

رابطه بین دینداری و احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مورد مطالعه: دانشجویان دختر دانشگاه‌های شهید بهشتی و الزهرا(س))

خدیجه سفیری^۱، علی رجیلو^۲ و صغری قلیزاده^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۱/۰۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۲/۰۴

چکیده

زمینه و هدف: گسترش روزافزون شبکه‌های اجتماعی با قابلیت تبادل انواع محتواها و استقبال جوانان از آن‌ها، امروزه به یکی از دغدغه‌های خانواده‌ها به ویژه در مورد دختران تبدیل شده است. این مطالعه، رابطه بین دینداری با احساس امنیت اجتماعی دختران دانشجوی دانشگاه‌های الزهرا و شهید بهشتی در پیام رسان تگرام و اینستاگرام را بررسی کرد.

روش: روش این پژوهش کاربردی و توصیفی-پیمایشی بود و جامعه آماری پژوهش دانشجویان دختر دانشگاه‌های شهید بهشتی و الزهرا(س) به تعداد ۱۸۰۹۷ بودند که با حجم نمونه ۳۷۶ نفر و شیوه نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای مورد پرسش قرار گرفتند. داده‌ها به وسیله پرسشنامه روا و پایا(آلفای کرونباخ ۰/۹۴ برای پرسشنامه دینداری و ۰/۷۹ برای احساس امنیت اجتماعی) جمع‌آوری و با استفاده از نرم افزار SPSS و آزمون‌های همبستگی پیرسون و تحلیل واریانس یک‌طرفه تجزیه و تحلیل شدند.

یافته‌ها و نتایج: پژوهش نشان داد احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی پایین‌تر از حد متوسط است و بین دینداری با احساس امنیت اجتماعی در این شبکه‌ها، رابطه معکوس و ضعیفی وجود دارد، یعنی هرچه دانشجویان دختر دیندارتر بودند، احساس امنیت اجتماعی کمتری در این شبکه‌ها داشتند.

واژه‌های کلیدی: احساس امنیت، دینداری، تلگرام، اینستاگرام، دانشجوی، دانشگاه شهید بهشتی، دانشگاه الزهرا.

۱. استاد جامعه‌شناسی دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران

۲. دانشیار علوم اجتماعی دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران

۳. کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران (نویسنده مسئول)؛ so.gholizade711@gmail.com

مقدمه

شبکه‌های اجتماعی مجازی نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی هستند که با اینکه عمر زیادی ندارند توانسته‌اند به خوبی در زندگی مردم جای خود را باز کنند. افراد بسیاری در سنین مختلف و از گروه‌های اجتماعی متفاوت در شبکه‌های اجتماعی مجازی کنار هم آمده‌اند و از فاصله بسیار دور در دنیای واقعی، از طریق این شبکه‌ها باهم ارتباط برقرار می‌کنند (خاکی، ۱۳۹۲، ص ۱۸). الیسون و بوید معتقدند شبکه‌های اجتماعی مجازی، خدمات مبتنی بر وب^۱ هستند که اجازه می‌دهند افراد بتوانند: ۱. در چهارچوب یک سیستم مشخص، پروفایل‌های عمومی و نیمه‌خصوصی بسازند، ۲. با سایر کاربرانی که در آن سیستم حضور دارند به تبادل نظر و اطلاعات بپردازند و ۳. لیست پیوندهای خود و دیگرانی که در آن سیستم هستند را مشاهده کنند (الیسون و بوید، ۲۰۰۷، ص ۲۱۱). امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی به بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی آنلاین تبدیل شده‌اند. در کنار آن، هر جا تعداد کاربران زیاد می‌شود، توجه هکرها و افراد سوءاستفاده‌کننده را نیز به خود جلب می‌کند. برای همین منظور، این شبکه‌ها در حال تبدیل شدن به حفره‌های مهم امنیتی نیز هستند (محصل و حیاتی، ۱۳۹۲، ص ۲۳).

با توجه به اینکه رسانه‌های نوشتاری و تصویری در عصر حاضر به سرعت اطلاعات را انتقال می‌دهند، می‌توانند نقش پررنگی در ایجاد یا رفع بحران‌های امنیت یا احساس امنیت اجتماعی داشته باشند (مجردی و اسلامی، ۱۳۹۳، ص ۸۹). شواهد نشان می‌دهد گسترش روزافزون فناوری‌های جهانی اطلاعاتی و ارتباطاتی، بیش از آنکه در راستای تأمین امنیت اجتماعی باشد، به نوعی تهدید علیه امنیت تبدیل شده است و از طریق ایجاد اختلال در فرهنگ قومی و مذهبی، امنیت را زائل می‌سازد (خالد و محمدیان، ۱۳۹۲، ص ۵۵).

امنیت به مثابه یک آرمان و واقعیت، به عنوان یکی از حقوق اساسی مردم مطرح است و برآیند مجموعه‌ای از تعاملات و نیز تعاون و سازگاری بین اجزاء مختلف نظام اجتماعی است که در نبود آن، در جامعه ترس، وحشت، بی‌اعتمادی و سردرگمی حاکم می‌شود (کلاهیچیان، ۱۳۹۱، ص ۹۰). حتی وجود اهمیت امنیت اجتماعی، نمی‌تواند مانع همه این مشکلات شود و بسیاری از جامعه‌شناسان، احساس امنیت اجتماعی را مهم تر و ضروری تر از وجود امنیت توصیف می‌کنند (امینی و جاراللهی، ۱۳۹۳، ص ۱). احساس امنیت در یک جامعه، به احساس روانی شهروندان در مورد میزان وجود یا عدم وجود جرم و

1. Ellison and Boyed

2. web

شرایط جرم خیز در آن جامعه بازمی‌گردد و هر مقدار فراوانی جرم و شرایط جرم بالاتر باشد، احساس امنیت افراد پایین‌تر است (شایگان، ۱۳۹۱، ص ۱۸۶).

