

بررسی میزان و عوامل اجتماعی مرتبط با احساس امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: مغازه داران شهر تهران)

صادق جهانبخش گنجه^۱، سیداحمد حسینی پور^۲

از صفحه ۸۳ تا ۱۱۷

تاریخ دریافت: ۹۶/۰۱/۰۶

تاریخ پذیرش: ۹۶/۰۳/۱۶

چکیده

مقوله امنیت در رابطه با انسان و جامعه، از ابتدای خلقت مطرح بوده و گذشت زمان بر اهمیت آن افزوده است؛ به گونه ای که امروزه به عنوان یکی از شاخص های اصلی توسعه و پیش نیاز هر گونه توسعه اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی محسوب می شود. آگاهی از میزان احساس امنیت افراد یک جامعه که جنبه ذهنی و ادراکی امنیت می باشد، نقش مؤثری در شناخت چالش ها و راهکارهای توسعه آن جامعه داشته و در جهت تقویت زیرساخت های آن عمل می نماید. لذا پژوهش حاضر به دنبال شناخت میزان احساس امنیت اجتماعی و عوامل اجتماعی مرتبط بر آن را در بین مغازه داران شهر تهران می باشد. روش مورد استفاده پیمایش بوده و داده ها با تکنیک پرسشنامه و با استفاده از شیوه نمونه گیری خوشه ای متناسب از ۳۸۴ نفر از مغازه داران شهر تهران گردآوری شده است. اعتبار تکنیک گردآوری داده از نوع محتوایی بوده و پایایی آن از روش میزان آلفای کرونباخ سنجیده شده است که از وضعیت مطلوبی برخوردار بوده است.

یافته های تحقیق نشان می دهد میزان احساس امنیت مغازه داران در حد متوسطی است. همچنین نتایج نشان داد که میزان استفاده از رسانه های جمعی، رضایت از زندگی، دینداری، هویت ملی و اعتماد اجتماعی دارای رابطه مثبت و معنادار با میزان احساس امنیت اجتماعی افراد بوده است، در حالی که این میزان با متغیرهای جنس و وضعیت تأهل رابطه معناداری نداشته است. نتایج رگرسیون چندگانه از نقش معنادار چهار متغیر هویت ملی، میزان استفاده از رسانه های جمعی، دینداری و اعتماد اجتماعی در میزان احساس امنیت اجتماعی حمایت می کند که در این میان اعتماد اجتماعی بیشترین نقش را در تبیین متغیر احساس امنیت اجتماعی ایفا می نماید. همچنین متغیرهای وارد شده در معادله توانسته اند ۳۴ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین نمایند.

کلید واژه ها: احساس امنیت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، دینداری، بهره مندی از وسایل ارتباط جمعی، مغازه داران.

۱. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان. تهران. ایران - نویسنده مسئول.

S.jahanbakhsh68@gmail.com

۲. کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه یزد.

مقدمه و بیان مسئله

یکی از مفاهیم بااهمیت، پیچیده و جدید در دنیای امروز و در بسیاری از مباحث سیاسی، اجتماعی و اقتصادی موضوع و مفهوم امنیت است. امنیت از نیازها و ضرورت‌های پایه‌ای فرد و جامعه تلقی می‌شود که فقدان یا اختلال در آن، پیامدها و بازتاب‌های نگران‌کننده و خطرناکی به دنبال دارد؛ به طوری که، انسان مدنی برای زندگی در جمع و دستیابی به مراحل بالای رشد، نیازمند امنیت و آرامش خاطر است؛ که با افزایش جرائم و انحرافات اجتماعی، زمینه‌های ناامنی و شکل‌گیری کج‌روی در سطح جامعه بیشترین دلهره ایجاد می‌شود (نادری و همکاران، ۱۳۸۹). از این رو، امنیت اجتماعی برای آحاد جامعه از بسیاری از موضوعات دیگری که ممکن است مهم تلقی شود، ضروری‌تر است.

براین اساس به موازات گسترش اجتماعات و پیچیده‌تر شدن روابط و تعاملات اجتماعی، موجود بشری وارد روابط گوناگونی شد که این روابط، عرصه‌های زندگی را تحت عناوین اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و... از هم متمایز کردند و امنیت او را تحت الشعاع قرار دادند. بشری که برای تأمین امنیت و فرار از ناامنی، جامعه را تشکیل داده بود، به زودی دریافت که این بار امنیت او نه تنها از سوی طبیعت و عوامل طبیعی، بلکه از سوی انسان‌ها و عوامل گوناگون اجتماعی، اقتصادی و سیاسی نیز تهدید می‌شود. بدین ترتیب، دغدغه‌ی همیشگی او برای تأمین امنیت در مقوله‌ای جدید، با عنوان احساس امنیت اجتماعی ظهور نمود (ذاکری‌هامانه؛ ۱۳۹۰).

در واقع، احساس امنیت، درون امنیت ایجاد می‌شود و استقرار می‌یابد و ارتقا و افزایش احساس امنیت موقوف به ارتقای پایداری امنیت است. بنابراین احساس امنیت در بستر امنیت شکل می‌گیرد و حاصل کارآمدی نظام اجتماعی تلقی می‌گردد. احساس امنیت برآمده از تعادل میان مجموعه متغیرهایی است که جامعه را در فضای اجتماعی مساعدی قرار می‌دهد که مردمان احساس امنیت داشته باشند (قاسمی و محمدی، ۱۳۹۲). براین اساس اگرچه احساس امنیت یک تولید اجتماعی است که نهادهای اجتماعی و ارکان جامعه از جمله مردم، حاکمیت و پلیس در تولید، تقویت و ارتقای آن نقش کلیدی و لاینفک دارند، ولی خود فرد و ویژگی‌های اجتماعی و شخصیتی او هم در ایجاد این احساس

سهیم هستند (شایگان و رستمی، ۱۳۹۰). لذا از آنجایی که وجود امنیت در سطح عین و ذهن، موضوعات، نتایج و کارکردهای مهمی در سطح فردی و اجتماعی به بار می‌آورد، نبود و فقدان آن نیز مضراتی را از خود بر جای می‌گذارد. اگر احساس امنیت در جامعه ای وجود نداشته باشد؛ حتی می‌توان ادعا کرد که اجتماعی شکل نمی‌گیرد (انتظاری و همکاران، ۱۳۹۴). این در حالی است که نیاز به امنیت در همه جوامع و کشورها از ارزش بسیار بالایی برخوردار است و فقدان امنیت و آرامش در یک جامعه، موجب نارضایتی مردم و بروز تعارضاتی میان ملت و دولت می‌شود، زیرا وجود ناامنی و بحران‌های اجتماعی، نشانه ضعف دولت و ناتوانی در برآورده کردن اساسی‌ترین نیاز مردم محسوب می‌شود. بنابراین امنیت برای کلیه نظام‌های سیاسی و مردم، صرف‌نظر از سطح توسعه اقتصادی و اجتماعی و نوع ایدئولوژی، مهمترین و با اولویت‌ترین مسأله به شمار می‌آید (احمدی و همکاران، ۱۳۹۳).

از طرفی بررسی‌های انجام گرفته در کشورهای مختلف بیانگر این است که عموماً احساس امنیت بین اکثر شهروندان در اکثر نقاط دنیا به نسبت وجود امنیت، پایین‌تر است این نسبت در ایران در مقایسه با کشورهای انگلیس و استرالیا با توجه به میزان وجود امنیت بسیار پایین است. به عنوان نمونه در ایران نرخ سرقت منزل به ازای هر ۱۰۰۰ منزل ۵، در انگلیس به ازای هر ۱۰۰۰ منزل ۲۰ نفر و در استرالیا به ازای هر ۱۰۰۰ منزل ۲۵ است، در حالی که میزان احساس امنیت شهروندان ایرانی در مقایسه با این دو کشور رقم پایین‌تری را نشان می‌دهد (بنی فاطمه و سلیمی، ۱۳۹۰). بنابراین احساس امنیت به عنوان یک متغیر اجتماعی می‌تواند تحت تأثیر عوامل متعدد اجتماعی و فردی قرار گیرد. از جمله عواملی که بر احساس امنیت اجتماعی در یک جامعه تأثیر می‌گذارند، می‌توان به نابرابری اجتماعی، میزان سرمایه اجتماعی در دسترس، مشارکت، پابندی به ارزش‌های مشترک، اعتماد اجتماعی و عوامل زمینه‌ای مثل جنسیت، سن، نوع خانواده و ... اشاره کرد (گروسی و همکاران، ۱۳۸۶: ۳۱). بنابراین افراد جامعه نیز بر مبنای شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در نظام قشربندی جامعه قرار گرفته‌اند. این افراد بر مبنای جایگاهشان در نظام قشربندی اجتماعی احساس امنیت اجتماعی متفاوتی دارند. مغازه داران به عنوان قشری که سهم مهمی را

در فعالیت های اقتصادی، تجاری و خدماتی کشور دارند، دارای نگرش خاصی نسبت به امنیت هستند، که نیاز به بررسی و مطالعه دارد. این گروه به عنوان یک قشر در جامعه به نوعی درگیر ابعاد مختلف احساس امنیت اجتماعی می باشند. لذا مطالعه احساسات به علت تأثیری که بر رفتار گذاشته است و سمت و سوی آن را تعیین می کند در علوم رفتاری و برنامه ریزی و سیاست گذاری ها از اهمیت خاص برخوردار بوده و جایگاه ممتازی را به خود اختصاص داده است بر همین اساس، شناسایی عوامل مرتبط با تأمین امنیت اجتماعی و احساس ایمنی آنان از پیش شرط های اساسی در جهت برنامه ریزی برای ارتقای سطح امنیت اجتماعی این قشر به شمار می رود و از نقش بالایی در برنامه ریزی های راهبردی دولت ها برخوردار است. از دیگر سو با توجه به بدیع بودن موضوع احساس امنیت اجتماعی و عدم اختصاص تحقیقات علمی و تخصصی به آن در بین مغازه داران، انجام مطالعه ای دقیق و علمی در این زمینه لازم می نماید. لذا تحقیق حاضر به همین منظور و در پی شناسایی عوامل مرتبط با احساس امنیت اجتماعی در میان این قشر صورت گرفته است. و به دنبال پاسخگویی به سوالات زیر است.

■ مغازه داران به عنوان یکی از اقشار جامعه چه در کی از احساس امنیت در جامعه دارند؟

■ چه عواملی بر احساس امنیت مغازه داران به عنوان یک قشر اجتماعی موثرند؟

■ میزان احساس امنیت در بین مغازه داران به عنوان یک قشر اجتماعی به چه میزان است؟

پیشینه پژوهش

تحقیقات انجام گرفته در باب احساس امنیت در ایران بسیار بوده ولی بسیاری از ابعاد آن ها هنوز به روشنی بیان نشده است. با توجه به بررسی های به عمل آمده، روشن شد که در ایران به شکل خاص تحقیقی در مورد مغازه داران در حوزه احساس امنیت اجتماعی انجام نشده است. بنابراین در اینجا به برخی پیشینه های پژوهشی در میان سایر اقشار اجتماعی پرداخته می شود. باباخانی (۱۳۸۹) در بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت با تأکید بر نقش پلیس به این نتیجه می رسد که میزان امنیت در هر دو بعد جانی (۲۸/۹۴ درصد) و مالی (۴۵/۳۹ درصد) پایین است و دو متغیر احساس آنومی و سرمایه اجتماعی طبق نتایج تحلیل رگرسیون

چندمتغیره، تأثیرگذارترین عوامل بر احساس امنیت می‌باشند. نادری و دیگران (۱۳۸۹) در بررسی رابطه احساس امنیت اجتماعی و سرمایه اجتماعی در شهر اردبیل، حاکی از رابطه معنادار بین احساس امنیت اجتماعی و جنسیت دارد؛ نتایج آن‌ها نشان داد که زنان بیش‌تر احساس ناامنی می‌کنند. در حالی که ارتباط احساس امنیت با مؤلفه‌های سن، تحصیلات، وضعیت تأهل و درآمد ماهیانه خانواده معنادار نیست. هم‌چنین بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با احساس امنیت اجتماعی رابطه معنادار و مستقیمی موجود است و از این میان اعتماد اجتماعی ۱۳ درصد تغییرات متغیر احساس امنیت اجتماعی را تبیین می‌نماید. ذاکری‌هامانه (۱۳۹۰) پایان‌نامه‌ای با موضوع بررسی میزان و عوامل اجتماعی مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی شهروندان شهر یزد انجام داده است. نتایج رگرسیون چندگانه از نقش معنادار سه متغیر رضایت از زندگی، میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و سرمایه‌ی اجتماعی در میزان احساس امنیت اجتماعی حمایت می‌کند که در این میان سرمایه اجتماعی بیشترین نقش را در تبیین متغیر احساس امنیت اجتماعی ایفا می‌نماید.

