



# بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت شهروندان تهرانی (با تأکید بر رسانه‌های جمعی، عملکرد پلیس و بروز جرایم)

دکتر بهرام بیات

تاریخ دریافت مقاله: ۸۸/۵/۱۰

تاریخ تأیید مقاله: ۸۸/۶/۲۰

## چکیده:

**مسئله و هدف:** در طول دهه‌های اخیر به واسطه تغییر و تحولات در کیفیت و ماهیت جرایم و بروز ناامنی‌ها از یک سو و نقش روزافزون رسانه‌های جمعی به عنوان عامل و بازیگر اصلی در زندگی اجتماعی از دیگر سو، میزان احساس امنیت را شکل می‌دهند. هدف اصلی این پژوهش بررسی برخی عوامل مؤثر بر احساس امنیت شهروندان تهرانی با تأکید بر رسانه‌های جمعی؛ عملکرد پلیس و بروز جرایم است.

**روش:** روش تحقیق حاضر، پیمایشی بوده و جامعه آماری آن را شهروندان بالای ۱۸ سال ساکن شهر تهران تشکیل می‌دهند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۷۸۸ نفر تعیین شده است. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شده است. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی و پایایی آن در مرحله مقدماتی مورد بررسی و تأیید قرار گرفت.

**یافته‌ها:** یافته پژوهش حاضر نشان می‌دهد که میزان احساس ناامنی از حیث جنسیت، منطقه محل سکونت تأهل و سن پاسخگویان متفاوت است. همچنین نوع پرداخت رسانه‌های جمعی بیشترین تأثیر را بر احساس امنیت شهروندان دارد. علاوه بر این منبع کسب خبر در جامعه آماری به ترتیب رسانه‌های مدرن (مطبوعات، رادیو و تلویزیون)، رسانه‌های شفاهی (دوستان و آشنایان) و رسانه‌های فرامدرن (سایت‌ها و ماهواره‌ها) است.

**نتایج:** نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که عملکرد پلیس در احساس ناامنی تأثیر دارد و شهروندانی که احساس ناامنی بیشتری دارند انتظار عملکرد قوی از پلیس را دارند. همچنین با افزایش پرداخت رسانه‌ای به اخبار حوادث و جرایم در جامعه میزان احساس ناامنی نیز افزایش پیدا می‌کند.

## کلیدواژه‌ها:

رسانه‌های جمعی (Public media)، احساس امنیت (Security sense)، شهروندان (Citizens)، منبع کسب خبر (Source of gaining information).



## مقدمه و بیان مسئله:

شاید تا چند دهه اخیر متفکران اجتماعی، بین امنیت و احساس آن چندان تفاوتی قایل نبودند ولی به واسطه تغییر و تحولاتی که پس از جنگ جهانی دوم بر جوامع حاکم گردید مشخص شد که بعد ذهنی امنیت (احساس امنیت) اهمیت غیرقابل انکاری پیدا کرده است، زیرا این احساس ناشی از تجربه‌های عینی و اکتسابی افراد از شرایط و اوضاع پیرامونی است و فقط به شاخص‌های امنیت قابل تقلیل نیست (دلاور، ۱۳۸۴: ۵)، می‌توان به مقایسه میزان سرقت خودرو در دو شهر تهران و توکیو اشاره کرد که هر دو شهر با داشتن حدود ۱۲ میلیون جمعیت (ثابت و شناور) و وجود حدود ۵ میلیون خودرو در توکیو و ۳ میلیون خودرو در تهران میزان سرقت سالانه خودرو در تهران حدود ۱۰۰۰۰۰ دستگاه ولی در توکیو ۱۰۰۰۰۰ دستگاه است که علی‌رغم میزان بسیار بالای سرقت در توکیو نسبت به تهران احساس نگرانی از این وضعیت در توکیو به واسطه وجود نظام تأمین اجتماعی (که بلافاصله خودرو از طریق بیمه تأمین می‌شود) بسیار پایین‌تر از تهران است. (پایگاه داده‌های اجتماعی پلیس، ۱۳۸۵: ۹۵). احساس امنیت فرایندهای روانی و اجتماعی است که صرفاً بر افراد تحمیل نمی‌شود بلکه اکثر افراد جامعه بر اساس نیازها، علایق، خواسته‌ها و توانمندی‌های شخصیتی و روانی خود در ایجاد و از بین بردن آن نقش اساسی دارند. بر اساس تمایز میان مرز احساس و واقعیت می‌توان احساس امنیت را از امنیت واقعی تفکیک کرد. گاهی ممکن است ناامنی‌هایی در جامعه وجود داشته باشد ولی مردم احساس نکنند. زمانی نیز موارد و مصادیق ایجاد ناامنی کم است، اما مردم احساس ناامنی می‌کنند. حالت چهارگانه رابطه بین بعد عینی و ذهنی امنیت عبارت است از:

- امنیت وجود دارد، احساس امنیت نیز وجود دارد.
- امنیت وجود ندارد، احساس امنیت نیز وجود ندارد.
- امنیت از نظر پلیس و معیارها و شاخص‌های آن وجود دارد، اما مردم احساس امنیت نمی‌کنند.
- امنیت با شاخص‌های پلیس وجود ندارد، اما مردم احساس امنیت می‌کنند (پورمؤذن، ۱۳۸۳: ۴۹).

این مسئله که چه شرایطی افراد را به این جمع‌بندی و ارزیابی می‌رساند که آنها در یک موقعیت احساس ناامنی داشته باشند و در شرایطی دیگر به رغم پایین بودن شاخص‌های امنیت، احساس امنیت بالایی داشته باشند، تحت تأثیر عواملی است که یکی از اصلی‌ترین آنها رسانه‌های جمعی است؛ زیرا در عصر حاضر که به عصر اطلاعات و ارتباطات مشهور شده است قالب‌های ذهنی و ساختار گرایش و ارزیابی افراد از وضع امنیتی جامعه به شدت به واسطه نوع پرداخت رسانه‌ها از شرایط امنیتی جامعه، نوع اطلاع‌رسانی از حوادث و اتفاقات، جنایات، تصادفات و... تعیین می‌گردد و این ویژگی تعیین‌کنندگی رسانه‌ها، روز به روز گسترده‌تر می‌شود. بر این اساس



مسئله اصلی در مقاله حاضر این است که در طی دهه‌های اخیر بر اساس اظهارنظرها و تحقیقات صورت گرفته در مقایسه با بسیاری از کشورها شاخص‌های امنیت عینی در ایران قابل قبول است ولی به همان اندازه مردم احساس امنیت ندارند. بنابراین باید بایستی بررسی شود که رسانه‌های جمعی در این میان چه نقشی را بازی می‌کنند و از میان انواع رسانه‌های جمعی شفاهی، سنتی، مدرن و فرامدرن کدام یک نقش بیشتری را بازی می‌کنند. علاوه بر رسانه‌های جمعی نوع و کیفیت عملکرد پلیس در جامعه از یک سو و میزان بروز جرایم در جامعه از سوی دیگر در کنار رسانه‌های جمعی میزان احساس امنیت را شکل می‌دهند. از این رو، مسئله اصلی در مقاله حاضر بررسی نقش این سه عامل در احساس امنیت است.

### سؤال‌های تحقیق

۱. میزان احساس امنیت در شهر تهران چقدر است.
۲. کدام یک از سه متغیر رسانه‌های جمعی، عملکرد پلیس و میزان بروز جرایم در احساس امنیت شهروندان نقش بیشتری دارند؟
۳. از میان سه نوع رسانه جمعی مدرن، شفاهی و فرامدرن کدامیک تأثیر بیشتری بر احساس امنیت دارد؟

### چارچوب نظری

برای تبیین نظری احساس امنیت در مقاله حاضر به دو بعد اجتماعی و فردی احساس امنیت به عنوان دو روی سکه احساس امنیت توجه شده است. از این رو، برای بعد اجتماعی احساس امنیت از نظریه‌های جامعه‌شناختی و برای بعد فردی آن از نظریه‌های روان‌شناختی استفاده شده است:

#### الف) نظریه‌های جامعه‌شناختی

در میان اندیشمندان حوزه جامعه‌شناختی برای تبیین احساس امنیت از نظریات ماکس وبر، هابرماس و آنتونی گیدنز استفاده شده است. وبر نسبت به دنیای جدید که دنیایی عقلانی شده بود، نظر خوشی نداشت و اعتقاد داشت که دنیای مدرن به قفس آهنینی برای افراد تبدیل شده است که راه گریزی از آن نیست. بزرگ‌ترین ترس وبر از «قفس آهنین» بود که او آن را نتیجه عقلانی شدن و در بهترین شکل توجیهی، فرآیند سازمانی شدن می‌دانست. او نظام دیوانسالاری را نظامی غیرقابل گریز و مستمر در میان مستحکم‌ترین نهادهایی که پس از تأسیس متلاشی شده‌اند، تشریح کرد (آزاد، ۱۳۷۴: ۱۰۴). از نظر هابرماس در دنیای مدرن به