احساس امنیت را می‌توان از امنیت تفکیک کرد؛ گاهی ممکن است ناامنی‌هایی وجود داشته باشد، ولی مردم احساس امنیت نکنند و زمانی نیز موارد و مصادیق ناامنی کم است، ولی مردم احساس ناامنی می‌کنند (بیات، ۱۳۸۸، ص ۱۶-۱۵). با وجود این باید گفت تأمین احساس امنیت فردی در درجه اول به فرد برمی‌گردد و فرد ممکن است به دو دلیل احساس ناامنی کند، یک دلیل آن به خانواده و شخصیت فرد برمی‌گردد (ناامنی روانی) و دیگری به موقعیت و وضعیت خاص حاکم بر جامعه (ناامنی اجتماعی) می‌شود و فرد به خاطر وجود پاره‌ای از عوامل مخل امنیت در جامعه احساس ناامنی نماید (کلاهیچیان، ۱۳۹۱، ص ۹۰). از طرف دیگر ترس از ناامنی می‌تواند تأثیرات روان شناختی گسترده‌ای مانند اضطراب، بی‌اعتمادی، احساس بیگانگی، انزوا و عدم رضایت از زندگی ایجاد کند (کلانتری، جهانبخش و شهری، ۱۳۹۶، ص ۲۲). در گذشته، اقتدار، کنترل و نظارت نهادهای رسمی، نماد قدرت و امنیت به شمار می‌رفت، ولی امروزه یکی از عناصر اصلی امنیت و احساس امنیت اجتماعی، به میزان پایداری افراد به تعهدات ارزشی و دینی بازمی‌گردد (فتاحی، زارعی، احمدپور، امیری، ۱۳۹۴، ص ۱۲۲). دین به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین موضوع‌های فرهنگی، در بعد فردی پاسخگوی سؤالات غایی انسان و در بعد اجتماعی، سامان‌دهنده یا انسجام‌بخش جامعه است (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۳). آموزه‌های دینی و رشد آن در جوانان به ویژه دختران، موجب آگاهی بیشتر آن‌ها در مقابل ناهنجاری‌ها و پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی می‌شود (شایگان، ۱۳۹۱، ص ۱۸۱).

حضور در فضای مجازی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی، خصوصاً به‌طور مداوم و پیوسته و با عنایت به وضعیت اجتماعی، سیاسی، فرهنگی جوانان در کلان‌شهرهای در حال گذار، تأثیرات عمیقی را بر جنبه‌های متفاوت هویت و به‌تبع آن بر سبک زندگی کاربران ایرانی به‌ویژه جوانان به‌مثابه بزرگ‌ترین طیف مخاطبان و فعالان این فضا می‌گذارد (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵، ص ۱۶۵). بخشی از این کاربران را دانشجویان به‌ویژه دانشجویان دختر تشکیل می‌دهند و با توجه به فرهنگ کشور ایران، احساس امنیت اجتماعی در هر فضایی برای دختران و خانواده‌شان اهمیت دارد، چراکه در این عرصه با طیف وسیعی از افراد جامعه با سلايق و دیدگاه‌های متعدد ارتباط برقرار کرده و پیوسته از طرق مختلف تبادل نظر می‌نمایند و چون بیشتر وقت خود را در این شبکه‌ها می‌گذرانند امکان دارد بیشتر در معرض خطر قرار گیرند و احساس امنیت اجتماعی آنان به خطر بیفتد.

در چنین شرایطی و با گسترش فراگیر شبکه‌های اجتماعی استقبال گسترده جوانان و به ویژه دختران که در جامعه ایران، جایگاه خاص و متفاوتی دارند، بررسی رابطه دینداری با احساس امنیت در دانشجویان دختر می‌تواند به شناختن نقش دین در احساس امنیت این گروه از افراد جامعه در شبکه‌های اجتماعی کمک کرده و بینش‌های ارزشمندی برای سیاست‌گذاران فرهنگی و دینی جامعه فراهم کند. از طرفی، در ایران پژوهش‌های اندکی در مورد فضای مجازی، به ویژه شبکه‌های اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی در این فضا و رابطه آن با عوامل اجتماعی انجام گرفته است و این پژوهش می‌تواند در این راستا مورد توجه قرار گیرد. هدف این مطالعه بررسی رابطه بین دینداری با احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی است و به پرسش‌های زیر پاسخ می‌دهد.

۱. دانشجویان دختر به چه میزان در شبکه‌های اجتماعی مجازی احساس امنیت می‌کنند؟
۲. چه رابطه‌ای بین دینداری و میزان احساس امنیت اجتماعی دانشجویان دختر در شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود دارد؟

مبانی نظری:

در این بخش به مرور مبانی نظری پژوهش و بررسی مطالعات انجام شده در بخش‌های جداگانه می‌پردازیم. **امنیت و احساس امنیت اجتماعی:** از نظر چلبی (۱۳۸۶)، امنیت یکی از اختیار جمعی است که جامعه برای شهروندان خود و هر آن کس که در آن به سر می‌برد فراهم می‌کند. در بعد عینی، امنیت را می‌توان به عنوان فراغت از تهدید تعریف کرد و در بعد ذهنی، مراد از امنیت، احساس آرامش و یا عدم احساس تهدید و عدم احساس ترس از سوی محیط‌های دور و نزدیک فرد است. بر اساس نظریه نظم چلبی، در صورتی که ابعاد اجتماعی- فرهنگی نظام اجتماعی در جامعه‌ای ضعیف شود، یعنی ضعف در اجتماع عام یا وفاق اجتماعی عام باشد، به همان نسبت نیز روابط بین کنشگران در تمام سطوح، بر اساس سوگیری عاطفی و خاص‌گرا به صورت دوست و دشمن تعریف می‌شود و همین‌طور میزان اعتماد اجتماعی تعمیم‌یافته، تضعیف گشته و علقه امنیتی آنان گسسته می‌شود. در چنین وضعی افراد و گروه‌ها احساس امنیت جانی، مالی و فکری نمی‌کنند و در چنین نظمی، ملاک حق در جامعه زور است (چلبی، ۱۳۷۵، ص ۷۷). چلبی علقه امنیتی را دارای چهار بعد اساسی می‌داند: امنیت جانی (فراغت از تهدید جانی)، امنیت مالی (فراغت از تهدید مالی)، امنیت فکری (فراغت از تهدید فکری) و امنیت جمعی (فراغت از تهدید جمعی) (چلبی، ۱۳۸۶، ص ۱۰۷) که در این پژوهش دو بعد امنیت مالی و فکری مورد توجه قرار گرفته است. چلبی عقیده دارد که، هر چه فرد ارتباط بهتری با اطرافیان خود داشته باشد و دیگران و جامعه‌اش را

حامی خود بدانند، در مواقعی که جان، مال و سلامتی‌اش به خطر می‌افتد، بهتر می‌تواند مقابله کرده و بحران را پشت سر بگذارد. افرادی که محیط پیرامون خود را تهدیدآمیز ارزیابی می‌کنند و علاوه بر آن دارای این احساس هستند که برای جلوگیری از آسیب‌های احتمالی نمی‌توانند اقدام مؤثری انجام دهند، احساس تنهایی و در نتیجه عدم احساس امنیت اجتماعی می‌کنند که در نتیجه رضایت‌مندی از زندگی‌شان کاهش می‌یابد (چلیبی ۱۳۸۳ به نقل از جهان‌آرای، ۱۳۸۹، ص ۹۷).

