

# مطالعه عوامل مؤثر بر احساس ناامنی اجتماعی نسبت به کالاهای اساسی معیشتی (مورد مطالعه: شهر اردبیل، ۱۴۰۱)

طاها عشایری<sup>۱</sup>

ظاهره جهان پرور<sup>۲</sup>

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۸/۲۷ - تاریخ تصویب: ۱۴۰۳/۵/۳)

نوع مقاله: علمی پژوهشی

## چکیده

بنیادی‌ترین نیاز انسان‌ها، دسترسی بدون دغدغه به خوراک، پوشاک و مسکن است. تأمین و دسترسی به غذا و کالاهای اساسی در هرم حقوقی انسان‌ها در تداوم حیات جمعی امری مهم و الزامی است. این پژوهش بر آن است که علت احساس نسبت به کالاهای اساسی را در بین شهروندان شهر اردبیل بررسی کند. برای پاسخ به پرسش اصلی، از روش *sample power* تعداد ۲۷۰ نفر به‌عنوان حجم نمونه تعیین و پرسشنامه به‌صورت تصادفی بین شهروندان توزیع شده است. نتایج حاصل از آزمون پیرسون نشان می‌دهد که بین متغیرهای آنومی اخلاقی، بازدارندگی رسمی، اعتماد اجتماعی، فضای کسب و کار نامساعد، فرصت‌طلبی و حافظه جمعی تاریخی با

۱ - استادیار و عضو هیئت علمی گروه تاریخ و جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران  
(نویسنده مسئول): t.ashayeri@uma.ac.ir

۲ - دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی گروه علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی ارتباطات و رسانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

احساس ناامنی نسبت کالاهای اساسی رابطه معنی داری وجود دارد. نتایج کلی معادلات ساختاری نشان می‌دهد که آنومی اخلاقی (۰.۱۶۸)، بازدارندگی رسمی (۰.۲۹۱)، بی‌تفاوتی اجتماعی (۰.۳۲۹)، اعتماد اجتماعی (۰.۴۶۸-)، فضای کسب و کار نامساعد (۰.۲۴۶-)، فرصت‌طلبی (۰.۱۸۷) و حافظه جمعی-تاریخی (۰.۲۳۸) روی ناامنی نسبت به کالاهای اساسی تأثیر داشته است.

**کلیدواژه‌ها:** ناامنی نسبت به کالاهای اساسی، فرصت‌طلبی، فضای کسب و کار، اعتماد اجتماعی

## ۱- مقدمه و بیان مسئله:

امنیت، پدیده روانشناختی-اجتماعی است و ناشی از تجربه مستقیم و غیرمستقیم افراد از شرایط و اوضاع محیط پیرامونی است (زمانی و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۶۷). امنیت، حیاتی‌ترین نیاز بشری و در متون الهی و اسلامی، عظیم‌ترین نعمت الهی (خوزین، ۱۳۹۸: ۳۶) و مهم‌ترین گمشده انسان امروزی است. زندگی سعادت‌مند بشر در گروه میزان امنیت است (نوبری و اسماعیلی، ۱۳۹۸: ۲۴۴). غذا از جمله نیازهای بنیادین بشر است که تأمین آن در مقوله امنیت غذایی نهفته است. شواهد نشان می‌دهد که دستیابی نامطمئن به مواد غذایی هنوز یکی از مشکلات مهم جهانی است (نجفیان زاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۵). ناامنی نسبت به کالاهای اساسی به مفهوم دسترسی محدود یا نامطمئن به غذای کافی و سالم، یا توانایی محدود برای دستیابی به غذا از راه‌های قابل قبول اجتماعی است (حججی و همکاران، ۱۳۹۴: ۸۸). ناامنی نسبت به کالاهای اساسی از مقوله‌هایی است که تأثیر جدی بر وضعیت تغذیه افراد جامعه بجای می‌گذارد (ستوده و همکاران، ۱۳۹۴: ۵۳). بنا بر تعریف سازمان ملل، امنیت غذایی دسترسی همه مردم به غذای کافی در تمام اوقات برای داشتن یک جسم سالم است. طبق این تعریف، موجود بودن غذا، دسترسی به غذا و پایداری در دریافت غذا ۳ عنصر اصلی در امنیت غذایی است. جامعه‌شناسی غذا، واقعیتی تازه در مطالعات علم اجتماعی است که به ساختار فرهنگی و اجتماعی از جمله عادت، ذائقه و تولید و مصرف می‌پردازد (علیزاده اقدم، ۱۳۸۹: ۲۸۸). امنیت غذایی یکی از فاکتورهای اصلی تأمین‌کننده سلامت فردی و اجتماعی است و ضامن توسعه و پیشرفت جامعه محسوب می‌شود و

از چنان اهمیتی برخوردار است که بانک جهانی و فائو هدف توسعه هزاره سوم را امنیت غذایی معرفی نموده است (کوهی، ۱۳۹۳: ۹۷). مازلو از جمله اندیشمندانی است که در زمینه تشخیص و دسته‌بندی نیازهای انسانی، صاحب نظر است. وی در قالب نظریه سلسله مراتب نیازها مدعی است که نیازهای انسان به پنج دسته: نیازهای فیزیولوژیکی (غذا، آب و میل جنسی)، نیاز به امنیت، تعلق پذیری و محبت (دوست داشتن و دوست داشته شدن)، احترام و خود شکوفایی است (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۴۵). برآورده شدن نیازهای پایه‌ای یکی از گام‌های مهم در رشد و شکوفایی اجتماعی است. ابهام و ناامنی در پایه اولیه این هرم، باعث احساس ناامنی اجتماعی و رواج آنومی و فردگرایی می‌گردد. گرایش انسان به رفع نیازها و تحقق منافع و مصالح شخصی بدون لحاظ کردن دیگران به عنوان خودمداری و تک‌روی یا خودمحوری است. فردگرایی خودخواهانه نوعی از فردگرایی است که در آن نفع شخصی اولویت تام داشته و افراد صرفاً به دنبال تأمین منافع خویش هستند (قادری و القونه، ۱۳۹۶: ۲). جامعه ایرانی، دارای سرشار از منابع اقتصادی (گاز، معدن، نفت) و سایر منابعی است که توان مدیریت امنیت اقتصادی و غذایی شهروندان را دارد. وجود تورم‌های انتظاری، احتکار کالا و گرانی و گران‌فروشی و هراس از کمبود کالاهای اساسی، امری است که به ذهنیت اجتماعی-فرهنگی شهروندان بستگی دارد، به جای تحلیل امر اقتصادی مسئله باید به امر جامعه‌شناختی یعنی داشتن فرهنگ اجتماعی یا ذهنیت اجتماعی توجه کرد. در جامعه ایران، فرهنگ فردگرایی بسیار مهم است. فرهنگ شیوه زندگی در یک جامعه خاص است و بر پایه ارزش‌ها و باورهای مشخصی سامان می‌یابد (آزاد ارمکی، ۱۳۹۳: ۲۱). انسان‌ها برای بقاء خود به دیگران نیاز دارند و بقاء انسان امری طبیعی است که در این امر، با دیگران بودن امکان زندگی را می‌دهد (شارون، ۱۳۸۹: ۵۲ و ۵۳). قانون حاکم بر فردگرایی، اجازه می‌دهد که آن‌ها به صورت جداگانه سکنی گزیده و رفتار نمایند (ریلو و همکاران، ۱۹۹۷). طبق یافته‌های هافستد<sup>۱</sup> (۱۹۸۰) بین فردگرایی و وفور منابع یا ثروت و بین جمع‌گرایی و کمیابی منابع یا فقر رابطه معنی‌داری که وجود دارد که این یافته از مطالعه ۱۶ کشور به دست آمده است. در جوامعی که بر سلسله‌مراتب تأکید دارند، حس پایین منزلت اجتماعی در گروه، افراد را به عضویت در جمع سوق می‌دهد که هدف اصلی ارتقا منزلت

