طریق آن، اخباری پخش می شود، بی آن که

از کانال های رایج گذشته باشد. شایعه می تواند از يك اطلاع نادرست منشأ گیرد و یا آن که منبع آن اطلاعی درست، ولی اغراق آمیز و اشتباه باشد (Biro, 1991: 56). شایعه، نقش عمده ای در روحیه ملت ها و احساس امنیت آنها دارد. هر چند که درجه تأثیر آن ممکن است بر حسب نوع شایعه و انگیزه هایی که در پشت سر آن مخفی است، و این که شنونده های شایعه چه کسانی اند، فرق کند (صلاح، ۱۳۸۰: ۲۷). روان شناسان اجتماعی نظرات متفاوتی در خصوص شایعه دارند (Meyer, 2002: 96). برای نمونه «نظریه قضاوت اجتماعی» به این واقعیت تأکید دارد که مخاطبان، پیام های دریافتی را تنها بر اساس ارائه و استدلال فرستنده ارزیابی نمی کنند، بلکه درباره پیام و چگونگی رابطه گیرنده بر اثر آن توجه دارند. (Coen, 2002: 64). به باور اینان مخاطبان پیام را با مقایسه موقعیت مورد حمایت و موقعیت خود نسبت به مسأله ارزیابی می کنند. اگر موقعیت مورد پذیرش فرد واقع شود، پیام جذب می گردد و برعکس، اگر موقعیت در قیود عدم پذیرش فرد واقع باشد، به اندازه ای که مغایر هست دیده می شود. محرک اجتماعی - روانی دومی وجود دارد که در پذیرش شایعه اهمیت دارد این است که انسان ها تمایل دارند هر چیز را آن گونه ببینند که دوست دارند. این همان مفهوم تخصصی «پیشگویی خود کامبخش» است (Anderson, 1992: 85). به باور برخی ها شایعاتی که توقعات افراد را ارضا می کند، ممکن است به تأیید عزت نفس کمک کند (کریمی، ۱۳۸۴: ۸۷). راسنو و کیمل (۲۰۰۰) شرح می دهند که چگونه پراکنده سازی شایعات، روان فرد را تسکین می دهد و فرد با بیان شایعات، تمایلات و علایق درونی خود را برون فکنی می کند. عامل دیگری که به شرح پدیده شایعه کمک می کند، مفهوم «اسناد تدافعی» است. عموماً، مردم از فکر کردن درباره این که فاجعه ها، ترس و وحشت، فرار و سایر وقایع قوی که ممکن است برای هر کس پیش بیاید، احساس خطر می کنند. نظریه «جاذبه اجتماعی»، که مبتنی بر میل و گرایش به گروه و انتخاب شبکه تمرکز دارد، ممکن است در برخی نمونه ها انگیزه اساسی در انتشار شایعات را شرح دهد. «جاذبه اجتماعی» برای کسانی که خودشان را با گروه قوی تری مشخص می کنند، قوی تر خواهد بود (هوگ، ۱۹۹۱: ۶۵).

متغیرهای مجاورتی ملاحظه بعدی در تبیین این که چرا بعضی شایعات پراکنده می شوند و برخی خیر، کمک کننده است. صرف وجود مجاورت فیزیکی با سایرین، می تواند گاه نفوذ و ارتباطات جهت دار را تقویت کند. مردم می خواهند از دیگران تصدیق و اعتبار کسب کنند. به همین

سبب در مجاورت یکدیگر قرار می‌گیرند و با هم تعامل می‌کنند: Allport and Postman, 1993: 52؛ نصراللهی و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۴). نظریه کاربری و خشنودی رسانه‌ها که در اواخر دهه ۱۹۶۰ توسط بلومر، کاتز و گروویچ ابداع شد، بر این تأکید دارد که مردم بسته به موقعیتی که در آن قرار دارند، ممکن است از رسانه‌ها به عنوان منابع اطلاعاتی یا سرگرمی یا تکمیل بخشی از اوقات فراغت استفاده کنند. مفهوم کاربری با مفاهیم خشنودی، دوعلتی هستند که بنا بر نظریه کاربری و خشنودی سبب توجه مردم به رسانه‌ها شده است (حکیم آرا، ۱۳۸۴: ۲۳).

به باور جامعه‌شناسان، شایعه، پدیده‌ای اجتماعی با رویکردی دوگانه است که هم می‌تواند کارکرد مثبت داشته باشد و هم کارکرد منفی؛ اما گویا کارکرد منفی شایعه (مانند: ایجاد فضای ناسالم و به خطر افتادن امنیت عمومی، ایجاد تفرقه، رویارویی و صف بندی اقصاء مختلف جامعه با هم و یا با نظامی‌ها، ایجاد بدبینی و سلب اعتماد مردم از دولتمردان، کاهش اعتماد مردم به وسایل ارتباط جمعی داخلی و روی آوردن به منابع غیر رسمی و از همه مهم تر، گسترش ناامنی، ترس، اضطراب و نگرانی، و کاهش سرمایه‌های اجتماعی)، بیش از کارکرد مثبت آن است (Allport and Postman, 1993: 9). «تایلور» (۱۹۴۰) در کتاب خود «راهبرد وحشت» توضیح می‌دهد که در جریان جنگ دوم جهانی، چگونه آلمان‌ها هنگام آماده شدن برای حمله، قربانیان خود را از طریق داستان‌های وحشت آور و مطالب القاکننده احساس شکست، غرق می‌نمودند. آنها با استفاده از رادیو، شایعات را در داخل کشورهای طرف جنگ، پخش می‌کردند. این داستان‌ها هم زمان با طرح قریب الوقوع بودن تهاجم نظامی، خبر نزدیک بودن مذاکرات صلح رانیز پخش می‌نمودند. هدف این نوع شایعات، ایجاد سردرگمی و تضعیف روحیه مردم و نظامیان، فراری دادن مردم، ترس و... بود.

صرف نظر از تمامی شرایط، صاحب نظران دو شرط اساسی را برای رواج شایعه بیان نموده‌اند: نخست آن که موضوع شایعه باید برای گوینده و شنونده، دارای اهمیت باشد و شرط دوم، این که درباره آن موضوع، ابهام وجود داشته باشد. برای نمونه در زمان جنگ یا شرایط جنگی شرایط پخش و نشر شایعه مهیاتر است: چرا که همان گونه که بروکنر^۲ (۱۹۶۵) اذعان داشته، اولاً مسائل نظامی و نظامیان از بیشترین اهمیت برخوردارند، و از طرفی، لزوم حفاظت از اطلاعات نظامی، موجب بروز ابهامات بسیار در این موضوعات می‌شود. به باور وی و برخی جامعه‌شناسان شایعه اصولاً بر

1. Taylor

2. Buekner. Taylor (1965)

اساس سه رشته از احساسات انتشار می یابد: ترس، امید و تنفر (Coen, 2002: 250).

به هر ترتیب، می توان نتیجه گرفت که: بین «شایعه» به عنوان پدیده اجتماعی و «اضطراب» به عنوان پدیده ای روانی، تعاملی دو سویه وجود دارد: بدین معنا که از یک سو، اضطراب از انگیزه های ساخت و رواج شایعه است و از سوی دیگر، شایعه نیز در پیدایی اضطراب، مؤثر است (Rosno and Kimmel, 2000: 74) این شرایط ممکن است بروز و گسترش برخی پدیده های دیگر مانند افزایش میزان های مهاجرت افراد یک جامعه و نیز کاهش سرمایه گذاری ها و سرمایه های اجتماعی موجود محتمل باشد.

جدول شماره ۱ مدل مفهومی تحقیق.