چلیبی کاهش تعاون اجتماعی و پیش‌بینی‌پذیری رفتار اجتماعی را از اثرات فقدان امنیت و وجود اضطراب اجتماعی در جامعه می‌داند که منجر به گسترش هرج‌ومرج در جامعه می‌شود. در این شرایط افراد به جای عقلانی عمل کردن، احساسی عمل می‌کنند. با غالب شدن کنش‌های احساسی در جامعه، پیش‌بینی رفتار چنین جامعه‌ای (در سطح کلان) و اعضای آن (در سطح خرد) چندان میسر نخواهد بود. چنین وضعیتی جز آشفتگی، هرج‌ومرج، و سوءظن مزمین نیست؛ وضعیتی که برای ریاکاری، تقلب، فساد (اعم از اداری و سیاسی)، کلاهبرداری، زورگویی، باج‌خواهی، ارتشا، جامعه‌گریزی، و یا جامعه‌ستیزی مساعد خواهد بود (چلیبی، ۱۳۸۶، ص ۱۰۹).

متغیر وابسته در این پژوهش احساس امنیت اجتماعی است. احساس امنیت اجتماعی را می‌توان «احساس مصونیت فرد در مقابل تهدیدهایی که جان، مال، فکر و توانایی افراد برای شرکت در اجتماعات دلخواه و یا حفظ این اجتماعات را تهدید می‌کنند» (چلیبی، ۱۳۸۳، ص ۳۵) تعریف کرد. به عبارت دیگر احساس امنیت عبارت است از «احساس آرامش و یا عدم احساس تهدید و عدم احساس ترسی ناشی از آن از سوی محیط‌های دور و نزدیک فرد است» (چلیبی، ۱۳۸۶، ص ۱۰۷). بر اساس این تعریف، دو بعد احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی عبارت‌اند از:

- احساس امنیت مالی: داشتن احساس اطمینان از اینکه دارایی افراد در امنیت باشد و این دارایی مورد تهدید قرار نگیرند؛
- احساس امنیت فکری: نداشتن احساس نگرانی در ابراز افکار، نظرات افراد در شبکه‌های اجتماعی و همچنین عدم پریشانی فکری.

شبکه‌های اجتماعی: براساس تعریف هلن صدیق^۱ بنای «شبکه‌های اجتماعی واژه‌ای است که برای نامیدن گروهی از افراد که در میان خود دارای ارتباطات وسیع و مستمر هستند و یک حلقه منسجم ارتباطی را تشکیل می‌دهند به کار می‌رود». وی معتقد است این واژه امروز بیشتر برای نامیدن سایت‌های اینترنتی

به کار می‌رود که افراد با عضویت در آن‌ها امکان دستیابی به اطلاعات سایر اعضا، یا علایق آن‌ها، به اشتراک‌گذاری تولیدات متنی، صوتی، تصویری و نیز تشکیل گروه‌هایی بر اساس علایق مشترک با برخی دیگر از اعضای سایت را پیدا می‌کنند (خاکی: ۱۳۹۲، ص ۴۸). پیام رسان تلگرام و شبکه اجتماعی اینستاگرام، دو شبکه اجتماعی هستند که در این پژوهش مورد توجه قرار گرفته‌اند.

تلگرام یک نرم افزار پیام رسان است که تمرکز خود را بر سرعت انتقال پیام و امنیت گذاشته است و در کنار سایر سیستم‌های ارتباطی در تلفن‌های همراه مورد استفاده قرار می‌گیرد و این سیستم پنل تحت وب را نیز داراست (قاسمی و مساوات، ۱۳۹۵، ص ۲۱). کاربران تلگرام امکان تبادل پیام، عکس، ویدئوها و فایل تا حجم ۱/۵ گیگابایت را دارند. اینستاگرام هم یک شبکه اجتماعی همراه برای به اشتراک‌گذاری تصاویر و فیلم‌ها است. اینستاگرام توسط سیستم و مایک کرایگر^۱ در سال ۲۰۱۰ راه‌اندازی شد. این سرویس به سرعت محبوبیت کسب کرد و به بیش از ۱۰۰ میلیون کاربر در سال ۲۰۱۲ و ۳۰۰ میلیون کاربر در سال ۲۰۱۴ رسید و ارزش آن ۳۵ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود که ۴۹ برابر مقداری است که شرکت فیس بوک برای خرید آن پرداخته است. نفوذ این شبکه تا جایی پیشروی کرده که اخیراً حتی مقتدرترین افراد در سخنرانی‌های رسمی از این شبکه نام برده‌اند.

از نظریه‌های شبکه‌های اجتماعی که می‌توان مطابقت آن را با متغیر وابسته این پژوهش، یعنی احساس امنیت اجتماعی بیشتر دید، نظریه یان ون‌دایک^۲ است. یان ون‌دایک مزیت‌ها و محدودیت‌های جامعه اطلاعاتی و تحولات اجتماعی ناشی از فن‌آوری‌های نوین را یکسره سیاه یا سفید نمی‌بیند. اگرچه ون دایک اصطلاح جامعه شبکه‌ای را برای توضیح جامعه بهره‌مند از تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی برمی‌گزیند، به‌زعم وی جامعه شبکه‌ای یک صورت‌بندی اجتماعی با زیرساختی از شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ای است، این شبکه‌ها هم، بخش‌ها و واحدهای جامعه را به یکدیگر مرتبط می‌سازند. وی خوش‌بینی کاستلز^۳ را مبنی بر دمکراتیک بودن فضای جامعه شبکه‌ای قبول ندارد. از نظر وی وجود فن‌آوری ارتباطی باعث به خطر افتادن نظام‌های سیاسی توتالیترا^۴ سنتی و آگاهی‌های شهروندی شده است. وی اگرچه فن‌آوری را از عوامل زمینه‌ساز ایجاد آزادی می‌داند، اما هم‌زمان آن را در خدمت کنترل و مقاصد امنیتی و سیاسی نظام‌های سیاسی معاصر نیز می‌بیند (محمدپور، ۱۳۸۵، ص ۴-۵) ون دایک توجه خود را به حریم و فضای خصوصی افراد نیز جلب می‌کند. این حریم از نظر وی دارای سه جنبه حریم