صالح (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان گسترش مفهوم امنیت: هویت و امنیت اجتماعی انجام داد وی معتقد است که جامعه حس هویت مشترک را ارائه می‌دهد و این هویت اعضای جامعه را قادر می‌سازد که خود را ما بنامد و موجب می‌شود که افراد یکدیگر را در سطح اجتماعی، ملی، تمدنی و دینی متعلق به یکدیگر بدانند. به عبارت دیگر امنیت اجتماعی در یک جامعه زمانی خدشه‌دار می‌شود که افراد احساس کنند هویتشان در معرض خطر و یا نابودی است. نتایج تحقیق الاوردیان (۲۰۱۴) نیز نشان داد که رابطه مستقیمی بین پنج بعد دینداری و احساس امنیت اجتماعی وجود دارد. با این اوصاف، افراد مختلف با توجه به تنوع محیط پیرامونی، بینش متفاوتی از مقوله امنیت داشته و احساس امنیت را با توجه به نظام اقتصادی، نظام سلامت و تجربه‌های فردی ناامنی، متغیر دانسته و دلهره‌ی ناشی از احساس ناامنی را بیشتر از لایه‌های عینی و واقعی ناامنی و وقوع جرم، در اذهان دارند (لیندستروم، ۲۰۰۸: ۱).

مبانی نظری

تفسیر درست یا نادرست افراد و تجارب آنان از شرایط اجتماعی، همواره احساس امنیت را در طیفی کاذب یا واقعی قرار می‌دهد. گاهی اوقات ساختارهای اجتماعی و انتظامی جامعه، شاخص‌های لازم امنیت بیشتری را در جامعه نشان می‌دهد، اما برداشت افراد از فضای اجتماعی یا اطلاعات آنان درباره دیگران ممکن است آنان را در مخمصه روانی احساس ناامنی قرار دهد. برخی از افراد جامعه نیز به لحاظ تأمین منافع مورد نظر خویش، یا پذیرش خطرپذیری گوناگون، ناخواسته خود را در معرض احساس ناامنی قرار می‌دهند، که این وضع منجر به احساس ناامنی فرد می‌شود؛ لذا احساس ناامنی افراد تحت تاثیر برداشت غلط از موقعیت‌های گوناگون اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جامعه قرار دارد و آنان را ناخواسته وارد یک شرایط ناگوار با خطرپذیری بیشتر می‌کند. از این رو افراد جامعه براساس نیازها، علایق، خواسته‌ها، و توانمندی‌های شخصیتی و روانی خود در ایجاد، یا از بین بردن احساس امنیت سهمی اساسی دارند (کلاکی و تاجران، ۱۳۹۰).

بنابراین احساس امنیت، موجب اعتماد به نفس شهروندان می‌شود و در نتیجه این سرمایه انسانی، قادر خواهد بود در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی نقش شایسته‌ای را ایفا نماید. در همین حال احساس امنیت در شهروندان موجب اعتماد به کارگزاران نظام شده و امکان مشارکت هر چه بیشتر آنان را برای کمک به ایجاد امنیت فراهم خواهد کرد. متقابلاً کاهش احساس امنیت باعث بی‌اعتمادی، رواج بدبینی، شایعه و عدم مشارکت و همکاری در برنامه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و امنیتی کشور شده و این روند بستر مناسبی برای آشفتگی اجتماعی و تهدید امنیت داخلی خواهد شد (دربان آستانه و همکاران، ۱۳۹۲). براین اساس مکاتب و افراد زیادی به موضوع امنیت و احساس آن در بین افراد پرداخته‌اند در این قسمت برای غنای بیشتر کار ما سعی کرده ایم از نظریاتی برای تبیین بیشتر عوامل موثر بر احساس امنیت مغازه داران استفاده کنیم تا با استفاده از این نظرات بتوان قدرت بیشتری به کار دارد و این عوامل را پیدا کرد تا دولتمردان بتوانند در سیاستگذاری‌های خود برای این قشر موفق گردند. امروزه مکتب کپنهاگ به عنوان یکی از مراجع مطالعات امنیت اجتماعی در

سطح جهان شناخته شده است. این مکتب با متفکرانی نظیر باری بوزان، آل ویور و میران میتار از جمله اولین نظریه پردازانی هستند که نظریه جامعه محور امنیت را در برابر نظریه های دولت محور مطالعات امنیتی مطرح کرده اند. در دوره زمانی جنگ های اول و دوم جهانی و بروز ابهام در نوع برداشت سخت افزاری و نظامی گرایانه از امنیت ملی دیدگاهی در ادبیات امنیت ملی شکل گرفت که به دنبال آن بودند که جنبه های نامحسوس، درونی و معنوی افراد تحت حاکمیت دولت ها را در تدوین راهبردهای امنیت ملی مورد توجه قرار دهند. به قصد تأمین چنین ابعادی که از آن تحت عنوان «هویت» نام برده می شود، به طرح امنیت اجتماعی پرداختند (نویدنیا، ۱۳۸۴: ۳۹). براین اساس باری بوزان نخستین بار اصطلاح امنیت اجتماعی را در کتاب «مردم، دولت ها و هراس» به کار برد. این مفهوم تنها یکی از ابعاد رویکرد پنج بعدی او به مقوله امنیت بود. دیگر بخش های رویکرد وی عبارت اند از: امنیت نظامی، سیاسی، اقتصادی و زیست محیطی. تمام این ابعاد و از جمله امنیت اجتماعی، همگی بخش هایی از امنیت ملی هستند. امنیت اجتماعی از نظر بوزان به حفظ ویژگی هایی اشاره دارد که بر اساس آن، افراد خود را به عنوان عضو یک گروه اجتماعی قلمداد می کنند، یا به عبارتی، با جنبه هایی از زندگی فرد ارتباط پیدا می کند که هویت گروهی او را شکل می دهند (بوزان و ویور، ۱۹۹۸: ۴). همچنین بوزان امنیت اجتماعی را به حفظ مجموعه ویژگی هایی ارجاع می دهد که بر مبنای آن افراد خود را قومی، محلی و ... در حفظ هستی و هویت خود به شمار می آورند. در واقع بوزان و ویور امنیت را حالت فراغت از تهدید هویت جمعی و گروهی عضو گروه خاص تلقی نموده اند. از دیدگاه وی، امنیت اجتماعی عبارت است از توانایی گروه های مختلف صنفی، تلقی می کنند (گروس، ۱۳۸۶: ۲۹).

بوزان و همکاران (۱۹۹۸) برای امنیت، دو بعد عینی و ذهنی را در نظر می گیرند. بعد عینی امنیت بیشتر یک پدیده بیرونی است و به میزان واقعی جرم، ناامنی، دزدی و مانند آن در یک جامعه اشاره دارد، در صورتی که بعد ذهنی آن بیشتر به میزان درک و آگاهی افراد از جرم و ناامنی و نوع رویکرد و تفسیر آنها از آن بستگی دارد. به این ترتیب ممکن است در جامعه ای امنیت در واقعیت وجود داشته باشد، اما بنا به دلایلی احساس امنیت وجود نداشته باشد و برعکس. بوزان در

این زمینه اعتقاد دارد که احساس ایمنی ذهنی یا اعتماد به دانستی های فرد، به هیچ روی به منزله ی وجود امنیت واقعی یا درستی در یافت های شخصی نیست، به عنوان مثال: اگر فرد مرفهی را در کشوری مرفه در نظر بگیریم، نمی توان چندان مطمئن بود که امنیت در مفهوم جامع آن برای وی تأمین گردد، چرا که هر یک از افراد جامعه اعم از غنی و فقیر به طور نسبی در معرض تهدیدات مختلفی از جمله تهدیدات طبیعی (مانند زلزله، قحطی، سیل)، تهدیدات فیزیکی یا جسمی (درد، صدمه و مرگ)، تهدیدات اقتصادی (سرقت ها تخریب اموال، عدم اشتغال)، تهدیدات حقوقی (زندانی شدن، فقدان آزادی بیان)، تهدیدات موقعیتی (از دست دادن شغل، تنزل رتبه)، تهدیدات اجتماعی (نبود اعتماد، فقدان تعهد، از دست دادن آبرو و ارزش های اخلاقی) و تهدیدات فرهنگی (عدم دسترسی به دانش و معرفت، تضعیف الگوهای فکری - رفتاری) قرار می گیرند (ایمنی و همکاران، ۱۳۹۴).

بنابراین باری بوزان بنیان گذار مکتب مطالعات امنیتی کپنهاگ با انتقاد از آنچه آن را برداشت ساده انگارانه از مفهوم امنیتی می نامد، اظهار می دارد که برخلاف اعتقاد رئالیست ها به کسب امنیت از طریق کسب قدرت و یا اعتقاد آرمان گرایان به تأمین امنیت از طریق صلح، اکنون نیاز به ارائه یک دیدگاه میانه که هر دو مفهوم قدرت و صلح را در خود جای دهد به عنوان بهترین تعریف برای امنیت ضروری می باشد (بوزان، ۱۳۷۸: ۱۶). بوزان برخلاف دیدگاه رویکردهای پیشین در مورد امنیت که آن را امری عینی و واقعی تصور می کردند، بیان می دارد که «امنیت مسئله ای است بین ذهنی» که مبتنی بر تصمیم بازیگران خواهد بود. بدین ترتیب ممکن است برداشت و ادراکات امنیتی مختلف و متفاوتی از سوی بازیگران مختلف حتی در مورد موضوعی خاص، روی دهد. از سوی دیگر برداشت و ارزیابی دیگران در مورد امنیتی ساختن یک موضوع توسط یک بازیگر اهمیت می یابد زیرا این برداشت و ارزیابی آن ها در نهایت بر نحوه تصمیم گیری و پاسخ های آن ها تأثیر گذار خواهد بود (خانی، ۱۳۸۳: ۱۳۷). براین اساس بوزان، نقطه آغازین امنیت را ذهنی و مبتنی بر تصمیم بازیگران معرفی کرد و بیان داشت که مسئله امنیت در اجتماع شناخته می شود، زیرا بازیگران می توانند به آن رجوع کنند و برخی پدیده ها را به عنوان تهدید نگاه کنند (ابراهیمی، ۱۳۸۶: ۴۴۶).

امنیت در نظریه کنش متقابل نمادین

کنش متقابل نمادین یکی از دیدگاه‌های نظری جامعه‌شناسی معاصر است که در دهه‌های اخیر بحث‌های فراوانی را برانگیخته است. این دیدگاه خود جزئی از بینش وسیع تری است که جامعه‌شناسی پدیدارشناسانه نامیده شده است. با آنکه به نظر می‌رسد کنش متقابل نمادین، دیدگاه نویی در جامعه‌شناسی ارائه کرده است، در عین حال، از نظر سابقه ریشه‌های فراوانی در آثار و افکار جامعه‌شناسان قرن نوزدهم اروپا، فلاسفه و روانشناسان آمریکایی، از جمله واتسون، جان دیویی، ویلیام جیمز، ویلیام توماس، چارلز پیرس، چارلز کولی، جورج زیمل و ماکس وبر^۱ دارد. اما مهمترین اندیشمند این نظریه جرج هربرت مید^۲ و شاگردش بلومر می‌باشد که مبدع این نظریه محسوب می‌شود و بعد از آن‌ها توسط گارفینگل، اورینگگ گافمن، هوارد بکر، فاین استرایکر، روزنبرگ و دیگران رشد و توسعه یافت (انواری، ۱۳۹۰).

