



تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۰

صفحه ۵۸ تا ۷۹

رسانه و امنیت اجتماعی؛ یک مطالعه فراتحلیل

غلامرضا تاج بخش^۱

چکیده

امروزه رسانه‌ها نقش غیرقابل انکاری در زندگی ما دارند. هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه رسانه‌ها و امنیت اجتماعی است. روش پژوهش حاضر کمی و از نوع فراتحلیل است. برای بررسی مطالعات با استفاده از روش فراتحلیل، ۲۱ پژوهش که در بازه زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۲ انجام شده بود، جمع‌آوری شده که با توجه به معیارهای فراتحلیل، ۱۴ مقاله از میان مطالعاتی که رابطه بین رسانه و امنیت اجتماعی را بررسی کرده و در فصلنامه‌های علمی معتبر داخلی منتشر شده‌اند، انتخاب شدند. هر کدام از این پژوهش‌ها به روش کمی و با رویکرد پیمایش صورت گرفته و دارای سنجه‌های پایا هستند. همچنین به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار CMA استفاده شده است. یافته‌های پژوهش حاضر حکایت از عدم همگنی اندازه اثر و عدم سوگیری انتشار مطالعات منتخب دارد، نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که اندازه اثر استفاده از رسانه‌ها بر امنیت اجتماعی برابر با ۰/۲۷۴ بوده که با توجه به نظام تفسیری کوهن، در حد پایین رو به متوسطی قرار دارد. به طور کلی نتایج این پژوهش نشان داده است که رسانه‌ها تأثیر پایین نزدیک به متوسطی بر امنیت اجتماعی دارند.

واژگان کلیدی: امنیت اجتماعی، رسانه، فراتحلیل، مصرف رسانه‌ای.

۱. عضو هیات علمی گروه علوم اجتماعی دانشگاه آیت الله بروجردی (نویسنده مسئول) tajbakhsh_gr@yahoo.com



Media and social security: a Meta- analysis study

Gholam Reza Tajbakhsh¹

Abstract

Today, the media play an undeniable role in our lives. The aim of the present study is to examine the relationship between media and social security. The method of the present study is quantitative and meta-analysis. To examine the studies using the meta-analysis method, 21 studies were conducted and collected between 2013 and 2023. According to the meta-analysis criteria, 14 articles were selected from among the studies that examined the relationship between media and social security and were published in reputable domestic scientific journals. Each of these studies was conducted quantitatively and with a survey approach and have reliable measures. CMA software was also used to analyze the data. The findings of the present study indicate that the effect size is not homogeneous and the publication bias of the selected studies is not biased. The results of this study show that the effect size of media use on social security is 0.274, which is low to moderate according to Cohen's interpretive system. Overall, the results of this study have shown that the media have a low to moderate impact on social security.

Keywords: Social security, media, meta-analysis, media consumption

1. Academic Member of Sociel Sciences Department, Ayatallah Brojerdi University (Writer-inCharge), tajbakhsh_gr@yahoo.com



۱. مقدمه

امنیت یکی از نیازهای ضروری بقای هر نظام سیاسی و اجتماعی است. بدون وجود امنیت، هیچ نظام اجتماعی و سیاسی نمی‌تواند دوام داشته باشد. احساس امنیت به مثابه یکی از اولین حقوق شهروندی اعضای یک جامعه مطرح است که اگر تأمین شود، بقای جامعه را تضمین می‌کند. اگر خواهان یک جامعه سالم و زندگی درون یک نظام اجتماعی سالم هستیم، بدون شک، احساس امنیت می‌تواند بستر ساز توسعه و رفاه جامعه‌ای سالم شود و سعادت یک جامعه را به همراه داشته باشد.

در جهان کنونی که رسانه‌ها فراگیر شده‌اند و با حوزه‌های مختلف زندگی ما درهم تنیده شده‌اند، نقش رسانه‌ها در تأمین امنیت اجتماعی غیرقابل انکار است (امین مظفری و کریمی، ۱۳۹۴: ۴۸). رسانه‌های جمعی به واسطه ماهیتی که دارند و محتوایی که درون آن‌ها تولید و بازتولید می‌شود، متغیری اثرگذار در فرآیند گذار و تغییرات اجتماعی هستند. سرعت، سهولت و گستردگی روزافزون رسانه‌ها، پیامدهای متفاوتی را در حوزه‌های مختلف ملی در جوامع داشته است که می‌توان احساس امنیت اجتماعی به عنوان یک سازه مهم امنیتی-سیاسی و اجتماعی جوامع را یکی از حوزه‌های تأثیرپذیر از آن قلمداد کرد. شاید بتوان ادعا نمود که پیام‌های یکسوم از سوی این دسته از رسانه‌ها، در جوامع مختلف اغتشاش و آشفتگی اجتماعی را می‌تواند به دنبال داشته باشد. وجود چنین امری را می‌توان دلیلی بر لزوم مطالعه تأثیر رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت دانست (عزیزی و حیدرخانی، ۱۳۹۳؛ به نقل از کلانتری و دیگران، ۱۳۹۶: ۲۷).

رسانه‌ها در زمانه معاصر کارکردهای متفاوتی دارند و به همین دلیل بر امنیت اجتماعی نیز اثرگذار هستند و به میزان قابل توجهی در ساخت اجتماعی این نیاز اولیه بشر دخیل هستند، به دلیل کارکردها و قابلیت‌های متفاوت رسانه‌ها مانند بررسی و انتشار اخبار، مراقبت از محیط، جامعه‌پذیری سیاسی و اجتماعی، ایجاد همبستگی بین اجزای مختلف جامعه، انتقال میراث فرهنگی از یک نسل به نسل دیگر و ... به دنبال ایجاد شرایطی هستند که در آن، افراد و گروه‌های اجتماعی بدون ترس از دست دادن و یا آسیب‌رساندن به جان، مال یا آبروی خود به زندگی در شرایط مطلوب و امن ادامه دهند. رسانه‌ها با در نظر گرفتن کارکرد مثبتی که دارند، ابزار قدرتمندی به منظور حساس‌سازی افراد جامعه و ارائه آگاهی‌های لازم به آن‌ها در خصوص موضوعات مختلف است که به هر نوع و در هر سطح می‌توانند زندگی فردی و جمعی اعضای جامعه را تحت تأثیر قرار دهند (Thompson, 2014).