اجتماعی، تأمین امنیت اجتماعی، اعتماد زایی و حفظ سنت هست (تریاندیس، ۲۰۰۹). همیشه طبقات پایین (فقرا) در مقایسه با طبقات بالای جامعه (مرفهان) گرایش بیشتری به دفاع از جمع بودگی، خویشاوندان و درون‌گروهی دارند (کوهن، ۱۹۹۷). مردم این جوامع، گرایش بیشتری به همدلی، مسائل عاطفی و داشتن روابط عاطفی باهم دارند (کیتایاما و همکاران، ۲۰۰۷). با توجه به شدت کمیابی منابع، ارزش و هنجارهای جوامع سنتی چه کشاورزی و کوچ‌نشینان، ایجاب می‌کند که توجه به امنیت گروه، نظم و انضباط اجتماعی، احترام به سنت‌ها، هم‌رنگی و نهایت ادب و نزاکت نسبت به سلسله‌مراتب و اعضای گروه را بسیار جدی بگیرند (اسوارتر، ۱۹۹۴). به لحاظ نظری می‌توان محرومیت نسبی را نیز مهم نامی نسبت به کالاهای اساسی دانست (غفاری و حبیب پور گنابی، ۱۳۹۴؛ پناهی، ۱۳۹۳؛ هایز و همکاران، ۲۰۰۸؛ سیگل، ۲۰۰۸؛ سیگل و سنا، ۱۳۸۴ و حسینی نثار و فیوضات، ۱۳۹۰). احساس نامنی نسبت به کالاهای اساسی، بیشتر به مسئله فرهنگ و اجتماع (دیالکتیک بین سطح خرد و سطح کلان) ارتباط دارد. احساس نامنی نسبت به کالاهای اساسی و کمبود کالاها و استفاده از موقعیت با هدف سود شخصی، نوعی کاهش تفکر نوع‌دوستی و رواج رفتار فردگرایی منفی اقتصادی است. رفتاری که اجتماع را با نوعی بی‌انسجامی و بی‌هنجاری روبرو می‌سازد. اقتصاد در مطالعات علوم انسانی در تمامی دوره‌های تاریخی نقش تعیین‌کننده در کنش‌های اجتماعی داشته است. به‌نوعی فقر، محرومیت نسبی و احساس نامنی نسبت به کالاهای اساسی، باعث ایجاد باورهایی از نوع تنازع بقا داروینی در اجتماع شده و به رواج بی‌سازمانی اجتماعی کمک می‌رساند. فروش گران‌قیمت کالاها، دلاریزه شدن بازار و اقدام غیراخلاقی نهادهای اقتصادی و بازاری در برهه‌های حساس تاریخی جامعه، ضمن رواج بی‌اعتمادی اجتماعی و کاهش سرمایه اجتماعی به اثر گذاشتن بیشتر تحریم‌های جوامع غربی کمک می‌کند. فردگرایی، تک‌روی و نبود روحیه جمعی از زمره ویژگی‌های نامطلوبی است که رشد فزاینده‌ای در جامعه کنونی پیدا کرده است و سبب اختلال در یکپارچگی و هماهنگی میان افراد در حوزه اقتصادی، خانوادگی و فرهنگی شده است. فردگرایی منفی، ترجیح منافع مادی بر نیازهای جمع به تعبیری تفکر اتمیزاسیون اقتصادی - غذایی، به‌زعم دورکیم، نشان از رواج احساس آنومی اجتماعی یا بی‌هنجاری و کاهش

بازدارندگی نظارت‌های اجتماعی است در مواقع بحرانی از جمله تهدیدهای بیرونی، انسجام داخلی، حفظ پیوستگی بین نهادهای سطح خرد و کلان، یکی از مکانیسم‌های مهم در نگهداشت جامعه و ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضاست. به این معنی که آنچه احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی را در طی سال ۱۴۰۰ دامن زد، بیشتر امری درونی بود تا بیرونی و این امر نیازمند واکاوی جامعه‌شناختی است. آনومی اقتصادی و اجتماعی، تحولات بیرونی در کنار وقایع درونی از جمله رسانه‌ای شدن کمبود کالا، احتکار آن سبب شد تا شهروندان در آن برهه دچار بی‌ثباتی روانی و هراس از کمبود اجناس و کالاهای اساسی شوند، گرچه ورود دستگاه‌های دولتی از جمله سازمان تعزیرات، نهاد قضایی و سایر ارگان‌ها با هدف اطمینان بخشی به وجود امنیت غذایی (سبد کالاهای اساسی خانوار) صورت گرفت، اما فضای اجتماعی، گفتمانی سوای این گفتمان رسمی شکل گرفته بود و همچنان شهروندان این احساس را داشتند که جامعه با بحران غذایی روبرو خواهد شد. به این خاطر، صف برخی فروشگاه‌ها مملو از مردمی بود که در جهت ذخیره اقلام موردنیاز و ضروری روزمره خود بودند. به این ترتیب این پژوهش برای بررسی مسئله احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی شهروندان، سؤال‌های زیر را مطرح کرده است:

۱- علت احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی در بین شهروندان چیست؟

۲- کدام متغیر بیش‌ترین نقش و تأثیرگذاری را در احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی شهروندان داشته است؟

## ۱-۱- مبانی نظری

**امنیت غذایی:** امنیت غذایی شرایطی است که مردم در فقر یا ترس از گرسنگی و قحطی زندگی نمی‌کنند، فائو، هدف عمده امنیت غذایی را ایجاد اطمینان برای تمامی انسان‌ها در دسترسی فیزیکی و اقتصادی به مواد غذایی اساسی که نیاز دارد، معرفی کرده است. امنیت غذایی زمانی تأمین می‌شود که سرانه سبد غذایی خانواده به صورت صحیح انتخاب و تهیه شود و غذای کافی به صورت صحیح طبخ گردد تا عناصر و مواد غذایی سالم و صحیح به سلول‌ها و اندام‌های بدن برسد. پس امنیت غذایی بر پایه سه شاخص ۱. موجود بودن و دسترسی به مواد غذایی، ۲. توان اقتصادی خرید و انتخاب مواد غذایی و ۳. تأمین سلامت و پایداری در دریافت

مواد غذایی استوار است (باقرزاده آذر و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۸). سرچشمه فکری امنیت غذایی به بحران غذا در اوایل دهه ۱۹۷۰ برمی‌گردد. در آغاز این دهه، تولید مواد غذایی در کشورهای در حال توسعه کاهش یافت. روز به روز بی‌ثباتی و عدم تعادل بین جمعیت و غذا در جهان افزوده شد. به دلیل جلوگیری از عواقب وخیم این بحران کنفرانس جهانی غذا به ابتکار سازمان ملل متحد در سال ۱۹۷۴ تشکیل که در آن به امنیت غذایی در سطح جهان و به تبع آن در سطح کشورها تأکید شد. امنیت غذایی شامل عرضه متمرکز کالاهای اساسی غذایی به منظور بهبود مداوم مصرف غذا و خنثی کردن اثرات ناشی از نوسانات تولید و قیمت است (اسفندیاری و میر عباسی، ۱۳۹۴: ۱۶۱).

## ۱-۲- پیشینه تجربی پژوهش

هزار جریبی و علیزاده (۱۳۹۱)، در پژوهشی با عنوان "**نقش تعیین کننده سرمایه اقتصادی و اجتماعی در ناامنی نسبت به کالاهای اساسی شهروندان (مورد مطالعه: شهروندان تبریزی)**"، انجام داده‌اند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که بین ناامنی نسبت به کالاهای اساسی و ابعاد حمایت اجتماعی و مشارکت اجتماعی، سرمایه اجتماعی رابطه معنی‌دار و معکوس وجود دارد، در حالی که بین اعتماد اجتماعی و ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری مشاهده نگردید. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که بین سرمایه اقتصادی و ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌دار و معکوس وجود دارد. به طوری که بین دسترسی به غذا و کفایت غذایی رابطه معنی‌دار و معکوس ولی بین سرمایه اقتصادی و کیفیت غذایی رابطه معنی‌دار و مستقیم وجود دارد. این نتایج نشان داد که ناامنی نسبت به کالاهای اساسی شهروندان بر حسب مقطع تحصیلی و نوع شغل افراد متفاوت است.

- کوهی (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان "**ناامنی نسبت به کالاهای اساسی و سرمایه اجتماعی**" انجام داده است. نتایج نشان می‌دهد که میزان ناامنی خانوار در سطح پایین بوده و بین اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و شبکه روابط اجتماع با ناامنی نسبت به کالاهای اساسی همبستگی منفی و معکوسی دارد؛ و در نهایت در مدل ۱۹ درصد از تغییرات ناامنی نسبت به کالاهای اساسی را تبیین می‌کند.

- علیزاده اقدام (۱۳۸۹)، در پژوهشی با عنوان "**تحلیل جامعه‌شناختی سبک غذایی**

**شهروندان تبریزی** انجام داده، نشان می‌دهند که رفتار سالم تغذیه بین جامعه در اصول غذایی، دارای دو بعد سالم و ناسالم است. در معیارهای سبک غذایی، تأهل، جنسیت، ساختار طبقه، سن، شرایط بدنی، سرمایه سه گانه (فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی) تأثیر می‌گذارند. شرفخانی و همکاران (۱۳۸۸)، در پژوهشی با عنوان "شیوع و عوامل مؤثر ناامنی نسبت به کالاهای اساسی، در شهرستان خوی"، انجام داده‌اند، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که وضعیت مسکن، وضعیت خودرو، وضعیت والدین (تک والدین یا دو والد بدن) و وضعیت درآمد خانوار از عوامل مؤثر بر امنیت غذایی خانوار است.

### ۱-۳- نقد پیشینه تجربی پژوهش و تمایز پژوهش فعلی

در ایران درباره امنیت غذایی یا احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی به‌عنوان یک مسئله مهم و حیاتی، از بعد جامعه‌شناسی پژوهش منسجم و دقیقی صورت نگرفته است. تنها پژوهش‌های جامعه‌شناختی هزارجریبی و علیزاده (۱۳۹۱) کوهی (۱۳۹۳) به مبحث امنیت غذایی از رویکرد جامعه‌شناختی پرداخته‌اند. در کنار این پژوهش، تحقیق فعلی قصد دارد با روش پیمایش ضمن استفاده از نظریه‌های مرتبط با ناامنی نسبت به کالاهای اساسی، از مغیرهای جامع و کلان برای سنجش ناامنی نسبت به کالاهای اساسی شهروندان استفاده کند و همچنین اجرای این پژوهش در مقطع زمانی انجام می‌پذیرد که شهروندان درگیر این مسئله بوده و آن را درک و تجربه کرده‌اند.