در واقع، با پیدایش مکتب کنش متقابل نمادین، تدریجاً ابعاد ذهنی و احساسی علاوه بر ابعاد هستی‌شناختی و ذاتی پدیده‌های اجتماعی، اهمیت یافتند. از منظر این مکتب بیش از آنکه واقعیات ذاتی پدیده‌ها اهمیت داشته باشند؛ تلقی و احساسی که نسبت به پدیده‌ها وجود دارد، دارای اهمیت‌اند؛ زیرا ما با این احساسات و طرزتلقی‌ها زندگی می‌کنیم نه خود آن جوهرها بر همین پایه، می‌توان اذعان داشت که وجود امنیت در کنار احساس امنیت حائز اهمیت است (انتظاری و همکاران، ۱۳۹۴).

به عبارتی براساس مکتب کنش متقابل نمادین، به منظور ادراک حوزه معنایی امنیت و فهم طیفی از مفاهیمی که در اطراف خود ایجاد نموده است نیازمند آگاهی از جریان تاویل و تفسیری هستیم که در فرایند کنش متقابل اجتماعی رخ می‌دهد. امنیت، توانایی حفظ شرایطی است که هر فرد در آن با آگاهی و تفسیرگری دخالت کرده و با توجه به کنش دیگران و تفسیر خویشتن، کنش خویش را آگاهانه می‌سازد. حال، از آنجا که این نوع کنش که فرد به مدد قوه تفسیر، رفتار خویش را در برابر دیگران شکل می‌دهد یا سلوک خود را

۱. Watson, John Dewey, William James, William Thomas, Charles Pierce, Charles Cooley, Georg Simmel & Max Weber

۲. Herbert Mead

در برابر دیگران یا موقعیت اجتماعی خود را می‌سازد، میتنی بر کنش درونی خود و خود خویشتن است، امنیت را می‌توان معطوف به شرایطی دانست که «خود» فرد یا افراد، گروه‌ها یا سازمان‌ها حفظ و مصون گردند، یعنی امنیت را امکان محافظت و نگهداری از «خود» دانست و یا امنیت را توانایی حفظ و بقای «خود» در نظر گرفت. بنابراین در مکتب کنش متقابل نمادی، امنیت در هر سطحی (ملی، اجتماعی، فردی) به حفظ «خود» یا همان هویت (هویت ملی، هویت اجتماعی، هویت فردی) نظر دارد. یعنی شرایطی که حضور هویت جمعی را در کنش‌های متقابل امکان پذیر نماید و طرفین را از واکنش‌های غیراجتماعی برهاند (شایگان و رستمی، ۱۳۹۰). بنابراین مکتب کنش متقابل نمادی امنیت را با تفسیر ذهنی (احساس امنیت) افراد از شرایط حاکم بر جامعه که از یک سو بر رفتار افراد چارچوب مشخص سازد و از سوی دیگر به نوعی تحت تاثیر کنش افراد بر ساخته می‌شود، بنا می‌کند. در این تعامل متقابل است که بنیان‌های نظم و امنیت که بر رفتار اجتماعی افراد استوار است ساخته می‌شود و تداوم می‌یابد (احمدی و همکاران، ۱۳۹۳).

امنیت از نظر گیدنز

گیدنز دو وجه از زندگی را در راستای دو وجه از امنیت مطرح می‌کند امنیت در وجه عینی به شیوه زندگی نظر دارد. یعنی امکان زندگی برای تمامی افراد به گونه‌ای که در جوامع مدرن تعریف می‌شود، فراهم گردد و افراد جامعه از سطح قابل قبولی برای گذراندن زندگی و انتخاب شیوه زندگی بهره‌مند باشند. اما امنیت در وجه ذهنی به خشنودی و رضایت فرد از خویش نظر دارد که با نحوه انتخاب راه و روش زندگی وی محقق می‌شود (صالحی امیری و افشاری نادری، ۱۳۹۰).

آنتونی گیدنز در تحلیل‌های جامعه‌شناختی خود به این نتیجه می‌رسد که امروزه مدرنیته خطر را در برخی از حوزه‌ها و شیوه‌های زندگی کاهش داده و در عین حال، برخی پارامترهای جدید و خطر آفرین را که پیشتر ناشناخته بود، به همان حوزه‌ها وارد می‌کند. گیدنز صور عمده سیمای مخاطره آمیز مدرنیته را به دو دسته تقسیم می‌کند: یکی آنهایی که توزیع عینی مخاطرات را تغییر می‌دهند، که از آن جمله می‌توان جهانی شدن مخاطره آمیز، شمار فزاینده رخدادهای

احتمالی و نفوذ دانش انسانی در محیط مادی را نام برد؛ دیگری آنهایی که (مانند آگاهی از مخاطره به عنوان صرف مخاطره و نظایر آن) تجربه مخاطره یا ادراک مخاطره را تغییر می دهند. (گیدنز: ۱۳۷۷: ۱۴۸). در تحلیل گیدنز در رابطه با مخاطره و رهایی از مخاطره و امنیت، امنیت وجودی یکی از صور مهم احساس امنیت تلقی شده است. این اصطلاح به اطمینانی راجع است که بیشتر اشخاص به تداوم هویت خود و دوام محیط های اجتماعی و مادی کنش در اطراف خود دارند. از این نظر، این امنیت پدیده ای عاطفی است. (همان). بنابراین امنیت وجودی به وضعیت ذهنی راحت و مناسبی اشاره دارد که فرد در آن به فعالیت بدیهی، در محیطی آشنا به همراه افراد دیگری که تهدیدی برای او به وجود نمی آورند، مشغول است. به طور خلاصه، زمانی که فرد می داند چگونه به کار خود ادامه دهد، بدون آن که وقفه یا مزاحمتی برای او به وجود آید، حالتی ذهنی و روانی در وی بروز می کند که این حالت همان امنیت وجودی است (گیدنز: ۱۳۹۰: ۹۹).

به زعم گیدنز منابع احساس عدم امنیت و اعتماد در دنیای مدرن و سنتی متفاوت هستند. در دنیای سنتی افراد نسبت به آنچه اتفاق می افتد و حتی نسبت به آینده یک استدلال ماورایی را جستجو کرده و آن را سرنوشت مقدر خود می دانستند و به نوعی خود را در شکل گیری آن دخیل نمی دانستند، بنابراین نسبت به آن احساس نگرانی نمی کردند، اما در دنیای مدرن، با ورود به نظام های مجدد به عنوان بازتولید آن مفاهیم در دنیای مدرن، زندگی انسان آن چنان تحت تأثیر این نظام هاست که همواره احساس نگرانی نسبت به امنیت وجودی یعنی احساس ناامنی در زندگی بشر حضور دائمی دارد (احمدی و احیایی، ۱۳۹۳).
براین اساس هستی جامعه به عنوان یک کل، در سایه پیوندهای متقابل و تعلقات مشترک تحقق می گیرد، به مانند یک نظام (سیستم) یا یک سازماندهی شده (ارگانیزم) که وجودش در گرو پیوندهای متقابل میان اجزایش است. بنابراین، جامعه به یمن وجود پیوندهای متقابل و تعلقات مشترک افراد، شکل می گیرد و دوام می یابد و برعکس با از بین رفتن تعلقات مشترک، احساس امنیت در جامعه از بین می رود. در چنین شرایطی، هویت افراد می تواند از پیچیدگی و سرعت تغییرهای اجتماعی، بکاهد و به انسان ها توانایی آن را ببخشد که نظم نسبی در

زندگی خود و دنیای آکنده از دانش‌ها، مهارت‌ها، باورها، ارزش‌ها، سنت‌ها، قواعد و رسوم اخلاقی مذهبی ایجاد کنند (مستوفی، ۱۳۹۲).

امنیت از نظر پیر بوردیو

پیر بوردیو به رابطه بین ساختارهای عینی (امنیت) و ساختارها یا پدیده‌های ذهنی (احساس امنیت) تاکید کرده و اعتقاد دارد از یکسو ساختارهای عینی قرار می‌گیرند که مبنای صورت‌های ذهنی را تشکیل می‌دهند و الزام‌های ساختاری را که بر کنش‌های متقابل وارد می‌شوند، تعیین می‌کنند و از سوی دیگر اگر کسی بخواهد تلاش‌های روزانه فردی و جمعی را که در جهت تغییر یا حفظ این ساختارها عمل می‌کنند، بررسی کند باید این صورت‌های ذهنی را در نظر بگیرد. ارزیابی ذهنی افراد به عنوان کنشگران در تصمیم‌گیری و شکل دهنده الگوهای عملی رفتاری در جامعه نقش بنیادی ایفا می‌کند. علاوه بر ارزیابی ذهنی کنشگران از منظر دیگر که به توسعه اجتماعی مربوط می‌شود، رشد و شکوفایی اجتماعی در گرو ایجاد، حفظ و بازتولید امنیت و احساس آن در جامعه است. رشد جامعه و خودشکوفایی آن متکی بر سرمایه‌های انسانی مادی اجتماعی شهروندان است و این سرمایه‌ها برای توسعه نیازمند امنیت ایمنی و احساس امنیت هستند (احمدی و همکاران، ۱۳۹۳).

چارچوب تحقیق

با توجه به ماهیت تحقیق در این پژوهش از چند نظریه برای تبیین بهتر عوامل استفاده شد. بنابراین الگوی نظری تحقیق حاضر بر الگویی تلفیقی استوار است. چرا که مباحث امنیت و احساس آن چنان گستردگی خاصی دارد که شناخت دقیق آن نیازمند همه امکانات و نظریات ممکن است. براین اساس دیدگاه‌های مختلفی به این امر پرداخته‌اند که در این تحقیق از نظریات مکتب کپنهاگ از جمله باری بوزان، مکتب کنش متقابل نمادین، نظریات گیدنز و بوردیو استفاده شد.

از نظر بوزان امنیت دارای دو بعد است، بعد عینی امنیت و بعد ذهنی امنیت. بنابراین در هر جامعه وجود امنیت به منزله احساس امنیت نیست و ممکن است در جامعه ای امنیت وجود داشته باشد ولی در بین شهروندان آن جامعه احساسی

ذهنی و روانی از امنیت وجود نداشته باشد. بر همین اساس بوزان معتقد است که امنیت یک مسئله بین ذهنی است که مبتنی بر تصمیم کنشگران می باشد. از سوی دیگر نظریه کنش متقابل نمادین اصل اساسی خود را در کنش متقابل میان افراد و معانی که کنشگران به آن می دهند می داند. براساس این نظریه افراد براساس آنچه در ذهن خود دارند به کنش متقابل می پردازند و این احساسات و ذهنیت ها هستند که موجب شکل گیری کنش متقابل اجتماعی میان انسان ها می شود و در تعامل میان کنشگران است که بنیان نظم و امنیت ساخته می شود. بنابراین در این نظریه امنیت به حفظ خود و هویت افراد معطوف است.

گیدنز نیز امنیت را موقعیتی می داند که در آن یک رشته خطرهای خاص قابل مقابله یا به حداقل رسانده شده باشد. تجربه امنیت به تعادل اعتماد و مخاطره بستگی دارد. امنیت چه به معنای بالفعل و چه به معنای تجربی آن، ممکن است به مجموعه ای از آدم ها تا مرز امنیت جهانی یا به افراد ارتباط داشته باشد (خلیلی و همکاران، ۱۳۹۴). بنابراین از نظریه نیروی عمده در ورای بسیاری از کنش ها، مجموعه فرایندهای ناخودآگاه برای دستیابی به حس اعتماد در تعامل با دیگران است. که این مجموعه فرایندها را با عنوان نظام امنیت وجودی صورت بندی می کند؛ اما به شدت مغشوش در ورای کنش، تمایل به حفظ امنیت وجودی یا حس اعتمادی است که از توانایی در کاهش اضطراب در روابط اجتماعی بر می خیزد. براین اساس کنشگران نیاز دارند که این حس اعتماد را داشته باشند (ترنر، ۲۰۰۳: ۴۸۴).