مولفه ها	تحقیقات	نظریه پرداز (سال)	شاخص ها
مهاجرت شهروندان	ترکمان و شهابی (۱۳۹۵)/صفوی و خاکسار (۱۳۹۷)/اسدی مجیدی (۱۳۹۷)	روسنو و کیمل، ۲۰۰۰	جابجایی و مهاجرت/ ترک کامل خانه/رها ساختن کار و فعالیت
ترس و وحشت شهروندان	بابایی آقبلاغ و ستاری اردبیلی (۱۳۹۷) /آذرشین، اسماعیلی (۱۳۹۶)/نجف زاده و جمالی (۱۳۹۸)/کریمی و سهرابی (۱۳۹۸)/فرهنگی و عباسی (۱۳۹۷)/آقامحمدی و امید (۱۳۹۷)	بیرو، ۱۳۷۰/کوئن، ۱۳۸۱/آل پورت و پستمن، ۱۳۷۴/کوئن، ۱۳۸۰	احساس امنیت شهروندان/ایجاد ترس و وحشت/اختلال در هوشیاری/اضطراب و دلهره
کاهش سرمایه اجتماعی	کریمی و سهرابی (۱۳۹۸)/توکلی (۱۳۹۳)/شریفی و شاهینی (۱۳۹۵)/مصلی نژاد و فخرالسادات (۱۳۹۳)/حسنوند (۱۳۹۷)	روسنو و کیمل، ۲۰۰۰/محروق (۱۳۹۴)/البرت و پست من (۱۹۹۳)	برهم زدن شرایط اجتماعی/کاهش اعتماد و روابط/کاهش انسجام و پیوندها/کاهش مشارکت اجتماعی
کاهش امنیت (و) احساس امنیت (روانی)	توکلی (۱۳۹۳)/اغروی ناییبی و همکاران (۱۳۹۱)/نجفی هادی و مرادی (۱۳۹۸)/کریمی و سهرابی نبی (۱۳۹۸)/بیات (۱۳۹۸)/فرهنگی و عباسی (۱۳۹۷)/آقا محمدی و امید (۱۳۹۷)	آل پورت و پستمن، ۱۳۷۴/راسنو و کیمل (۲۰۰۰)/شربتیان (۱۳۸۸)	ترس و اضطراب/عدم امنیت جانی و مالی/بدبینی و سوءظن نسبت به حکومت/کاهش انسجام
توانمندی نیروهای مسلح	(کیانی، ۱۳۸۵: فراهانی، ۱۳۹۹)/اسماعیلی (۱۳۷۸)	بروکنر ^۱ (۱۹۶۵)/الپورت و پستمن (۱۹۹۳)	ناکارآمدسازی نیروهای نظامی و انتظامی. تهدید روحیه نظامیان

1. Buekner. Taylor (1965)

آنچه از مدل تفصیلی فوق برمی آید آن است که این مدل بر تاثیر شایعه وجود داعش بر مؤلفه‌های امنیت روانی، مهاجرت، ترس و وحشت، سرمایه اجتماعی و توانمندی نیروهای مسلح تاکید داشته و بر این باور است که شایعه می تواند با تاثیر گذاری بر متغیرهای فوق بر کلیت احساس امنیت شهروندان ایلامی تاثیر بگذارد.

تعریف شایعه^۱

شایعه، همان گونه که رهبر معظم انقلاب تاکید کردند به عنوان یکی از فنون جنگ نرم (۱۳۸۸/۰۹/۰۴) عبارت است از: پیامی که در میان افراد جامعه، دهان به دهان می‌گردد ولی واقعیت، آن را تأیید نمی‌کند» (Coen, 2002: 250). شایعه، فرآیندی است که از طریق آن، اخباری انتشار می‌یابد، بی آن که از کانال‌های رایج، عبور کرده باشد. شایعه می‌تواند از يك اطلاع نادرست منشأ گیرد و یا آن که منبع آن، اطلاعی درست ولی اغراق آمیز و اشتباه باشد. شایعه، کوششی جمعی است برای تفسیر (سوءگیرانه‌ی) یک موقعیت مبهم ولی جذاب. شایعه، خبر یا اطلاعی غیر موثق است که مبتنی بر مشهورات یا قول اجماع است یعنی اعتبار خود را از تواتر و شیوع خود می‌گیرد. مشخص نبودن فرستنده پیام و مخاطبان، سرعت بالای انتقال آن، هزینه انتقال اندک آن، وسیع و غیر قابل پیش بینی بودن محدوده و گستره پخش و توزیع آن، استفاده از کانال‌های ارتباطی متنوع، محدود بودن قابلیت کنترل و پیشگیری آن بسیار محدود است، و انحراف اذهان عمومی از جمله ویژگی‌های شایعه است (یحیی ایله‌ای، ۱۳۸۴: ۳۱).

دولت اسلامی عراق و شام (داعش). داعش گروه تکفیری منشعب از القاعده، که ابتدا به القاعده عراق مشهور بود و سپس با کمک برخی قدرت‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای، بخش‌هایی از عراق و سوریه را به اشغال خود در آورد و با نام *الدولة الإسلامية في العراق والشام* (داعش) معروف شد. این گروه خسارات انسانی، اقتصادی و فرهنگی چشمگیری به بار آورد و مدعی احیای خلافت اسلامی است.

احساس امنیت. اعتماد، آرامش و رهایی از اضطراب و ترس در رابطه با برآورده شدن نیازهای خود در حال و آینده است (بیات، ۱۳۸۸: ۱۵). حالتی است که آحاد جامعه هراس و بیمی نسبت به حقوق و آزادی‌های مشروع خود نداشته و هیچ وجه حقوق آنها به مخاطره

نیفتد، احساس امنیت در سه بعد امنیت مالی، جانی و حیثیتی سنجیده می شود. احساس امنیت، همان عایق و پوششی است که جمع، با برخورداری از آن نگرانی ها و تشویش ها را به کنار می نهد و به آسودگی به زندگی خویش ادامه می دهند (نویدینا، ۱۳۸۸: ۵۴).

روش تحقیق. روش تحقیق پژوهش حاضر کیفی از نوع نشست خبرگی و تحلیل مضمون است که طی آن نظرات کارشناسان آنها از طریق مصاحبه ها استخراج و تحلیل گردید. جامعه آماری این پژوهش کارشناسان نیروی انتظامی بویژه رسته اطلاعات (۱۰ نفر)، معلمان آموزش پرورش (۸ نفر) و اعضای هیأت علمی و دانشجویان رشته های مختلف دانشگاه ایلام (۹ نفر) و مسئولین عالی رتبه (۸ نفر) شهر ایلام می باشد، که به صورت هدفمند با بالاترین تنوع گروهها تا اشباع نظری انتخاب شدند. این افراد که در کل ۳۵ نفر بودند، به این سبب انتخاب شدند که بیشترین اطلاعات را در خصوص موضوع تحقیق داشتند. روش گردآوری اطلاعات میدانی و ابزار آن مصاحبه عمیق نیمه ساختار یافته بود. روایی و پایایی داده های این پژوهش از معیارهای مقبولیت، همسانی، تعیین و انتقال پذیری بروان و کلارک (۲۰۰۶) بدست آمد.

جدول شماره ۲ جمعیت شناختی

ردیف	جامعه آماری	حجم نمونه	روش نمونه گیری
۱	کارشناسان رسته اطلاعات ناجا	۱۰ نفر	هدفمند تا رسیدن به اشباع نظری
۲	معلم ها آموزش و پرورش	۸ نفر	هدفمند تا رسیدن به اشباع نظری
۳	اعضای هیأت علمی	۵ نفر	هدفمند تا رسیدن به اشباع نظری
۴	دانشجویان	۴ نفر	هدفمند تا رسیدن به اشباع نظری
۵	مسئولین عالی رتبه شهر	۸ نفر	هدفمند تا رسیدن به اشباع نظری
	جمع کل	۳۵ نفر	

یافته های تحقیق

الف) یافته های توصیفی. در بخش آمار توصیفی ویژگی های جمعیت شناختی پاسخگویان به تفکیک جنسیت، سن، تحصیلات و سابقه کار به شرح ذیل است.

بر اساس اطلاعات مندرج در جدول شماره ۲ تعداد کل مصاحبه شوندگان ۳۵ نفر بود. از این تعداد آمار توصیفی ۳۱ نفر، معادل ۸/۵۶٪ کل پاسخ دهندگان را افراد متأهل و ۴ نفر معادل ۲۰/۴۳٪ را افراد مجرد تشکیل می دهند. بر اساس مندرجات جدول سن مصاحبه شوندگان به ۵ دسته تقسیم گردید که بیشترین آنها بین ۳۷ تا ۴۵ سال و کمترین بین ۲۵ تا ۳۰ سال بود.