### ۱-۳-۱- نظریه آنومی اجتماعی و فروپاشی اخلاقی اجتماع

جامعه قبل از هر امری، ساحتی اخلاقی دارد. بقاء و ماندگاری اجتماعی، با انگاره‌های اخلاقی پایداری خود را حفظ می‌کند. هیچ جامعه‌ای نیست که در آن آنومی خود را نمایان نکند و آن زمانی است که بحران‌های اخلاقی رواج یابد و نقطه پیونددهنده و اتصالگر موجود نباشد. دورکیم در تعریف آنومی، آن را نوعی عدم التزام به قواعد اخلاقی می‌داند (مسترویچ، ۱۹۸۸: ۸۴). فردگرایی و کاهش نوع‌دوستی، نشان از کم‌رنگ شدن آرمان‌های اخلاقی در جامعه است. فروپاشی قواعد اخلاقی، همان کم‌رنگ شدن انسجام عقیدتی و ارزشی در جامعه است. آنومی از نبود قواعد اخلاقی مقتدر برمی‌خیزد (اورو، ۱۹۸۸). این عدم التزام ناشی از کم‌رنگ شدن یا واضح نبودن این قواعد در جامعه است. منشأ اصلی این قواعد اخلاقی در دو عامل مهم سنت (مذهب) و عرف (قوانین عرفی) نهفته است (پارک و برگس، ۱۹۲۱). دورکیم، مشکل جامعه

جدید را خصلتی اخلاقی می‌داند. به نظر او، اولویت دادن به منافع گروهی، هر چه باشد، همیشه خصلتی اخلاقی دارد، چون لازمه آن، روحیه ایثار و از خودگذشتگی است. تمدن جدید و جامعه‌ای که از همبستگی مکانیکی گذر کرده، خوشبختی را کاهش داده است. در اندیشه دورکیمی، اگر نتوان فرد را در اجبار اجتماعی قرارداد و با اجتماع همراه کرد، رفتارهای منفی در مناسبات اجتماعی فراگیر خواهد شد، چون منافع فردی بر منافع جمعی تفوق می‌یابد. جامعه با آسیب و انحراف روبرو می‌شود و این آسیب‌ها و انحرافات، با گرایش‌های فردگرایانه<sup>۱</sup> یا گرایش‌های خودگرایانه<sup>۲</sup> نمود پیدا می‌کند. اخلاق فردی در پرتو اخلاق جمعی و اجتماعی، معنی پیدا می‌کند. دورکیم بی‌هنجاری را به معنای فقدان وفاق و اجماع<sup>۳</sup> نسبت به سه مؤلفه اصلی؛ اهداف اجتماعی<sup>۴</sup>، انتظار جمعی<sup>۵</sup> و الگوهای رفتار<sup>۶</sup> می‌داند (غفاری، ۱۳۹۰).

به نظر پارسونز کار ویژه و اصلی جامعه محدود ساختن امیال بی‌حد و حصر انسان و وضع قواعد و مقرراتی برای این امیال است. به نظر پارسونز بهترین شیوه برای درک کل واقعیت اجتماعی، این است که آن را به عنوان نظام درک کنیم. جامعه نیز همچون نظام‌های مکانیکی یا ارگانیکی مجموعه‌ای از اجزاست که بین آن‌ها روابط متقابل وجود دارد، چنین مجموعه‌ای صرفاً بر زور و قدرت متکی نیست؛ بلکه بر مکانیسم‌های همبستگی پیچیده<sup>۷</sup> مبانی اخلاقی استوار است (والاس، ۱۹۸۶: ۱۷). زتومکا، با نگرش، فرهنگ گرا، جامعه را ساخته از یک اجتماع اخلاقی در نظر گرفته و آن را صرفاً سازمانی غیر رسمی می‌داند. این سازمان، مملو از ما، گروه و اجتماع سنتی است که با سرمایه اجتماعی، اخلاق، اعتماد، وفاداری و مشاع جمعی سروکار دارد (زتومکا، ۱۹۹۹: ۵). اصول اخلاقی در این اجتماع، چون امانت، فرهنگ صداقت، حس خوب، وفاداری، تعیین کننده شاکله یک جمع هستند و از شیوع ارزشهای منفی فرساینده سرمایه جمعی جلوگیری می‌کند (غفاری، ۱۳۹۰: ۶۳). هرچه اخلاق جمعی کاهش یابد، به همان میزان

---

1. Individualistic

2. Egoistic

3. Consensus

4. Social goals

5. Expectation collective

6. Patterns of behavior



فردگرایی منفی جایگزین آن می‌شود، پیوند اجتماعی از بین می‌رود و همچنین جامعه در بحران گرفتار می‌شود (افروغ، ۱۳۷۸: ۱۴۰؛ چلیبی، ۱۳۸۹: ۲۲).

### ۱-۳-۲- نظریه کمیابی منابع

ولع دستیابی به مواد خام و ارزشمند بسیاری از جوامع را به جنگ می‌کشاند (دیلینی، ۱۳۹۰: ۳۰۵). کمیابی منابع عامل غارت و تضاد اجتماعی بین گروه‌ها بوده است (بهران، ۱۳۹۰: ۵۷). رقابت به‌عنوان یک فرایند اجتماعی و شکلی از تعامل اجتماعی در جامعه دارای کارکردهای خاصی است. رقابت یکی از راه‌های تخصیص کالاهای محدود و کمیاب جامعه است. وظیفه آن شکل دادن به نگرش‌های افراد رقیب به طریقی خاصی را به عهده دارد. هنگامی که افراد با رقابت می‌کنند، گرایش‌های غیردوستانه در میان آن‌ها شکل می‌گیرد (چیتیار، ۱۳۸۹: ۱۰۰). کشمکش و رقابت ناشی از مبارزه کنشگران بر سر چیزی ارزشمند است، درجایی مبارزه هست، بعضی کنشگران برنده و برخی بازنده می‌شوند و یا در بیشتر موارد بیشتر از دیگران سهم می‌برند. ریشه تضاد و ستیزه هنگامی در کمیابی بوده که زمینه‌ساز همبستگی هست. هر کس نمی‌تواند، آنچه را که می‌خواهد به دست آورد، زیرا چیزهایی را جست‌وجو می‌کند که به اندازه کافی وجود ندارند. تضاد هنگامی رخ می‌دهد که بعضی از افراد آنچه را در جامعه ارزشمند است به انحصار خود درمی‌آورند و در نتیجه دیگران را از آنچه محروم می‌سازند. در هر صورت نتیجه کمیابی یا توزیع نابرابر است، چون برخی دارایی‌های خود را افزایش می‌دهند و دیگران نمی‌توانند (شارون، ۱۳۸۸: ۱۰۹). افراد برای دستیابی به ارزش‌های مطلوب و موردنظر خود تلاش می‌کنند. گاهی در جوامع انسانی این تلاش‌ها به صورت رقابت ظاهر می‌شود. رقابت جوامع برای دستیابی به ارزش‌های اجتماعی باید بر موازین و اصولی استوار باشد تا محیطی مساعد برای تأمین نیازها و خواسته‌های افراد فراهم آید. در غیر این صورت رقابت به ناسازگاری و ستیزه‌جویی می‌انجامد که خود تضعیف گروه و در نهایت نابسامانی جامعه را به همراه دارد (سیف الهی، ۱۳۹۲: ۱۷۵).

### ۱-۳-۳- نظریه حافظه تاریخی-جمعی

حافظه از جمله مفاهیمی است که اجماع و اتفاق نظری راجع به آن وجود ندارد. البته اکثر مفاهیم علوم اجتماعی و علوم انسانی به گونه‌ای هستند که کمتر می‌توان درباره آن‌ها به اجماع کامل رسید. «امروزه مفاهیم متعددی در حوزه حافظه رواج دارد. مفاهیم حافظه عمومی، حافظه

مشترک، حافظه جمعی، حافظه فرهنگی، حافظه عوامانه، حافظه محلی، حافظه مردمی برای مفهوم حافظه، حافظه تاریخی به کاربرده شده است» (فاضلی، ۱۳۹۲). حافظه جمعی<sup>۱</sup> به مثابه یک فعالیت و فرایند اجتماعی است که در آن به خاطر آوردن رخدادهایی در سطح جامعه فراتر از فرد، به وسیله و برای جمعی مشخص صورت می‌گیرد (جانعلیزاده و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۶). هالبواکس معتقد است این ما نیستیم که تصمیم می‌گیریم چه چیزی را به خاطر بسپاریم یا فراموش کنیم، بلکه این جامعه، فرهنگ و تاریخ است که آن را به ما تحمیل می‌کند. در جامعه عواملی مثل مذهب، خانواده، طبقه و ... در گزینش امر حافظه تأثیرگذار است. قطعاً این افراد هستند که به یاد می‌آورند و نه گروه‌ها و سازمان‌ها، اما این افراد در زمینه خاصی قرار دارند که آن زمینه به «یادآوری آن‌ها» و یا «بازسازی گذشته توسط آن‌ها» سمت‌وسو و شکل می‌دهد (فاضلی، ۱۳۹۲). وی این نظریه خود را در راستای کارهای دورکیم می‌داند و عقیده دارد، حافظه جمعی حفظ اتصال جامعه است. داستان قهرمانان، رویدادهای حماسی و اصل و منشأ گروه‌ها، منبع همبستگی عاطفی و ذهنی مردم است و حافظه جمعی پیوسته در حال نو شدن و تغییر شکل است و این فرایند با گذر هر نسل، شکل تازه به خود می‌گیرد. وی، دین را شکلی از حافظه جمعی می‌داند که به شکل‌های مختلف بازتولید می‌شوند. درک وی از تقابل‌های میان تاریخ، دین، سیاست و اسطوره، با وجود حذف گرایش‌های کارکردگرایانه، تأثیری فزاینده بر نظریه فرهنگی در دهه‌های اخیر داشته است (اسمیت، ۱۳۸۳: ۱۰۰). هالبواکس بین حافظه جمعی و تاریخ تمایز ایجاد می‌کند. تاریخ و حافظه جمعی هر دو، واقعیت اجتماعی در دسترس عمومند، با این تفاوت که تاریخ، مرده و حافظه جمعی زنده است. تاریخ، گذشته محفوظی است که ما با آن ارتباط ارگانیک نداریم. درحالی‌که حافظه جمعی گذشته فعالی است که به هویت ما شکل می‌دهد (فرزید و همکاران، ۱۳۹۷: ۸).