براین اساس بر مبنای چارچوب نظری و موارد گفته شده این پژوهش درصدد آزمون فرضیات زیر است.

۱. بین میزان احساس امنیت اجتماعی مغازه داران مرد و زن تفاوت وجود دارد.
۲. بین میزان احساس امنیت اجتماعی مغازه داران مجرد و متأهل تفاوت وجود دارد.
۳. بین میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی و میزان احساس امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.
۴. بین میزان رضایت از زندگی و میزان احساس امنیت اجتماعی مغازه داران رابطه وجود دارد.
۵. بین میزان دینداری و میزان احساس امنیت اجتماعی مغازه داران رابطه وجود دارد.

۶. بین میزان اعتماد اجتماعی و میزان احساس امنیت اجتماعی مغازه داران رابطه وجود دارد.

۷. بین میزان هویت ملی و میزان احساس امنیت اجتماعی مغازه داران رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

این پژوهش با رویکردی کمی و به روش توصیفی-پیمایشی انجام شده است. روش گردآوری داده‌ها به دو صورت کتابخانه‌ای و میدانی می‌باشد. این پژوهش از لحاظ زمانی مقطعی و از جهت ژرفایی پهنانگر است و با تکنیک پرسشنامه خود اجرا انجام شد. اطلاعات نظری و تئوری از طریق مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای به دست آمده و در گردآوری داده‌های مربوط به جامعه آماری در این تحقیق از پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری به دلیل در اختیار نبودن تعداد دقیق مغازه داران، برای افزایش دقت تحقیق حداکثر حجم نمونه که معادل ۳۸۴ نفر می‌باشد تعیین شد. در این تحقیق از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده شده است. به این معنا که از هر خوشه چند خیابان به طور تصادفی انتخاب شده که متناسب با حجم مورد نظر در هر بلوک و خیابان پرسشنامه‌ها در داخل آنها توزیع گردیده است. در این پژوهش از اعتبار محتوایی استفاده شده است. بدین منظور، پرسشنامه با توجه به زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی جامعه مورد مطالعه اصلاح و در اختیار هفت نفر از متخصصین رشته علوم اجتماعی (از اساتید رشته علوم اجتماعی که دارای آثار پژوهشی در حوزه مطالعات اجتماعی- فرهنگی بوده‌اند) قرار گرفت و از نظرات اصلاحی آنان برای شناسایی اعتبار شاخص‌ها استفاده شد. بدین طریق اعتبار پرسشنامه حاصل گردید. همچنین، با استفاده از داده‌های آزمون مقدماتی (پیش آزمون) و به کمک کامپیوتر و نرم افزار spss، میزان پایایی محاسبه گردید. که میزان آلفای متغیرهای تحقیق در حد قابل قبولی (بالای ۰/۷۰) بود.

برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده نیز از ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چند متغیره و تحلیل مسیر استفاده شد و کلیه عملیات آماری با استفاده از نرم افزار آماری SPSS. Ver ۲۰ انجام گرفته است.

تعاریف مفهومی و عملیاتی تحقیق

احساس امنیت^۱: به لحاظ مفهومی احساس را دریافت، درک کردن، دریافتن، دانستن، دیدن و آگاه شدن معنا کرده‌اند (کیا و همکاران، ۱۳۹۳). به عبارتی دیگر احساس امنیت عبارت است از نوعی ذهنیت و جهت‌گیری روانی مثبت (رضایت بخش، قانع‌کننده و آرامش‌بخش) شهروندان، نسبت به عدم تاثیرگذاری حضوری و بروز رویدادها و وقایع ضدامنیتی در شرایط فعلی و آتی در حوزه‌های امنیت اجتماعی، ثبات سیاسی، انسجام هویتی، یکپارچگی و امنیت سرزمینی است (احمدی و احیایی، ۱۳۹۳). برای سنجش میزان احساس امنیت از پاسخگویان در قالب یک سؤال پرسیده شد لطفاً مشخص نمایید در هر یک از موارد زیر چقدر احساس امنیت می‌کنید؟ نمرات پاسخگویان در هر مورد جمع گردید و در نهایت نمره به دست آمده به عنوان میزان احساس امنیت اجتماعی در نظر گرفته شده است.

دینداری^۲: دین^۳ عبارت است از احساس اعتقاد به قوای لاهوتی و ماوراء الطبیعی و رعایت یک سلسله قواعد اخلاقی در زمینه ارتباط با خود، سایر بندگان و خدا و انجام مناسک عبادی در جهت کسب تقرب خالق و جلب رضایت او به منظور تعالی روح. و دینداری عبارت است از «میزان علاقه و احترام پیروان یک دین به آن» (سراج زاده، ۱۳۷۷). گلاک و استارک^۴ با توجه به تناقض‌های

۱. احساس امنیت اجتماعی در هشت بعد جانی- مالی- حقوقی- نوامیس- اقتصادی- اخلاقی- اعتقادی و شغلی سنجیده شد. تعدادی از گویه‌های سنجش این ابعاد عبارتند از: بعد جانی ۱- قدم زدن به تنهایی و... بعد مالی ۱- نداشتن دزدگیر ماشین یا منزل ۲- تردد با ماشین‌های مسافرکش شخصی در شب ۳- سوار شدن تاکسی به هنگام شب و به تنهایی و... بعد مالی ۱- نداشتن دزدگیر ماشین یا منزل ۲- در شرایط فعلی چقدر مال و اموال مردم در این شهر در امان است و... بعد حقوقی ۱- وجود قانون و قاعده مشخص برای زندگی در جامعه ۲- رأی دادن منصفانه دادگاه در صورت داشتن مشکل قانونی و... بعد نوامیس: ۱- تعرض به نوامیس در محله زندگی ۲- تعرض به نوامیس در سطح شهر ۴- تعرض به نوامیس به هنگام مسافرت در روز یا شب و... بعد اقتصادی: ۱- سپردن سرمایه به افراد یا موسسات جهت سرمایه‌گذاری ۲- بی‌ثباتی و عدم پایداری قیمت‌ها و... بعد اخلاقی: ۱- دروغ گفتن برای نیل به اهداف ۲- صداقت و راستگویی و... بعد اعتقادی: ۱- بیان راحت باورها ۲- چاپ و نشر عقاید و... بعد شغلی ۱- آینده شغلی خودتان یا دیگر اعضای خانواده ۲- احتمال به دست آوردن شغل جدیدی در کوتاه‌مدت در صورت از دست دادن شغل و...

۲. تعدادی از گویه‌های سنجش این ابعاد عبارتند از: بعد اعتقادی ۱- قرآن کلام خداست و هر چه می‌گویند حقیقت محض است. ۲- هنوز مطمئن نیستم که قیامتی هم وجود داشته باشد و... بعد عاطفی ۱- اگر گناهی مرتکب شوم از خداوند، تقاضای بخشش می‌کنم. ۲- اگر مشکلی برای انسان پیش بیاید با توسل به امامان حل می‌شود و... بعد پیامدی ۱- نگاه به نامحرم، تیری زهرآلود از ناحیه شیطان است. ۲- وقتی آدم، مالیات می‌دهد پرداخت خمس ضرورتی ندارد و... بعد مناسکی: ۱- چقدر در مراسمی مثل دعای توسل، کمیل یا ندبه شرکت می‌کنید ۲- چقدر در نماز جماعت مسجد شرکت می‌کنید و...

۳. Religion

۴. Glock and Stark

نتایج تحقیقاتی که پیرامون دینداری انجام شده بود کوشیدند ویژگی‌هایی را از میان این پژوهش‌ها برگزینند تا بر اساس آن یک مفهوم عملیاتی مشخص برای دینداری بسازند. به عقیده این دو محقق، علی‌رغم اینکه در ادیان تفاوت‌هایی وجود دارد لیکن وجوه مشترکی را بین آن‌ها می‌توان یافت: این عرصه‌ها، ابعاد اصلی دینداری را تشکیل می‌دهند و عبارتند از: ابعاد اعتقادی، مناسکی، پیامدی، عاطفی و فکری (ذاکری‌هامانه، ۱۳۹۰). بنابراین براساس مقیاس کلارک و استارک در این پژوهش دینداری در چهار بعد مد نظر بوده است. برای سنجش میزان دینداری از پاسخگویان در قالب یک سؤال پرسیده شد نظرات خود را در مورد گویه‌های زیر مشخص نمائید؟ نمرات پاسخگویان در هر مورد جمع گردید و در نهایت نمره به دست آمده به عنوان میزان دینداری در نظر گرفته شده است.

اعتماد اجتماعی

اعتماد اجتماعی از مهمترین شاخص‌های ارتباط و تعامل گروهی به شمار می‌آید و مبین آمادگی افراد و گروه‌ها جهت ایجاد رابطه‌ی اجتماعی و پذیرش متقابل است (محسنی تبریزی، ۱۳۷۵: ۲۳). در فرهنگ انگلیسی آکسفورد، اعتماد به عنوان اتکا یا اطمینان به نوعی کیفیت یا صفت یک شخص یا یک چیز، یا اطمینان به حقیقت یک گفته، توصیف می‌کند (وثوقی و آرام، ۱۳۸۸). برای سنجش این سازه از چهار بعد اعتماد تعمیم یافته، اعتماد به محیط، اعتماد بین شخصی و اعتماد نهادی استفاده شد. برای سنجش میزان اعتماد از پاسخگویان در قالب یک سؤال پرسیده شد نظرات خود را در مورد گویه‌های زیر مشخص نمائید؟ نمرات پاسخگویان در هر مورد جمع گردید و در نهایت نمره به دست آمده به عنوان میزان اعتماد اجتماعی در نظر گرفته شده است.

هویت ملی

هویت ملی بالاترین سطح هویت جمعی است که رابطه انسان با کشورش را

۱. تعدادی از گویه‌های سنجش این ابعاد عبارتند از: اعتماد تعمیم یافته ۱- معلمان، پزشکان، راننده‌های تاکسی، همسایگان و غریبه‌ها چقدر برای شما قابل اعتمادند محیطی ۱- امروزه معلوم نیست دیندار واقعی کیست و ریاکار کدام است ۲- امروزه اگر کسی کیف پولی پیدا کند دنبال صاحبش نمی‌گردد ... اعتماد بین شخصی ۱- وسایلم را بدون هیچ نگرانی به دوستانم قرض می‌دهم ۲- با قرض دادن وسایل منزلمان به همسایه‌ها موافقم و... اعتماد نهادی: ۱- مسئولان بیشتر به پولدارها رسیدگی می‌کنند ۲- اکثر مسئولین برای مردم قابل اعتماد هستند. و...

نشان می‌دهد. هویت ملی فرایند پاسخگویی آگاهانه یک ملت به پرسش‌هایی از خود است، اینکه چه کسی بوده و چه هست، خاستگاه اصلی و دائمی‌اش کجاست، دارای چه فرهنگ و تمدنی بوده و چه نقشی در توسعه تمدن جهانی داشته و امروزه چه جایگاه سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در نظام جهانی دارد (جعفرزاده پور و حیدری، ۱۳۹۳). برای سنجش این سازه از ۱۹ گویه استفاده شد. برای سنجش میزان هویت ملی از پاسخگویان در قالب یک سؤال پرسیده شد نظرات خود را در مورد گویه‌های زیر مشخص نمائید؟^۱ نمرات پاسخگویان در هر مورد جمع گردید و در نهایت نمره به دست آمده به عنوان میزان هویت ملی در نظر گرفته شده است.

رضایت از زندگی

احساس خرسندی کلی فرد از زندگی (قهرمان، ۱۳۸۹). برای سنجش این سازه از ۵ گویه استفاده شد. برای سنجش میزان رضایت از زندگی از پاسخگویان در قالب یک سؤال پرسیده شد نظرات خود را در مورد گویه‌های زیر مشخص نمائید؟^۲ نمرات پاسخگویان در هر مورد جمع گردید و در نهایت نمره به دست آمده به عنوان میزان رضایت از زندگی در نظر گرفته شده است.