1. Systrom and Mike Criger
3. Castells

2. Yan vndike
4. Totalitarian

فیزیکی، حریم رابطه‌ای و حریم اطلاعاتی است. این حریم تحت تأثیر و در مخاطره سیاست‌های رسانه‌ای دولت‌ها در ردگیری و نفی حریم خصوصی است.

ون دایک در راستای حفظ و افزایش حریم خصوصی افراد از قوانین اینترنتی کنترل بازار، کنترل فن‌آوری و حتی کنترل جامعه اطلاعاتی صحبت می‌کند و سه نوع راه‌حل پیشنهاد می‌دهد که عبارت‌اند از: ۱- ایجاد یک نظام حقوقی و راه‌حل قانونی رسمی، ۲- خودتنظیمی و ۳- راه‌حل‌های تکنیکی. ون دایک پیامدهای روانی دیجیتالی‌زده شدن را، تغییر در زبان سوژه‌ها، تنهایی، کهنه شدن آنلاین، تغییرات شخصیتی، شخصیت‌های کامپیوتریزه شده و طراحی شده، شخصیت‌های غیراجتماعی، تنوعات شخصیتی و نظایر آن‌ها می‌داند (محمدپور، ۱۳۸۵، ص ۵).

دینداری و زندگی در عصر حاضر: امروز در دنیایی زندگی می‌کنیم که خواه و ناخواه در شرایط اشباع رسانه‌ای قرار دارد و فضای پیرامون ما سرشار از اطلاعات است. بنابراین ما نیاز داریم در برابر چنین اشباع رسانه‌ای یک رژیم مصرف رسانه‌ای اتخاذ کنیم در غیر این صورت با آسیب‌های روانی ناشی از آن مواجه خواهیم شد و یکی از عواملی که در این امر تأثیر می‌گذارد دینداری است. چهارچوب نظری باورهای دینی و احساس امنیت را در این پژوهش نظریه دورکیم تشکیل می‌دهد. براساس نظر دورکیم، دین کلیتی از اعتقادات و مناسک است و انسان مذهبی قدرتی در خود احساس می‌کند که در حالت غیرمذهبی از آن برخوردار نخواهد بود. به این ترتیب افراد مذهبی، بهتر می‌توانند با مشکلات کنار بیایند و مواجه شوند. دورکیم معتقد است دین می‌تواند احساس الزام اخلاقی به هواداری از درخواست‌های جامعه ایجاد کرده و در مواقع به خطر افتادن سامان اجتماعی به کار آید (همیلتون، ۱۳۷۸، ص ۱۷۶-۱۷۹). با توجه به اینکه دورکیم معتقد است دین اطمینان و اعتماد را در افراد ایجاد می‌کند، براین اساس می‌توان گفت افراد مذهبی علی‌رغم نگرانی زیاد از ناامنی‌هایی که در حیات اجتماعی دارند با اطمینان و اعتمادی که دینداری در آن‌ها ایجاد کرده است می‌توانند در برابر این مسائل مقاومت کنند و احساس امنیت بیشتری را تجربه کنند. ضمناً با توجه به چهار کارکرد عمده دین از نظر دورکیم (انسجام‌بخشی، انضباط‌بخشی، حیات‌بخشی و خوشبختی‌بخشی) افراد می‌توانند با کنترل بر نفس و خویشتن‌داری خود در حیات عمومی اجتماع حاضر شوند و به فعالیت بپردازند. بدین ترتیب علی‌رغم احساس امنیت پایین، راحت‌تر می‌توانند در جامعه به فعالیت خود ادامه دهند. همه این چهار کارکرد دین به باور دورکیم به احساس امنیت و اطمینان خاطر افراد در جامعه منجر خواهد شد.

با استناد به نظریه دورکیم می‌توان استدلال کرد افراد دیندار با کنترل خود در استفاده بیش‌ازحد در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به فعالیت بپردازند و همچنین با مسائلی که در این شبکه‌ها اتفاق می‌افتد مقابله کنند و چون دین حافظ ارزش‌ها است، افراد مذهبی با وفاداری به ارزش‌هایی که جامعه به آن‌ها انتقال کرده است از استفاده سوء مثل به اشتراک گذاشتن اطلاعات خود در این شبکه‌ها پرهیز می‌کنند، چون این کار را برخلاف ارزش‌هایی دینی است و در نتیجه می‌توانند احساس امنیت بیشتری را تجربه کنند.

پیشینه پژوهش: در ارتباط با دینداری و احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های مجازی، پژوهش‌های اندکی انجام شده است که در این بخش به مرتبط‌ترین آن‌ها با توجه به موضوع این پژوهش، اشاره می‌شود. پرستار و جعفری (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با احساس امنیت در بین دانشجویان نشان داده‌اند که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی، مالی و جانی دانشجویان رابطه معکوس و معنی‌داری وجود دارد.

شایگان (۱۳۹۱) پژوهشی با عنوان دینداری و احساس امنیت اجتماعی در بین دانش‌آموزان دختر شهر تهران انجام داده و نشان داد بین دینداری و احساس امنیت دانش‌آموزان دختر رابطه معنادار و معکوس وجود دارد؛ یعنی هر چه میزان دینداری دانش‌آموزان بیشتر باشد، احساس امنیت آنان کمتر است.

خاکی (۱۳۹۲) با بررسی عوامل تأثیرگذار بر احساس امنیت اجتماعی دختران شهر ایلام در فیس بوک، دریافته است که با افزایش سطح اقتصادی خانواده، سن، میزان تحصیلات دختران، مدت حضور افراد در شبکه‌های اجتماعی و تعلقات مذهبی، احساس امنیت اجتماعی آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز افزایش می‌یابد.