بیشترین سنوات خدمتی مصاحبه شونده‌گان بین ۲۵ تا ۳۰ سال و کمترین آنها بین ۵ تا ۱۰ سال بود. تحصیلات مصاحبه شونده‌گان به ترتیب ۸ نفر دکتری، ۱۱ نفر فوق لیسانس، ۱۰ نفر لیسانس، ۶ نفر فوق دیپلم بودند. جنسیت مصاحبه شونده‌گان ۲۸ نفر مرد و ۷ نفر زن بودند.

ب) یافته‌های تحلیلی.

یافته اصلی تحقیق اولیه، بین شایعات مربوط به گروه‌های تکفیری داعش با احساس امنیت شهروندان استان ایلام رابطه معنی داری وجود دارد.

جدول (۳): مربوط به آزمون همبستگی کندال بین شایعه سازی و احساس امنیت

خبر	امنیت		
.۶۰۱**	۱/۰۰۰	ضریب همبستگی	احساس امنیت
.۰۰۰	.	Sig مقدار	
۳۴۰	۳۴۰	تعداد نمونه	آزمون کندال
۱/۰۰۰	.۶۰۱**	ضریب همبستگی	
.	.۰۰۰	Sig مقدار	
۳۴۰	۳۴۰	تعداد نمونه	

با توجه به جدول شماره ۳، ضریب همبستگی بین شایعات مربوط به گروه‌های تکفیری داعش با احساس امنیت شهروندان استان ایلام در سطح $P < 0.05$ برابر $(r = 0.601)$ است که این ضریب از نظر آماری معنی دار است. بنابراین با در نظر گرفتن $(sig = 0.000)$ در آزمون همبستگی کندال، فرض H_0 تأیید نشده و فرض H_1 مبنی بر وجود رابطه معنی داری بین شایعات مربوط به گروه‌های تکفیری داعش با احساس امنیت شهروندان استان ایلام تأیید می‌گردد.

اولین یافته تحقیق اولیه، شایعه سازی‌های گروه‌های تکفیری داعش بر ایجاد ترس و وحشت در بین شهروندان استان ایلام تأثیر دارد.

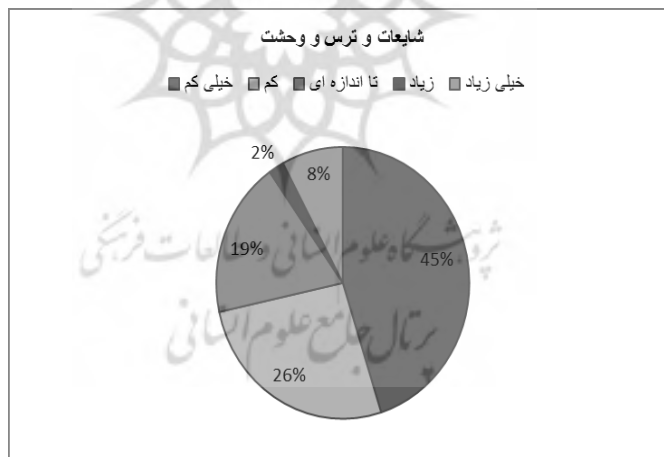
جدول (۴): مربوط به آزمون همبستگی کندال بین شایعه سازی و ترس و وحشت شهروندان

یافته‌های قدیم			
ترس	شایعه		
.۵۹۵**	۱/۰۰۰	ضریب همبستگی	ایجاد ترس
.۰۰۰	.	Sig مقدار	
۳۴۰	۳۴۰	تعداد نمونه	آزمون کندال
۱/۰۰۰	.۵۹۵**	ضریب همبستگی	
.	.۰۰۰	Sig مقدار	
۳۴۰	۳۴۰	تعداد نمونه	

با توجه به جدول شماره ۴، ضریب همبستگی بین شایعه سازی های گروه های تکفیری داعش بر ایجاد ترس و وحشت در بین شهروندان استان ایلام در سطح $P < 0.05$ برابر $(r = 0.595)$ است که این ضریب از نظر آماری معنی دار است. بنابراین با در نظر گرفتن $(sig = 0.000)$ در آزمون پیرسون، فرض H_0 تأیید نشده و فرض H_1 مبنی بر وجود رابطه معنی داری بین شایعه سازی های گروه های تکفیری داعش بر ایجاد ترس و وحشت در بین شهروندان استان ایلام تأیید می گردد.

با توجه به جدول شماره ۴، ضریب همبستگی بین شایعه سازی های گروه های تکفیری داعش بر ایجاد ترس و وحشت در بین شهروندان استان ایلام در سطح $P < 0.05$ برابر $(r = 0.644)$ است که این ضریب از نظر آماری معنی دار است. بنابراین با در نظر گرفتن $(sig = 0.000)$ در آزمون پیرسون، فرض H_0 تأیید نشده و فرض H_1 مبنی بر وجود رابطه معنی داری بین شایعه سازی های گروه های تکفیری داعش، در کاهش میزان سرمایه گذاری در بین شهروندان استان ایلام تأیید می گردد.

یافته های جدید در مورد مولفه ترس و وحشت:



یافته های جدید نشان می دهد بیشترین پاسخ دهندگان به ترتیب با ۴۵٪ خیلی کم و ۲۶٪ کم معتقدند که در سال ۱۴۰۰ با شکست داعش و کاهش خطرات آن، اثرات شایعه سازی بر ترس و وحشت در شهر ایلام خیلی کم شده است و همچنین ۱۹٪ از پاسخ دهندگان اثرات آن را تا حدودی و تنها ۲ درصد نیز آن را زیاد و ۸٪ هنوز خیلی زیاد می دانند.

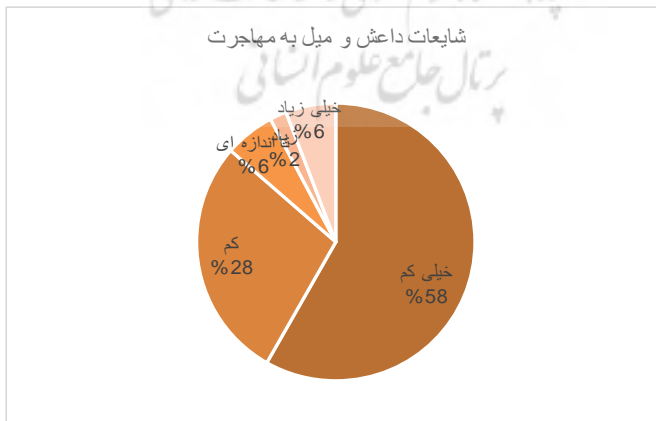
دومین یافته تحقیق قبل: شایعه سازی‌های گروه‌های تکفیری داعش در میل شهروندان ایلامی به مهاجرت از این استان تأثیر داشته است.

جدول (۵): مربوط به آزمون همبستگی کندال بین شایعه سازی و مهاجرت

مهاجرت	شایعه		
۰.۷۲۲**	۱/۰۰۰	ضریب همبستگی	شایعه
۰.۰۰۰	.	Sig مقدار	
۳۴۰	۳۴۰	تعداد نمونه	
۱/۰۰۰	۰.۷۲۲**	ضریب همبستگی	مهاجرت
.	۰.۰۰۰	Sig مقدار	
۳۴۰	۳۴۰	تعداد نمونه	

با توجه به جدول شماره ۵، ضریب همبستگی بین شایعه سازی‌های گروه‌های تکفیری داعش بر ایجاد ترس و وحشت در بین شهروندان استان ایلام در سطح $P < ۰/۰۵$ برابر $r = ۰/۷۲۲$ است که این ضریب از نظر آماری معنی دار است. بنابراین با در نظر گرفتن $(sig = ۰/۰۰۰)$ در آزمون پیرسون، فرض H_0 تأیید نشده و فرض H_1 مبنی بر وجود رابطه معنی داری بین شایعه سازی‌های گروه‌های تکفیری داعش در میل شهروندان ایلامی به مهاجرت در بین شهروندان استان ایلام تأیید می‌گردد.