واسطه مناسباتی، کنش ارتباطی، تحت الشعاع کنش ابزاری قرار گرفته و مشکلات عدیده‌ای را برای افراد در زندگی اجتماعی به وجود آورده است که عبارت‌اند از:

۱. اولویت عقل ابزاری بر کلیه شئون زندگی افراد؛
  ۲. تحریف کنش متقابل انسان‌ها به دست ساختارهای اجتماعی؛
  ۳. پوشیده ماندن وضعیت‌های کنش ارتباطی برای افراد.
- به نظر هابرماس رشد عقل ابزاری خطر پیدایش «آرمانشهر منفی»<sup>۱</sup> را با خود دارد که حوزه عمومی (جایی که با مشارکت افراد در امور عمومی، کنش ارتباطی توسعه می‌یابد) روز به روز تضعیف می‌شود و شرایطی به وجود می‌آید که در آن اختیار انسان بر زندگی اجتماعی‌اش از دست می‌رود تا جایی که این وضعیت را وی با اصطلاح «بحران» یاد می‌کند یعنی جایی که خطراتی برای هویت اجتماعی افراد پیش می‌آید.

هابرماس با تأکید بر نقش ویژه «ژورنالیسم» در اثرگذاری بر مخاطبان به ویژه بر مخاطبان اثرپذیر منفعل که وی از آنها تحت عنوان «توده صرفاً پذیرا» یاد می‌کند، توضیح می‌دهد که در دنیای مدرن چگونه اخبار مربوط به موضوعات مختلف در فرآیند فعالیت‌های ژورنالیستی بزرگنمایی و دستکاری شده و توده و افکار عمومی از این طریق تحت تأثیر قرار گرفته و ساختار واقعیت ذهنی آنها شکل می‌گیرد.

گیدنز زندگی اجتماعی انسان را واجد الگومندی و ضابطه‌مندی خاصی می‌داند که به این واسطه فرآیند امور سامان می‌یابد و این سامان‌یافتگی تا حدودی طبیعی تلقی شده و عمدتاً برنامه‌ریزی بر آن در ظاهر به صورت ناآگاهانه جلوه می‌کند. گیدنز آن را فرآیندی می‌داند که در خلال آن الگوهای روابط بین انسانی شکل می‌گیرد. به نظر وی این الگویابی زندگی اجتماعی به مسئله «ساخت‌یابی» منتج می‌شود که در جامعه قابل احصاء می‌باشد و این امر تداوم زندگی را باعث شده و «امنیت وجودی» را تضمین می‌کند. بر این مبنا گیدنز امنیت وجودی را چنین تعریف می‌کند:

زمانی که فرد می‌داند چگونه به کار خود ادامه دهد، بدون آنکه وقفه و مزاحمتی برای او به وجود آید حالتی ذهنی و روانی در وی بروز می‌کند که این حالت همان امنیت وجودی (احساس امنیت) است. چنانچه این فرد بازیگر و عامل به طور کلی توانایی ادامه فعالیت را از دست بدهد، وضعیتی که ممکن است پیامد زلزله‌ای باشد که به لحاظ اجتماعی همه را فلج کرده یا ناشی از جراحی باشد که فرد را به لحاظ اجتماعی فلج کرده است، در چنین حالتی فرد احساس درماندگی، نگرانی و بی‌ثباتی کامل (احساس ناامنی) می‌کند (استونز، ۱۳۷۹: ۲-۴۳۱).