## ۲- روش‌شناسی تحقیق

### ۲-۱- فرضیه‌های پژوهش

با استناد به دیدگاه‌های نظری و مطالعات تجربی، فرضیه‌های پژوهش در جدول شماره ۱

### جدول شماره (۱) - فرضیه‌های پژوهش

ردیف	فرضیه اصلی
۱	بین احساس فضای کسب و کار نامساعد و احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۲	بین حافظه جمعی تاریخی و احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۳	بین آنومی اخلاقی و احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۴	بین اعتمادی اجتماعی و احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۵	بین فرصت‌طلبی و احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۶	بین بی‌تفاوتی اجتماعی و احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۷	بین بازدارندگی رسمی و احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

### ۲-۲- روش پژوهش

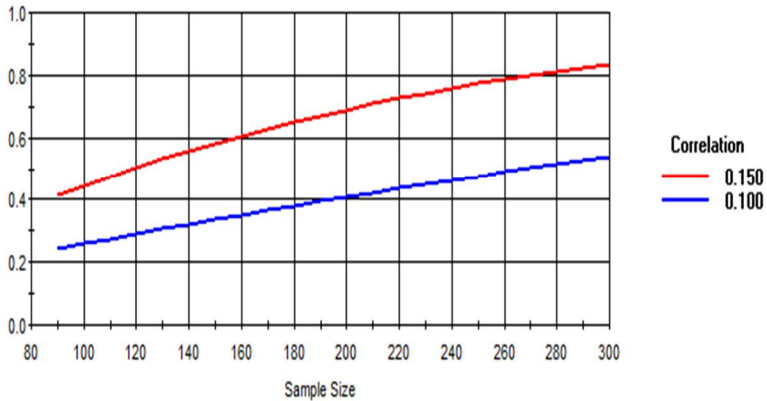
روش مورد استفاده در این پژوهش پیمایش<sup>۱</sup> هست. در این پژوهش ابزار اندازه‌گیری متغیرها و گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته است که در آن مجموعه‌ای از گویه‌ها به شکل طیف لیکرت<sup>۲</sup> به پاسخگویان ارائه شد. برای تعیین حجم نمونه از sample power استفاده شده که برابر در سطح آلفای ۵ صدم، مقدار ۰.۱۵ ضریب همبستگی، با ۹ متغیر اصلی پژوهش در توان ۸۰ درصد برابر با ۲۷۰ تعیین شده است.

1 Survey

2 Likert scale 2. Population

### شکل شماره (۱) - حجم نمونه

Power as a Function of Sample Size and Correlation  
(Alpha = 0.050)



### جدول شماره (۲) - ضرایب پایایی پژوهش

پایایی ترکیبی	پایایی	شاخص
۰.۸۲۴	۰.۸۰۱	فضای نامساعد کسب و کار
۰.۹۰۲	۰.۸۳۸	حافظه جمعی تاریخی
۰.۸۸۱	۰.۸۶۳	آنومی اخلاقی
۰.۸۶۲	۰.۸۱۴	فرصت طلبی
۰.۹۲۶	۰.۸۷۴	اعتماد اجتماعی
۰.۸۵۱	۰.۸۰۰	بی تفاوتی اجتماعی
۰.۸۸۳	۰.۸۰۸	بازدارندگی رسمی
۰.۸۳۰	۰.۸۱۶	ناامنی نسبت به کالاهای اساسی

### ۳. یافته‌های پژوهش

#### ۳-۱- توصیفی

نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که مرد ۹۷ نفر (۳۵.۳)، زن ۱۷۸ نفر (۶۴.۷)، مجرد ۱۰۵ نفر (۳۸.۲) متأهل ۱۷۰ نفر (۶۱.۸)، شاغل ۱۲۸ نفر (۴۶.۵)، بیکار ۷۲ نفر (۲۶.۲) محصل ۷۵ نفر

(۲۷.۳) بوده است. حداقل سن پاسخگویان (۱۵)، حداکثر (۵۷)، انحراف معیار (۹.۹) و میانگین سنی (۳۰.۴۴) بوده است. درآمد زیر دو میلیون تومان ۸۶ نفر (۳۱.۳)، دو تا سه میلیون تومان ۵۴ نفر (۱۹.۶)، سه تا چهار میلیون تومان ۱۷ نفر (۶.۲)، چهار تا پنج میلیون تومان ۹ نفر (۳.۳)، بالای پنج میلیون ۱۱ تومان (۴) و محل تولد ۹۳ نفر (۳۳.۸) روستا، ۱۸۲ نفر (۶۶.۲) شهر، وضع تملک، ۳۸ نفر (۱۳.۸) ملکی، ۲۰۷ نفر (۷۵.۳) استیجاری/رهن، ۳۰ نفر (۱۰.۹) خانه پدري بوده است. به لحاظ طبقه اقتصادی ۶۳ نفر (۲۲.۹) خیلی پایین، ۵۸ نفر (۲۱.۱) پایین، ۳۸ نفر (۱۳.۸) متوسط پایین، ۹۵ نفر (۳۴.۵) متوسط بالا، ۱۴ نفر (۵.۱) بالا و ۷ نفر (۲.۵) خیلی بالا است. تحصیلات ۷ نفر (۲.۵) بی سواد/ابتدایی، ۱۱۸ نفر (۴۲.۹) راهنمایی، ۱۱۳ نفر (۴۱.۱) دیپلم، ۲۷ نفر (۹.۸) فوق دیپلم، ۶ نفر (۲.۲) لیسانس و ۴ نفر (۱.۵) فوق لیسانس و بالاتر است. قومیت ۸۰ نفر (۲۹.۱) ترک، ۱۲۸ نفر (۴۶.۵) فارس، ۲۹ نفر (۱۰.۵) عرب و ۳۸ نفر (۱۳.۸) سایر است.

### ۳-۱-۱- توزیع پراکندگی کلی متغیرهای پژوهش

خلاصه از وضعیت پراکندگی متغیرهای وابسته و مستقل پژوهش در جدول شماره ارائه شده است.

جدول شماره (۳) - توزیع پراکندگی شاخص اصلی پژوهش مستقل و وابسته

متغیر	میانگین	انحراف معیار	طبقات		
			بالا	متوسط	پایین
			درصد	درصد	درصد
ناامنی نسبت به کالاهای اساسی	۱۸.۴۸	۳.۵۷	۵۸	۶۵.۵	۲۸.۷
آئومی اخلاقی	۲۱.۵۳	۴.۷۵	۵۵.۶	۳۶	۸.۴
بازدارندگی	۱۴.۰۶	۲.۸۴	۶۶.۲	۱۰.۲	۲۳.۶
اعتماد اجتماعی	۲۴.۱۲	۳.۶۰	۲۴.۷	۶۰.۴	۱۴.۹
بی تفاوتی اجتماعی	۳۳.۳۲	۵.۲۰	۱۲.۷	۵۲.۷	۳۴.۵
فضای کسب و کار نامساعد	۱۵.۸۰	۲.۷۶	۳۲.۴	۴۶.۲	۲۱.۵
فرصت طلبی	۲۵.۷۲	۳.۵۲	۱۲.۴	۶۳.۳	۲۴.۴
حافظه تاریخی	۱۵.۱۷	۲.۹۲	۱۹.۳	۷۱.۳	۹.۵

جدول شماره (۳) توزیع پراکندگی متغیرهای سازه‌ای پژوهش را نشان می‌دهد که میانگین کلی شاخص ناامنی نسبت به کالاهای اساسی (۱۸.۴۸)، آنومی اخلاقی (۲۱.۵۳)، بازدارندگی (۱۴.۰۶)، اعتماد اجتماعی (۲۴.۱۲)، بی‌تفاوتی اجتماعی (۳۳.۳۲)، فضای کسب و کار نامساعد (۱۵.۸۰)، فرصت‌طلبی (۲۵.۷۲) و حافظه تاریخی (۱۵.۱۷) است.