یافته‌های جدید مولفه دوم نشان می‌دهد بیشترین پاسخ دهندگان به ترتیب با ۵۸٪ خیلی کم و ۲۸٪ کم معتقدند که در سال ۱۴۰۰ با شکست داعش و کاهش خطرات آن، اثرات شایعه سازی در میل شهروندان شهر ایلام به مهاجرت خیلی کم شده است و ۶٪ تا حدودی و ۶٪ و ۲٪ درصد نیز آن را خیلی زیاد و زیاد می‌دانند این در حالی است که نتایج تحقیقات اولیه حاکی از میل زیاد به مهاجرت داشت.

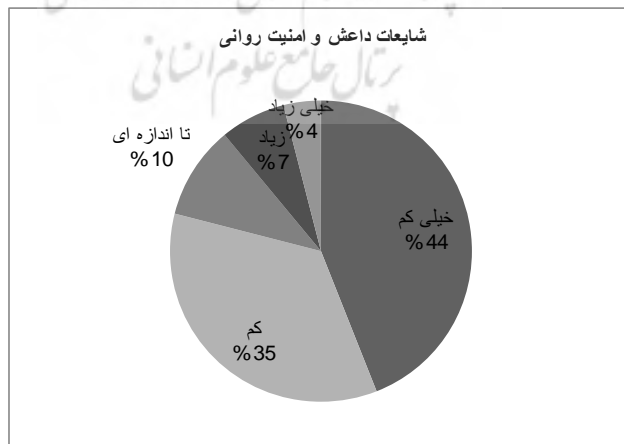


یافته‌های مولفه سوم تحقیق گذشته: شایعه سازی گروه‌های تکفیری داعش بر امنیت روانی شهروندان در استان ایلام تأثیر داشته است.

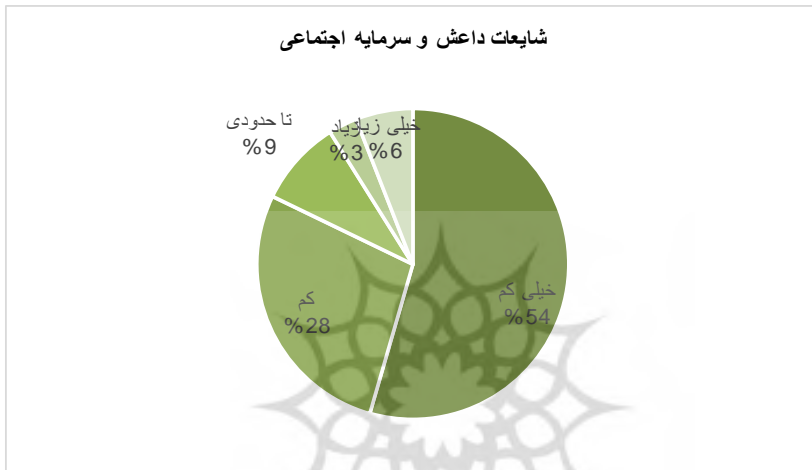
جدول (۶): مربوط به آزمون همبستگی کندال بین شایعه سازی و امنیت

امنیت	شایعه		
.۶۲۷**	۱/۰۰۰	ضریب همبستگی	شایعه
.۰۰۰	.	Sig مقدار	
۳۴۰	۳۴۰	تعداد نمونه	آزمون کندال
۱/۰۰۰	.۶۲۷**	ضریب همبستگی	
.	.۰۰۰	Sig مقدار	امنیت
۳۴۰	۳۴۰	تعداد نمونه	

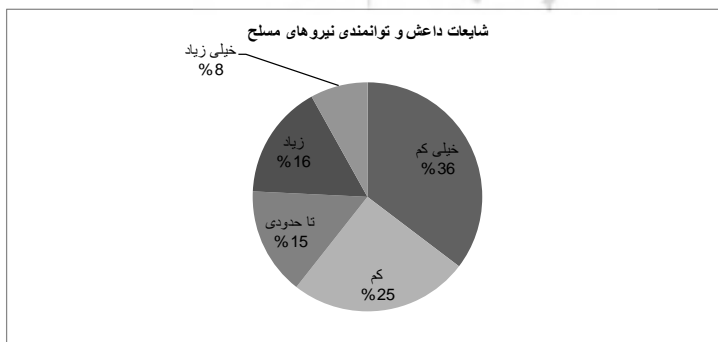
با توجه به جدول شماره ۶، ضریب همبستگی بین شایعه سازی گروه‌های تکفیری داعش بر امنیت روانی شهروندان در بین شهروندان استان ایلام در سطح $P < 0.05$ برابر ($r=0.627$) است که این ضریب از نظر آماری معنی دار است. بنابراین با در نظر گرفتن (sig=0.000) در آزمون پیرسون، فرض H_0 تأیید نشده و فرض H_1 مبنی بر وجود رابطه معنی داری بین شایعه سازی گروه‌های تکفیری داعش بر امنیت روانی شهروندان در بین شهروندان استان ایلام تأیید می‌گردد. یافته‌های جدید مولفه سوم نشان می‌دهد بیشترین پاسخ دهندگان به ترتیب با ۴۴٪ خیلی کم و ۳۵٪ کم معتقدند که در سال ۱۴۰۰ با شکست داعش و کاهش خطرات آن، اثرات شایعه سازی بر امنیت روانی در شهر ایلام خیلی کم شده است و ۱۰٪ تا حدودی و ۴٪ و ۷٪ درصد نیز آن را خیلی زیاد و زیاد می‌دانند این در حالی است که نتایج تحقیق اولیه اثرات را بر امنیت روانی بالا می‌دانست.



یافته‌های مولفه چهارم. تاثیر شایعات داعش بر سرمایه اجتماعی در شهر ایلام نتایج جدید نشان می‌دهد بیشترین پاسخ دهندگان به ترتیب با ۵۴٪ خیلی کم و ۲۸٪ کم معتقدند که در سال ۱۴۰۰ با شکست داعش و کاهش خطرات آن، اثرات شایعه سازی بر کاهش میزان سرمایه اجتماعی در شهر ایلام خیلی کم شده است و ۹٪ تا حدودی و تنها ۶٪ و ۳٪ در صد نیز آن را خیلی زیاد و زیاد می‌دانند.



یافته‌های مولفه پنجم. تاثیر شایعه‌سازی‌های گروه‌های تکفیری داعش در توانمندی نیروهای مسلح یافته‌های جدید مولفه پنجم نشان می‌دهد بیشترین پاسخ دهندگان به ترتیب با ۳۶٪ خیلی کم و ۲۵٪ کم معتقدند که در سال ۱۴۰۰ با شکست داعش و کاهش خطرات آن، اثرات شایعه سازی بر کاهش توانمندی نیروهای مسلح در شهر ایلام خیلی کم شده است و ۱۵٪ تا حدودی و ۸٪ و ۱۶٪ در صد نیز آن را خیلی زیاد و زیاد می‌دانند.



یافته های اصلی تحقیق اولیه: شایعات مربوط به گروه های تکفیری داعش بر احساس امنیت شهروندان استان ایلام و عوامل مرتبط با موضوع تاثیر دارد (ندارد).

جدول (۷ و ۸) نتیجه آزمون تی تک نمونه برای فرضیه اصلی

خطای معیار میانگین	انحراف معیار	میانگین	تعداد	متغیرهای مستقل
۰/۰۵۳۱۷	۰/۹۸۰۳۶	۲/۷۸۲۴	۳۴۰	احساس امنیت

بازه فاصله اطمینان ۹۵٪		اختلاف میانگین	سطح معنی داری	درجه آزادی	آماره t	متغیرهای مستقل
حد پایین	حد بالا	۰/۲۱۷۶۵	.۰۰۰	۳۳۹	-۴/۰۹۴	احساس امنیت
-۰/۳۲۲	-۰/۱۱					

همانطور که مشخص است تعداد نمونه ۳۴۰ نفر، انحراف معیار ۰/۹۸. و میانگین نیز ۲/۷۸ بدست آمده است که از حد وسط طیف لیکرت (۳) کوچکتر است. یعنی ظاهراً شایعه سازی گروه تکفیری بر امنیت شهروندان استان ایلام تاثیر ندارد. آزمون فریدمن جهت رتبه بندی.