1. negative utopia



بورديو اعتقاد دارد که انسان‌ها در زندگي اجتماعي خود همواره به دنبال تأييد اجتماعي و کسب هويت در ميان ديگران هستند و اين خواسته و گرايش تنها در جامعه امکان پاسخيابي پيدا مي‌کند:

خاستگاه مبنايي رفتار، عطش فرد براي کسب ارزش و شأن است و اين تنها جامعه است که مي‌تواند اين عطش را برطرف کند، زيرا جامعه با اختصاص يک نام، يک مکان و يک کارکرد به فرد در درون گروه يا نهاد مي‌تواند به رهايي او از پيشامدها و محدوديت‌ها و پوچي نهايي هستي کمک کند. اميدواري انسان به رهايي در گروه تن دادن به قضاوت و داوري ديگران است. اين قضاوت اصل اساسي عدم قطعيت و عدم امنيت است (بورديو، ۱۳۸۰: ۲۸۰). بر مبنای اين تعبير هستي اجتماعي فرآيندي است که در آن ناهمساني غلبه يافته و اين ناهمساني در حوزه سلسله مراتب اجتماعي فضايي را فراهم مي‌کند که در آن «شناسايي غلط» فضاي ذهني افراد را با بي‌اطميناني مواجه مي‌کند.

### ب) نظريه‌هاي روان‌شناختي

در حوزه روان‌شناختي در مقاله حاضر از نظريه‌هاي کارن هورنای، اريک فروم و اريک اريکسون بهره گرفته شده است. کارن هورنای احساس ناامني را با مفهوم «اضطراب بنيادي» تشریح مي‌کند. از نظر هورنای اين اضطراب ارثي نيست بلکه حاصل فرهنگ و پرورش ماست. اضطراب بنيادي، احساس درمانده بودن در دنياي خصمانه است. احساس درماندگي مي‌تواند شرط اصلي براي مشکلات شخصيت باشد. از اين اضطراب زمينه بنيادي براي ناامني و احساس ناامني پديد مي‌آيد. ايمن بودن به معنا آزاد بودن از اضطراب است (لاندين، ۱۳۷۸: ۲۹۶).

هورنای از طريق تحليل رواني به اين نتيجه دست يافت که احساس عدم امنيت پيش از مسائل جسمي موجب اختلالات رواني مي‌شود. به همين دليل بسياري از مفاهيم فرويدي مانند غريزه جنسي و عقده اوديب را زير سؤال برد و بر رابطه فرد و محيط اجتماعي تأکيد بيشتری کرد (آزاد، ۱۳۷۴: ۲۸۸).

به نظر هورنای افراد به واسطه زندگي اجتماعي براي رفع نيازهاي خود هرچه تلاش مي‌کنند بيشتر با شکست و ناکامي مواجه شده و اضطراب بنيادي در آنها توسعه يافته و احساس ناامني مي‌کنند.

به نظر اريک فروم، در تاريخ تمدن غرب، هر زمان که مردم، آزادي بيشتری به دست آورده‌اند، بيشتر احساس تنهائي، بي‌اهميتي و بيگانگي از ديگران پيدا کرده‌اند و بر عکس هر زمان که از آزادي کمتری برخوردار بوده‌اند، احساس تعلق و امنيت در آنها بيشتر بوده است.





بدین ترتیب، به نظر می‌رسد که آزادی با نیاز انسان برای کسب امنیت و هویت‌یابی، تناقض دارد. به همین خاطر است که مردمان قرن بیستم به علت داشتن آزادی، بیشتر از هر زمان دیگر احساس تنهایی، بیگانگی و بی‌اهمیتی بیشتری می‌کنند.

اریک اریکسون با تمرکز بر مفهوم بحران هویت شرایطی را به تصویر می‌کشد که در آن فرد با اختلال در فرآیند هویت‌یابی خود در زندگی احساس ناامنی می‌کند.

به نظر اریکسون در هنگام بحران هویت فرد با ناتوانی شدید و دودلی در تصمیم‌گیری، احساس جدایی و پوچی درونی، ناتوانی فزاینده در برقراری ارتباط با دیگران، اختلال در عملکرد جنسی، اختلال در زمان به صورت احساس فوریت برای انجام کار و با انگاشت منفی از خود مواجه می‌شود.

اریکسون خصوصياتی را که در هنگام بحران هویت جنبه پاتولوژیک پیدا می‌کند به صورت زیر بیان می‌کند:

۱. عدم توانایی در ایجاد روابط شخصی که حاصل آن کناره‌گیری و روابط متقابل کلیشه‌ای و قالبی است.
۲. اختلال در پیش‌بینی زمان با اعتقاد نداشتن به اینکه زمان ممکن است باعث تغییر شود.
۳. اختلال در تلاش و کوشش همراه با عدم تمرکز و توجه به کارهای بی‌نتیجه و بیم از رقابت.
۴. انتخاب هویت منفی و کارهایی را کسر شان خود دانستن در صورتی که متناسب با فرم خانوادگی و اجتماعی است (احمدی، ۱۳۷۲: ۸۲).