پژوهش نیک حاجیلی و ایگزالیان لین^۱ (۲۰۱۴) نشان داده که درک کنترل اطلاعات، رابطه منفی با درک خطر حریم خصوصی و نگرش به اشتراک‌گذاری اطلاعات دارد.

زینیپ توفیکسی^۲ (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان «کاربران و مقررات افشاء در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی» با استفاده از نمونه ۷۰۴ نفره از دانشجویان کالج، نشان داده است که اکثریت قریب به اتفاق کاربران فیس‌بوک و مای اسپیس، علاقه‌مند هستند در مذاکرات فی‌مابین یکدیگر مرزهای میان حریم خصوصی و عمومی را درنوردند. یافته‌ها این پژوهش نشان می‌دهد رابطه میان نگرانی از حفظ حریم

1. Nick Hajli . Xiaolin Lin

2. Zinip,Tofikce

شخصی در این شبکه‌ها و افشای اطلاعات منفی است و دانشجویان به‌واسطه تنظیم میزان دسترسی به اطلاعات شخصی خود و استفاده از اسامی مستعار در نمایه خود، این نگرانی را مدیریت می‌کنند. پژوهش میچل جی فلمینگ^۱ (۲۰۰۶) نشان داده که تفاوت معنی‌داری در میزان در معرض مواد نامناسب و یا رفتارهای آنلاین قرار گرفتن با توجه به جنس و دفعات کاربرد وجود دارد؛ مردان با فراوانی استفاده بیشتر از اینترنت، نشان دادند که بیشتر در معرض چنین مواردی قرار دارند. در جمع بندی از مرور منابع تجربی باید گفت در همه این تحقیقات، احساس امنیت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن مورد توجه قرار گرفته است؛ اما هر یک از این تحقیقات، شاخص‌ها و معرف‌های متفاوت از یکدیگر به کار رفته اند؛ به طوری که مقایسه نتایج حاصل از آن‌ها به علت نبود ابزار واحد، مشکل است. هرچند موضوع احساس امنیت اجتماعی در این تحقیقات مورد توجه قرار گرفته است، اما متغیرهای مستقل مرتبط با آن گسترده بوده است. در نگاهی کلی می‌توان گفت، عوامل مورد توجه در رابطه با احساس امنیت در تحقیقات پیشین، ناظر به استفاده از شبکه‌های اجتماعی، دین داری، سطح اقتصادی خانواده، سن، میزان تحصیلات دختران، مدت حضور افراد در شبکه‌های اجتماعی است. در تحقیقات خارجی نیز موضوع احساس امنیت کمتر مورد توجه قرار گرفته و بیشتر به موضوع امنیت حریم خصوصی توجه شده است. بر این اساس، در مطالعه حاضر سعی شده است به بررسی احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداخته شود؛ متغیرهای مستقل ما در این مطالعه، متغیر دین داری، میزان استفاده از شبکه‌های مجازی، سطح تحصیلات و وضعیت تأهل می‌باشد. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش، دانشجویان دختر دانشگاه‌های شهید بهشتی و الزهرا (س) می‌باشد.

فرضیه‌های پژوهش: مبتنی بر ادبیات مرور شده، فرضیه‌های پژوهش در ادامه ارائه شده است.

فرضیه ۱. بین دینداری و احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد؛

فرضیه فرعی ۱. بین دینداری و احساس امنیت مالی در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد؛

فرضیه فرعی ۲. بین دینداری و احساس امنیت فکری در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد؛

فرضیه ۲. بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد؛

فرضیه ۳. بین میزان تحصیلات و احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد؛

فرضیه ۴. بین وضعیت تأهل و احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.

جدول ۱: مدل تحلیلی پژوهش

مقیاس	شاخص	ابعاد	مفهوم
فاصله ای	از اینکه از طریق شبکه‌های مجازی خریدی را انجام دهم؛ نگرانی ندارم.	احساس امنیت مالی	
	اگر پولی برای خرید کالا از طریق شبکه‌های مجازی واریز کنم؛ نگران از دست دادن پولم نیستم؛ چون شبکه‌های مجازی دارای تضمین‌های کافی هستند.		
	بدون دریافت تضمین کافی، از طریق این شبکه‌ها خریدی را انجام نمی‌دهم.		
	از اینکه در خریدهای اینترنتی مورد کلاهبرداری قرار بگیرم می‌ترسم.		
	سعی می‌کنم از طریق این شبکه‌ها خریدی را انجام ندهم.		
	اگر خریدی را از طریق شبکه‌های مجازی انجام دهم؛ نگران دریافت کالای سفارش شده هستم.		
فاصله ای	در شبکه‌های مجازی افکار و عقاید را بدون هیچ محدودیتی در بین دوستانم بیان می‌کنم.	احساس امنیت اجتماعی	
	زمانی که با غریبه‌ها و ناآشنایان در شبکه‌های اجتماعی مجازی تبادل نظر می‌کنم آشفته و مضطرب هستم.		
	در هنگام شروع یک بحث نظری چالش برانگیز در گروه‌های ناآشنا در شبکه‌های مجازی سعی می‌کنم؛ ساکت باشم و نظری ندهم.		
	افکار و نظرهایی که به نظرم مفید است؛ در بین دوستانی که در شبکه‌های مجازی با آن‌ها در ارتباطم؛ بیان می‌کنم و هیچ نگرانی از جهت بیان آن‌ها ندارم.		
	هیچ گاه در شبکه‌های مجازی به دلیل بیان عقاید و باورهایم مورد توبیخ خانواده ام قرار نگرفته ام.		
	از این جهت که در بین خانواده ام در شبکه‌های اجتماعی مجازی نظری را بیان کنم که موافق نظر آن‌ها نباشد؛ احساس اضطراب و عدم آرامش می‌کنم.		
فاصله ای	معتقدم خدایی هست که ناظر بر اعمال و رفتار ماست.	اعتقادات	
	هر کس نتیجه اعمال خود را در آخرت می‌بیند.		
	تمامی آنچه در قرآن آمده است باید حقایق مسلم دانست.		
	اسلام آخرین و کاملترین دین الهی است.	اخلاقیات	
	خداوند از درونی ترین افکار و عواطف آدمی آگاهی دارد.		
	معتقد به اصول و فروع دین هستم.	رفتار	
	به قول و رفتار خود با دیگران متعهد هستم و حس مسئولیت دارم.		
	از انجام ندادن بعضی از واجبات دینی احساس گناه می‌کنم.		
از غیبت و دروغ بیزار و از آزار و اذیت دیگران بیزارم.			
من در کارهایم حلال و حرام شرعی را رعایت می‌کنم.			
نماز اول وقت و با جماعت در صورت توان می‌خوانم.	دینداری		
روزه ام را به صورت تمام و کمال می‌گیرم و مقید به آن هستم.			
در اعیاد مذهبی و عزاداری‌ها که در مساجد یا تکیه‌ها برگزار می‌شود شرکت می‌کنیم.			