در سال‌های اخیر در رابطه با رسانه‌ها و امنیت اجتماعی مطالعات متفاوتی انجام شده و هر کدام از این مطالعات در حوزه‌های متفاوت رابطه بین این دو مفهوم را از منظر گوناگونی بررسی کرده‌اند. به دلیل گستردگی و پراکندگی مطالعات در این حوزه و وجود رویکردهای مطالعاتی متفاوت، ضرورت انجام فراتحلیلی منسجم برای دستیابی به درکی منسجم از یافته‌های علمی را ایجاب کرده است. بر اساس آن چه گفته شد، در پژوهش حاضر تلاش شده تا مطالعات انجام شده در ارتباط بین رسانه و امنیت اجتماعی در فاصله بین سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۲ گردآوری شود و مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد. بر همین اساس، هدف اساسی این پژوهش، فراتحلیل مطالعات انجام شده در بررسی رابطه بین رسانه و امنیت اجتماعی در ایران در سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۲ بوده و به دنبال پاسخ‌گویی به این پرسش اساسی است که رسانه‌ها چه تأثیری بر امنیت اجتماعی در جامعه ایرانی داشته و میزان این اثرگذاری در چه سطحی است؟

۲. مبانی نظری

به باور کوپر^۱ در مرحله‌ای که فراتحلیل از طریق آن صورت می‌گیرد، در بخش پیشینه پژوهش، بهتر است بیشتر به نظریه‌هایی که به رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته در فراتحلیل اشاره دارد، پرداخته شود، تا مخاطب بتواند در ابتدا به درکی کلی از نظریه‌های مهمی که در این حوزه وجود دارد، برسد (کوپر به نقل از نیازی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۴۱). بر این اساس در این بخش از پژوهش، به نظریات مهم در حوزه رسانه و امنیت اجتماعی پرداخته می‌شود.

از دیدگاه باری بوزان^۲، امنیت اجتماعی هنگامی برای افراد جامعه مهم است که فرد خود را به مثابه عضوی از یک گروه اجتماعی بداند. بوزان بر این باور است که ساحتی از زندگی که افراد جامعه خود را از طریق آن «ما» تلقی کنند و در مقابل آن احساس تعهد و تکلیف کنند، باید در نظر گرفته شود. بر این اساس، هر عامل و پدیده‌ای که باعث ایجاد اختلال در احساس همبستگی و تعلق اعضای یک گروه شود در حقیقت هویت آن گروه را در معرض خطر قرار داده و به مثابه تهدیدی برای امنیت اجتماعی در نظر گرفته می‌شود (Buzan and Hansen, 2010: 3). امنیت اجتماعی در دیدگاه بوزان با قابلیت الگوی سنتی زبان، فرهنگ، مذهب، هویت و عرف ملی مرتبط است و به حفظ و نگهداری مجموعه خصوصیات اشاره دارد که افراد بر مبنای آن

1. Koper

2. Barry Buzan



خود را به عنوان عضو گروه اجتماعی در نظر می‌گیرند (Buzan and Hansen, 2010: 5). آل ویور^۱، امنیت را بر مبنای دوآلیته امنیت اجتماعی و امنیت دولت بررسی می‌کند و معتقد است که اعضای جامعه نمی‌توانند در خصوص چیزهایی که هویت و امنیت‌شان را تهدید می‌کند، احساس مسئولیت نداشته باشند و آن‌ها را صرفاً به نهاد دولت واگذار کنند. ریال بر این اساس ویور بر ضرورت مشارکت افراد در تأمین امنیت اجتماعی خود و جامعه تأکید دارد (متانی و دیگران، ۱۳۹۶: ۴۳).

به بیان ژان کازنو^۲: «رسانه عبارت است از وسایل ارتباطی که حامل‌های زیادی را دربرمی‌گیرد» (کازنو، ۱۳۹۷: ۳). امروزه، ارتباطات نقش حیاتی در زندگی بشر داشته و یکی از مبنای مهم جامعه‌پذیری انسان به حساب می‌آیند. رسانه‌ها از مهم‌ترین مجرای‌های ارتباط انسان هستند و با توجه به نقش ارتباطی بسیار حساسی که دارند، تمامی حوزه‌های زیسته زندگی انسان اعم از سیاسی، اقتصادی و فرهنگی - اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. در بیشتر مطالعات ارتباط جمعی، رسانه‌ها نقش اساسی را ایفا می‌کنند، سازمان‌های رسانه‌ای در جهان پیام‌هایی را نشر می‌دهند که نه تنها در سطح ملی، بلکه در سطح بین‌المللی فرهنگ و ارزش‌های جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهند (لینتل جان^۳، ۱۳۸۴: ۷۲۷). بال و فلور^۴ بر این باورند که افراد به رسانه‌ها وابستگی دارند و میزان این وابستگی برای اعضای یک جامعه متفاوت است. دیدگاه بال و فلور در خصوص وابستگی به رسانه‌ها بر رابطه بین مخاطب، رسانه‌ها و جامعه تأکید می‌کند. بنابراین به هر چقدر که وابستگی به رسانه‌ها در چرخه ارتباط با یک پیام بالاتر باشد، احتمالاً پیام، معرفت، احساسات و رفتارهای مخاطب را بیشتر دگرگون می‌کند. دنیس مک کوئیل^۵ رسانه‌ها را به عنوان به پلي در بین روابط اجتماعی می‌داند، بنابراین در دیدگاه مک کوئیل رسانه‌ها از قدرت میانجی‌گری برخوردار هستند؛ اول اینکه رسانه‌ها بین گیرنده و آن بخش از تجربه بالقوه‌ای که بیرون از ادراک یا تماس مستقیم ما است، قرار دارند. دوم این است که رسانه‌ها ممکن است بین مخاطب و سایر نهادهایی که افراد با آنها در ارتباط هستند، قرار بگیرند. سوم اینکه رسانه‌ها توانایی ایجاد پیوند میان نهادهای مختلف را دارند، چهارم این است که رسانه‌ها وسیله‌ای هستند که آنها با ما و ما با

1. Al Weaver
2. Jean Cazeneuve
3. Littel John
4. Ball and Felour
5. Denis McQuail

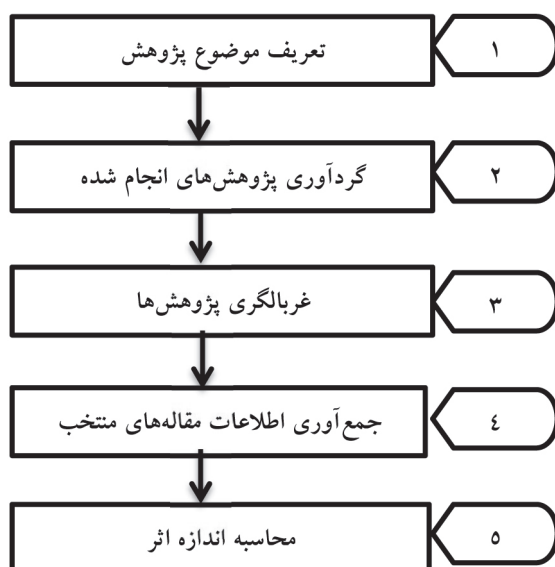


دیگران ارتباط برقرار می‌کنیم و در نهایت رسانه‌ها ابزاری هستند که به درک ما از سایر رویدادها، گروه‌ها و سازمان‌ها شکل می‌دهند (کیا و خلجی، ۱۳۹۹: ۱۱۱-۱۱۲).