رسانه‌های جمعی

وسایل ارتباط جمعی آن دسته از وسایلی هستند که در تمدن‌های جدید بوجود آمده و مورد استفاده‌اند و ویژگی اصلی آن‌ها قدرت و شعاع عمل گسترده است (نیرومند و همکاران، ۱۳۹۰). برای سنجش این سازه از پاسخگویان در قالب یک سؤال پرسیده شد که میزان استفاده از اینترنت، تلویزیون، ماهواره، روزنامه و مجله، رادیوهای داخلی و رادیوهای خارجی را براساس طیف لیکرت از ۰ اصلا

۱. تعدادی از گویه‌های سنجش هویت ملی عبارتند از: ۱- عید نوروز بهترین عید ما ایرانیان است ۲- اگر از دستم برآید حاضر نیستم یک لحظه هم در ایران بمانم ۳- هیچ جای دنیا برایم مثل ایران نمی‌شود ۴- موسیقی اصیل ایرانی را از سایر انواع موسیقی بیشتر دوست دارم ۵- من افتخار می‌کنم که ایرانی هستم ۶- مشاهیری چون فردوسی، ابن سینا، رازی و ... مایه افتخار من هستند ۷- گاهی احساس می‌کنم از مردم ایران متنفرم ۸- برای من فرقی نمی‌کند در ایران زندگی کنم یا در کشور دیگری ۹- موفقیت تیم ملی فوتبال در جام جهانی موجب افتخار هر ایرانی است.

۲. گویه‌های سنجش رضایت از زندگی عبارتند از: ۱- در بسیاری از زمینه‌های زندگی به شرایط ایده‌آل نزدیک شده‌ام ۲- شرایط زندگی‌ام عالی است ۳- از زندگی‌ام راضی هستم ۴- هر چیز مهمی که در زندگی‌ام آرزوی آن را داشتم به دست آوردم ۵- در صورتی که دوباره زندگی کنم همین مسیر را دنبال می‌کنم.



تا ۵ خیلی زیاد مشخص نمائید. براین اساس نمرات پاسخگویان در هر مورد جمع گردید و در نهایت نمره به دست آمده به عنوان میزان استفاده از رسانه های جمعی در نظر گرفته شده است.

یافته های پژوهش

با توجه به اهمیت و رابطه بین متغیرهای زمینه ای و ویژگی های جمعیتی با متغیرهای مستقل و همچنین متغیر وابسته، برخی از ویژگی های زمینه ای و جمعیتی از جمله جنس، وضعیت تأهل و تحصیلات آن ها در زیر آورده شده است.

جدول (۱). توزیع فراوانی پاسخگویان را بر حسب جنس، وضعیت تأهل و تحصیلات پاسخگویان

مؤلفه	تعداد	درصد	مؤلفه	تعداد	درصد	میزان تحصیلات	مؤلفه	تعداد	درصد
جنس	مرد	۲۹۲	۰/۷۶	زیر دیپلم	۸۶	۲۲/۴	کم	۵۲	۱۳/۵
	زن	۹۲	۰/۲۴	دیپلم	۱۶۵	۴۳	متوسط	۲۹۳	۷۶/۳
وضع تأهل	مجرد	۹۹	۲۵/۸	بالا تراز دیپلم	۱۳۳	۳۴/۶	زیاد	۳۹	۱۰/۲
	متاهل	۲۸۵	۷۴/۲						

بر اساس نتایج جدول (۱). ۲۹۲ نفر (۷۶ درصد) پاسخگویان را مردان و ۹۲ نفر (۲۴ درصد) را ازنان تشکیل داده اند. ۹۹ نفر (۲۵/۸ درصد) را افراد مجرد و ۲۸۵ نفر (۷۴/۲ درصد) را نیز افراد متأهل تشکیل دادند، همچنین ۲۲/۴ درصد پاسخگویان زیر دیپلم، ۴۳ درصد دیپلم و ۳۴/۶ درصد نیز دارای تحصیلات بالاتر از دیپلم بوده اند. از نظر میزان احساس امنیت اجتماعی نیز اکثر پاسخگویان ۷۶/۳ درصد در حد متوسط احساس امنیت دارند.

یافته های استنباطی

جدول (۲). نتایج آزمون تی جهت مقایسه میزان احساس امنیت زنان و مردان

بعد	مقولات	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار تی	درجه آزادی	سطح معنی داری
احساس امنیت اجتماعی	مرد	۲۹۰	۶۷/۰۳	۱۷/۵۴	-۱/۵۳	۳۷۵	۰/۱۲۷
	زن	۹۲	۷۰/۴۷	۱۹/۳۱			

جدول شماره ۲ نتایج به دست آمده میزان احساس امنیت اجتماعی را در بین زنان و مردان نشان می دهد. نتایج به دست آمده نشان می دهد که میانگین احساس امنیت اجتماعی مردان (۶۷/۰۳) با میانگین احساس امنیت زنان (۷۰/۴۷) تفاوت معناداری (p-value=۰/۱۲۷) ندارد. بنابراین این فرضیه نشان می دهد که بین میزان احساس امنیت زنان و مردان تفاوتی وجود ندارد.

جدول (۳). نتایج آزمون تی جهت مقایسه میزان احساس امنیت افراد مجرد و متأهل

سطح معنی داری	درجه آزادی	مقدار تی	انحراف معیار	میانگین	تعداد	مقولات	بعد
۰/۲۹۱	۳۸۰	-۱/۰۵۸	۱۷/۱۴	۶۲/۹۲	۹۹	مجرد	احساس امنیت اجتماعی
			۱۹/۲۲	۶۵/۱۱	۲۸۳	متأهل	

جدول شماره ۳ نتایج به دست آمده میزان احساس امنیت اجتماعی را در بین افراد مجرد و متأهل نشان می دهد. نتایج به دست آمده نشان می دهد که میانگین احساس امنیت اجتماعی افراد مجرد (۶۲/۹۲) با میانگین احساس امنیت افراد متأهل (۶۵/۱۱) تفاوت معناداری (p-value=۰/۲۹۱) ندارد. بنابراین این فرضیه نشان می دهد که بین میزان احساس امنیت افراد مجرد و متأهل تفاوتی وجود ندارد.

جدول (۴). نتایج آزمون همبستگی پیرسون میزان احساس امنیت با متغیرهای وابسته

احساس امنیت اجتماعی	امنیت شغلی	امنیت مالی	امنیت اقتصادی	امنیت اخلاقی	امنیت اعتقادی	امنیت نوامیس	امنیت حقوقی	امنیت جانی	ضریب پیرسون	رسانه جمعی
۰/۱۳۱°	۰/۱۵۰°	۰/۱۳۸°	۰/۱۰۹°	۰/۰۱۱	-۰/۳۰۱	-۰/۰۰۶	۰/۰۳۰	۰/۱۳۱°	سطح معنی داری	
۰/۰۱۱	۰/۰۰۳	۰/۰۰۷	۰/۰۳۳	۰/۰۳۳	۰/۰۵۴۹	۰/۰۹۰۵	۰/۰۵۵۶	۰/۰۱۰		

۰/۲۲۶ ^{۰۰}	۰/۱۶۷ ^{۰۰}	-/۰/۰۱	۰/۱۴۵ ^{۰۰}	۰/۲۲۵ ^{۰۰}	۰/۲۲۸ ^{۰۰}	۰/۲۳۹ ^{۰۰}	۰/۱۸۲ ^{۰۰}	-/۰/۰۵۱	ضریب پیرسون	رضایت از زندگی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	۰/۹۸۰	۰/۰۰۴	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۳۱۸	سطح معنی داری	
۰/۳۷۱ ^{۰۰}	۰/۲۳۲ ^{۰۰}	۰/۱۵۰ ^{۰۰}	۰/۲۷۵ ^{۰۰}	۰/۲۵۸ ^{۰۰}	۰/۲۷۸ ^{۰۰}	۰/۲۴۵ ^{۰۰}	۰/۱۹۰ ^{۰۰}	۰/۱۸۲ ^{۰۰}	ضریب پیرسون	دینداری
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۴	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معنی داری	
۰/۵۲۵ ^{۰۰}	۰/۶۹۵ ^{۰۰}	۰/۳۹۱ ^{۰۰}	۰/۳۱۵ ^{۰۰}	۰/۳۲۳ ^{۰۰}	۰/۳۱۴ ^{۰۰}	۰/۲۱۴ ^{۰۰}	۰/۳۳۴ ^{۰۰}	۰/۳۳۶ ^{۰۰}	ضریب پیرسون	اعتماد اجتماعی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معنی داری	
۰/۳۶۴ ^{۰۰}	۰/۱۸۶ ^{۰۰}	۰/۱۸۵ ^{۰۰}	۰/۲۷۷ ^{۰۰}	۰/۲۰۷ ^{۰۰}	۰/۲۸۰ ^{۰۰}	۰/۱۳۷ ^{۰۰}	۰/۲۱۸ ^{۰۰}	۰/۲۰۸ ^{۰۰}	ضریب پیرسون	هویت ملی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معنی داری	

** P < ۰/۰۱

* P < ۰/۰۵

همان گونه که در جدول (۴) دیده می شود بین میزان استفاده از رسانه های جمعی و میزان احساس امنیت رابطه معنی داری وجود دارد. با توجه به نتایج آزمون پیرسون سطح معنی داری برابر ۰/۰۱۱ sig= است که نشان دهنده رابطه معنی داری بین میزان استفاده از رسانه های جمعی و میزان احساس امنیت می باشد و همچنین میزان همبستگی پیرسون برابر ۰/۱۳۱ است که نشان دهنده رابطه متوسط و مستقیم بین متغیرهاست در نتیجه با توجه به اطلاعات جدول فرضیه H_۰ ابطال و فرضیه H_۱ تأیید می شود. یعنی با افزایش میزان استفاده از رسانه های جمعی، میزان احساس امنیت اجتماعی افراد نیز افزایش می یابد و همچنین هرچه میزان استفاده از رسانه های جمعی پایین می آید از میزان احساس امنیت نیز کاسته می شود. بین رضایت از زندگی و میزان احساس امنیت رابطه معنی داری وجود دارد. با توجه به نتایج آزمون پیرسون سطح معنی داری برابر ۰/۰۰۰ sig= است که

نشان دهنده رابطه معنی داری بین رضایت از زندگی و میزان احساس امنیت می باشد و همچنین میزان همبستگی پیرسون برابر $0/226$ است که نشان دهنده رابطه متوسط و مستقیم بین متغیرهاست در نتیجه با توجه به اطلاعات جدول فرضیه H_0 ابطال و فرضیه H_1 تائید می شود. یعنی با افزایش رضایت از زندگی، میزان احساس امنیت اجتماعی افراد نیز افزایش می یابد و همچنین هر چه رضایت از زندگی پایین می آید از میزان احساس امنیت نیز کاسته می شود.

همچنین بین دینداری و میزان احساس امنیت رابطه معنی داری وجود دارد. با توجه به نتایج آزمون پیرسون سطح معنی داری برابر $sig=0/000$ است که نشان دهنده رابطه معنی داری بین دینداری و میزان احساس امنیت می باشد و همچنین میزان همبستگی پیرسون برابر $0/371$ است که نشان دهنده رابطه متوسط و مستقیم بین متغیرهاست در نتیجه با توجه به اطلاعات جدول فرضیه H_0 ابطال و فرضیه H_1 تائید می شود. یعنی با افزایش دینداری، میزان احساس امنیت اجتماعی افراد نیز افزایش می یابد و همچنین هر چه دینداری پایین می آید از میزان احساس امنیت نیز کاسته می شود.

بین اعتماد اجتماعی و میزان احساس امنیت رابطه معنی داری وجود دارد. با توجه به نتایج آزمون پیرسون سطح معنی داری برابر $sig=0/000$ است که نشان دهنده رابطه معنی داری بین اعتماد اجتماعی و میزان احساس امنیت می باشد و همچنین میزان همبستگی پیرسون برابر $0/525$ است که نشان دهنده رابطه قوی و مستقیم بین متغیرهاست در نتیجه با توجه به اطلاعات جدول فرضیه H_0 ابطال و فرضیه H_1 تائید می شود. یعنی با افزایش اعتماد اجتماعی، میزان احساس امنیت اجتماعی افراد نیز افزایش می یابد و همچنین هر چه اعتماد اجتماعی پایین می آید از میزان احساس امنیت نیز کاسته می شود.