روش

این پژوهش کاربردی و توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش را دانشجویان دختر دانشگاه‌های شهید بهشتی و الزهرا(س) به تعداد ۱۸۰۹۷ تشکیل داده‌اند و حجم ۳۷۶ نفری از آنان به شیوه نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای مورد پرسش قرار گرفته‌اند. داده‌ها به وسیله پرسشنامه روا و پایا(آلفای کرونباخ ۰/۹۴ برای پرسشنامه دینداری و ۰/۷۹ برای احساس امنیت اجتماعی) جمع آوری و با استفاده از نرم افزار SPSS و آزمون‌های همبستگی پیرسون، و تحلیل واریانس یک‌طرفه تجزیه و تحلیل شدند.

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی: بر اساس نتایج توصیفی، ۵۵/۶ درصد نمونه مورد بررسی دانشجویان کارشناسی، ۳۶/۷ درصد کارشناسی ارشد و ۷/۷ درصد دانشجوی دکترا هستند. ۸۵/۴ درصد آن‌ها مجرد، ۱۱/۲ درصد متأهل و ۱/۶ مطلقه‌اند. میانگین نمره میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان برابر ۵/۱ است که نشان‌دهنده میزان استفاده متوسط از شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان است. همچنین استفاده از تلگرام با میانگین ۴/۴۰ و اینستاگرام با میانگین ۳/۳۰ به ترتیب بیشترین و کمترین شبکه‌های اجتماعی مورداستفاده دانشجویان می‌باشند. یافته‌های توصیفی در مورد متغیرهای مستقل مورد بررسی نشان‌دهنده این امر است که نمره میانگین دانشجویان در متغیر دینداری ۷/۳۶ است. بنابراین می‌توان بیان کرد که نمره دینداری متوسط به بالا ارزیابی می‌شود که نشان‌دهنده وضعیت مطلوب دینداری است. یافته‌های توصیفی در مورد متغیر وابسته مورد بررسی در این پژوهش در بین دانشجویان نشان‌دهنده این امر است که میانگین احساس امنیت فکری در بین دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی ۴/۴۱ (از ۱۰) است که نشان‌دهنده وضعیت نسبتاً پایین احساس امنیت فکری در شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین آن‌ها است. نمره میانگین احساس امنیت مالی در شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین پاسخگویان برابر ۳/۶۸ است که نشان‌دهنده وضعیت پایین‌تر از حد متوسط احساس امنیت مالی در بین پاسخگویان است و بنابراین می‌توان گفت که دانشجویان مورد بررسی احساس امنیت مالی و فکری پایینی را در شبکه‌های اجتماعی مجازی تجربه می‌کنند. برای توصیف متغیر وابسته و ابعاد آن و متغیر مستقل گویه‌های مربوط به هر متغیر باهم ترکیب شده آنگاه تبدیل به مقیاس صفر تا ده شد. بنابراین ملاک اصلی در تعیین میزان متوسط به بالا یا پایین در توصیف هر یک از متغیرها، اعداد مابین صفر تا ده است طوری که اگر میانگین یک متغیر پایین‌تر از پنج باشد یعنی پایین‌تر از حد متوسط یا پنج

است و اگر بالاتر از پنج باشد بالاتر از حد متوسط یا پنج است و حداکثر میانگین یک متغیر ده است یافته‌های استنباطی: در این قسمت، نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش آورده می‌شود.

- فرضیه ۱. بین دینداری و احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد. برای آزمون این فرضیه با توجه به سطح سنجش فاصله‌ای متغیرهای موردنظر، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتایج این آزمون در جدول ۲ نشان می‌دهد با توجه به سطح معناداری $0/02$ که پایین‌تر از سطح معناداری پذیرفته‌شده به لحاظ آماری است و مقدار همبستگی $0/117$ - که در سطح 99% نیز معنادار است، بین دینداری و احساس امنیت اجتماعی همبستگی معکوس وجود دارد، بدین معنا که هر چقدر دینداری دانشجویان دختر افزایش می‌یابد، احساس امنیت اجتماعی آن‌ها کاهش می‌یابد. البته شدت همبستگی دو متغیر ضعیف است و بنابراین فرضیه اول این پژوهش تأیید می‌شود.

جدول ۲: همبستگی میان دینداری و احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های مجازی

متغیر وابسته	احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی		احساس امنیت فکری		احساس امنیت مالی	
	همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری	سطح معنی‌داری	همبستگی	سطح معنی‌داری	تعداد
میزان دینداری	$-0/117$	$0/02$	$0/345$	$-0/050$	$-0/179$	$0/001$

- فرضیه فرعی ۱ و ۲. بین دینداری و احساس امنیت مالی و فکری در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد. نتایج بررسی این فرضیه‌ها نیز در جدول ۲ نشان می‌دهد که با توجه به سطح معنی‌داری و مقدار همبستگی به دست آمده، رابطه بین دینداری و احساس امنیت فکری رد و رابطه بین دینداری و احساس امنیت مالی پذیرفته می‌شود. یافته‌ها همچنین حکایت از آن دارد که رابطه بین دینداری و احساس امنیت مالی معکوس است، به این معنا که هر چقدر دینداری دانشجویان دختر افزایش می‌یابد، احساس امنیت مالی آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی مجازی کاهش می‌یابد. البته شدت همبستگی آن‌ها ضعیف است.
- فرضیه ۲. بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.

نتایج آزمون همبستگی پیرسون برای بررسی این فرضیه در جدول ۳ نشان می‌دهد که بین میزان و نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های مجازی رابطه وجود

ندارد و بنابراین فرضیه دوم این پژوهش رد می‌شود.