مارشال مک‌لوهان^۱، مفهوم دهکده جهانی را بر مبنای مفهوم و کارکرد رسانه‌ها بسط و گسترش داده است و معتقد است: «رسانه‌ها اساس تحول و دگرگونی جوامع انسانی هستند». مک‌لوهان در تعریفی متمایز، رسانه را به عنوان یک پیام تعریف می‌کند. اما در تعریفی کلی می‌توان گفت: «رسانه‌ها، تکنولوژی‌هایی هستند که پیام را از طریق فرستنده به گیرندگان که همانا مخاطبان در سرتاسر دنیا هستند، می‌رسانند» (لیتل جان، ۱۳۸۴: ۷۳). ژان بودریار^۲ جامعه‌شناس فرانسوی معتقد است که: «ما در جهانی زندگی می‌کنیم که در آن اطلاعاتی بیشتر و بیشتر و معنایی کمتر و کمتر وجود دارد» (بودریار، ۱۴۰۰: ۱۱۵). بودریار بر این باور است که جهان معاصر دیگر تحت سلطه تولید نیست، بلکه بیشتر از سوی رسانه‌ها، مدل‌های سبیرنتیک و نظام‌های هدایت‌کننده، رایانه‌ها و پردازش اطلاعات و صنایع دانش و سرگرمی تحت سلطه قرار گرفته است که نتیجه برآمده از این نظام‌ها، نوعی انفجار تمام عیار نشانه‌ها است (ریتزر، ۱۳۹۴: ۷۲۶). از نظر او رسانه‌ها راهبرد قدرت و ابزاری برای افسون‌زدایی توده و تحمیل حقیقت به آنها می‌باشد. رسانه‌ها چیزی جز ابزار شگفتانگیز برای متزلزل‌سازی امور واقعی و حقیقی و فروپاشی همه حقایق تاریخی یا سیاسی نیستند (بودریار، ۱۳۸۱: ۱۴۹). بودریار معتقد است رسانه‌ها حامل معنا و ضدمعنا هستند. آن‌ها همزمان در همه جهات به دستکاری و کنترل مشغولند، کنترل این فرآیند امکان‌پذیر نیست. رسانه‌ها بنا بر منطقی کاملاً چرخه‌ای وسیله‌ای برای وانمود در داخل سیستم و وانمود مخرب سیستم هستند و عملکرد آن‌ها دقیقاً به همین شکل است (بودریار، ۱۴۰۰: ۱۲۳-۱۲۲).

۳. روش

روش پژوهش حاضر از جهت هدف کاربردی، کمی و از نوع فراتحلیل است. در روش فراتحلیل، محقق با ثبت ویژگی‌ها و داده‌های مجموعه‌ای از مطالعات در قالب مفاهیم کمی، آنها را آماده استفاده از روش‌های آماری کرده و یافته‌های جدید و انسجام‌یافته را به وسیله شیوه‌های قوی آماری استخراج می‌کند (دلور، ۱۳۸۴). روش فراتحلیل دارای چند مرحله اساسی است که ضرورت دارد محقق به آن‌ها توجه نماید.



شکل ۱. الگوی پنج مرحله‌ای فراتحلیل

مرحله اول) تعریف موضوع پژوهش: موضوع پژوهش حاضر بررسی رابطه بین رسانه به عنوان متغیر مستقل با امنیت اجتماعی به عنوان متغیر وابسته است.

مرحله دوم) گردآوری نظام‌مند پژوهش‌های انجام شده در حیطه موضوع مورد نظر: نمونه‌های مورد بررسی مطالعه حاضر شامل کلیه مقالات علمی منتشر شده در ایران است که با موضوع ارتباط بین رسانه و امنیت اجتماعی در فاصله سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۲ در یکی از پایگاه‌های علمی پرتال علوم انسانی^۱، مجلات تخصصی نور^۲، بانک اطلاعات نشریات کشور^۳ و جهاد دانشگاهی^۴ نمایه شده‌اند. تعداد این مقالات تا قبل از مرحله غربالگری پژوهش‌ها شامل ۲۱ مقاله است.

مرحله سوم) غربالگری پژوهش‌ها، گزینش و انتخاب مقاله‌های مناسب: بعد از مرحله

1. Ensani
2. Noormags
3. Magiran
4. Sid



غربالگری، تعداد ۱۴ مقاله از ۲۱ مقاله که شرایط و معیارهایی چون مشخص بودن حجم نمونه، داشتن شرایط همبستگی و سطح معناداری را داشتن، برای بررسی انتخاب شدند؛ به عبارت دیگر، مقالات منتخب این پژوهش از معیار درون گنجی برای استفاده در فراتحلیل برخوردار بوده‌اند.

مرحله چهارم) گردآوری اطلاعات لازم از هر یک از پژوهش‌های انتخاب شده: مجموعه اطلاعاتی که از ۱۴ مطالعه منتخب استخراج شده، شامل مواردی چون اطلاعات عمومی یعنی نام نویسندگان، جامعه آماری، سال انتشار، اطلاعات مربوط به متغیرهای پژوهش، روش نمونه‌گیری، حجم نمونه و مکان پژوهش است. در این مرحله از روش فراتحلیل علاوه بر جمع‌آوری اطلاعات، هر یک از پژوهش‌ها شناسه‌بندی شده و در مرحله بعدی اطلاعات مربوط به هر پژوهش به نرم افزار «CMA»^۱ وارد می‌شود.

مرحله پنجم) محاسبه اندازه اثر: در فراتحلیل، شیوه اصلی مبتنی بر ادغام، ترکیب و جمع‌بندی نتایج است که معمولاً پس از تبدیل آماره‌ها به شاخص (r) و محاسبه اندازه اثر مورد استفاده قرار می‌گیرد (Robin, 1984). ذکر این نکته مهم است که در پژوهش حاضر، آماره‌های پژوهشی به وسیله رویکرد هانتر و اشمیت تبدیل به شاخص r شده‌اند (Hunter & Schmid, 1990). همچنین برای تحلیل استنباطی یافته‌ها، ابتدا مفروضات فراتحلیل مورد بررسی قرار گرفته، بدین صورت که با استفاده از نمودار قیفی و شاخص رگرسیونی اگر، همبستگی رتبه‌ای یگ و مزمدمدار و N ایمن از خطا به تحلیل خطای انتشار (تورش) و با استفاده از آزمون Q به مطالعه یا ناهمگنی پژوهش‌های مذکور پرداخته شده است. در نهایت با عنایت به ناهمگونی بین پژوهش‌های مورد مطالعه، مدل اثرات تصادفی برای ترکیب نتایج و رسیدن به اندازه اثر استفاده شده است. در جدول شماره یک خلاصه‌ای از پژوهش‌های مرتبط با رسانه و امنیت اجتماعی آمده است.