بین هویت ملی و میزان احساس امنیت رابطه معنی داری وجود دارد. با توجه به نتایج آزمون پیرسون سطح معنی داری برابر $sig=0/000$ است که نشان دهنده رابطه معنی داری بین هویت ملی و میزان احساس امنیت می باشد و همچنین میزان همبستگی پیرسون برابر $0/364$ است که نشان دهنده رابطه متوسط و مستقیم بین متغیرهاست در نتیجه با توجه به اطلاعات جدول فرضیه H_0 ابطال و فرضیه H_1 تائید می شود. یعنی با افزایش هویت ملی، میزان احساس امنیت اجتماعی

افراد نیز افزایش می یابد و همچنین هرچه هویت ملی پایین می آید از میزان احساس امنیت نیز کاسته می شود.

در سایر ستون ها نیز همبستگی بین ابعاد احساس امنیت و متغیرهای مستقل آمده است. برای مثال متغیرهای دینداری، اعتماد اجتماعی و هویت ملی با تمام ابعاد امنیت رابطه مثبت و مستقیمی دارند ولی متغیرهای میزان استفاده از رسانه های جمعی با ابعاد امنیت (جانی، اقتصادی، مالی و شغلی) و متغیر رضایت از زندگی نیز با ابعاد امنیت (حقوقی، نوامیس، اعتقادی، اخلاقی، اقتصادی و شغلی) دارای همبستگی مثبت معنادار می باشند.

جدول (۵). ماتریس همبستگی بین ابعاد دینداری با ابعاد مختلف احساس امنیت اجتماعی

ابعاد متغیر مستقل		احساس امنیت اجتماعی	
بعد فکری	ضریب پیرسون	۰/۱۹۱**	۰/۳۸۵**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
بعد مناسکی	ضریب پیرسون	۰/۱۲۴**	۰/۳۳۱**
	سطح معناداری	۰/۰۱۵	۰/۰۰۰
بعد اعتقادی	ضریب پیرسون	۰/۱۶۱**	۰/۱۹۷**
	سطح معناداری	۰/۰۰۲	۰/۰۰۰
بعد عاطفی	ضریب پیرسون	۰/۱۱۰*	۰/۳۳۶**
	سطح معناداری	۰/۰۳۱	۰/۰۰۰
امنیت شغلی	ضریب پیرسون	۰/۱۸۴**	۰/۲۴۵**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
امنیت مالی	ضریب پیرسون	۰/۲۸۵**	۰/۱۲۶*
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۱۳
امنیت اقتصادی	ضریب پیرسون	۰/۲۹۶**	۰/۲۶۴**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
امنیت اخلاقی	ضریب پیرسون	۰/۲۲۹**	۰/۳۱۰**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
امنیت اعتقادی	ضریب پیرسون	۰/۱۷۹*	۰/۲۸۰**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
امنیت نوامیس	ضریب پیرسون	۰/۲۷۱**	۰/۱۳۴**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۹
امنیت حقوقی	ضریب پیرسون	۰/۱۹۱**	۰/۱۸۷**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
همبستگی	ضریب پیرسون	۰/۱۹۱**	۰/۱۶۱**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۲

ضریب پیرسون	۰/۱۰۹*
سطح معناداری	۰/۰۳۲
ضریب پیرسون	۰/۱۷۱**
سطح معناداری	۰/۰۰۱
ضریب پیرسون	۰/۲۰۸**
سطح معناداری	۰/۰۰۰
ضریب پیرسون	۰/۲۶۲**
سطح معناداری	۰/۰۰۰
ضریب پیرسون	۰/۱۵۸**
سطح معناداری	۰/۰۰۲
ضریب پیرسون	۰/۱۷۸**
سطح معناداری	۰/۰۰۰
ضریب پیرسون	۰/۰۶۷
سطح معناداری	۰/۱۹۴
ضریب پیرسون	۰/۱۵۸**
سطح معناداری	۰/۰۰۲
ضریب پیرسون	۰/۲۶۰**
سطح معناداری	۰/۰۰۰
ضریب پیرسون	۰/۱۶۰**
سطح معناداری	۰/۰۰۰
ضریب پیرسون	۰/۱۵۸**
سطح معناداری	۰/۰۰۰
ضریب پیرسون	۰/۱۶۰**
سطح معناداری	۰/۰۰۰

$P < 0/01$ **

$P < 0/05$ *

جدول شماره ۵ نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی پیرسون را در بین ابعاد دینداری با ابعاد احساس امنیت اجتماعی نشان می دهد. نتایج به دست آمده حاکی از رابطه مثبت و معنادار ابعاد دینداری و میزان احساس امنیت اجتماعی می باشد. از سوی دیگر متغیر دینداری با تمام ابعاد جانی، حقوقی، نوامیس، اعتقادی، اخلاقی، اقتصادی، مالی، شغلی در سطح معنی داری ۰/۰۰۰ دارای رابطه مستقیم و معنادار است. این به این معنی است که با افزایش هر یک از ابعاد دینداری میزان احساس امنیت افراد در همه ابعاد افزایش می یابد.

جدول (۶). ماتریس همبستگی بین ابعاد اعتماد اجتماعی با ابعاد مختلف احساس امنیت اجتماعی

ابعاد		متغیر مستقل	
اعتماد به محیط	ضریب پیرسون	۰/۴۹۲**	۰/۴۹۲**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	ضریب پیرسون	۰/۳۵۹**	۰/۳۵۹**
اعتماد بین شخصی	ضریب پیرسون	۰/۴۰۴**	۰/۴۰۴**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	ضریب پیرسون	۰/۲۷۴**	۰/۲۷۴**
اعتماد به محیط	ضریب پیرسون	۰/۲۸۳**	۰/۲۸۳**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	ضریب پیرسون	۰/۳۵۵**	۰/۳۵۵**
اعتماد بین شخصی	ضریب پیرسون	۰/۲۱۶**	۰/۲۱۶**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	ضریب پیرسون	۰/۲۶۷**	۰/۲۶۷**
اعتماد به محیط	ضریب پیرسون	۰/۱۲۶*	۰/۱۲۶*
	سطح معناداری	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴
	ضریب پیرسون	۰/۱۴۷**	۰/۱۴۷**
اعتماد بین شخصی	ضریب پیرسون	۰/۲۴۷**	۰/۲۴۷**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	ضریب پیرسون	۰/۱۲۶*	۰/۱۲۶*
اعتماد به محیط	ضریب پیرسون	۰/۱۴۷**	۰/۱۴۷**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	ضریب پیرسون	۰/۱۲۶*	۰/۱۲۶*
اعتماد بین شخصی	ضریب پیرسون	۰/۱۴۷**	۰/۱۴۷**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	ضریب پیرسون	۰/۱۲۶*	۰/۱۲۶*
اعتماد به محیط	ضریب پیرسون	۰/۱۴۷**	۰/۱۴۷**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	ضریب پیرسون	۰/۱۲۶*	۰/۱۲۶*
اعتماد بین شخصی	ضریب پیرسون	۰/۱۴۷**	۰/۱۴۷**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	ضریب پیرسون	۰/۱۲۶*	۰/۱۲۶*

اعتماد نهادی		ضریب پیرسون	۰/۰۶۳*	۰/۲۵۰**	۰/۱۰۹*	۰/۱۷۸**	۰/۲۴۷**	۰/۱۵۸**	۰/۱۴۷**	۰/۱۶۵**	۰/۲۶۱**
سطح معناداری		۰/۲۲۰	۰/۰۰۰	۰/۰۳۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۲	۰/۰۰۴	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰
اعتماد تعمیم یافته		ضریب پیرسون	۰/۲۳۳**	۰/۲۰۹**	۰/۱۷۱*	۰/۱۷۳**	۰/۱۶۹**	۰/۲۱۴**	۰/۲۳۴**	۰/۱۳۸**	۰/۳۲۱**
سطح معناداری		۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۱۳	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۴	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۷	۰/۰۰۰

$$P < 0/01 ** \quad P < 0/05 *$$

جدول شماره ۵ نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی پیرسون را در بین ابعاد اعتماد اجتماعی با ابعاد احساس امنیت اجتماعی نشان می دهد. نتایج به دست آمده حاکی از رابطه مثبت معنادار بین اعتماد به محیط، اعتماد بین شخصی، اعتماد نهادی و اعتماد تعمیم یافته با احساس امنیت اجتماعی دارد. از دیگر سو نیز تمامی ابعاد احساس امنیت اجتماعی با ابعاد متغیر اعتماد اجتماعی دارای رابطه مستقیم معنادار می باشند. پس هرچه میزان اعتماد اجتماعی در همه ابعاد افزایش یابد میزان احساس امنیت مالی، شغلی، جانی، اقتصادی، اخلاقی، حقوقی، نوامیس و اعتقادی بیشتر خواهد شد.

تحلیل رگرسیون چند متغیره

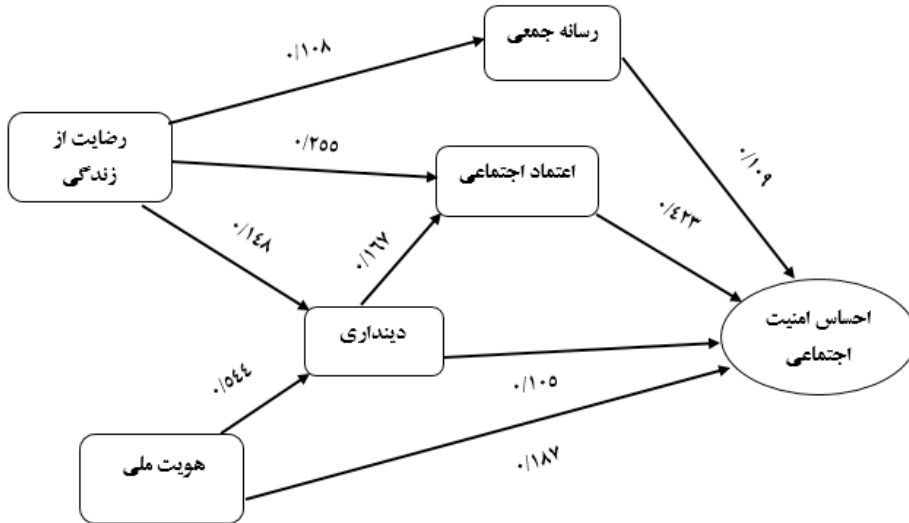
R یا ضریب همبستگی چند گانه (جدول ۷) ۰/۳۹۰ بدین معنی است که متغیرهای مستقل داخل معادله به طور همزمان تقریباً ۳۴ درصد با متغیر وابسته (احساس امنیت اجتماعی) ارتباط دارند. R^۲ یا ضریب تعیین به دست آمده نشان می دهد که ۳۴ درصد از واریانس متغیر احساس امنیت اجتماعی به وسیله متغیرهای مستقل موجود در معادله تبیین می شود و حدود ۶۶ درصد باقیمانده را متغیرهای دیگری تبیین می کنند که خارج از این بررسی قرار دارند.

جدول (۷). متغیرهای وارد شده در معادله رگرسیون

مدل	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد	t	.Sig	ضریب همبستگی چندگانه R	ضریب تعیین R ^۲
	B	Std. Error					
اعتماد اجتماعی	۸۶۹	۰۹۴	۰۴۲۳	۹۰۲۵۲	۰۰۰	۰/۵۸۵	۰/۳۴۳
	۲۱۳	۰۶۰	۰۱۸۷	۳۰۵۲۹	۰۰۰		
	۴۴۳	۰۱۷۳	۰۱۰۹	۲۰۵۶۵	۰۱۱		
	۱۵۳	۰۰۷۹	۰۱۰۵	۱۰۹۲۸	۰۴۵		

با توجه به آزمون معنی داری T، از بین متغیرهای مستقل مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی، متغیرهای اعتماد اجتماعی، هویت ملی، رسانه جمعی و دینداری به عنوان مهم ترین عوامل تأثیرگذار در متغیر احساس امنیت اجتماعی در معادله باقی مانده و نشان از معنی دار بودن رابطه آن‌ها با متغیر وابسته بوده است.