جدول (۹): مربوط به آمار توصیفی آزمون فریدمن

آمار توصیفی	
تعداد	۳۴۰
مربع کی	۱۶۰/۹۸۰
Df	۳
Sig.	.۰۰۰

همان گونه که در جدول شماره ۹ مشاهده می شود می توان مقدار آماره مربع کی را با ۳ درجه آزادی و همچنین سطح معنی داری آزمون Sig را با مقدار ۰/۰۰۰ مشاهده کرد نشان از رد شدن فرض صفر دارد.

نتیجه گیری

آنچه که توجه محققان و اندیشمندان را در بررسی پدیده شایعه به خود جلب کرده، قوانین

حاکم بر شایعات است. این یک اصل روانی است که ما انسان‌ها تمایل داریم بین خودمان (ما) و دیگران یا «ما و آنها»، دوستان و دشمنان، خودی‌ها و غیر خودی‌ها تمایز قائل شویم (احمدی، ۱۳۸۲: ۸۵). به همین سبب سعی می‌کنیم در مقابل هر نوع شایعه ایی عکس العمل نشان دهیم. از این لحاظ هر جامعه ای می‌بایست در جهت برخورداری از فرصت‌ها و منابع اجتماعی و فرهنگی به تامین امنیت شهروندان بپردازد. مقاله حاضر که به بازخوانی تاثیرات شایعه سازی داعش بر کاهش احساس امنیت اختصاص داشت و به روش کیفی و مصاحبه از گروه نخبگان مختلفی صورت پذیرفت، به طور کلی به این نتیجه رسید که با توجه به نابودی داعش در منطقه احساس امنیت شهروندان ایلامی در حد بالایی افزایش یافته است. یافته‌های «حقیقت‌کاشانی به نقل از نصر صلاح»، همانند یافته‌های ما: نشان می‌دهند که شایعات برای جامعه اهمیتی ملی دارند و نوعی ناهنجار اجتماعی‌اند که باید هر ملتی با اتحاد، برای مقاومت در برابر آن و از بین بردن آن، اقدام کنند (صلاح، ۱۳۸۰: ۶۳). برخی از رخداد‌های مانند شایعه سازی‌ها موجب ایجاد هراس و ناامنی در سطح جامعه می‌شوند. همان‌که در نتایج تحقیق اولیه بدان پرداخته شد، یعنی وجود همبستگی میان شایعات مربوط به گروه‌های تکفیری داعش با احساس امنیت شهروندان استان ایلام.

در بررسی قبلی تاثیر شایعه سازی گروه تکفیری، به عنوان یکی از فناوری‌های نوین ارتباطی و جنگ نرم (سازمان پدافند غیر عامل، ۱۳۹۰: ۴۵) بر احساس امنیت شهروندان استان ایلام با تاکید بر تحلیل یافته‌ها مشخص گردید که: از تعداد ۳۴۰ نفر نمونه تحقیق، انحراف معیار ۰/۹۸ و میانگین نیز ۲/۷۸ به دست آمد. این به بدان معناست که به لحاظ توصیفی شایعه سازی گروه تکفیری چندان بر امنیت شهروندان استان ایلام تاثیرگذار نبوده و نمونه‌ها تا اندازه‌ی زیادی بر این باور بودند که شایعات فوق بر آنها تاثیر نداشته است. با این وصف در پاسخگویی شهروندان به سؤالات تحقیق و با تاکید بر آزمون تای کندال، نزدیک به ۶۰ درصد مؤلفه‌ی امنیت، ۵۹ درصد مؤلفه‌ی ترس، ۶۴ درصد مؤلفه‌ی کاهش سرمایه گذاری و ۷۲ درصد مؤلفه‌ی مهاجرت را در شایعه سازی گروه‌های تکفیری داعش مؤثر دانستند. اگر چه نتیجه نهایی ابعاد تاثیر گذاری خبر شایعه داعش از نظر پاسخ دهندگان متفاوت بوده، با این اوصاف شایعه سازی گروه تکفیری داعش، بر مهاجرت شهروندان از شهر ایلام بالاترین و بر امنیت روانی کمترین تاثیر را داشت. به این معنا که تعداد بسیار اندکی از شهروندان ایلامی به سبب ترس از شایعه

سازی های داعش به مهاجرت از ایلام اقدام کردند. علاوه بر نتایج فوق، برخی یافته های دیگر به قرار زیر است: البته تحقیقات اکتشافی جدیدتر نگارندگان در سال ۱۴۰۰ نیز بر همین امر تاکید دارند.

در یافته های قبل نشان داده شد که با توجه به ضریب آماری جدول، ضریب همبستگی بین شایعه سازی های گروه های تکفیری داعش بر ایجاد ترس و وحشت در بین شهروندان استان ایلام رابطه معنی دار است. ولی یافته های جدید نشان می دهد بیشترین پاسخ دهندگان به ترتیب با ۴۴٪ خیلی کم و ۲۶٪ کم معتقدند که در سال ۱۴۰۰ با شکست داعش و کاهش خطرات آن، اثرات شایعه سازی بر ترس و وحشت در شهر ایلام خیلی کم شده است و همچنین ۱۹٪ از پاسخ دهندگان اثرات آن را تا حدودی و تنها ۲ درصد نیز آن را زیاد و ۸٪ هنوز خیلی زیاد می دانند بررسی نشان داد که بیشتر پاسخ دهندگانی که ترس و وحشت را زیاد می دانند از گروه زنان می باشند. پاسخ دهندگان بر خلاف یافته های قبلی بر کاهش اثر شایعات مذکور در ایجاد التهاب، تضاد بین قومیت ها و مشغول داشتن ذهنیت مردم تاکید داشتند. این نتایج با نتایج فهیمی راد (۱۳۹۰) در مورد اثرات شایعه در برهم زدن احساس امنیت و نیز یافته های اسدی و مجیدی (۱۳۹۷) در مورد شیوه های تبلیغی داعش به ویژه استفاده از ابزار شایعه برای ایجاد ترس و وحشت قرابت داشت. مضافاً اینکه یافته های ما نتایجی که توکلی (۱۳۹۳)، نجفی هادی و مرادی (۱۳۹۸) و برخی محققان دیگر از قبیل: کرمی و سهرابی نبی (۱۳۹۸)، بیات (۱۳۹۸)، فرهنگی و عباسی (۱۳۹۷)، آقا محمدی و امیدی (۱۳۹۷)، آل پورت و پستمین (۱۳۷۴)، راسنو و کیمل (۲۰۰۰)، شربتیان (۱۳۸۸) در مورد اثرات شایعه در افزایش ترس و اضطراب، عدم امنیت جانی و مالی و بدبینی و سوءظن نسبت به حکومت، مطابقت دارد.

یکی دیگر از نتایج تحقیق اولیه که به رابطه میان شایعه سازی های گروه های تکفیری داعش در مهاجرت شهروندان ایلامی تاکید داشت و در یافته های نصرالهی، مرادی و حاتمی (۱۳۹۲) و ساوه درودی (۱۳۹۲) و (۱۳۹۳)، ترکمان و شهابی (۱۳۹۵)/صفوی و خاکسار (۱۳۹۷)/ اسدی مجیدی (۱۳۹۷) نیز دیده شده بود: در یافته های جدید مشخص گردید (۸۶٪) مصاحبه شوندهگان بر این باورند که هم اکنون شایعه سازی تأثیرات اندکی بر مهاجرت شهروندان ایلامی دارد. این یافته جدید با دیدگاه روسنو و کیمل (۲۰۰۰) در مورد ارتباط میان احساس امنیت با مهاجرت مطابقت دارد.