جدول ۳: همبستگی بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های مجازی

متغیر وابسته		احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی	
متغیر مستقل	همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری	تعداد
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	۰/۰۹۱	۰/۰۸۶	۳۷۶

• **فرضیه ۳.** بین میزان تحصیلات و احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.

با توجه به رتبه‌ای و چندوجهی بودن سطح تحصیلات و فاصله‌ای بودن متغیر وابسته برای سنجش رابطه میان آن‌ها از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شده است. نتایج این آزمون در جدول ۴ نشان دهنده عدم وجود اختلاف معنادار در میانگین متغیر احساس امنیت اجتماعی در میان سه گروه کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترا است، یعنی بین تحصیلات و میزان احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود ندارد و بنابراین فرضیه سوم پژوهش رد می‌شود.

جدول ۴: تحلیل واریانس یک‌طرفه احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حسب میزان تحصیلات

میزان تحصیلات	تعداد پاسخگو	میانگین	انحراف معیار	F	سطح معنی‌داری
کارشناسی	۲۰۹	۴/۱۷۵	۱/۵۸	۲/۰۱۱	۰/۰۹۰
کارشناسی ارشد	۱۳۸	۴/۴۳۵	۱/۶۵		
دکترا	۲۹	۴/۶۹	۱/۴۴		
کل	۳۷۶	۴/۳۱	۱/۶۰		

• **فرضیه ۴.** بین وضعیت تأهل و میزان احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.

با توجه به اسمی و چندوجهی بودن وضعیت تأهل و فاصله‌ای بودن متغیر مستقل برای سنجش رابطه میان آن‌ها از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شده است. نتایج این آزمون در جدول ۵ نشان دهنده عدم وجود اختلاف معنادار در میانگین متغیر احساس امنیت اجتماعی در میان سه گروه مجرد، متأهل و مطلقه است. بنابراین این فرضیه که رابطه معناداری بین وضعیت تأهل و احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود دارد نیز رد می‌شود.

جدول ۵: نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حسب وضعیت تأهل

سطح معنی‌داری	F	انحراف معیار	میانگین	تعداد پاسخگو	وضعیت تأهل	احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های مجازی
۰/۶۶۱	۰/۴۱۴	۱/۶۲	۴/۳۰	۳۲۳	مجرد	
		۱/۴۵	۴/۳۳	۴۵	متأهل	
		۳/۳۶	۵/۳۳	۲	مطلقه	
		۱/۶۱	۳۷۶	۳۷۰	کل	

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش رابطه دینداری با احساس امنیت اجتماعی را در بین دانشجویان دختر دانشگاه‌های الزهرا(س) و شهید بهشتی بررسی نمود. یافته‌های توصیفی نشان داد که میانگین احساس امنیت فکری در بین دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی ۴/۴۱، میانگین احساس امنیت مالی آنان ۳/۶۸ و میانگین احساس امنیت اجتماعی که ترکیبی از احساس امنیت مالی و فکری در شبکه‌های اجتماعی مجازی است برابر با ۴/۳ است. به عبارتی، دانشجویان مورد بررسی احساس امنیت مالی و فکری پایینی را در شبکه‌های اجتماعی مجازی تجربه می‌کنند. این یافته با نتایج یافته‌های محصل وحیاتی (۱۳۹۲) و خاکی (۱۳۹۲) هم سو نیست، چرا که در این مطالعات احساس امنیت دانشجویان و دختران بالاتر از حد متوسط گزارش شده است. این امر لزوم توجه به این مسئله را نشان می‌دهد. زمانی که احساس امنیت اجتماعی در میان مردم افزایش بیابد، بنابر بر نظر چلبی، احساس آرامش آن‌ها افزایش یافته و اضطراب‌های آن‌ها کاهش می‌یابد. در شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز این امر صادق است. احساس امنیت اجتماعی، از شاخص‌های کیفیت زندگی افراد است که اگر بتوان آن را در میان افراد افزایش داد، می‌تواند در بالا بردن کیفیت زندگی آنان هم مؤثر باشد. این امر می‌تواند به پویاتر شدن فعالیت افراد در شبکه‌های اجتماعی مجازی شده و در شکل مثبت آن، جامعه را به سمت توسعه و پیشرفت سوق دهد.

در مورد رابطه بین دینداری و احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی یافته‌های پژوهش نشان از رابطه معنادار ضعیف و معکوس بین این دو متغیر دارد. رابطه بین دینداری و احساس امنیت فکری، رد و رابطه دینداری و احساس امنیت مالی در شبکه‌های اجتماعی مجازی ضعیف، اما معنادار و معکوس تایید شد. بخشی از این نتایج با نظریه دورکیم همسو است، زیرا افراد مذهبی ممکن است علی‌رغم نگرانی‌هایی که از ناامنی در شبکه‌های اجتماعی داشته باشند، با اطمینانی که دینداری در آن‌ها ایجاد می‌کند به راحتی

بتوانند با استفاده محدود از این شبکه‌ها، براین نگرانی‌ها غلبه و احساس امنیت را تجربه کنند. همچنین این نتایج با نتایج پژوهش محصل و حیاتی (۱۳۹۲) همسو است، چون در این پژوهش نیز به رابطه معکوس دینداری و احساس امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی اشاره شده بود.

یافته‌های پژوهش در مورد رابطه بین متغیرهای زمینه‌ای و احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز نشان داد که بین میزان استفاده از شبکه‌های مجازی با احساس امنیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه‌ای وجود ندارد. این نتیجه با پژوهش پرستار و جعفری (۱۳۹۵)، محصل و حیاتی (۱۳۹۲) و خاکی (۱۳۹۲) ناهمخوان است. در این پژوهش همچنین وجود رابطه معنادار بین میزان تحصیلات و وضعیت تاهل دانشجویان با احساس امنیت اجتماعی آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز رد شد. این نتیجه با پژوهش محصل (۱۳۹۲) همسو است.

پیشنهادها

با عنایت به تایید رابطه بین دینداری و احساس امنیت اجتماعی دختران در شبکه‌های اجتماعی مجازی، تدارک برنامه‌هایی برای بالا بردن آگاهی‌های دینی جوانان، اهمیت پیدا می‌کند. در این راستا مراکز دینی می‌توانند با به روز و جذاب کردن آموزش‌های خود به جذب جوانان به امور دینی کمک کنند. افزایش سواد رسانه‌ای خانواده‌ها در مورد شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز می‌تواند به آن‌ها برای هدایت فرزندان‌شان کمک کند.