جدول ۱. اطلاعات مربوط به مقاله‌های منتخب

ردیف	پژوهشگران	سال	جامعه آماری	حجم نمونه	روش نمونه‌گیری	مکان پژوهش	ضریب همبستگی
۱	مشیر استخاره و درودیان	۱۴۰۲	ورزشکاران نوجوان شهر تهران	۳۸۴	خوشه‌ای	تهران	۰/۶۱۴
۲	جوادی و دیگران	۱۴۰۲	شهروندان شهر تهران	۲۰۰	تصادفی	تهران	۰/۴۵۸
۳	حبیب‌زاده	۱۳۹۷	کارشناسان فرماندهی انتظامی کرمانشاه	۱۵۲	تصادفی ساده	کرمانشاه	۰/۸۵۲
۴	باقری بنجار و دیگران	۱۳۹۷	دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان	۱۹۱	طبقه‌ای متناسب با حجم	سمنان	-۰/۵۴۳
۵	رسول‌زاده اقدم و اکبرپور	۱۳۹۶	جوانان تبریزی کاربر فیس‌بوک	۳۸۴	در دسترس	تبریز	-۰/۲۷۰
۶	متانی و دیگران	۱۳۹۶	شهروندان ۱۸ سال به بالا شهر تهران	۳۸۴	تصادفی	تهران	۰/۳۵۹
۷	کلاتتری و دیگران	۱۳۹۶	شهروندان ۱۸ سال به بالای شهر کرمانشاه	۳۸۴	خوشه‌ای و تصادفی	کرمانشاه	-۰/۲۶۰
۸	نادری و رحیمی	۱۳۹۶	شهروندان شهر ری	۳۸۳	خوشه‌ای چند مرحله‌ای	ری	۰/۴۳۴
۹	اکبری و دیگران	۱۳۹۵	دانشجویان دانشگاه گیلان	۳۸۶	در دسترس	گیلان	۰/۴۸۰
۱۰	پورهادی و قبادی	۱۳۹۴	نظامیان مستقر در غرب کشور	۱۳۷	هدفمند	ایلام	۰/۳۴۴



۱۱	امین مظفری و کریمی	۱۳۹۴	شهروندان ۱۵ تا ۳۰ ساله شهر تبریز	۳۲۲	تصادفی طبقه‌ای	تبریز	۰/۵۵۰
۱۲	رستگار خالد و محمدیان	۱۳۹۲	دانشجویان دانشگاه شهید باهنر کرمان	۳۴۹	تصادفی چندمرحله‌ای	کرمان	۰/۳۰۵
۱۳	هاشمیان‌فر و دیگران	۱۳۹۲	دانشجویان دانشگاه مازندران	۴۰۰	تصادفی طبقه‌ای	مازندران	۰/۲۰۱
۱۴	خواججه‌نوری و کاوه	۱۳۹۲	زنان ۱۵ تا ۳۵ سال شهر سنندج	۳۸۲	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	سنندج	۰/۳۷۴

۴. یافته‌ها

۴-۱. یافته‌های توصیفی

در جدول شماره ۲، محاسبه اندازه اثر تفکیکی مطالعات منتخب بر مبنای مقیاس یکسان، اثرات ترکیبی ثابت و تصادفی آمده است.

جدول ۲. یافته‌های مربوط به روش فراتحلیل مقاله‌های منتخب

ردیف	نویسندگان	سال	اندازه اثر	حد پایین	حد بالا	Z-Value	P-Value
۱	مشیر استخاره و درودیان	۱۴۰۲	۰/۶۱۴	۰/۵۴۸	۰/۶۷۳	۱۳/۹۶۲	۰/۰۰۰
۲	جوادی و دیگران	۱۴۰۲	۰/۴۵۸	۰/۳۴۱	۰/۵۶۱	۶/۹۴۵	۰/۰۰۰
۳	حبیب‌زاده	۱۳۹۷	۰/۸۵۲	۰/۸۰۲	۰/۸۹۰	۱۵/۴۲۲	۰/۰۰۰
۴	باقری‌بنجار و دیگران	۱۳۹۷	-۰/۵۴۳	-۰/۶۳۶	-۰/۴۳۵	-۸/۳۴۲	۰/۰۰۰
۵	رسول‌زاده اقدم و اکبرپور	۱۳۹۶	-۰/۲۷۰	-۰/۳۶۰	-۰/۱۷۵	-۵/۴۰۴	۰/۰۰۰
۶	متانی و دیگران	۱۳۹۶	۰/۳۵۹	۰/۲۶۹	۰/۴۴۳	۷/۳۳۴	۰/۰۰۰
۷	کلانتری و دیگران	۱۳۹۶	-۰/۲۶۰	-۰/۳۵۱	-۰/۱۶۴	-۵/۱۹۴	۰/۰۰۰



۸	نادری و رحیمی	۱۳۹۶	۰/۴۳۴	۰/۳۴۹	۰/۵۱۲	۹/۰۶۱	۰/۰۰۰
۹	اکبری و دیگران	۱۳۹۵	۰/۴۸۰	۰/۳۹۹	۰/۵۵۳	۱۰/۲۳۵	۰/۰۰۰
۱۰	پورهادی و قبادی	۱۳۹۴	۰/۳۴۴	۰/۱۸۷	۰/۴۸۴	۴/۱۵۱	۰/۰۰۰
۱۱	امین مظفری و کریمی	۱۳۹۴	۰/۵۵۰	۰/۴۶۹	۰/۶۲۲	۱۱/۰۴۵	۰/۰۰۰
۱۲	رستگار خالد و محمدیان	۱۳۹۲	-۰/۳۰۵	-۰/۳۹۷	-۰/۲۰۷	-۵/۸۶۰	۰/۰۰۰
۱۳	هاشمیان‌فر و دیگران	۱۳۹۲	۰/۲۰۱	۰/۱۰۵	۰/۲۹۳	۴/۰۶۰	۰/۰۰۰
۱۴	خواجهنوری و کاوه	۱۳۹۲	۰/۳۷۴	۰/۲۸۴	۰/۴۵۷	۷/۶۵۲	۰/۰۰۰
	اثرات ترکیبی ثابت		۰/۲۵۰	۰/۲۲۲	۰/۲۷۸	۱۶/۹۴۲	۰/۰۰۰
	اثرات ترکیبی تصادفی		۰/۲۷۴	۰/۰۴۷	۰/۴۷۴	۲/۳۴۹	۰/۰۱۹

در جدول شماره ۲، یافته‌های مربوط به فراتحلیل مقاله‌های منتخب آمده است، در ۱۴ مقاله بررسی شده، رابطه بین رسانه و امنیت اجتماعی با سطح اطمینان ۰/۹۹ درصد معنادار است. بیشترین مقدار اثر به ترتیب مربوط به مطالعه‌های حبیب‌زاده با اندازه اثر ۰/۸۵۲، مشیر استخاره و درودیان با اندازه اثر ۰/۶۱۴ و کمترین اندازه اثر به ترتیب مربوط به مطالعه‌های هاشمیان‌فر و دیگران با اندازه اثر ۰/۲۰۱ و کلانتری و دیگران با اندازه اثر ۰/۲۶۰- است.

۴-۲. یافته‌های استنباطی

۴-۲-۱. بررسی مفروضه همگنی پژوهش‌های انجام شده

در روش فراتحلیل بررسی آزمون همگنی مطالعات منتخب، مهم است. بنابراین، به منظور بررسی آزمون همگنی مطالعات، از آزمون کیو استفاده شده است که نتایج حاصل از آن در جدول شماره ۳ آمده است.