### ج) نظریه‌های تأثیر رسانه‌ای

زمانی که اخباری پیرامون اغتشاش، خشونت، ستیز و رفتار ضداجتماعی در مطبوعات انتشار یافته یا در تلویزیون به نمایش گذاشته می‌شود، موجب ناامنی روانی می‌شود، به عبارتی این اخبار در مخاطب از اینکه در دنیایی پرآشوب زندگی می‌کنند ایجاد بدبینی و ترس می‌کند و همین ناامنی روانی در فعالیت‌ها یا حیات اجتماعی، نوعی اختلال و بی‌اعتمادی ناشی از انتقال حالات روانی به حیات اجتماعی را به همراه دارد. یعنی افراد با بی‌اعتمادی و اضطراب در حیات اجتماعی ظاهر می‌گردند و همین امر نابسامانی اجتماعی و ناامنی اجتماعی را به همراه دارد و نسبت به تخلفات حق فردی، بی‌توجهی به ضوابط و قانون یا بزهکاری را افزایش می‌دهد.

با تبلیغات مکرر و گسترده برای پوشش اخبار جرم و جنایت ممکن است شخص احتمال قربانی جرم شدن خود را بیش از حد متعارف برآورد کند. (ویس‌ا... وند، ۱۳۸۴: ۲۱۶).



به هر حال نمایش پیوسته بی‌نظمی‌ها از طریق رسانه، نسبت به جامعه بدبینی پدید می‌آورد، زیرا افراد با روشن کردن تلویزیون و رادیو و مواجه شدن با سیل اخبار، مطالب، تصاویر و مجموعه‌های رادیویی و تلویزیونی ناگوار، می‌پندارند که در دنیایی پر آشوب زندگی می‌کنند که هر آینه ممکن است در آن معایب و مشکلات عالم بر سرشان خراب شود. اما برداشت افراد مختلف از پخش برنامه‌های ناگوار، خشونت‌بار و... بنا بر ادعای محققان به دو شیوه قابل طرح است:

۱- اول آنکه، پخش برنامه‌های خشونت‌آمیز تمایل به خشونت را در افراد کاهش دهد.

۲- دوم آنکه، پخش برنامه‌های خشونت‌آمیز، منجر به افزایش خشونت می‌شود.

در خصوص زمینه اول یک روان‌شناس اجتماعی آمریکایی به نام فشاخ تئوری پلایش نمادین را طرح می‌کند و مدعی است که تماشای خشونت بر صفحه تلویزیون می‌تواند تأثیری آرام‌کننده بر خصلت پرخاشجویی ذاتی بینندگان بگذارد و در نتیجه جایگزین خشونتی شود که وجود حقیقی وی می‌خواهد بدان دست زند. وی معتقد است که تماشای خشونت از تلویزیون ممکن است به منزله ضامن یا دریچه اطمینانی، شقاوت‌ها و پرخاشگری‌های انسان را مهار سازد. در دسته دوم، نظریه پردازان و محققان دیگری وجود دارند که معتقدند پخش برنامه‌های خشونت‌آمیز و نمایش ستیزه‌ها و رفتار ضد اجتماعی، منجر به افزایش خشونت، جرم و جنایت و بزهکاری در جامعه می‌شود. افرادی چون ویلبر شرام به نوعی به این موضوع می‌پردازند (نقیب‌السادات، ۱۳۸۱: ۵).

شکل‌گیری نظریه‌های متنوع، متعدد و گاه متضاد درباره تأثیر رسانه‌ها بر باورها، نگرش‌ها و رفتارهای افراد خود از پیچیدگی این امر و عدم قطعیت و عدم اجماع بین اندیشمندان و نظریه‌پردازان علوم اجتماعی و ارتباطات حکایت دارد. دنیس مک کوئیل در کتاب نظریه ارتباطات اجتماعی خود در فصل فرایندهای اثرگذاری رسانه‌ها در این باره می‌نویسد:

با وجود اینکه بنیاد همه مطالعات ارتباط جمعی بر این فرض اولیه قرار دارد که به هر حال رسانه‌ها دارای تأثیراتی هستند، جالب است که در مورد این فرض، حداقل یقین و کمترین اتفاق نظر وجود دارد. اگر توجه کنیم که در تجربه زندگی روزمره نمونه‌های بی‌شماری از تأثیرهای کوچک می‌توان یافت، این عدم قطعیت تعجب‌آور جلوه خواهد کرد. لباسی که همه ما به هنگام خروج از خانه می‌پوشیم با توجه به پیش‌بینی هواست. آنچه می‌خریم تحت تأثیر تبلیغات تجاری است. به دیدن فیلمی می‌رویم که در روزنامه درباره‌اش مطلبی خوانده‌ایم و به اشکال بی‌شمار به تلویزیون، رادیو یا موسیقی واکنش نشان می‌دهیم، زیرا ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که فرایندهای سیاسی و حکومتی آن بر اساس این فرض قرار دارد که ما بر آنچه می‌گذرد آگاهیم، زیرا از مطبوعات و تلویزیون و رادیو خبر می‌گیریم. کمتر کسی را می‌توان





یافت که سرچشمه اطلاعات و عقایدش را نتوان در رسانه‌ها پیدا کرد. این همه پول وتلاش صرف آن می‌شود که رسانه‌ها در جهتی هدایت شوند که تأثیر دلخواه تحقق یابد. مک کوئیل معتقد است با وجود دشواری‌ها و نتیجه بخش نبودن مسئله تأثیر رسانه‌ها معلوم شده است که این موضوع هم برای عالمان اجتماعی و هم خود رسانه‌ها و هم عموم مردم بسیار جذاب و اجتناب‌ناپذیر است. اگر ما اساساً باور نداشتیم که رسانه‌ها پیامدهای درازمدت با اهمیت دارند، هرگز این همه زمان به مطالعه آنها اختصاص نمی‌دادیم (مک‌کوئیل، ۱۳۸۲: ۴۱۷-۳۵۲). بر این اساس در حوزه تأثیر رسانه‌ها بر ساختار واقعیت‌های اجتماعی چهار نظریه مطرح شده است:

۱) نظریه گلوله: نظریه گلوله نامی است که پژوهشگران به یکی از اولین مفاهیم اثرهای ارتباط جمعی داده‌اند. این دیدگاه خام و ساده‌گرا که نظریه سوزن تزریقی یا نظریه کمر بند انتقال نیز خوانده شده است پیش بینی می‌کند که پیام‌های ارتباط جمعی بر همه مخاطبان که در معرض آنها قرار می‌گیرند اثرهای قوی و کم و بیش یکسان دارد.

به نظر مک لوهان مهم‌ترین اثر رسانه‌ها این است که بر عادات، درک و تفکر ما اثر می‌گذارد. مفهوم نسبت‌های حسی به تعادل حواس ما اشاره می‌کند. مردم ابتدایی بر تمام پنج حس تأکید داشتند، اما فناوری و به ویژه رسانه‌ها موجب شده است که افراد یک حس را بیشتر از حواس دیگر مورد تأکید قرار دهند.

۲) ماریپیچ سکوت: یکی از نظریه‌هایی که بیش از بسیاری از نظریه‌های دیگر به رسانه‌های جمعی قدرت می‌دهد نظریه ماریپیچ سکوت است که الیزابت نوئل نئومان (۱۹۸۰-۱۹۷۳) آن را مدون کرده است. استدلال نوئل - نئومان این است که رسانه‌های جمعی حتماً بر افکار عمومی اثرهای قوی دارند، اما این اثر به خاطر محدودیت‌های پژوهش در گذشته کم اهمیت شمرده شده یا کشف نشده باقی مانده است. وی معتقد است که سه ویژگی ارتباط جمعی، یعنی تراکم، همه‌جایی بودن و هم‌صدایی در ایجاد اثرهای قوی بر افکار عمومی با هم ترکیب می‌شوند. اثر هم‌صدایی این است که بر مواجهه‌گزینی غلبه می‌کند تا افراد نتوانند پیام دیگری را انتخاب کنند و نشان دهند این گمان است که بیشتر افراد به گونه‌ای به موضوع نگاه می‌کنند که رسانه‌های جمعی آن را عرضه می‌دارند. عامل دیگری که وارد عمل می‌شود ماریپیچ سکوت است. در خصوص یک موضوع مناقشه‌انگیز افراد درباره توزیع افکار عمومی حدس‌هایی می‌زنند. آنها سعی می‌کنند تعیین نمایند آیا در اکثریت قرار دارند یا خیر و سپس می‌کوشند تعیین کنند آیا تغییر افکار عمومی در جهت موافقت با آنهاست یا خیر. اگر احساس کنند در اقلیت قرار دارند گرایش پیدا می‌کنند که درباره موضوع سکوت کنند.