### ۳-۲- استنباطی

### ۳-۲-۱- ضریب همبستگی پژوهش

جدول شماره (۴) - نتایج ضریب همبستگی حاصل از آزمون پیرسون

نتیجه	معنای دوطرفه	مقدار پیرسون	متغیر وابسته	متغیر مستقل
قبول	۰.۰۰۰	۰.۲۵۹	احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی	آنومی اخلاقی
قبول	۰.۰۱۶	-۰.۱۴۵		بازدارندگی رسمی
قبول	۰.۰۰۰	-۰.۵۸۱		اعتماد اجتماعی
رد	۰.۴۱۴	۰.۰۴۹		بی‌تفاوتی اجتماعی
قبول	۰.۰۰۳	-۰.۳۴۱		فضای کسب و کار نامساعد
قبول	۰.۰۰۹	۰.۱۵۸		فرصت‌طلبی
قبول	۰.۰۰۰	-۰.۴۹۳		حافظه جمعی تاریخی

نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که:

- بین متغیر آنومی اخلاقی و ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد، ضریب همبستگی دو متغیر در سطح معنی‌داری ۰.۰۰۰ برابر با ۰.۲۵۹ است. به‌طور کلی، هرچه میزان آنومی اخلاقی در جامعه بیشتر باشد، به همان میزان احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی در جامعه بیشتر است. جامعه هنگامی که با بحران اخلاقی مواجهه شود، به این معنی که هنجارها، ارزش‌های اخلاقی، فرهنگ راست‌گویی، فضیلت، انصاف و عدل دچار اختلال شود، در مسیری قرار می‌گیرد که امر اقناع‌کننده، توجیه‌کننده جهت کنترل رفتاری افراد وجود نخواهد داشت، در شرایط بحرانی و بی‌ثباتی، به دلیل حس رواج بی‌اخلاقی در سطح جامعه و شیوع احساس آنومی اخلاقی، هم توزیع‌کننده کالاهای اساسی دست به رفتارهای

سودجویانه و مخالف با منافع جمعی زده و هم شهروندان با مشاهده این وضع اجتماعی، از اینکه با اطمینان و آرامش به نیازهای غذایی و اساسی خود دسترسی پیدا کنند، دچار ناامنی و اضطراب خواهند شد. به این دلیل، بی‌اخلاقی و آنومی اخلاقی در اجتماع، باعث رواج ناامنی غذایی در سطح کلان، میانه و خرد خواهد شد.

- بین متغیر بازدارندگی رسمی و ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد، ضریب همبستگی دو متغیر در سطح معنی‌داری ۰.۰۱۶ برابر با ۰.۱۴۵- است. کاهش سطح بازدارندگی (قضایی و انتظامی) و ایجاد باور عمومی رهاشدگی جامعه، آرزوهای نامحدود و سیر نشدنی را در افراد در جستجوی درآمدهای مالی و منافع شخصی ایجاد کرده و باعث می‌شود که در مسیر احتکار گام برداشته و رواج این عمل، باعث هراس و اضطراب شهروندان نسبت به بحرانی بودن آینده از حیث کمیابی کالا، فقدان مواد اساسی اولیه و مایحتاج زندگی خواهد شد. هرچه میزان بازدارندگی رسمی در جامعه بیشتر باشد، به همان میزان احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی در جامعه بیشتر است. وجود نهادهای بازدارنده و قاطع در مسائل اجتماعی مرتبط با شهروندان، از کنش‌های سودجویانه و ضد اجتماع ممانعت می‌کند، در صورتی که توزیع کنندگان و مصرف کنندگان احساس کنند، نوعی بی‌توجهی در این بخش وجود دارد، احتمال عدول از هنجارهای اجتماعی در وضعیت خاص، افزایش می‌یابد.

- بین متغیر اعتماد اجتماعی و ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد، ضریب همبستگی دو متغیر در سطح معنی‌داری ۰.۰۰۰ برابر با ۰.۵۸۱- است. نخستین شرط، ثبات در جامعه، اعتماد است، در شرایط بحرانی و کمبود جامعه با کالاهای اساسی، در صورتی که اعتمادی بین شهروندان و نهادهای دولتی، اجرایی و سیاسی که درصدد اطمینان بخشی به جامعه هستند، وجود نداشته باشد، ناامنی ذهنی نسبت به دستیابی به نیازهای غذایی زندگی روزمره در آن‌ها افزایش یافته و کنش‌های روزمره خانواده را از تعادل خارج می‌کند. بر این اساس، اعتماد سیاسی، حافظ اساسی پیوند مردم و حاکمیت بوده و باعث می‌شود که توزیع کنندگان و مصرف کنندگان کالاهای اساسی به دلیل وجود همبستگی سیاسی و دفاع از کیان سیاسی نظام در سطح جهانی و ممانعت از رواج بی‌ثباتی، دست به احتکار کالا نمی‌زنند و این امر امنیت

ذهنی را در شهروندان نسبت به دسترسی آسان و به‌موقع به مواد غذایی افزایش می‌دهد.

- بین متغیر بی‌تفاوتی اجتماعی و ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد، ضریب همبستگی دو متغیر در سطح معنی‌داری ۰.۴۱۴ برابر با ۰.۰۴۹ است. نبود حس همدردی، نوع‌دوستی و احساس مشترک نسبت به شرایط طبقات مختلف جامعه از جمله اقشار پایین جامعه؛ باعث می‌شود که عمده گروه‌های اجتماعی درباره تحولات اقتصادی و اجتماعی دچار ابهام و هراس شده و به دلیل تصور و پنداشت شکاف بین طبقات اقتصادی-اجتماعی در همدردی و همیاری اجتماعی، بسترهای ناامنی نسبت به کالاهای اساسی در شهروندان افزایش می‌یابد.

- بین متغیر فضای کسب و کار نامساعد و ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد، ضریب همبستگی دو متغیر در سطح معنی‌داری ۰.۰۰۳ برابر با ۰.۳۴۱- است. شغل خوب، مطمئن، با ثبات و پایدار، در هر شرایطی (شرایط بحرانی و غیر بحرانی)، امنیت بخش زندگی جمعی است. نداشتن یک‌چشم انداز مالی ثابت و باثبات با هر سطحی از درآمد، احتمال نگرانی غذایی و مشکل در دستیابی به آن در وضعیت حاد را افزایش می‌دهد. امید در برابر سرخوردگی و استیصال است. منبع این ناامیدی در جامعه، مسائل معیشت و فشار به دهک‌های پایین است. بی‌ثباتی سیاسی و اجتماعی و سرخوردگی افراد جامعه و بی‌اعتمادی و ناامیدی از شرایط اقتصادی، زمینه این نگرش را در شهروندان ایجاد نموده است. اضطراب از رویارویی با آینده اقتصادی جامعه، به دلیل افزایش گرانی و عدم کنترل موفق قیمت اجناس و کالاهای مصرفی شهروندان در نهادی شدن این ناامیدی و ناامنی غذایی مؤثر بوده است که به‌طور متقابل تأثیر منفی بر روند اقتصادی و رفتار اقتصادی شهروندان گذاشته است. پدیداری ناامنی غذایی در مردم ناشی از وجود تورم، بیکاری زیاد، فساد اداری و بی‌ثباتی و فقدان امنیت اقتصادی است. ترس از آینده نامطمئن و شرایط ناایمن یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های خانواده‌ها و جامعه ایرانی است.

- بین متغیر فرصت‌طلبی و ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد، ضریب همبستگی دو متغیر در سطح معنی‌داری ۰.۰۰۹ برابر با ۰.۱۵۸ است. به‌طور کلی،



هرچه میزان فرصت‌طلبی در جامعه بیشتر باشد، به همان میزان احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی در جامعه بیشتر است.

- بین متغیر حافظه جمعی-تاریخی و ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد، ضریب همبستگی دو متغیر در سطح معنی‌داری ۰.۰۰۰ برابر با ۰.۴۹۳- است. کنش‌های روزمره و رفتارهای اجتماعی مردم، ریشه تاریخی دارد. کنش اجتماعی بشر امری معنادار و متناسب با ارزیابی عقلانی صورت می‌گیرد. بازخوانی وقایع تاریخی و حوادث مختلف اجتماعی، اقتصادی و سیاسی می‌تواند در پیش‌بینی افراد جامعه نسبت به آینده مؤثر باشد. در این باره، در صورت کسب تجربه منفی نسبت به بحران‌های توزیع کالا و تأمین، احساس ناامنی شهروندان درباره مسائل غذایی افزایش می‌دهد.

### ۲-۲-۳- ضرایب مسیر معنادار در مدل اصلی پژوهش

در جدول شماره ۵ ضرایب مسیر معنادار در مدل اصلی پژوهش ارائه شده است.