یافته دیگر قبل که نشان از اثر شایعه سازی گروه‌های تکفیری داعش بر امنیت روانی شهروندان استان ایلام بود. در نتیجه گیری جدید مشخص گردید بیشتر پاسخ دهندگان به ترتیب با ۴۴٪ خیلی کم و ۳۵٪ کم معتقدند که در سال ۱۴۰۰ با شکست داعش و کاهش خطرات آن، اثرات شایعه سازی بر امنیت روانی در شهر ایلام خیلی کم شده است. این یافته با نتایج تحقیق اسماعیل زاده امامقلی و احمدی فشارکی (۱۳۹۵) که بر تاثیر اقدامات داعش بر امنیت ایران تاکید کردند و یافته های راسخی (۱۳۹۵) در نقش شایعه در اجرای عملیات روانی و راهکارهای مقابله با ترویج آن پرداخته نزدیک است. نتایج جدید بدست آمده از مصاحبه شونده‌گان تا اندازه زیادی بر رویکرد نظری بیرو (۱۹۹۱) که معتقد بود شایعه، نقش عمده‌ای در روحیه ملت ها و احساس امنیت آنها دارد و همچنین با نظرات تایلور (۱۹۴۰) که هدف شایعات را ایجاد سردرگمی و تضعیف روحیه مردم و نظامیان، فراری دادن مردم، موثر می دانست و بالاخره با نظرات آل پورت و پستمن (۱۳۷۴) که شایعه را همیسته ترس و وحشت و احساس امنیت می دانست، همسانی دارد.

در بازخوانی تاثیرات شایعه سازی داعش بر احساس امنیت دو مولفه جدید با عناوین «سرمایه اجتماعی» و «توانمندی نیروهای مسلح» به سبب اهمیت آنها در نفوذ و نیز امحای داعش به تحقیق جدید افزوده شد. مصاحبه با نمونه های تحقیق نشان می دهد بیشترین پاسخ دهندگان یعنی ۸۲٪ آنها بر این باور بودند که در سال ۱۴۰۰ با شکست داعش و کاهش خطرات آن، اثرات شایعه سازی بر کاهش میزان سرمایه اجتماعی در شهر ایلام خیلی کم شده است. به این معنا که شایعه سازی اثر ناچیزی بر ۳ شاخص سرمایه اجتماعی: اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و شبکه ارتباطات اجتماعی دارد. این نتایج با یافته های تحقیق مصلی نژاد و فخرالسادات (۱۳۹۳) که به تاثیر شایعه بر میزان مشارکت اجتماعی پرداخته بودند و نیز یافته های حسنونند (۱۳۹۷) که به وجود رابطه میان سرمایه اجتماعی - فرهنگی و احساس امنیت و شایعه پراکنی تاکید داشتند و در نهایت با یافته های سیفی و پورحسن (۱۳۹۷) و کرمی و سهرابی (۱۳۹۸) و شریفی و شاهینی (۱۳۹۵) که به تاثیر شایعه سازی داعش بر کاهش سرمایه اجتماعی اشاره داشتند، مطابقت دارد.

همانطور که در بالا ذکر شد در بازخوانی تاثیرات شایعه سازی داعش بر احساس امنیت یکی دیگر از مولفه جدید با عنوان «توانمندی نیروهای مسلح» به سبب اهمیت آن به تحقیق

جدید افزوده و در مصاحبه مورد پرسش و پاسخ قرار گرفت. در این مورد (۶۱٪) پاسخ دهندگان معتقد بودند که در سال ۱۴۰۰ با شکست داعش و کاهش خطرات آن، اثرات شایعه سازی بر کاهش توانمندی نیروهای مسلح در شهر ایلام خیلی کم شده است. پاسخ دهندگان بر عدم تاثیر شایعات داعش بر کارآمدی، لیاقت و شایستگی، مشروعیت و محبوبیت و نگرش مثبت مردم به نیروهای مسلح تاکید داشتند. این یافته با نتایج تحقیق کیانی (۱۳۸۵) فراهانی (۱۳۹۹) و اسماعیلی (۱۳۷۸) که رسانه را به عنوان ابزاری مؤثر برای دستیابی به اهداف و به ویژه زیر سوال بردن کارآمدی و توانمندی نظامیان در جنگ‌ها می دانستند، مطابقت دارند. مضافا اینکه بروکنر (۱۹۶۵) الپورت و پستمن (۱۹۹۳) نیز اذعان داشتند که همواره مسائل نظامی و نظامیان مورد توجه رسانه های جمعی می باشند و در مقابل شایعات دشمن باید حفاظت شوند.

پژوهش ها و همچنین نتایج این تحقیق نشان می دهد که احساس امنیت و امنیت روانی تا اندازه ی زیادی متأثر از محتوای رسانه های گروهی است و به نظر می رسد هر زمان میزان احساس امنیت در جامعه ای نوسان می یابد، امنیت و احساس امنیت نیز به همان نسبت تقویت، تضعیف و یا نابود می شود. البته میزان احساس امنیت بر حسب مولفه هایی چون جنسیت، تاهل و میزان تحصیلات متفاوت است. به طور کلی همانگونه که در روش کار نیز آمد، در بازخوانی دوباره این تحقیق و بررسی وضعیت فعلی شهر ایلام (در سال ۱۴۰۰) نشان می دهد: به سبب نابودی هسته های تیمی گروه های سلفی و تکفیری که از لحاظ خوانش فکری و اعتقادی هم رده داعش بودند، در حال حاضر احساس امنیت در خصوص پنج حوزه تحقیق افزایش یافته و به نظر نمی رسد که احساس امنیت از خلال پدیده داعش و شایعه سازی آنها چندان اثری در احساس امنیت روانی، ترس و وحشت، مهاجرت، سرمایه اجتماعی و توانمندی نیروهای مسلح در شهر ایلام داشته باشد. با این وصف برای پیشگیری از وقوع و گسترش رخدادهای مشابه پیشنهاداتی (بر اساس یافته های تحقیق قبلی و نیز نظرات کارشناسان و نخبه های سه گروه یادشده) در زیر آمده است.

پیشنهادات

۱- از آنجا که شایعه فضای ابهام و اضطراب برای مردم ایجاد می کند و بر امنیت فکری و

- ذهنی آنها صدمه وارد می کند. از اینرو پلیس ضمن اطلاع رسانی مؤثر، همراه با ارتباط بیشتر با گروه‌ها و اقشار مردم را در رأس برنامه‌های خود قرار دهد.
- ۲- با توجه به اینکه اعتبار منبع از مهمترین عوامل تاثیر رسانه ای است بنابراین پیشنهاد می شود محتوای رسانه‌های داخلی به ویژه صدا و سیما از کیفیت قابل قبولی برخوردار باشد، تا از وقوع هرگونه شایعه سازی جلوگیری شود.
- ۳- برای پیشگیری و گسترش شایعات باید برنامه ریزی میان مدت و بلند مدت در حوزه رسانه با تاکید بر ارائه گزارش ها، اخبار و نشست های تخصصی در زمینه خطرات شایعه، جهت بالا بردن سلامت روان افراد و جامعه تلاش کرد.
- ۴- برای پیشگیری و گسترش شایعات رسانه ای ضرورت دارد تعامل دو جانبه ارتباطی میان نیروی انتظامی و مردم و اصحاب رسانه در جامعه ارتقاء یابد.
- ۵- در جهت مقابله با پدیده مهاجرت به وسیله چنین شایعاتی باید افراد را مطمئن ساخت که عاملی برای ترس و وحشت وجود ندارد و این کار می تواند با حضور مستمر و همه جانبه نیروی انتظامی در سطح جامعه و ارائه گزارش های گزارش های به موقع در رسانه ها، تحقق یابد.
- ۶- با توجه به یکی از یافته ها که طی آن معلوم گردید ابهام، عدم شفافیت و چند پهلو بودن از علل شایعه پراکنی است. لذا ابهام زدایی از اخبار و حقایق، آگاهی دادن سریع و درست و به موقع به مردم نسبت به رویدادهایی که برایشان با اهمیت است: می تواند زمینه های مساعدی را برای پیشگیری از فرایند شایعه سازی و شایعه پردازی فراهم آورد.
- ۷- شناسایی عوامل شکل دهنده و پخش کننده شایعه از سوی پلیس اطلاعات و برخورد قضایی با آنان می تواند در کاهش شایعه پراکنی مؤثر باشد.
- ۸- نیروی انتظامی و سایر نهادها می توانند با ترویج برنامه های فرهنگی واجتماعی و همچنین تامین امنیت در اماکن و فضاهای عمومی، خیابان ها و... موجبات ارتقاء احساس امنیت را در بین افراد به خصوص زنان فراهم آورند.
- ۹- اطلاع رسانی به موقع از طریق رسانه های داخلی توسط مسئولین در راستای خنثی کردن شایعات صورت گیرد.