نوئل نئومان استدلال می‌کند تمایل به سخن گفتن راجع به موضوعات به طور عمده تحت





تأثیر تصور فضای عقیده است. اگر فضای عقیده بر خلاف (عقیده) شخص باشد، شخص ساکت می‌ماند.

۳) **سلطه رسانه‌ها:** دیدگاه دیگری که نفوذ گسترده‌ای به رسانه‌های جمعی نسبت می‌دهد، مفهوم سلطه رسانه‌هاست. سلطه رسانه‌ها ریشه در افکار اقتصاددانان مارکسیست دارد. مفهوم سلطه رسانه‌ها حکایت از آن دارد که افکار طبقه حاکم در جامعه به صورت افکار حاکم در می‌آید. (همان منبع: ۱۸).

رسانه‌های جمعی تحت کنترل طبقه مسلط در جامعه درمی‌آیند و پشتیبان اعمال نظارت آن طبقه بر باقی جامعه می‌شوند.

۴) **نظریه برجسته‌سازی:** نظریه برجسته‌سازی از اوایل دهه ۱۹۷۰ یکی از مفاهیم اصلی در نظریه‌های ارتباطات بوده است. بر مبنای این نظریه رسانه‌ها می‌توانند بر جامعه اثر داشته باشند و منجر به تغییر نگرش در افراد شوند. این نظریه اساساً زمانی مطرح شد که پژوهشگران از موضع نظریه مسلط در پژوهش ارتباط جمعی در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ یعنی الگوی اثرات محدود ناخرسند شدند. آنها معتقد بودند که سال‌ها رویکرد مورد استفاده در پژوهش ارتباط جمعی معطوف به تغییر نگرش بوده و بیشتر پژوهش‌ها به این نتیجه رسیده بود که رسانه‌ها در این حوزه اثر ناچیزی دارند. به رغم آنها، علت شاید این بود که پژوهشگران دنبال هدف غلطی بودند. شاید رسانه‌های جمعی به جای اینکه بر نگرش افراد مؤثر باشند، بر ادراک آنها تأثیر داشته باشند (همان منبع: ۲۲).

### اهداف تحقیق

هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی احساس امنیت در شهر تهران است و برای بررسی این هدف اصلی اهداف فرعی زیر انتخاب شده است:

۱. بررسی نقش رسانه‌های جمعی در احساس امنیت شهروندان تهرانی
۲. بررسی نوع عملکرد پلیس در احساس امنیت شهروندان تهرانی
۳. بررسی میزان بروز جرایم در احساس امنیت شهروندان تهرانی

### فرضیه‌های تحقیق

۱. بین ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخگویان و احساس امنیت آنان رابطه وجود دارد.
۲. بین نوع عملکرد پلیس و احساس امنیت رابطه وجود دارد.
۳. بین میزان بروز جرایم و احساس امنیت رابطه وجود دارد.
۴. بین نوع پرداخت رسانه‌ای و احساس امنیت رابطه وجود دارد.





## روش شناسی

روش تحقیق در پژوهش حاضر روش پیمایشی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه شهروندان بالغ بالای ۱۸ سال ساکن در شهر تهران است که بر اساس سرشماری سال ۸۵ به تعداد ۵.۲۲۴.۳۳۸ نفر می‌باشد. روش نمونه‌گیری این تحقیق، روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای است که به تفکیک مناطق ۲۲ گانه شهرداری و محله‌ها (زیرخوشه‌ها) نمونه‌گیری انجام شد. نمونه برداری در منطقه به صورت سیستماتیک بلوک‌های آماری صورت پذیرفته است. تعداد نمونه بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران ۶۷۰ با دقت برآورد اما با توجه به وضعیت جغرافیایی و پراکندگی جمعیتی در سطح شهر تهران حجم نمونه، ۷۸۸ نفر در نظر گرفته شده است. سهم حجم نمونه در هر منطقه با روش P.P.S محاسبه شد. داده‌های مورد نیاز این تحقیق به صورت مصاحبه‌ای و با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته جمع‌آوری شده است. داده‌های جمع‌آوری شده در این پژوهش با استفاده از نرم افزارهای آماری Spss (نرم افزار علوم اجتماعی) و نرم افزار EQS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