جدول شماره (۵)- ضرایب مسیر معنادار در مدل اصلی پژوهش

سطح معنی‌داری	انحراف معیار	مقدار تی	میانگین	ضریب مسیر	سطح متغیر
۰.۰۰۰	۰.۰۳۹	۶.۹۱۰	۰.۱۳۲	۰.۱۶۸	آنومی اخلاقی -> ناامنی نسبت به کالاهای اساسی
۰.۰۰۰	۰.۰۴۹	۸.۷۵۳	۰.۳۸۵	۰.۲۹۱	بازدارندگی رسمی -> ناامنی نسبت به کالاهای اساسی
۰.۰۶۹	۰.۰۲۸	۵.۹۸۷	-۰.۱۹۸	۰.۱۹۹-	بی تفاوتی اجتماعی -> فرصت‌طلبی
۰.۰۰۰	۰.۰۳۷	۴.۳۲۰	-۰.۳۲۹	۰.۳۲۹	بی تفاوتی اجتماعی -> ناامنی نسبت به کالاهای اساسی
۰.۰۸۰	۰.۰۴۲	۷.۳۶۵	-۰.۲۱۷	۰.۲۰۴-	اعتماد اجتماعی -> فرصت‌طلبی
۰.۰۰۰	۰.۰۶۹	۱.۶۱۳	۰.۳۵۶	-۰.۴۶۸	اعتماد اجتماعی -> ناامنی نسبت به کالاهای اساسی
۰.۰۰۰	۰.۰۴۶	۲.۷۴۷	۰.۱۵۳	۰.۱۴۹	اعتماد اجتماعی -> آنومی اخلاقی
۰.۰۰۰	۰.۰۳۸	۵.۰۶۰	۰.۱۴۲	۰.۲۴۶	فضای کسب و کار نامساعد -> ناامنی

سطح معنی داری	انحراف معیار	مقدار تی	میانگین	ضریب مسیر	سطح متغیر
					نسبت به کالاهای اساسی
۰.۰۱۰	۰.۰۷۷	۳.۱۳۵	-۰.۲۲۸	۰.۲۷۴	بازدارندگی رسمی - فرصت طلبی
۰.۰۰۳	۰.۰۲۸	۴.۷۷۴	۰.۳۶۹	۰.۱۵۳-	بازدارندگی رسمی - آنومی اخلاقی
۰.۱۲۵	۰.۰۶۸	۹.۳۶۴	۰.۳۹۷	۰.۲۵۴	حافظه جمعی-تاریخی - فرصت طلبی
۰.۰۰۱	۰.۰۳۳	۶.۲۲۲	۰.۱۷۴	۰.۱۸۷	فرصت طلبی - ناامنی نسبت به کالاهای اساسی
۰.۰۰۰	۰.۰۴۵	۷.۱۱۳	۰.۲۵۸	۰.۲۳۸	حافظه جمعی-تاریخی - ناامنی نسبت به کالاهای اساسی
۰.۰۰۰	۰.۰۴۱	۷.۸۴۲	۰.۲۱۲	۰.۱۷۵	حافظه جمعی-تاریخی - بی تفاوتی اجتماعی
۰.۰۵۶	۰.۳۶	۹.۱۲۵	۰.۱۱۸	۰.۲۱۳	حافظه جمعی-تاریخی - فضای کسب و کار نامساعد
۰.۰۰۰	۰.۰۵۱	۱۰.۲۹۵	۰.۲۳۵	۰.۳۴۵	آنومی اخلاقی - فرصت طلبی
۰.۰۰۳	۰.۰۶۶	۱۱.۹۰۰	۰.۱۰۹	۰.۱۲۰	آنومی اخلاقی - بی تفاوتی اجتماعی

نتایج جدول شماره ۵ نشان می‌دهد که آنومی اخلاقی - ناامنی نسبت به کالاهای اساسی (۰.۱۶۸)، بازدارندگی رسمی - ناامنی نسبت به کالاهای اساسی (۰.۲۹۱)، بی تفاوتی اجتماعی - ناامنی نسبت به کالاهای اساسی (۰.۳۲۹)، اعتماد اجتماعی - ناامنی نسبت به کالاهای اساسی (۰.۴۶۸)، اعتماد اجتماعی - آنومی اخلاقی (۰.۱۴۹)، فضای کسب و کار نامساعد - ناامنی نسبت به کالاهای اساسی (۰.۲۴۶)، بازدارندگی رسمی - فرصت طلبی (۰.۲۷۴)، بازدارندگی رسمی - آنومی اخلاقی (۰.۱۵۳-)، فرصت طلبی - ناامنی نسبت به کالاهای اساسی (۰.۱۸۷)، حافظه جمعی-تاریخی - ناامنی نسبت به کالاهای اساسی (۰.۲۳۸)، حافظه جمعی-تاریخی - بی تفاوتی اجتماعی (۰.۱۷۵)، آنومی اخلاقی - فرصت طلبی (۰.۳۴۵) و آنومی اخلاقی - بی تفاوتی اجتماعی (۰.۱۲۰) دارای تأثیر معنی داری در مدل هستند.

### ۳-۲-۳- اثر کلی مدل ساختاری پژوهش

در جدول شماره (۶) اثر مستقیم و غیرمستقیم و کل بر ناامنی نسبت به کالاهای اساسی ارائه شده

است.

جدول شماره (۶) - اثر مستقیم و غیرمستقیم و کل بر ناامنی نسبت به کالاهای اساسی

اثر کل			اثر غیرمستقیم	مستقیم	متغیرهای پژوهش
مقدار اثر	مقدار سطح معنی داری	مقدار تی			
۰.۱۶۸	۰.۰۰۰	۳.۳۷۲	-	۰.۱۶۸	آنومی اخلاقی - ناامنی نسبت به کالاهای اساسی
۰.۲۴۲	۰.۰۰۱	۴.۵۶۸	۰.۰۴۹	۰.۲۴۲	بازدارندگی رسمی - ناامنی نسبت به کالاهای اساسی
۰.۳۲۹	۰.۰۲۰	۷.۸۹۰	-	۰.۳۲۹	بی تفاوتی اجتماعی - ناامنی نسبت به کالاهای اساسی
-۰.۴۳۲	۰.۰۰۰	۶.۶۳۲	-۰.۰۳۶	-۰.۴۳۲	اعتماد اجتماعی - ناامنی نسبت به کالاهای اساسی
-۰.۱۹۴	۰.۰۰۱	۵.۳۶۱	۰.۵۲-	-۰.۱۹۴	فضای کسب و کار نامساعد - ناامنی نسبت به کالاهای اساسی
۰.۱۸۷	۰.۰۰۰	۳.۸۸۵	-	۰.۱۸۷	فرصت طلبی - ناامنی نسبت به کالاهای اساسی
۰.۲۳۸	۰.۰۰۳	۸.۶۲۴	-	۰.۲۳۸	حافظه جمعی - تاریخی - ناامنی نسبت به کالاهای اساسی
R Square adjusted=۰.۵۹۳			R Square =۰.۶۱۳		

بررسی حاصل از جدول شماره ۶ نشان می‌دهد که آنومی اخلاقی (۰.۱۶۸)، بازدارندگی رسمی (۰.۲۹۱)، بی تفاوتی اجتماعی (۰.۳۲۹)، اعتماد اجتماعی (۰.۴۶۸-)، فضای کسب و کار نامساعد (۰.۲۴۶-)، فرصت طلبی (۰.۱۸۷) و حافظه جمعی-تاریخی (۰.۲۳۸) روی ناامنی نسبت به کالاهای اساسی تأثیر داشته است. در مجموع متغیرهای معنی داری در مدل ۵۹ درصد از تغییرات متغیر ناامنی نسبت به کالاهای اساسی را تبیین می‌کنند و ۴۱ درصد آن را متغیرهایی تبیین می‌کنند که در مدل پیش‌بینی نشده‌اند و خارج از مدل هستند.

#### ۴. نتیجه گیری

نیاز یکی از ملزومات مهم ایجاد انگیزه برای تلاش و توسعه در اجتماعات انسانی بود. جوامع از سنخ نظام شکار، کوچ‌نشینی (بادیه) تا یکجانشینی (کشاورزی)، در مسیر رهایی از ناامنی (غذایی و غیره)، در تکاپو بودند. غارت‌ها، کشمکش‌ها و جنگ‌های بین گروهی، درون گروهی و قبایل

بیشتر با هدف توسعه قلمرو و کسب غنائم اقتصادی صورت می‌گرفت. هدف نهایی نزاع گروهی در کنار سایر مسائل فرهنگی و اجتماعی، عبور از بحران نامنی نسبت به کالاهای اساسی و اطمینان از مقابله با قحطی و گرسنگی بوده است. گروه‌های اجتماعی، جنگ‌ها را در فرهنگ تعصب، حمیت و پاسخ به وجدان جمعی با هدف غارت، افزایش قلمروهای جغرافیایی و به تعبیری زیاده‌خواهی مادی (اقتصادی، مکانی، غذایی و ثروت)، آغاز کرده‌اند و همین امر باعث دسته‌بندی، ما و آن‌هایی، خودی و غیرخودی، دوست و دشمن را شکل داده است. امنیت غذایی سرآغاز و پایان تمامی این ماجراها بوده است. محیط‌های دارای ثبات اقتصادی، کمتر درگیر نزاع و کشمکش بودند اما مکان‌هایی کویری، کمیاب و نیمه‌خشک، درگیری و نزاع با فراوانی بیشتری روبرو بوده است، نقطه افتراق این مکان‌ها و ارتباط آن با نزاع و جنگ گروهی، در بودونبود امنیت غذایی (کمیابی منابع) بوده است. به این ترتیب، مسئله تأمین نیاز غذایی به‌مثابه پایه امنیت جوامع همیشه مهم بوده و بشر یکی از سیاست‌های زندگی خود را حل این مسئله در نظر می‌گرفته است. به‌زعم مزلو، مسیر رسیدن به شکوفایی، عزت‌نفس، خلاقیت و آرامش عمومی، متکی به پاسخ به نیاز پایه‌ای غریزی (خوراک، پوشاک و مسکن) است. نظریه آبرام مزلو، اهمیت گرسنگی، قحطی و سیری و اشباع را سطح روابط اجتماعی نمایان می‌سازد. جامعه ایرانی در سال ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ به دلایل مختلف بیرونی و درونی با احساس بحران در نیازهای اساسی نسبت به آینده مواجه شد، همین امر باعث شد جریان احتکار کالا و فقدان توان نظام بازار در پاسخ به این رفتار شهروندان به دلیل عدم آمادگی روانی به افزایش احساس نامنی نسبت به کالاهای اساسی شهروندان بیانجامد. در این پژوهش سعی شده تا با رویکردی جامعه‌شناختی این مسئله از نگاه شهروندان بررسی قرار گیرد. بر این اساس نتایج نشان داد که:

- بین متغیر آنومی اخلاقی و نامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد، ضریب همبستگی آن برابر با ۰.۲۵۹ و ضریب مسیر برابر با ۰.۱۶۸ است. به این معنی عدم رعایت اخلاقیات اجتماعی و گسستن معیارهای اخلاقی همراه با سایر عوامل نقش مهمی در شرایط بحرانی از جمله احساس نامنی نسبت به کالاهای اساسی شهروندان دارد. وقتی اخلاق در جامعه تضعیف شود حالت آنومی‌ک هم‌شدت پیدا می‌کند چراکه نظام اخلاقی به‌عنوان شیرازه جامعه است؛ تعاون و همکاری متقابل رنگ می‌بازد و جای خود را به فردگرایی افراطی می‌دهد، فردی که حتی حاضر

می‌شود از هر وسیله‌ای جهت رسیدن به اهدافش استفاده کند چون در وضعیت آنومیک معیارهایی که هنجار ساز هستند زیر سؤال رفته است و یا از جانب اکثریت رعایت نمی‌شود، در این وضعیت روابط انسانی تبدیل به روابط ابزاری می‌شود. در این شرایط جامعه سیاست‌گریز می‌شود و یا از اولویت‌هایش خارج می‌شود. این نتایج با مطالعات غفاری (۱۳۹۰)، اورو (۱۹۸۸)، پارک و برگس (۱۹۲۱)، والاس (۱۹۸۶) و زتومکا (۱۹۹۹) همسو می‌باشد.

- بین متغیر بازدارندگی رسمی و ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد، ضریب همبستگی دو متغیر در سطح معنی‌داری ۰.۰۱۶ برابر با ۰.۱۴۵- و ضریب مسیر آن برابر با ۰.۲۴۲ است. شهروندان در شرایط بحرانی وقتی احساس کنند، جامعه توان بازدارندگی، تنبیه و کنترل شرایط موجود را ندارد، بیشتر دچار احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی می‌شوند که با نتایج مطالعات علیزاده اقدم (۱۳۸۹)، والاس (۱۹۸۶)، زتومکا (۱۹۹۹) و شارون (۱)، همسو هست.

- بین متغیر بی‌تفاوتی اجتماعی و ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد، ضریب همبستگی دو متغیر در سطح معنی‌داری ۰.۴۱۴ برابر با ۰.۰۴۹ و ضریب مسیر آن برابر با ۰.۳۲۹ است. بی‌تفاوت بودن شهروندان نسبت به وقایع جامعه و عدم حساسیت نسبت به آن، در شدت یافتن میزان احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی به دلیل فقدان حس جمع‌گرایی و رواج فردگرایی منفی مؤثر خواهد بود که با نتایج مطالعاتی کوهن (۱۹۹۷)، تریاندیس (۲۰۰۹) و زتومکا (۱۹۹۹)، همسو بوده است.

- بین متغیر اعتماد اجتماعی و ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی‌داری وجود دارد، ضریب همبستگی دو متغیر در سطح معنی‌داری ۰.۰۰۰ برابر با ۰.۵۸۱- و مقدار ضریب مسیر آن در مدل برابر با ۰.۴۳۲- است. احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی در ارتباط با ساختار دولت-ملت ناشی از نداشتن اعتماد به برنامه‌ها، استراتژی، سیاست‌های جاری ساختارهای اجتماعی است و به این خاطر ممکن است با آن هم‌نمایی نشان ندهند که با نتایج مطالعات هزارجریبی و علیزاده (۱۳۹۱)، کوهی (۱۳۹۳)، والاس (۱۹۸۶)، زتومکا (۱۹۹۹)، همسو است.

- بین متغیر فضای کسب و کار نامساعد و ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه

معنی داری وجود دارد، ضریب همبستگی دو متغیر در سطح معنی داری ۰.۰۰۳ برابر با ۰.۳۴۱- و مقدار ضریب مسیر آن در مدل برابر با ۰.۱۹۴- است. ارتباط منفی بین فضای کسب و کار نامساعد و ناامنی نسبت به کالاهای اساسی نشان می‌دهد که کاهش درآمد، هزینه‌های روانی مانند اضطراب روانی، از دست دادن هویت و احترام به خود است. تأثیر مخرب احتمال بیکاری در اطمینان افرادی که دارای فرصت‌های شغلی محدود هستند، جدی‌تر، رادیکال‌تر و عمل‌گراتر می‌شوند. به این خاطر عدم فضای کسب و کار نامساعد بسترهای احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی را شدت می‌بخشد که با نتایج مطالعات غفاری و حبیب پور گتایی (۱۳۹۴)، پناهی (۱۳۹۳)، هایز و همکاران (۲۰۰۸) و حسینی نثار و فیوضات (۱۳۹۰)، هزارجریبی و علیزاده (۱۳۹۱)، علیزاده اقدم (۱۳۸۹)، شرفخانی و همکاران (۱۳۸۸)، دیلینی (۱۳۹۰) و سیف الهی (۱۳۹۲)، همسو می‌باشد.

- بین متغیر فرصت‌طلبی و ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی داری وجود دارد، ضریب همبستگی دو متغیر در سطح معنی داری ۰.۰۰۹ برابر با ۰.۱۵۸ و مقدار اثر آن در مدل برابر با ۰.۱۸۷ است. فرصت‌طلب بودن افراد در شرایط بحرانی، احتکار کردن کالا، تجمع کالاهای موردنیاز و اساسی و نبود روحیه فداکاری و ایثار باعث ترویج احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی می‌شود که با نتایج مطالعات قادری و القونه (۱۳۹۶)، آزاد ارمکی (۱۳۹۳)، ریلو و همکاران (۱۹۹۷)، چیتیمبار (۱۳۸۹)، شارون (۱۳۸۸) و سیف الهی (۱۳۹۲) همسو می‌باشد.

- بین متغیر حافظه جمعی-تاریخی و ناامنی نسبت به کالاهای اساسی رابطه معنی داری وجود دارد، ضریب همبستگی دو متغیر در سطح معنی داری ۰.۰۰۰ برابر با ۰.۴۹۳- و مقدار ضریب مسیر برابر با ۰.۲۳۸ است. داشتن خاطره جمعی از وقایع تاریخی در گذشته و سازوکار مواجهه با مسئله ناامنی نسبت به کالاهای اساسی، می‌تواند پنداشت شهروندان از مسئله ناامنی نسبت به کالاهای اساسی را در حال حاضر و آینده تحت تأثیر قرار دهد که با نتایج مطالعات دیلینی (۱۳۹۰)، سیف الهی (۱۳۹۲)، فاضلی (۱۳۹۲) و فرزید و همکاران (۱۳۹۷) همسو می‌باشد.

**بر این اساس** نیاز به خوراک و غذا از انگیزه بنیانی و غریزی انسان‌ها به شمار می‌رود،

به نحوی که عدم دسترسی به آن حیات انسان‌ها را به خطر انداخته و زمینه را برای بسیاری از آسیب‌های اجتماعی که بر خواسته از یک نوع نیاز غریزی هستند فراهم می‌آورد. ناامنی نسبت به کالاهای اساسی، عدم دسترسی به غذایی مطلوب و سالم که تأمین‌کننده سلامت و بهداشت افراد است اشاره دارد. احساس عدم امنیت در تأمین نیازهای غذایی، علاوه بر اینکه یک مسئله اقتصادی بوده، بلکه در سطحی بالاتر، ریشه اجتماعی-فرهنگی و گاهی روانی دارد. مطابق نتایج فردگرایی از جمله مسائل اجتماعی-فرهنگی ایرانیان، به خوبی می‌تواند بیانگر علت‌های اجتماعی احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی باشد. فردگرایی و گسست از جمع، زمینه را برای بروز آنومی و بی‌هنجاری، بی‌اعتمادی جمعی فراهم می‌آورد و در صورت وقوع بحران در سطح کلان و اورژانسی بودن شرایط، امکان تشدید اوضاع را افزایش می‌دهد. ناامنی نسبت به کالاهای اساسی، در زمره گذشته مسائل کشورهای توسعه‌نیافته و در حال توسعه بود اما امروزه به امری جهانی تبدیل شده و مرزهای جغرافیایی را تحت تأثیر قرار داده است و اهمیت یافتن رسانه‌های جمعی و آگاهی یافتن از اوضاع جهانی نیز به این امر دامن می‌زند، اما سواى همه جهانی بودن برخی مسائل، ذهنیت فرهنگی-اجتماعی ملت‌ها (داخل یک جامعه) نقش مهمی در رفتار غذایی شهروندان دارد. فرهنگ و تجربه‌های تاریخی در کنار حافظه جمعی، هویت تاریخی، انعکاس اتفاقات تاریخی در جامعه، مشاهدات تجربی، عملکرد ضعیف ساختارهای اجتماعی در پاسخ و اقناع باورهای فکری-روانی کنشگران و رواج یافتن فرهنگ فردگرایی و خودخواهی در جامعه، بسترهای ایجاد احساس ناامنی نسبت به کالاهای اساسی را در شهروندان تقویت می‌کند.