همان طور که در ستون Beta مشخص است، مقدار این ضریب برای متغیر اعتماد اجتماعی ۰/۴۲۳، برای متغیر هویت ملی ۰/۱۸۷، متغیر رسانه های جمعی ۰/۱۰۹ و در نهایت برای متغیر دینداری ۰/۱۰۵ می باشد. بنابراین متغیر اعتماد اجتماعی بیشترین تأثیر را بر احساس امنیت اجتماعی داشته است، به عبارتی تأثیر متغیر اعتماد اجتماعی بر روی احساس امنیت اجتماعی بیش از سایر متغیرها بوده است. اما متغیر رضایت از زندگی (شاید به علت هم پوشانی با سایر متغیرها) معنادار نشده است.



نمودار ۱. تحلیل مسیر اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر احساس امنیت اجتماعی

جدول (۸). متغیرهای وارد شده در معادله رگرسیون

متغیرهای مستقل	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثرات کل
رسانه	۰/۱۰۹	-	۰/۱۰۹
اعتماد اجتماعی	۰/۴۲۳	-	۰/۴۲۳
دینداری	۰/۱۰۵	۰/۰۷۱	۰/۱۷۶
هویت ملی	۰/۱۸۷	۰/۰۵۷	۰/۲۴۴
رضایت از زندگی	-	۰/۱۳۵	۰/۱۳۵

همان طور که در مدل تحلیل مسیر (نمودار ۱) و نتایج تحلیل رگرسیون (جدول ۸) مشاهده می شود، متغیرهای هویت ملی، دینداری، اعتماد اجتماعی و استفاده از رسانه های جمعی بر میزان احساس امنیت اجتماعی تأثیر مستقیم و بلافصل دارند. نکته حائز اهمیت آن است که در بین متغیرهای وارد شده در مدل تحلیل



مسیر، متغیر اعتماد اجتماعی با تأثیر بتای (۰/۴۲۳) بیشترین تأثیر مستقیم را در میزان احساس امنیت اجتماعی دارد.

همچنین، شایان ذکر است هر چند متغیر رضایت از زندگی بر میزان احساس امنیت اجتماعی اثر مستقیم ندارند، این متغیر با ضریب بتای ۰/۱۳۵ بر میزان احساس امنیت اجتماعی از طریق متغیرهای دیگر اثر گذارند.

با در نظر گرفتن مجموع اثرات (اثر کل) هر متغیر اعم از اثر مستقیم و غیرمستقیم می توان گفت متغیر اعتماد اجتماعی با اثر کل ۰/۴۲۳ بیشترین تأثیر را بر میزان احساس امنیت اجتماعی دارد؛ در حالی که متغیر میزان استفاده از رسانه های جمعی با ضریب بتای ۰/۱۰۹ کمترین تأثیر را دارد. به عبارت دیگر متغیر اعتماد اجتماعی بیشترین سهم و متغیر میزان استفاده از رسانه های جمعی کمترین سهم را در تبیین متغیر احساس امنیت اجتماعی داشته اند.

نتیجه گیری

نیاز به امنیت یکی از نیازهای اساسی بشر به شمار می رود. در حقیقت مرتفع شدن بیشتر نیازهای مهم آدمی حتی نیازهای زیستی نیز به نوعی تابع میزان امنیت است. امنیت پدیده چندبعدی است و مطالعه میزان امنیت در یک جامعه به لحاظ عوامل مختلف اقتصادی، سیاسی و اجتماعی امکان پذیر است؛ اما عموم صاحب نظران بر این باورند که میزان احساس امنیت در یک جامعه به اندازه وجود آن اهمیت دارد. چون واکنش هایی که فرد در جامعه، در قبال عدم امنیت بروز خواهد داد تابع میزان دریافت و ادراک او از امنیت خواهد بود و لذا احساس امنیت، متغیری کلیدی در این خصوص محسوب می شود (عربی، ۱۳۸۴: ۲۰۸).

براین اساس مطالعه حاضر باهدف بررسی میزان و عوامل اجتماعی مرتبط با احساس امنیت اجتماعی در بین مغازه داران شهر تهران انجام پذیرفت. بدین منظور احساس امنیت اجتماعی در هشت بعد موردسنجش قرار گرفت.

نتایج نشان داد که بین میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی و میزان احساس امنیت اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد. بنابراین نظریه های تأثیر رسانه ای به ویژه نظریه رسانه های قدرتمند با صاحب نظرانی چون نئومان و ... از نقش معنادار رسانه های ارتباط جمعی در جهان امروز حکایت دارند. در حالت کلی، وقتی سخن از احساس ناامنی و پیوند آن با عملکرد رسانه می رود، منظور این

است که محتوای رسانه پس از پخش بتواند احساس رضایت خاطر، ایمنی، اعتماد، برآورده شدن انتظارات و نیازها و دلگرمی را برای مخاطب به همراه آورد و احساس ناامنی آن است که محتوای رسانه پس از پخش، احساس ترس، اضطراب، بی‌ثباتی، اغتشاش ذهنی و ... را در مخاطب ایجاد کند. نتایج مطالعه‌ی حاضر نشان داد که هر چه میزان استفاده از رسانه‌های جمعی بیشتر شود، میزان احساس امنیت اجتماعی افراد بالاتر می‌رود و این نشان می‌دهد که محتوای رسانه‌های مورد استفاده توسط پاسخگویان مورد مطالعه ما در جهت تقویت میزان احساس امنیت افراد عمل می‌نماید. این یافته هم‌سو با نتایج مطالعه آقایی (۱۳۸۶) و ناهم‌خوان با یافته تحقیق قاسمی (۱۳۸۶) بوده است. (لازم به ذکر است که تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر ابعاد احساس امنیت حقوقی، نوامیس، اعتقادی و اخلاقی تأیید نشده است).

همچنین نتایج تحقیق مبتنی بر رابطه میزان رضایت از زندگی افراد و میزان احساس امنیت اجتماعی آنان مورد تأیید قرار گرفت، و در بین ابعاد هشت گانه احساس امنیت اجتماعی تنها ابعاد جانی و مالی معنی دار نشده است. مطابق با تئوری میتار میزان احساس امنیت افراد تابعی از سطح کیفیت زندگی آنان می‌باشد و هر چه میزان رضایت از زندگی (به‌عنوان یکی از مصداق‌های کیفیت زندگی) افراد یک جامعه بالاتر رود میزان احساس امنیت اجتماعی بیشتر شده و در مقابل میزان احساس ناامنی کاهش خواهد یافت. هم‌چنین به‌زعم فیتز پاتریک نقش ترجیحات به‌ویژه اگر از منظر «سبک زندگی» به آن نگرسته شود فضای مفهومی پیچیده و غامضی را بر زندگی افراد وارد کرده و احساس عدم رضایت خاطر و احساس عدم امنیت روانی را از زندگی اجتماعی برای افراد مستولی می‌نماید. از این رو برخی ترجیحات (از جمله کیفیت و سبک زندگی افراد) هم در صورت برآورده شدن و هم در صورت برآورده نشدن منجر به احساس عدم رضایت و احساس عدم امنیت می‌شود. یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که شاخص رضایت از زندگی با میزان احساس امنیت اجتماعی دارای ارتباط مستقیم و معنادار می‌باشد؛ به عبارتی هر چه میزان رضایت از زندگی شهروندان جامعه بالاتر می‌رود، آن‌ها میزان احساس امنیت اجتماعی بیشتری را تجربه می‌نمایند.

در این تحقیق رابطه میزان دینداری و میزان احساس امنیت اجتماعی نیز مورد آزمون قرار گرفت. و نتایج نشان داد که رابطه معناداری بین این دو متغیر وجود دارد. بنابراین در باب تأثیر مذهب بر میزان احساس امنیت اجتماعی، فروم معتقد است که در قرون اولیه، انسان‌ها از اسطوره‌ها و مذهب برای پیوند دادن بین طوایفشان استفاده می‌کردند. زندگی سیاسی، اجتماعی و اقتصادی آن‌ها با کلیسا پیوند یافته بود. کلیسا به آن‌ها امنیت می‌داد و عشق به خدا امنیت را به آن‌ها عرضه می‌کرد. و بر نیز مانند دور کیم به اهمیت نهادهای مذهبی در تأمین نظم و بالطبع امنیت جامعه اشاره می‌کنند. به هر حال در فرهنگ اسلامی به ویژه آیات و روایات بر اهمیت امنیت تأکید فراوان شده است و این مهم، این نکته را به ذهن متبادر می‌کند که روحیه مذهبی تأثیر مثبتی بر احساس امنیت افراد یک اجتماع خواهد داشت. بنابراین هم‌سو با نظریات فروم، و بر، دور کیم و پارسونز یافته‌های تحقیق حاضر نشان از همبستگی مثبت و معنادار میزان دینداری و میزان احساس امنیت اجتماعی داشت. بنابراین هر چه روحیه مذهبی و اعتقاد دینی در افراد بالاتر رود آن‌ها میزان ناامنی کم‌تری را احساس خواهند نمود.

فرضیه ششم تحقیق مبتنی بر رابطه میزان اعتماد اجتماعی و میزان احساس امنیت اجتماعی در بین افراد می‌باشد. نتایج پژوهش حاضر از رابطه دو متغیر فوق با یکدیگر حمایت می‌نماید؛ هم‌چنین ابعاد اعتماد اجتماعی نیز یا متغیر میزان احساس امنیت اجتماعی همبستگی مثبت و معناداری را نشان داده‌اند. یکی از اصلی‌ترین مؤلفه‌هایی که امنیت را ارتقا می‌بخشد و جامعه را سالم، آرام و مطلوب می‌سازد، اعتماد اجتماعی است. سرمایه اجتماعی به صورت عام و اعتماد اجتماعی به صورت خاص و نمود آن در ارتباط با مقولاتی نظیر پیشگیری و کاهش جرائم، خشونت و تضاد در یک جامعه، سوء مصرف مواد مخدر، خودکشی و بسیاری از معضلات اجتماعی نشان از رابطه تنگاتنگ مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی با فضا سازی امنیت اجتماعی در جامعه دارد. بنابراین مطابق با تئوری گیدنز، بوردیو و استناد به نتایج حاصل از تحقیق حاضر، بین اعتماد اجتماعی و امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد. این مهم با نتایج پژوهش ربیعی (۱۳۸۳)، گروسی و دیگران (۱۳۸۵)، نادری و دیگران (۱۳۸۹) و باباخانی (۱۳۸۹) هم‌خوانی دارد. نتایج پژوهش حاضر چنین حکایت می‌کند که متغیر اعتماد اجتماعی با همبستگی

۵۲۵). درصد با متغیر میزان احساس امنیت اجتماعی، بیشترین نقش را در تبیین متغیر وابسته (میزان احساس امنیت) دارد.

همچنین نتایج تحقیق نشان داد که رابطه معنی دار بین میزان هویت ملی افراد و میزان احساس امنیت اجتماعی وجود دارد. براین اساس هویت ملی و وجود آن در بین افراد جامعه بسیار مهم و اساسی است، به نحوی که بسیاری از تنظیمات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و حتی فرهنگی در جامعه را تحت تأثیر قرار می دهد. یافته های پژوهش حاضر نشان می دهد که هویت ملی با میزان احساس امنیت اجتماعی دارای ارتباط مستقیم و معنادار می باشد؛ به عبارت بهتر هرچه میزان هویت ملی شهروندان جامعه بالاتر می رود، آن ها میزان احساس امنیت اجتماعی بیشتری را تجربه می نمایند. در این تحقیق دو فرضیه اول و دوم مورد تأیید قرار نگرفت به این معنا که جنس و وضعیت تأهل اثری در میزان احساس امنیت افراد ندارد. البته این یافته با نتایج تحقیق نادری و دیگران (۱۳۸۹) هم خوانی دارد. در حالی که با نتیجه تحقیق ناجا (۱۳۸۳) هماهنگی ندارد.