فهرست منابع

۱. احمدی، حبیب (۱۳۸۲). جامعه شناسی انحرافات، تهران: انتشارات سمت.
۲. اسدی، عباس و مجیدی، مصطفی (۱۳۹۷). «تحلیل گفتمان حاکم بر ساختار تبلیغاتی داعش (مورد مطالعه: مجله دابق)»، پژوهش های انقلاب اسلامی، دوره ۷، شماره ۲۴، صص ۷-۲۴.
۳. اسماعیلی، عبدالله (۱۳۷۸). «شایعه و نقش آن در نیروهای مسلح»، همایش مسائل روانشناختی در نیروهای نظامی، دانشگاه علوم پزشکی بقیه الله.
۴. اسماعیل زاده امامقلی، یاسر و احمدی فشارکی، حسنعلی (۱۳۹۵). «داعش و امنیت ایران با تکیه بر مکتب کپنهاگ»، پژوهش های راهبردی سیاست، دوره ۵، شماره ۱۸ (پیاپی ۴۸)، صص ۱۲۳-۱۴۱.
۵. افتخاری، اصغر (۱۳۷۹) «رسانه، نظارت، امنیت (تحلیلی جامعه شناسانه عملکرد نظارتی مطبوعات در جمهوری اسلامی ایران)»، فصلنامه مطالعات راهبردی، شماره ۸، صص ۱۳۹-۱۵۹.
۶. افروز، غلام علی (۱۳۷۷). روان شناسی شایعه و روشهای مقابله، تهران: نشر فرهنگ اسلامی.
۷. اندرسون، الیوت (۱۹۹۲). روان شناسی اجتماعی، ترجمه حسن شکرکن، تهران: انتشارات رشد.
۸. آذرشین، سیدامیر و تاجیک اسماعیلی، سمیه (۱۳۹۶). «بررسی میزان باورپذیری پدیده «شایعه» در پیام رسانه ای موبایلی بین مردم شهرستان اهواز با تاکید بر نقش «رسانه ملی»»، مطالعات فرهنگ - ارتباطات، دوره ۱۸، شماره ۴۰، صص ۶۵-۹۴.
۹. آقامحمدی، زهرا و امید، علی (۱۳۹۷). «تحلیل خشونت گرایی شدید داعش بر اساس نظریه روانشناسی سیاسی گروه»، فصلنامه مطالعات سیاسی جهان اسلام، دوره ۷، شماره ۳ (پیاپی ۲۷)، صص ۱۲۱-۱۴۱.
۱۰. آلپورت، گردن، پستمن، لئو (۱۳۷۴). روان شناسی شایعه، ترجمه ساعد دبستانی، تهران: انتشارات سروش.
۱۱. بابایی آقبلاغ مریم، ستاری اردبیلی فرزاد (۱۳۹۷). «بررسی سازه های شکل دهنده رفتار

- شایعه سازی، روانی اجتماعی و سازمانی»، مجله علوم روانشناختی، دوره ۱۷، شماره ۶۹، صص ۵۴۵-۵۵۶.
۱۲. بشیری خطیبی، بهنام (۱۳۹۸). «تبیین جامعه شناختی نقش و کارکرد پدافند غیرعامل در حوزه شایعه سازی های فضای مجازی (مورد مطالعه: استان آذربایجان شرقی)»، فصلنامه دانش انتظامی آذربایجان شرقی، دوره ۹، شماره ۳۴، صص ۱۵۶-۱۹۵.
۱۳. بیات، بهرام (۱۳۸۸). احساس امنیت اجتماعی، تهران: نشر امیرکبیر.
۱۴. بیات، جلیل (۱۳۹۸). «تاثیر رسانه های اجتماعی بر دگرگونی ماهیت گروه های تروریستی (با تاکید بر داعش و القاعده)»، آفاق امنیت، دوره ۱۲، شماره ۴۴، صص ۱۲۵-۱۴۵.
۱۵. بیرو، آلن (۱۳۷۰). فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران: کیهان.
۱۶. پیترسن، وارن ای. و گیست، نئول پی (۱۳۸۳). شایعه و افکار عمومی، ترجمه عبد الرضا خلیلی، تهران: روزنامه همشهری.
۱۷. ترکمان فرح و شهابی، زینب (۱۳۹۵). «شایعه و عوامل اجتماعی موثر در پذیرش آن»، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، دوره ۵، شماره ۱۹، صص ۱۹۱-۲۱۵.
۱۸. توکلی، سعید (۱۳۹۳). «القاعده، داعش، افتراقات و تشابهات»، آفاق امنیت، دوره ۷، شماره ۲۳، صص ۱۵۱-۱۹۵.
۱۹. جهان بین، داریوش (۱۳۸۲). «نقش رسانه ها در کنترل و امنیت اجتماعی»، مجله حقوقی دادگستری، شماره ۴۳، صص ۹۳-۱۱۹.
۲۰. حسنونند، مهدی (۱۳۹۷). «رابطه بین سرمایه اجتماعی - فرهنگی و احساس امنیت در بین زنان شهرستان خرم آباد»، فصلنامه علمی دانش انتظامی لرستان، دوره ۶، شماره ۲۳، صفحه ۲۷-۵۷.
۲۱. حکیم آراء، محمدعلی (۱۳۸۴). ارتباطات متقاعدگرانه و تبلیغ، تهران: سمت.
۲۲. خزائلی، عذرا (۱۳۷۴). «شایعه و وسایل ارتباط جمعی»، پژوهش های ارتباطی، دوره ۳، شماره ۷، صص ۱۵۰-۱۷۰.
۲۳. راسخی، افشین (۱۳۹۵). «نقش شایعه در عملیات روانی و راهکارهای مقابله با ترویج آن در ناچا»، دوره ۷، شماره ۲۸، صفحه ۵۳-۷۴.
۲۴. ربانی، رسول؛ برندگی، بدری و مهربانی، مرضیه (۱۳۹۲). «تحلیل و تبیین اشاعه خبر

- و گسترش شایعه (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه اصفهان)»، دو فصلنامه علوم اجتماعی، سال ۱۰، شماره ۲، صص ۱-۲۲.
۲۵. سازمان پدافند غیر عامل <https://www.hamshahrionline.ir/news>
۲۶. ساوه درودی، مصطفی (۱۳۹۲). «گروهک تروریستی داعش: برابند تنازعات و ناامنی های منطقه ای»، فصلنامه امنیت پژوهی، دوره ۳، شماره ۴۵، صص ۸۹-۱۰۸.
۲۷. سورین، ورنر جوزف و تانکار، جیمز دبلیو (۱۳۸۱). نظریه های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: دانشگاه تهران.
۲۸. سیفی، عبدالمجید و پورحسن، ناصر (۱۳۹۷). «داعش و پدیداری موازنه تهدید در روابط ایران و عراق. مطالعات روابط بین الملل (پژوهشنامه روابط بین الملل)»، دوره ۱۱، شماره ۴۱، صص ۳۷-۶۳.
۲۹. شریفی، سید مهدی و زینب، شاهینی (۱۳۹۵). «بررسی ابزارها، تاکتیک ها و رویکردهای رسانه ای گروه تروریستی داعش». پژوهشنامه رسانه بین الملل، دوره ۱، شماره ۱، صص ۲۰-۳۴.
۳۰. صفوی سیدحمزه و خاکسار علی محمد (۱۳۹۷). «تحلیل تاثیر داعش بر معادلات سیاسی-امنیتی خاورمیانه»، تحقیقات جغرافیایی، دوره ۳۳، شماره ۱ (پیاپی ۱۲۸).
۳۱. صلاح، نصر (۱۳۸۰). جنگ روانی (کلامی)، ترجمه محمود حقیقت کاشانی، تهران: انتشارات سروش.
۳۲. صلاحی، سهراب (۱۳۹۰). قرآن و جنگ نرم»، مطالعات قدرت نرم، دوره ۱، شماره ۲، صص ۵-۱۶.
۳۳. عباس زاده، مسعود (۱۳۷۸). «شایعه و نقش آن در نیروهای نظامی»، همایش مسایل روان شناختی در نیروهای نظامی، تهران: دانشگاه علوم پزشکی بقیه الله.
۳۴. عیوضی محمدرحیم و محمود دامیار و ایوب دامیار (۱۳۹۵). «مبانی جنگ نرم در اندیشه مقام معظم رهبری»، حبل المتین، دوره ۵، ش ۱۴، صفحه ۲۴-۴۵.
۳۵. غروی نایینی، نهله؛ نیلساز، نصرت و پنبه دانه زاده، فاطمه (۱۳۹۱). «شایعه در قرآن و روایات و امنیت جامعه»، لسان صدق، دوره ۱، شماره ۳، صص ۲۵-۴۰.
۳۶. فاضلی، نعمت اله؛ سلطانی فر، محمد و عباسی، حجت اله (۱۳۹۶). «مزیت ها و کارکردهای