جدول ۳. نتایج حاصل از آزمون Q

شاخص آماری	مقدار آزمون (Q)	درجه آزادی (df)	سطح معناداری	I-Squared (I^2)
نتایج	۸۰۸/۹۹۶	۱۳	۰/۰۰۰	۹۸/۳۹۳

یافته‌های جدول شماره ۳، نتایج آزمون کیو را نشان می‌دهد. بر اساس نتایج آزمون کیو ($Q=808/996$, $p < 0/001$) می‌توان ادعا نمود با سطح اطمینان ۹۹/۰ درصد فرض صفر مبتنی بر همگونی مطالعات گذشته رد و فرض ناهمگونی بین این مطالعات تأیید می‌شود. بنابراین، معناداری شاخص کیو حکایت از وجود ناهمگونی در اندازه اثر مطالعات اولیه دارد. شاخص حاضر نسبت به بالارفتن تعداد اندازه اثر حساس بوده و با بیشتر شدن اندازه اثر، توان این آزمون برای رد همگنی افزایش پیدا می‌کند. بنابراین، مجذور I^2 یکی از شاخص‌هایی است که برای این منظور مورد استفاده قرار می‌گیرد. دامنه ضریب مجذور I^2 بین ۰ تا ۱۰۰ در نوسان است و میزان ناهمگنی را به شکل درصد نمایش می‌دهد، هر چقدر که این ضریب به ۱۰۰ نزدیک‌تر باشد، حاکی از ناهمگنی بیشتر اندازه‌های اثر مطالعات اولیه است. یافته‌های حاصل از ضریب مجذور I^2 نشان می‌دهد که حدوداً ۹۸ درصد از تغییرات کل مطالعات به ناهمگنی این پژوهش‌ها ارتباط دارد. بنابراین، ادغام و ترکیب آنها با مدل آثار ثابت قابل توجیه نبوده و باید از مدل آثار تصادفی برای ترکیب نتایج سود جست. به عبارتی دیگر، آزمون ضریب مجذور I^2 بیان‌کننده این موضوع است که رابطه بین رسانه و امنیت اجتماعی، به طور شدیدی از حیث ویژگی‌ها و مشخصات مطالعات متفاوت است.

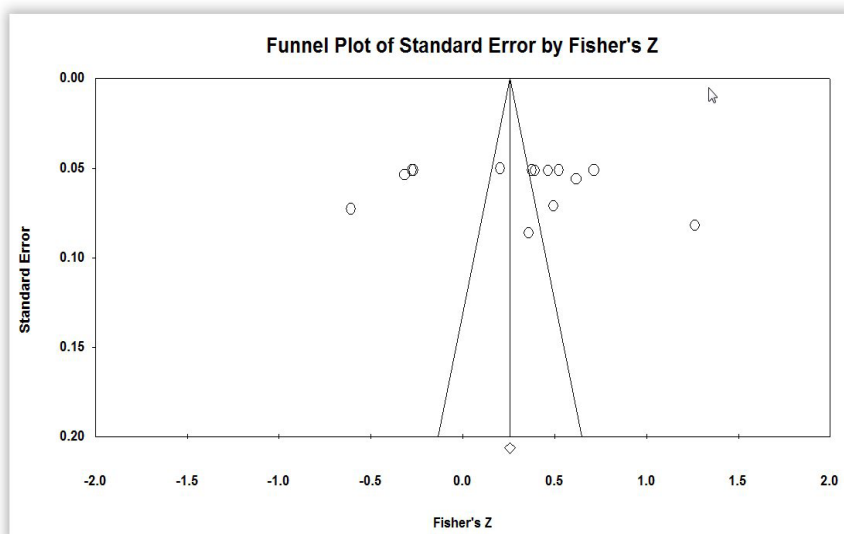
۴-۲-۲. بررسی مفروضه خطای (تورش) انتشار

از دیگر بخش‌های مهم روش فراتحلیل بررسی خطای انتشار مطالعات منتخب است. خطای انتشار، ناشی از انتشار پژوهش‌های چاپ شده و عدم انتشار پژوهش‌های چاپ نشده و انواع خطاهای مربوط به آن است. به عبارتی دیگر، یکی از عواملی که ممکن است اعتبار نتایج فراتحلیل را با مشکل مواجه کند، عدم دسترسی پژوهشگران به تمامی مطالعات انجام شده‌ای است که در بازه زمانی مشخصی که در باره موضوع مورد نظر مورد بررسی قرار گرفته‌اند. به منظور بررسی این مفروضه آزمون‌های مختلفی چون رگرسیونی آگر، همبستگی رتبه‌ای پگ و مزومدار و N ایمن

از خطا و نمودار کیفی مورد استفاده قرار گرفته است که نتایج حاصل از این آزمون‌ها در ادامه گزارش می‌شود.

۴-۲-۲-۱. نمودار کیفی

یکی از معمول‌ترین شیوه‌های بررسی خطای انتشار در روش فراتحلیل، نمودار کیفی است که شکل مربوط به این نمودار در ادامه آمده است.



شکل ۲. نمودار کیفی مربوط به خطای انتشار پژوهش

همانگونه که در شکل شماره ۲ آمده است، نتایج نمودار کیفی نشان می‌دهد که تقارن نسبی بین مطالعات انجام شده تا حدودی برقرار است، اما برای دستیابی به نتایج قابل اطمینان‌تر، باید از آزمون‌های آماری متفاوتی استفاده کرد. در این روش فرض H_0 حاکی از متقارن بودن نمودار و عدم سوگیری انتشار داشته و فرض H_1 عدم تقارن نمودار و سوگیری نشر است.

۴-۲-۲-۲. نتایج همبستگی رتبه‌ای بگ و مزومدار

این آزمون همبستگی رتبه‌ای (تاو کندال) میان اثر استاندارد و واریانس این اثرات را نشان



می‌دهد. در این ضریب مقدار صفر نشان‌دهنده فقدان رابطه میان اندازه اثر و دقت بوده و منحرف شدن از صفر، بودن رابطه را نشان می‌دهد. چنانچه عدم تقارن به دلیل سوگیری نشر باشد، انتظار می‌رود که در ارتباط با تأثیر بیشتر، خطای استاندارد نیز بزرگتر شود. در جدول شماره ۴، یافته‌های مربوط به همبستگی بگ و مزومدار آمده است.

جدول ۴. نتایج حاصل از بررسی روش همبستگی بگ و مزومدار

شاخص آماری	مقدار ضریب کندال (tau)	Z-Value	سطح معناداری (P-Value)	یک دامنه	دو دامنه
نتایج	۰/۰۱۰	۰/۰۵۴	۰/۴۷۸	۰/۹۵۶	

یافته‌های جدول شماره ۴، نشان می‌دهد که مقدار ضریب کندال برابر با ۰/۰۱۰ است و با توجه به مقدار معناداری یک‌دامنه که برابر با ۰/۴۷۸ بوده و دودامنه که برابر با ۰/۹۵۶ است، می‌توان ادعا نمود که بین اندازه اثر رابطه ضعیفی وجود داشته و به دلیل اینکه این رابطه معنادار نیست، فرض صفر مبتنی بر متقارن بودن نمودار کیفی و عدم سوگیری نشر تأیید می‌شود.

۴-۲-۳. نتایج روش رگرسیون خطی اگر

هرگاه عدم سوگیری انتشار در مطالعات وجود داشته باشد، این انتظار وجود دارد که در پژوهش‌های کوچک، میزان اثر استاندارد کوچک و در تحقیقات بزرگ، اثر استاندارد بزرگ ارائه شود. در این حالت خط رگرسیونی ایجاد می‌شود که برشی از خط رگرسیون اصلی است. اگر، خط رگرسیونی با سطح مورد انتظار متفاوت باشد، دلیل آن می‌تواند سوگیری نشر باشد. در جدول شماره ۵، یافته‌های حاصل از بررسی سوگیری انتشار بر مبنای رگرسیون خطی اگر آمده است.