## پیشنهاد

- تقویت روحیه جمع رایانه و نکوهش فردگرایی خودخواهانه از طریق برنامه‌های آموزشی و تشکیل سازمان‌های مردم‌نهاد
- رسیدگی و نظارت‌های مناسب نسبت به احتکار کالا و برخورد جدی با آن
- ایجاد نظام مدیریتی و توزیع مناسب کالاهای اساسی از طریق سمن‌ها، نهادهای عام‌المنفعه به شهروندان در شرایط بحرانی
- کاهش احساس ناامنی برای مشاغل در جامعه و ایجاد اطمینان از ثبات شغلی و حمایت‌های دولتی

- طرح نظام سبد کالاهای اساسی برای طبقات اجتماعی در مواقع الزامی

## منابع

- اسفندیاری، چنگیز و میر عباسی، سید باقر (۱۳۹۴)، بررسی ابعاد حق بر غذا و امنیت غذایی در اسناد بین‌المللی، **فصلنامه حقوق پزشکی**، سال نهم، شماره ۳۵، ص ۱۵۸-۱۸۴
- اسمیت، فیلیپ (۱۳۸۳)، **درآمدی بر نظریه فرهنگی**، ترجمه حسن پویان، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی
- افروغ، عماد (۱۳۷۸)، خرده‌فرهنگ‌ها، مشارکت و وفاق اجتماعی، **مجموعه مقالات وفاق اجتماعی و فرهنگ عمومی**، تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- باقر زاده آذر، فاطمه؛ رنجپور، رضا؛ کریمی تکانلو، زهرا؛ متفکر آزاد، محمد علی و اسد زاده، احمد (۱۳۹۵)، برآورد و مقایسه وضعیت امنیت غذایی و تأثیر متغیرهای اقتصادی بر آن در استان‌های ایران، **فصلنامه نظریه‌های کاربردی اقتصاد**، سال سوم، شماره ۴، ص ۴۷-۷۶
- بهروان، حسین (۱۳۹۲)، **جامعه‌شناسی روستایی**، تهران: جامعه‌شناسان
- پناهی، محمدحسین (۱۳۹۳)، **نظریه‌های انقلاب: وقوع، فرآیند و پیامدها**، تهران: انتشارات سمت.
- جانعلیزاده، حیدر؛ علیوردی نیا، اکبر و فرزند، محمدمهدی (۱۳۹۶)، جامعه‌شناسی حافظه جمعی: حوزه مطالعاتی پارادایمیک یا ناپارادایمیک؟ **فصلنامه راهبرد فرهنگ**، شماره ۴۰، ص ۳۸-۷۰
- چلبی، مسعود (۱۳۸۹)، **جامعه‌شناسی نظم**، تهران: نشر نی
- چیتامبار، جی. بی (۱۳۸۹)، **مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی با تأکید بر جامعه‌شناسی روستایی**، ترجمه احمد حجاران و مصطفی ازکیا، تهران: نشر نی.
- حججی، الهام؛ زاوشی، رزا؛ نوروزی، مصطفی (۱۳۹۴)، بررسی شیوع ناامنی نسبت به کالاهای اساسی خانوار و ارتباط آن با برخی از عوارض دوران بارداری، **مجله دانشگاه علوم پزشکی جانوران**، دوره ۲۵، شماره ۱۲۳، ۸۷۲-۹۸
- حسینی نثار، مجید و فیوضات، ابراهیم (۱۳۹۰)، **نظریه‌های انحرافات اجتماعی**، تهران: نشر پژوهاک.
- خوزین، حسن (۱۳۹۸)، امنیت فردی از دیدگاه قرآن کریم، **فصلنامه علمی امنیت ملی**، سال دهم، شماره ۳۵، ص ۳۵-۶۲
- زمانی، طوبی؛ محسنی تبریزی، علیرضا و شاه‌محمدی، علیرضا (۱۳۹۹)، تبیین جامعه‌شناختی احساس ناامنی اجتماعی و تأثیر آن بر نابردباری اجتماعی (تهران)، **فصلنامه علمی امنیت ملی**، سال دهم، شماره ۳۸، ص ۳۶۳-۳۸۸



- ستوده، میترا، صفریان، حمد و رضا درستی، احمد (۱۳۹۴)، بررسی وضعیت ناامنی نسبت به کالاهای اساسی خانوار و تأثیر عوامل اقتصادی اجتماعی در کودکان کوتاه‌قد دچار اضافه‌وزن شهر زاهدان، **مجله علوم تغذیه و صنایع غذایی ایران**، سال دهم، شماره ۴، ص ۵۳-۶۲
- سلطانی، محمدرضا؛ ازگلی، محمد و آلاشتی، احمدنیا (۱۳۹۵)، درآمدی بر نقد نظریه سلسله مراتب مازلو، **فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی**، سال پنجم، شماره ۱، ص ۱۴۵-۱۷۲
- سیف‌الهی، سیف‌الله (۱۳۹۲)، **مبانی جامعه‌شناسی**، تهران: پژوهشکده المیزان
- سیگل، لاری و سنا، جوزف (۱۳۸۴)، **بزه‌کاری نوجوانان**، ترجمه تاج مزینانی، تهران: انتشارات سازمان ملی جوانان.
- شارون، جونل (۱۳۸۸)، **۵۵ پرسش از دیدگاه جامعه‌شناسی**، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نی شرفخانی، رحیم؛ دستگیری، سعید؛ قره‌آغاچی اصل، رسول و قوام زاده، سعید (۱۳۸۸)، شیوع و عوامل مؤثر بر ناامنی نسبت به کالاهای اساسی، در شهرستان خوی، **مجله پژوهشی ارومیه**، دوره بیست و دوم، شماره ۲، ص ۱۲۳-۱۲۸
- علیزاده اقدم، محمدباقر (۱۳۸۹)، تحلیل جامعه‌شناختی سبک غذایی شهروندان تبریزی، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال دوازدهم، شماره ۴۴، ص ۲۸۵-۳۱۸
- غفاری، غلامرضا (۱۳۹۰)، سرمایه اجتماعی و امنیت نظامی، تهران: نشر جامعه‌شناسان
- غفاری، غلامرضا و حبیب‌پورگتایی، کرم (۱۳۹۴)، سیاست اجتماعی: بنیان‌های مفهومی و نظری، تهران: موسسه انتشارات دانشگاه تهران.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۲)، **تاریخ فرهنگی ایران مدرن: گفتارهایی در زمینه تحولات گفتمانی ایران امروز از منظر مطالعات فرهنگی**، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- فرزید، محمدمهدی، رضایی، احمد و جانعلیزاده، حیدر (۱۳۹۷)، حافظه جمعی و هویت ایرانی، **فصلنامه مطالعات ملی**، شماره ۷۳، سال ۱۹، ص ۱-۱۸
- قادری، طاهره و القونه، زهرا (۱۳۹۶)، بررسی فردگرایی خودخواهانه و عوامل مرتبط با آن در بین دانشجویان دانشگاه شیراز، **فصلنامه علوم اجتماعی**، سال بیست و ششم، شماره ۷۹، ص ۱-۳۱
- کوهی، کمال (۱۳۹۳)، ناامنی نسبت به کالاهای اساسی و سرمایه اجتماعی، **فصلنامه اخلاق زیستی**، سال چهارم، شماره ۱۱، ص ۱۶۵-۱۹۶
- نجفیان‌زاده، محبوبه؛ مبارک‌آبادی، عادل؛ رنجبران، مهدی و رضا نخعی، محمود (۱۳۹۳)، شیوع ناامنی نسبت به کالاهای اساسی در خانوارهای روستایی شهرستان اراک و ارتباط با برخی عوامل اقتصادی و اجتماعی و جمعیتی، **مجله تغذیه و صنایع غذایی ایران**، سال نهم، شماره ۴، ص ۳۵-۴۴
- نوبری، علیرضا و اسماعیلی، علی (۱۳۹۸)، مفهوم شناسی امنیت در قرآن و زمینه‌های شکل‌گیری آن با تأکید بر روش معنا پژوهشی ایزوتسو، **فصلنامه علمی امنیت ملی**، سال دهم، شماره ۳۶، ص ۲۷۰-

- هزارجریبی، جعفر و علیزاده، فیروزه (۱۳۹۱)، نقش تعیین کننده سرمایه اقتصادی و اجتماعی در ناامنی نسبت به کالاهای اساسی شهروندان مورد مطالعه: شهروندان تبریزی، **جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه**، دوره یک، شماره ۲، ص ۱۹۵-۲۲۰

- Hayes, A. Gray, M. Edwards, B. (2008), **Social Inclusion: Origins, Concepts and Key Themes**, Australian Institute of Family Studies, Department of the Prime Minister and Cabinet.
- Mestrovic, S. G. (1988). **Emile Durkheim and the Reformation of Sociology**. Totowa, NJ: Rowman & Littlefield
- Orru, M(1988). **Anomie: History and Meanings**. London: Allen & Unwin.
- Park, Robert E. and Burgess, W. (1921). Introduction to the Science of Sociology.
- Siegel, L. J. (2008). **Criminology: Theories, Patterns and Typologies**, Wadsworth Publishing.