پیشنهادات و راهکارها

بر اساس موضوع مورد بحث در این پژوهش پیشنهاداتی ارائه شده است که به آن اشاره می شود:

با توجه به اینکه مغازه داران در چارچوب های خاصی فعالیت می کنند لذا سیاستگذاران این امر باید نقش ویژه آن ها را در برنامه ریزی ها نگاه کنند و در جهت کاهش آسیب ها و مسائل این قشر وارد عمل شوند. براین اساس همانگونه که داده ها نشان داد اولین و مهمترین عامل در میزان احساس امنیت مغازه داران اعتماد اجتماعی است. لذا دولتمردان در این زمینه باید با برنامه ریزهای ساختاری و کلان میزان اعتماد اجتماعی را در بین افراد بالا ببرند چرا که چرخ های هر جامعه ای بر مبنای اعتماد متقابل بین افراد در چرخش است. تحقیقات فراوانی در این زمینه در کشور ما اشاره دارند که میزان اعتماد اجتماعی در حال کاهش است، لذا از برنامه ریزان انتظار می رود که برای افزایش میزان اعتماد اجتماعی فعالیت های جدی داشته باشند تا به تبع آن جامعه دچار سرخوشی و نشاط و اعتماد متقابل بین افراد شود.

یکی دیگر از پیشنهادات در زمره رضایت از زندگی افراد است. با توجه به

اینکه رضایت از زندگی یکی از شاخص‌های اساسی رفاه اجتماعی است. لذا به برنامه ریزان و سیاستگذاران پیشنهاد می‌شود که با توجه به رکود اقتصادی در جامعه بهبود سطح کیفی زندگی را مدنظر قرار داده و برنامه‌هایی برای رضایت از زندگی طراحی کنند چرا که در هر جامعه‌ای اگر افراد دارای رضایت خاطر باشند دچار دلهره و ترس نمی‌شوند و نبود دلهره و ترس نیز می‌تواند ناامنی را ریشه کن کند.

از طرفی رسانه‌های جمعی از جمله عواملی هستند که امروزه نقش پررنگ و اساسی در جهت به وجود آوردن احساس امنیت/ناامنی ایفا می‌کنند. بنابراین برنامه ریزان باید در ساخت برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی به این نکته توجه داشته باشند که نه فقط به اطلاع‌رساندن خبر ارزش خاص خود را داراست، بلکه نحوه خبررسانی و نتایج این نوع خبررسانی نیز ارزش خود را داشته و در تهیه و تنظیم خبر دقت لازم را مبذول داشته تا مبدا شهروندان به واسطه نداشتن اطلاعات از یک حادثه یا عدم خبررسانی غیرشفاف و یا نادرست دچار اضطراب شده و وقتی حادثه‌ای ناگوار در جریان می‌افتد از تردد در سطح شهر و دیگر اماکن دلهره داشته و با احساس ناامنی توأم با ناآگاهی به سلامت جامعه آسیب رسانند.

- ابراهیمی، نبی‌الله (۱۳۸۶). «تأملی بر مبانی و فرهنگ مکتب کپنهاگ»، فصلنامه سیاست خارجی، سال بیست و یکم، شماره ۲ (پیاپی ۸۲): ۴۳۹-۴۵۸.
- احمدی، آرمان و احیایی، پویان (۱۳۹۳). «بررسی میزان احساس امنیت اجتماعی و عوامل مرتبط با آن»، فصلنامه دانش انتظامی آذربایجان شرقی، سال چهارم، شماره ۳: ۳۵-۶۰.
- احمدی، حبیب؛ نجفی اصل، عبدالله و زارع، صادق (۱۳۹۳). «بررسی احساس امنیت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در شهرستان‌های استان بوشهر»، فصلنامه انتظام اجتماعی، سال ششم، شماره ۳: ۸۱-۱۱۲.
- اسدزاده، فرشته؛ تقی زاده، ابراهیم و محمدی، یحیی (۱۳۹۵). «تأثیر عملکرد پلیس بر احساس امنیت عمومی از دیدگاه شهروندان در استان خراسان جنوبی»، پژوهشنامه نظم و امنیت انتظامی، سال نهم، شماره ۲: ۲۳-۴۳.
- امینی، محمدتقی؛ پیرعلی، علیرضا، سیادت، سعیده (۱۳۹۴). «راهبردهای بهبود احساس امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: شهروندان شهر شیراز)»، فصلنامه مطالعات جامعه شناختی شهری، سال پنجم، شماره ۱۵: ۲۷-۶۲.
- انتظاری، علی؛ اسدپور، عهدیه و احمدی آهنگ، کاظم (۱۳۹۴). «احساس امنیت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن با تأکید بر نقش پلیس (مورد مطالعه: شهر نور)»، فصلنامه انتظام اجتماعی، سال هفتم، شماره ۴: ۷-۳۴.
- آقایی، زهرا (۱۳۸۶). «بررسی تاثیر رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی (مطالعه موردی شهر اصفهان)»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، اصفهان.
- باباخانی، فرهاد (۱۳۸۹). «بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت با تأکید بر نقش پلیس»، مطالعات امنیت اجتماعی، شماره ۱۹۹: ۲۱-۱۸۱.
- بنی فاطمه، حسین و سلیمی، آمنه (۱۳۹۰). «احساس امنیت اجتماعی جوانان و عوامل اجتماعی مرتبط با آن»، مطالعات جامعه شناختی، سال سوم، شماره ۱۲، ۷۷-۵۹.
- بوزان، باری (۱۳۷۸). مردم، دولتها و هراس (ترجمه پژوهشگرده مطالعات راهبردی). تهران: پژوهشگرده مطالعات راهبردی.



- جعفرزاده پور، فروزنده و حیدری، حسین (۱۳۹۵). «فرا تحلیل رابطه هویت ملی و هویت قومی در ایران»، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال سوم، شماره ۱۱: ۶۳-۹۶.
- خلیلی، محمدعلی؛ آروین، بهاره؛ یوسف وند، حسین و رحیمی، علی (۱۳۸۸). «بررسی مقایسه ای میزان احساس امنیت شهروندان در سال های ۸۴ و ۹۳»، فصلنامه انتظام اجتماعی، سال هفتم، شماره ۳: ۱۰۶-۸۹.
- دربان آستانه، علیرضا؛ عسگری، حشمت اله و قربانی، فاطمه (۱۳۹۲). «تحلیل فضایی و پهنه بندی احساس امنیت روستایان شهرستان شیروان و چرداول»، مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال سوم، شماره ۹: ۱۲۶-۱۰۵.
- ذاکری هامانه، راضیه (۱۳۹۰). بررسی میزان احساس امنیت اجتماعی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن (مطالعه موردی: شهر یزد)، [پایان نامه کارشناسی ارشد]، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد.
- ربیعی، علی (۱۳۸۳). «مطالعات امنیت ملی»، دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی وزارت امور خارجه، تهران، مرکز چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.
- سراج زاده، سیدحسین (۱۳۷۷). نگرش ها و رفتارهای دینی نوجوانان تهرانی و دلالت های آن برای نظریه سکولار شدن، مجله نمایه پژوهش، شماره ۷ و ۸: ۱۱۹-۱۰۵.
- شایگان، فریبا و رستمی، فاطمه (۱۳۹۰). «بررسی میزان احساس امنیت و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن در بین شهروندان ۱۵ تا ۴۴ ساله شهر کرد»، فصلنامه دانش انتظامی چهارمحال بختیاری، سال اول، شماره ۲: ۳۷-۲۱.
- صالحی امیری، رضا و افشاری نادری، افسر (۱۳۹۰). «مبانی نظری و راهبردی مدیریت ارتقای امنیت اجتماعی و فرهنگی در تهران»، فصلنامه راهبرد، سال بیستم، شماره ۵۹: ۷۶-۴۹.
- قاسمی، راضیه و محمدی، اصغر (۱۳۹۲). «هویت اجتماعی و احساس امنیت: مطالعه موردی زنان تهران»، قاسمی، محمد (۱۳۸۶). «رسانه های جمعی و امنیت اجتماعی». مطالعات امنیت اجتماعی، سال سوم، شماره ۱۱ و ۱۲: ۶۷-۵۱.
- قهرمان، آرش (۱۳۸۹). «بررسی مفهوم رضایت از زندگی و سنجش آن در میان

دانشجویان دختر و پسر»، فصلنامه پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۴: ۱۰۶-۸۱.

- کلاکی، حسن و تاجران، عزیزالله (۱۳۹۰). «بررسی رابطه جنسیت با نگرش نسبت به عملکرد پلیس بر احساس امنیت تحقیق در بین شهروندان تهرانی»، نشریه پلیس زن، سال پنجم، شماره ۱۵: ۳۴-۷.
- کیا، علی اصغر؛ نادر پور، محمد رضا؛ خضرائی گل پرور، میثم و پورعلی، رضا (۱۳۹۳). «بررسی رابطه بین اعتماد مردم به تلویزیون و احساس امنیت»، فصلنامه پژوهش‌های اطلاعاتی و جنایی، سال نهم، شماره ۱: ۷۳-۵۳.
- گروسی، سعیده؛ میرزایی، جلال و احسان شاهرخی (۱۳۸۶). «بررسی رابطه اعتماد اجتماعی و احساس امنیت (مطالعه موردی دانشجویان دختر دانشگاه آزاد جیرفت)»، دانش انتظامی، سال نهم، ۲: ۳۹-۲۶.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۰) جامعه شناسی، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷). پیامدهای مدرنیت، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: مرکز نشر.
- محسنی تبریزی، علیرضا (۱۳۷۵). «بیگانگی مانعی برای مشارکت و توسعه ملی: بررسی رابطه‌ی میان بیگانگی و مشارکت اجتماعی و سیاسی»، نامه پژوهش، سال اول، شماره ۱، صص ۱۱۰-۸۹.
- مستوفی، اکرم (۱۳۹۴). «بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت زنان (مطالعه موردی زنان شهر تهران)»، فصلنامه فصلنامه علمی - تخصصی دانش انتظامی پلیس پایتخت، سال ششم، شماره ۳: ۸۸-۶۷.
- ناجا (۱۳۸۳). «بررسی میزان احساس امنیت در بین حاشیه‌نشینان تهران بزرگ به تفکیک مناطق»، تهران: معاونت اجتماعی و ارشاد ناجا.
- نادری، حمدا...؛ جاهد، محمد علی و شیرزاده، مهین دخت (۱۳۸۹). «بررسی رابطه احساس امنیت اجتماعی و سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی شهر اردبیل)»، مطالعات امنیت اجتماعی، دوره جدید، شماره ۲۱: ۸۷-۵۹.
- نویدنیا، نیژه (۱۳۸۴). «گفتمانی پیرامون امنیت اجتماعی»، مطالعات امنیت اجتماعی، معاونت اجتماعی و ارشاد ناجا، شماره چهارم و پنجم: ۴۳-۳۱.
- نیرومند، لیلا؛ تاجیک اسماعیلی، سمیه و الوندی، هومن (۱۳۹۰). «بررسی



نقش رسانه‌های جمعی در شکل‌گیری افکار عمومی نسبت به هدفمندی یارانه‌ها»، مطالعات رسانه‌ای، سال ششم، شماره ۱۳: ۱۶۳-۱۳۳.

● وثوقی، منصور و آرام، هاشم (۱۳۸۸). بررسی اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در شهر خلخال (استان اردبیل)، پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، سال سوم، شماره ۳: ۱۵۳-۱۳۳.

- Allahverdian, m.(2014). Sense of social security in the religiosity, Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences, vol 4, pp.1687 -1679.
- Buzan, B. & Ole w. (199۸). «Slippery Contradictory? Sociologically Untenable? The Copenhagen School Replies».. Review of International Studies 250-241:(2)23
- Lindstrom, M. & et. al (2008). «Social Capital, Anthcipated Ethnic Discrimination and Self-Reported Psychological Health: A Population-Based Study», Social science & Medicine, 13-1 : (1)66.
- Saleh, A.(2010). Broadening the concept of security: Identity and Societal Security, Geopolitics Quarterly, vol 6, No 4, pp. 241-228.
- Turner, J.H. (2003).The Structur of Sociological Theory. London: Wadworth Publishing Company.