جدول ۵. نتایج بررسی روش رگرسیون خطی اگر

شاخص آماری	برش (B)	خطای استاندارد (SE)	t-Value	سطح معناداری	یک دامنه	دو دامنه
نتایج	۶/۴۸۷	۱۲/۸۷۱	۰/۵۰۴	۰/۳۱۱	۰/۶۲۳	



یافته‌های جدول شماره ۵، نتایج رگرسیون خطی اگر را نشان می‌دهد، بر اساس یافته‌های این جدول، برش برابر با ۶/۴۸۷، فاصله اطمینان ۰/۹۵ درصد برابر با ۰/۵۰۴ است. با توجه به اینکه که مقدار P یک دامنه ۰/۳۱۱ و دو دامنه برابر با ۰/۶۲۳ است، بنابراین می‌توان گفت فرض H_0 مبتنی بر متقارن بودن نمودار کیفی و عدم سوگیری انتشار تأیید می‌شود.

۴-۲-۳-۳. N ایمن از خطا

بر اساس آزمون N ایمن از خطا روزنتال، تعداد پژوهش‌های گمشده، یعنی تعداد پژوهش‌هایی که مؤید فرضیه صفر هستند باید به تحلیل اضافه شده و از لحاظ آماری یک اثر کلی غیرمعنادار به دست داده و نتیجه را تغییر دهد. جدول شماره ۶، نتایج حاصل از آزمون N ایمن از خطا را نشان می‌دهد.

جدول ۶. نتایج بررسی روش N ایمن از خطا

ردیف	شاخص	مقدار
۱	مقدار Z برای مطالعات مشاهده شده	۱۷/۳۸۹
۲	مقدار P برای مطالعات مشاهده شده	۰/۰۰۰
۳	آلفا	۰/۰۵۰
۴	باقیمانده	۲
۵	Z برای آلفا	۱/۹۵۹
۶	تعداد مطالعات مشاهده شده	۱۴
۷	تعداد مطالعات گمشده‌ای که مقدار P را به آلفا می‌رساند.	۱۰۸۹

نتایج جدول شماره ۶، نشان می‌دهد که باید تعداد ۱۰۸۹ مطالعه دیگر صورت گیرد تا مقدار p دو طرفه ترکیب و از مقدار ۰/۰۵۰ بیشتر نشود. به عبارت دیگر، باید ۱۰۸۹ مطالعه دیگر انجام شود تا در نتایج نهایی و تحلیل‌ها خطایی به وجود آید و این نتیجه نشان از میزان دقت بالا و صحت و سقم اطلاعات و یافته‌های به دست آمده این مطالعه دارد. ۱۰۸۹ مورد مطالعه فاصله از خطا میزان مناسب و قابل توجهی است. پس از بررسی پیش فرض‌های فراتحلیل و با توجه به داده‌ها، می‌توان نتیجه گرفت که مدل اثر تصادفی برای ترکیب نتایج به منظور ارائه اندازه اثر مناسب‌تر



است. بر همین اساس، در جدول شماره ۷، یافته‌های مربوط به اندازه اثر مطالعات انجام شده در مدل تصادفی آمده است.

جدول ۷. اندازه اثر مطالعات رابطه بین رسانه و امنیت اجتماعی

پرسش	تعداد مطالعات	اندازه اثر (r)	حد پائین	حد بالا	Z-Value	P-Value
رابطه بین رسانه و امنیت اجتماعی	۱۴	۰/۲۷۴	۰/۰۴۷	۰/۴۷۴	۲/۳۴۹	۰/۰۱۹

نتایج جدول شماره ۷ نشان می‌دهد که میانگین اندازه اثر میزان تأثیر رسانه بر امنیت اجتماعی برابر با ۰/۲۷۴ است. به دلیل اینکه اندازه اثر محاسبه شده در محدوده اطمینان قرار می‌گیرد، ذکر این نکته حائز اهمیت است که بر آورد نقطه‌ای به دست آمده یعنی ۰/۲۷۴ بر مبنای نظام تفسیری کوهن، اثر کم نزدیک به متوسطی دارد. پس در نهایت می‌توان ادعا کرد که رسانه‌ها تقریباً در سطح متوسطی بر امنیت اجتماعی تأثیر دارند.

جدول ۸. اندازه اثر ناشی از فراتحلیل بر مبنای نظام تفسیری کوهن

اندازه اثر	r	d
کم	۰/۱	۰/۲
متوسط	۰/۳	۰/۵
زیاد	۰/۵	۰/۸

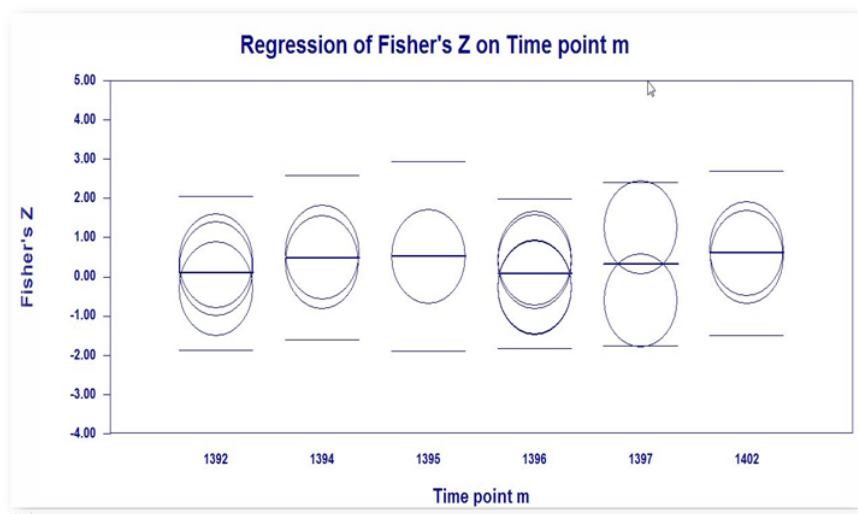
۴-۳. بررسی نقش تعدیل‌گری متغیر سال انجام پژوهش

بر اساس یافته‌های حاصل از ناهمگنی مطالعات انجام شده، تلاش می‌شود برای مشخص شدن این ناهمگنی‌ها از متغیرهای تعدیل‌گر استفاده شود تا بدین وسیله، تفاوت واریانس (ناهمگنی) بین مطالعات مشخص شود. در مطالعه حاضر از متغیره سال انجام پژوهش به عنوان متغیر کمی تعدیل‌گر استفاده می‌شود. در جدول شماره ۹، نتایج بررسی متغیر سال انجام پژوهش به عنوان متغیر تعدیل‌گر آمده است.