- شبکه های اجتماعی برای گروه های تروریستی (مطالعه موردی: استفاده گروه داعش از توئیتر و فیس بوک)» مطالعات رسانه های نوین، دوره ۳، شماره ۱۲، صص ۱-۲۹.
۳۷. فراهانی، روح الله (۱۳۹۹). «تأثیر جنگ نرم بر مؤلفه های امنیتی و انتظامی جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه دانش انتظامی مرکزی، شماره ۳۲، صص ۱۵۷-۱۷۶.
۳۸. فرهنگی، علی اکبر و عباسی، حجت اله (۱۳۹۷). «طراحی مدل مقابله با چالش های تروریسم رسانه ای در شبکه های اجتماعی (مطالعه موردی: مطالعه گروه داعش در شبکه های توئیتر و فیس بوک)»، دین و ارتباطات. دوره ۲۵، شماره ۱ (پیاپی ۵۳)، صص ۱۲۹-۱۵۶.
۳۹. قاسمی، فائزه و شجاع، مرتضی (۱۳۹۶). بررسی مقایسه ای در راهبرد رسانه ای گروه های القاعده و داعش. نشریه: مطالعات ملی. د ۱۸، ش ۳ (۷۱)، صص ۸۷-۱۰۴.
۴۰. کرمی، رضا و سهرابی، نبی (۱۳۹۸). «ارزیابی و سنجش تهدیدات داعش علیه ج.ا. ایران در دو مقطع قبل و بعد از فروپاشی»، مطالعات بین رشته ای دانش راهبردی، دوره ۹، شماره ۳۵، صص ۸۷-۱۱۶.
۴۱. کریمی، یوسف (۱۳۸۴). روانشناسی اجتماعی، تهران: نشر ارسباران.
۴۲. کوئن، بروس (۱۳۸۱). درآمدی به جامعه شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات توتیا.
۴۳. کیانی، ر (۱۳۸۵). «شایعه و امنیت عمومی»، فصلنامه دانش انتظامی، شماره ۸(۳)، صص ۱۳۱-۱۵۷.
۴۴. کیانی، رسول (۱۳۸۵). شایعه و امنیت عمومی. فصلنامه دانش انتظامی، د ۸، ش ۳، صص ۱۳۱-۱۵۷.
۴۵. کلمن، جیمز (۱۳۷۷). نظریه های بنیادین جامعه شناسی. منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.
۴۶. محروق، فاطمه (۱۳۹۴). «اقتصاد سیاسی تروریسم: مورد داعش»، روابط خارجی، دوره ۷، شماره ۴ (پیاپی ۲۸)، صص ۱۱۹-۱۵۲.
۴۷. مصلی نژاد، ا. و پیلتن، ف (۱۳۹۳). «بررسی عوامل اجتماعی موثر بر احساس امنیت اجتماعی (مورد مطالعه دانشجویان دختر دانشگاه های شهر جهرم)»، مطالعات جامعه شناسی، شماره ۶(۲۲)، صص ۱۰۹-۱۲۲.
۴۸. نای، جوزف اس (۱۳۸۹). قدرت نرم: ابزارهای موفقیت در سیاست بین الملل، ترجمه

سید محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).

۴۹. نجف زاده مهدی و جمالی، جواد (۱۳۹۸). «نشانه شناسی عملیات انتحاری در گروه های

تکفیری اسلامی (مطالعه موردی: داعش در عراق)»، فصلنامه مطالعات ملی، دوره ۲۰، شماره ۱ (۷۷)، صص ۱۲۷ - ۱۴۴.

۵۰. نجفی هادی و مرادی، جهانبخش (۱۳۹۸). «حضور داعش در عراق و تأثیر آن بر امنیت

ایران از نگاه شهروندان مهران»، قانون یار، دوره ۳، شماره ۹، صص ۱۵۷ - ۱۷۷.

۵۱. نصراللهی، سجاد؛ مرادی، حجت الله و حاتمی، حمیدرضا (۱۳۹۲). «بررسی زمینه ها

و علل جامعه شناختی و روان شناختی شایعه پردازی و ارتباط آن با بحران های امنیتی (با تاکید بر فتنه ۸۸)»، فصلنامه مدیریت بحران، شماره ۲۱

۵۲. نویدنیا، منیژه (۱۳۸۸). امنیت اجتماعی، چاپ اول، پ تهران. ژوهشکده مطالعات راهبردی.

۵۳. نیلدر، راشل (۱۳۸۷). «نظارت شهروندان بر امنیت»، چاپ شده در کتاب برون سپاری

و مشارکت مردم در امور پلیسی. جمعی از نویسندگان ساسان رستمی. تهران: سازمان مطالعات و تحقیقات ناجا.

۵۴. یحیای ایله ای، احمد (۱۳۸۴). «مدیریت بحران»، فصلنامه تحقیقات روابط عمومی، سال ۵، شماره ۱۴، صص ۲۰-۳۵.

۵۵. یحیای ایله ای، احمد (۱۳۸۶). «شایعه شاخص ترین بحران اجتماعی (شایعه، انواع شایعه و مدیریت شایعه)»، ماهنامه روابط عمومی، شماره ۵۱.

56. Buekner. Taylor (1965), A Theory of rumor transmission, the public opinion quarterly. 10.54-70

57. Daniel Silander, Don Wallace, John Janzekovic (2017) International Organizations and The Rise of ISIL. Global Responses to Human Security Threats. Published January 24, 2018 by Routledge.

58. Doerfel Marya L. & Lai, Chih-Hui & Chewning, Lisa V. (2005) The Evolutionary Role of Interorganizational Communication: Modeling Social Capital in Disaster Contexts. 36.125-162

59. Herrera, J. (Mar 18, 2019). Most terrorist victims are Muslim. Pacific Standard.
60. <https://reliefweb.int/report/world/twelfth-report-secretary-general-threat-posed-isil-da-esh-international-peace-and> (2021) Twelfth report of the Secretary-General on the threat posed by ISIL (Da'esh) to international peace and security and the range of United Nations efforts in support of Member States in countering the threat (S/2021/98) [EN/AR].
61. Hugh Nelson (1991), Rumors and public opinion, Translator A. Khalili
62. Mayer. David. G (2002), social psychology (7 thed) New york: Mc Grow Hill.
63. McCants, W. F. (2015). The ISIS apocalypse: The history, strategy, and doomsday vision of the Islamic State. St. Martin's Press.
64. Rosnow, R.L., Kimmel, A.J. (2000). Rumor . New York : Oxford university press and American psychological Association.
65. Sageman, Marc Understanding Terror Networks by Marc Sageman, University of Pennsylvania Press, 2004.
66. Taylor Edmond (1940) The Strategy of Terror. New York, NY 10065. Foreign Affairs. 278 pp, Houghton,