منابع

- امینی، اشرف؛ جاراللهی، عذرا (۱۳۹۳). رابطه پایگاه اجتماعی- اقتصادی و احساس امنیت زنان متأهل شهر شیراز. دو فصلنامه پژوهش‌های انتظام اجتماعی زنان و خانواده. سال دوم، شماره دوم، صص ۱۵۶-۱۷۱.
- بیات، بهرام (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی احساس امنیت. تهران: امیرکبیر.
- پرستار، طاهر و جعفری، علی (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با احساس امنیت در بین دانشجویان. فصلنامه علمی- تخصصی دانش انتظامی اردبیل. سال سوم، شماره نهم، ۲۸-۵۸.
- پوراحمد، احمد؛ عیوضلو، محمود؛ حامد، محبوبه؛ عیوضلو، داود و رضایی، فرشته (۱۳۹۱). بررسی رابطه دینداری و احساس امنیت در فضاهای شهری و روستایی. پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی. سال اول، شماره اول، صص ۱-۲۰.
- جهان‌آرای، ثریا (۱۳۹۲). بررسی سرمایه اجتماعی و احساس امنیت در بین مادران کم‌توان ذهنی آموزش پذیر در شهرستان اسلامشهر. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد دانشگاه الزهراء، تهران.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۶). تحلیل اجتماعی در فضای کنش. تهران: نشر نی.
- چلبی، مسعود (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی. تهران: نشر نی.
- خاکی، لیلی (۱۳۹۲). بررسی عوامل تأثیرگذار بر میزان احساس امنیت اجتماعی دختران شهر ایلام در شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک) (مطالعه موردی دختران شهر ایلام). (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). رشته علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قیام دشت تهران.

- خالد؛ امیر و محمدیان، فاطمه (۱۳۹۲). استفاده از اینترنت و احساس امنیت اجتماعی (مطالعه موردی دانشگاه باهنر کرمان). فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات. سال چهاردهم. شماره بیست و دوم. صص ۵۳-۸۹.
- ذکایی، محمدسعید و خطیبی، فاخره (۱۳۸۵). اینترنت و تغییرات هویتی پژوهشی در میان کاربران جوان حرفه‌ای. فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات. سال دوم. شماره ۷. صص ۱۶۵-۲۰۳.
- شایگان، فریبا. (۱۳۹۲). دینداری و احساس امنیت (مطالعه موردی دانش آموزان دختر شهر تهران). فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی. دوره چهارم، شماره ۱۵، صص ۱۷۹-۲۰۸.
- فتاحی، شهرام؛ زارعی، طیبه؛ احمدپور پرویزیان، جعفر و امیری، پروانه (۱۳۹۴). بررسی ارتباط بین دینداری و احساس امنیت در بین جوانان (نمونه مورد مطالعه: جوانان ۱۸ تا ۲۹ سال شهر کرمانشاه). فصلنامه علمی- پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر. سال نهم. شماره سوم. صص ۱۴۲-۱۱۹.
- قاسمی، محسن و مساوات، محمد (۱۳۹۵). مهندسی اجتماعی، هنر سیاه هنر فریفتن انسان و حک کردن رفتارهای افراد برای جمع آوری اطلاعات. تهران: انتشارات ناقوس.
- کلانتری، عبدالحسین؛ جهانبخش، رویا و شهیری، داود (۱۳۹۶). بررسی ادراک دانشجویان از احساس امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: دانشجویان دختر دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران). دو فصلنامه مطالعات پلیس زن. سال یازدهم. شماره ۲۷. صص ۲۰-۳۵.
- کلاهچیان، محمود (۱۳۹۱). معرفت شناسی امنیت اجتماعی. فصلنامه ره نامه سیاست‌گذاری. سال سوم. شماره دوم. صص ۸۹-۱۱۳.
- مجردی، وحید؛ اسلامی، علی و جمال، سعید (۱۳۹۳). بررسی وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان استان خراسان شمالی. فصلنامه دانش انتظامی استان خراسان شمالی. سال اول. شماره چهارم. صص ۸۵-۹۹.
- محصل، رضا و حیاتی، صفر (۱۳۹۲). مطالعه و شناخت عوامل مرتبط با میزان احساس امنیت اجتماعی کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز). مطالعات جامعه‌شناختی. سال ششم. شماره بیست و یکم. صص ۲۱-۳۹.
- محمدپور، احمد (۱۳۸۵). جامعه شبکه‌ای: ابعاد اجتماعی رسانه جدید. نشریه جهانی. رسانه پایگاه نشریات الکترونیک دانشگاه تهران. قابل بازیابی از: www.globalmediajournal.com. 10 / 06 / 139
- همیلتون، ملکم (۱۳۸۷). (محسن ثلاثی، مترجم). تهران: نشر ثالث.
- Bell, Wendy. (1998). Women and community safety. Paper presented at the conference Safer Communities: Strategic Directions in Urban Planning convened jointly by the Australian Institute of Criminology and the Victorian Community Council Against Violence, held in Melbourne, 10-11
- Elison, N. B. & Boyd, Danah, M. (2008). Social Network site: Definition, History, and Scholarship, Journal of computer mediated communication, International Communication Association, Vol 13
- Michele J. Fleming, Shane Greentree, Dayana Cocotti-Muller, Kristy A. Elias, Sarah Morrison (2006), Safety in Cyberspace Adolescents' Safety and Exposure Online, Youth & Society, Volume 38 Number 2 December 135-154 Sage Publications
- Migiorini, L., Rania, N., Cardinali, P., & Manetti, M. University of Study of Genoa (2008). Sense of safety and the urban environment: A study of preadolescents and adolescents. Medio Ambiente y Comportamiento Humano, 9(1y2), 69-89
- Nick Hajli, Xiaolin Lin, (2014), Exploring the Security of Information Sharing on Social Networking Sites: The Role of Perceived Control of Information, Springer Science+Business Media

Zeynep Tufekci(2008), Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Network Sites, Bulletin of Science, Technology & Society Vol. 28, No. 1, February Volume 38 Number 2