جدول ۹. نتایج متارگرسیون بر مبنای تعدیل‌گری متغیر سال انجام پژوهش

برآورد ناهمگونی		
P-Value	Df	Q
۰/۰۰۰	۱۳	۵۸۳/۹۷۱

با توجه به نتایج جدول شماره ۹ و شکل شماره ۳، مقدار کیو به میزان ۰/۹۹ درصد از لحاظ آماری معنادار است. با اضافه کردن متغیر کمی سال انجام پژوهش، نتایج برآمده از آزمون کیو، حکایت از کاهش چشمگیر مقدار کیو از ۸۰۸/۹۹۶ به ۵۸۳/۹۷۱ و افزایش اندازه اثر و معنادار شدن آن دارد.



شکل ۳. نتایج متارگرسیون برای هر یک از مطالعات منتخب

با توجه به نقش تعدیل‌گر متغیر سال انجام پژوهش، می‌توان گفت، این متغیر در رابطه با رسانه و امنیت اجتماعی نقش تعدیل‌کنندگی داشته است. به عبارت دیگر، با گذر زمان شدت رابطه بین رسانه و امنیت اجتماعی افزایش یافته است.



۵. نتیجه‌گیری

امروزه امنیت اجتماعی به یکی از مهم‌ترین و پرکاربردترین مفاهیم در حوزه علوم انسانی و به‌طور خاص علوم اجتماعی تبدیل شده است. عوامل بسیاری وجود دارد که با امنیت اجتماعی اعضای یک جامعه در ارتباطند، در این بین نقش رسانه‌ها در نسبت با امنیت اجتماعی قابل تأمل است. مطالعه حاضر رابطه رسانه‌ها و امنیت اجتماعی را مورد بررسی قرار داد. در چند سال اخیر، محققین و صاحب‌نظران، مطالعاتی در این حوزه انجام داده و هر کدام از این مطالعات به نتایج متفاوتی رسیده‌اند، اما در مطالعه حاضر هدف محقق ترکیب نتایج مطالعات به روش فراتحلیل بوده تا بتوان به نتایج منسجم‌تری در رابطه با دو متغیر رسانه و امنیت اجتماعی دست یافت. بررسی رابطه رسانه‌ها با امنیت اجتماعی بحثی مهم است، زیرا رسانه‌ها می‌توانند تصاویر و برداشت‌هایی از امنیت اجتماعی ارائه دهند که بر عقاید، نگرش‌ها و ارزش‌هایی اعضای جامعه اثرگذار باشد.

در پژوهش حاضر، در مرحله اول، ۱۴ مطالعه مورد بررسی قرار گرفت و با بهره‌گیری از آزمون کیو در سطح اطمینان ۰/۹۹ درصد، فرضیه صفر مبنی بر همگن بودن مطالعات انجام شده رد شد و فرض ناهمگونی اندازه اثر مطالعات منتخب تأیید شد. همچنین ارتباط بین دو متغیر رسانه و امنیت اجتماعی، از جهت ویژگی‌ها و مختصات مطالعات، متفاوت و متغیر بوده است. نتایج بررسی خطای نشر مطالعات صورت گرفته نیز حکایت از این قضیه داشت که فرض صفر مبتنی بر متقارن بودن نمودار کیفی و عدم سوگیری نشر تأیید شد. به منظور بررسی و اطمینان به درستی این موضوع، محاسبه ضریب N ایمن از خطا انجام شد و نتایج حاصل از آن نشان داد که که ۶۲۲ پژوهش دیگر باید انجام شود تا در محاسبات نتایج نهایی خطایی رخ دهد و این امر نشان داد که به یافته‌ها و اطلاعات به دست آمده از این پژوهش می‌توان اطمینان نمود. در مرحله دوم، بعد تحلیلی یافته‌ها مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که اندازه اثر رسانه بر امنیت اجتماعی برابر با ۰/۲۷۴ است و به دلیل این که این اندازه اثر در محدوده اطمینان قرار دارد، بنابراین می‌توان ادعا نمود که تأثیر رسانه بر امنیت اجتماعی در حد پایین رو به متوسط است. به عبارت دیگر، متغیر رسانه عامل اثرگذاری بر امنیت اجتماعی افراد جامعه است. ذکر این نکته مهم است که در ۱۴ مطالعه منتخب قبلی، اندازه اثر ۱۱ مطالعه مورد بررسی از اندازه اثر کل بیشتر بوده و ۳ مطالعه نیز از اندازه اثر کل، کم‌تر بوده است. در مرحله سوم پژوهش حاضر، نقش متغیر تعدیل‌گر سال انجام پژوهش بررسی شد. در ابتدا میزان متارگرسیون مربوط به سال انجام پژوهش نشان داد که مقدار کیو در سطح معناداری ۰/۹۹ درصد به شکل معناداری کاهش یافته و بر اندازه اثر تأثیرگذار بوده است.



همانطور که نتایج مطالعه حاضر نشان می‌دهد، می‌توان گفت که رسانه‌ها بر امنیت اجتماعی افراد جامعه اثرگذار بوده و نقش مؤثری در زندگی اعضای جامعه ایرانی ایفا می‌کنند. همانطور که انتظار می‌رفت یافته‌های این پژوهش یافته‌های مطالعات قبلی را تا حد زیادی تأیید می‌کند، چرا که بر اساس اندازه اثر حاصل از این پژوهش بر مبنای نظام تفسیری کوهن، رسانه بر امنیت اجتماعی اثر در نزدیک به متوسطی دارد و به دلیل این ۱۵۷۰ که اکثر نتایج مطالعات قبلی نیز بر تأثیر رسانه بر امنیت اجتماعی تأکید داشتند، می‌توان ادعا نمود نتایج این فراتحلیل با نتایج مطالعات انجام شده همخوانی دارد. در نهایت باید عنوان نمود رسانه‌ها در جامعه نقش حیاتی داشته و بررسی تأثیر رسانه‌های گوناگون بر امنیت اجتماعی و رفتار افراد بحثی ضروری است، البته باید این نکته را ذکر نمود که پژوهش حاضر سعی بر این داشته که بخشی از نیازهای جامعه را پاسخ دهد، اما ضروری است تا پژوهش‌های دیگری نیز در این حوزه انجام شود. همچنین توسعه سواد رسانه‌ای، آموزش نحوه مواجهه انتقادی با رسانه‌ها و افزایش آگاهی اعضای جامعه در سطح خرد و کلان نیز می‌تواند در برخورد عقلانی با رسانه‌ها توسط اعضای جامعه مهم باشد.

۱. اکبری، محسن؛ قیاسی، رضا؛ آل طه، سید حسن؛ هوشمند چایجانی، میلاد و آهی، پرویز (۱۳۹۵). بررسی تأثیر استفاده ناآگاهانه از شبکه‌های اجتماعی بر امنیت اجتماعی با تعدیل‌گری درگیری ذهنی کاربران، *فصلنامه پژوهش‌های اطلاعاتی و جنایی*، ۱۱ (۱)، ۸۴-۶۵.
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.17359367.1395.11.41.3.6>
۲. امین‌مظفری، فاروق و کریمی، فریدون (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین رسانه‌های نوین (موبایل و اینترنت) و امنیت اجتماعی؛ مطالعه موردی شهروندان ۳۰-۱۵ سال شهر تبریز، *فصلنامه دانش انتظامی*، ۱۷ (۱)، ۶۱-۴۷.
http://pok.jrl.police.ir/article_97119.html
۳. بودریار، ژان (۱۴۰۰). *وانموده‌ها و وانمود*، (مترجم: پیروز ایزدی)، تهران: نشر ثالث. چاپ چهارم
۴. بودریار، ژان (۱۳۸۱). *در سایه اکثریت‌های خاموش*، (مترجم: پیام یزدانجو)، تهران: نشر مرکز. چاپ اول
۵. باقری بنجار، عبدالرضا؛ یمینی، محمد و فروغی، مریم (۱۳۹۷). رابطه بین مصرف اینترنت و احساس امنیت اجتماعی در بین دانشجویان؛ مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان، *فصلنامه علوم خبری*، ۷ (۲)، ۳۸-۷.
https://www.mjourcom.ir/article_117999.html
۶. پورهادی، ابراهیم و نوری، قباد (۱۳۹۴). تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر امنیت سیاسی-اجتماعی؛ مطالعه موردی نظامیان مستقر در غرب کشور، *فصلنامه راهبرد دفاعی*، ۱۳ (۵۰)، ۱۴۵-۱۱۷.
https://ds.sndu.ac.ir/article_563.html
۷. جوادی، علی؛ فلاح، علی؛ متانی، مهرداد و باقرزاده، محمدرضا (۱۴۰۲). الگوی پیش‌بینی‌های محیط رسانه‌های اجتماعی با رویکرد اعتماد رسانه‌ای-اجتماعی به امنیت اجتماعی، *فصلنامه رسانه*، ۳۴ (۴)، ۱۸۷-۱۵۹.
<https://doi.org/10.22034/bmsp.2023.337398.1717>
۸. حبیب‌زاده، اصحاب (۱۳۹۷). رسانه‌های اجتماعی و امنیت عمومی، *فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات امنیت اجتماعی*، ۵۴ (۱)، ۱۶۳-۱۲۳.
<http://sss.jrl.police.ir>
۹. خواجه‌نوری، بیژن و کاوه، مهدی (۱۳۹۲). مطالعه رابطه بین مصرف رسانه‌ای و احساس امنیت اجتماعی، *فصلنامه پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی*، ۲ (۶)، ۷۸-۵۷.
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23221453.1392.2.2.4.0>





۱۰. دلاور، علی (۱۳۸۴). *روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی*، تهران: نشر ویرایش. چاپ اول

۱۱. رسول‌زاده اقدم، صمد و اکبرپور، حامد (۱۳۹۶). مطالعه رابطه بین استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و احساس امنیت فرهنگی و اجتماعی؛ مطالعه موردی جوانان شهر تبریز، *فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، ۱۶ (۳۵)، ۹۳-۱۱۰.

https://faslname.msy.gov.ir/article_192.html

۱۲. ریتزر، جورج (۱۳۹۴). *نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، (مترجم: محسن ثلاثی)، تهران: انتشارات علمی. چاپ یازدهم.

۱۳. رستگار خالد، امیر و محمدیان، فاطمه (۱۳۹۲). استفاده از اینترنت و احساس امنیت اجتماعی؛ مورد مطالعه دانشگاه باهنر کرمان، *فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۱۴ (۲۲)، ۵۳-۸۹.

<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20088760.1392.14.22.3.0>

۱۴. کیا، علی اصغر و خلجی، مریم (۱۳۹۹). نقش تبلیغات ماهواره‌ای کالاهای ایرانی در سبک زندگی ایرانیان از نگاه دانشجویان رسانه و مطالعات فرهنگی، *فصلنامه علوم خبری*، ۹ (۳)، ۱۳۰-۱۰۵.

https://www.mjourncom.ir/article_127909.html

۱۵. کازنو، ژان (۱۳۹۷). *جامعه همه جایی*، (مترجم: باقر ساروخانی و منوچهر محسنی)، تهران: نشر اطلاعات. چاپ یازدهم.

۱۶. کلانتری، عبدالحسین؛ محبی، سیروس و حیدرخانی، هابیل (۱۳۹۶). بررسی ارتباط بین استفاده از رسانه‌های جمعی جهانی و احساس امنیت اجتماعی در شهر کرمانشاه، *پژوهش‌نامه توسعه فرهنگی اجتماعی*، ۲ (۳)، ۲۵-۴۲.

https://jscd.journals.pnu.ac.ir/article_4138.html

۱۷. لیتل جان، استیفن (۱۳۸۴). *نظریه‌های ارتباطات*، (مترجم: سیدمرتضی نوربخش و سیداکبر میر حسینی)، تهران: نشر جنگل. چاپ اول

۱۸. مشیر استخاره، زهراسادات و دورودیان، علی اصغر (۱۴۰۲). نقش میانجی نگرش به رسانه‌های اجتماعی در رابطه با نفرت پراکنی اینترنتی با احساس امنیت و لذت اجتماعی ورزشکاران نوجوان، *فصلنامه علمی مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، ۲۲ (۶۱)، ۱۱۵-۱۳۲.

<https://doi.org/10.22034/ssys.2022.2259.2618>

۱۹. متانی، مهرداد؛ قلی‌زاده، نقی؛ فلاح، علی و رشیدی، احتشام (۱۳۹۶). بررسی نقش انواع



رسانه‌های جمعی در احساس امنیت اجتماعی شهروندان شهر تهران، *فصلنامه علمی-پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر*، ۱۱ (۳)، ۳۷-۵۴.

https://journals.iau.ir/article_533405.html

۲۰. نیازی، محسن؛ اسلامی بناب، سیدرضا و سخایی، ایوب (۱۳۹۷). فراتحلیل مطالعات رابطه بین

سبک زندگی و هویت اجتماعی، *فصلنامه علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی*

دانشگاه فردوسی، ۱۵ (۲)، ۲۶۷-۲۳۷. <https://doi.org/10.22067/jss.v15i2.62132>

۲۱. نادری، مهدی و رحیمی، محمد (۱۳۹۶). نقش رسانه‌های نوین ارتباط جمعی در احساس امنیت

اجتماعی جوانان؛ مطالعه موردی شهر ری، *فصلنامه پژوهش اجتماعی*، ۹ (۳۶)، ۱۳۶-۱۱۹.

<https://sanad.iau.ir/Journal/sr/Article/1111329>

۲۲. هاشمیان فر، علی؛ دهقانی، حمید و اکبرزاده، فاطمه (۱۳۹۲). تأثیر دینداری و رسانه‌های

جمعی بر احساس امنیت اجتماعی دانشجویان، *پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی*،

۲ (۵)، ۷۲-۵۳. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23221453.1392.2.1.3.7>

23. Buzan, B. & Hansen, L. (2010). Beyond The Evolution of International Security Studies? *Journal of Security Dialogue*, 41(6), 1-20.

24. <http://dx.doi.org/10.11770967010610388214/>

25. Hunter, J; Schmidt, L (1990). *Methods of meta-analysis: correcting error and bias in research finding*, New bury Park, CA: Sage.

26. Rosenthal, R (1991). *Meta-analytic Procedures for social research*, New bury park, CA: Sage.

27. Thompson, J. B. (2014). *Ideology and Modern Culture, Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*, University of Cambridge.