## پایایی و روایی ابزار اندازه‌گیری:

### پایایی<sup>۱</sup>

پایایی سؤال‌های پرسشنامه این پژوهش بر اساس آزمون آلفای کرونباخ تعیین شده است که دامنه آن بین ۰ تا ۱ می‌باشد بر این مبنا به پایداری درونی گویه‌ها پی برده می‌شود. آلفای کرونباخ سؤالات پرسشنامه به شرح جدول زیر آمده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی





جدول شماره ۱: اعتبار شاخص‌های تحقیق

ردیف	شاخص	تعداد گویه‌ها	مقدار آنها
۱	بروز جرایم	۱۳	۵/۸۸
۲	احساس ناامنی	۱۷	۵/۹۳
۳	کیفیت عملکرد ناجا	۸	۵/۸۹
۴	پرداخت رسانه‌ای	۲	۵/۷۳
	کل	۷۶	۵/۸۱

### قابلیت اعتماد<sup>۱</sup> ابزار اندازه‌گیری

برای تعیین قابلیت اعتماد پرسشنامه پس از پیش‌آزمون با حجم ۳۰ نفر ابتدا با استفاده از روش تحویل داده‌ها<sup>۲</sup> و تکنیک تحلیل عاملی<sup>۳</sup> با حذف گویه‌های ناهم‌ساز، گویه‌های مناسب انتخاب شدند و سپس با استفاده از تکنیک گروه‌های شناخته شده ۱۵ نفر از پاسخگویان که دارای احساس ناامنی بالاتر و ۱۵ نفر نیز که دارای احساس ناامنی پایین‌تر از ۵۰ داشتند، انتخاب شدند که تفاوت نمرات احساس ناامنی آنان بر اساس آزمون u-من و تینی<sup>۴</sup> معنادار است.

جدول شماره ۲: قابلیت اعتماد

سطح معنی‌دار	z	W-ویکلاکسون	u-من و تینی
۵/۵۲	-۲/۳۳	۳	۵/۵۵



1. Validity
2. Data reduction
3. Factor analysis
4. Mann –whitney u



## مفاهیم و متغیرهای تحقیق

### متغیر وابسته (احساس ناامنی)

برای احساس ناامنی در پژوهش حاضر به واسطه بهره‌مندی از پژوهش‌های قبلی ۱۷ سؤال مورد بهره‌برداری قرار گرفت که عبارت‌اند از: تردد بانوان و کودکان در ساعات پایانی شب، حمل پول نقد به مقدار زیاد، سپردن سرمایه به فرد دیگری جهت سرمایه‌گذاری، خالی گذاشتن منزل به مدت چند روز، تردد با ماشین‌های مسافرکش شخصی، فرستادن کودکان به مدرسه در مسیر طولانی، پارک خودرو برای زمان طولانی در خیابان، به همراه داشتن کیف پول، همراه با سایر لوازم قیمتی، خرید مسکن، ماشین و... از طریق آگهی روزنامه، دوستی با افراد غریبه برای خود و فرزندان، رفتن یا نشستن در پارک‌ها، پذیرفتن خوراکی یا هدیه از افراد ناشناس و غریبه، شرکت در میهمانی‌ها و پارتی‌های دوستانه (مختلط) که فیلم‌برداری می‌شود، اشتغال زنان و دختران در بخش‌های خصوصی، در صورت داشتن ماشین، سوار کردن فردی ناآشنا در شب و حضور در برخی تجمعات ورزشی و ناآرامی‌ها هستند.

لازم به توضیح است که در ادبیات سنجش احساس امنیت از مفهوم مقابل آن یعنی احساس ناامنی استفاده می‌شود و منطق آن هم این مسئله است که احساس امنیت بر موقعیت‌های مکانی، زمانی و ارتباطی خطرناک مبتنی است. بنابراین بایستی با سنجش میزان احساس ناامنی افراد در موقعیت‌های خطرناک و کسر آن از یک به میزان احساس امنیت رسید. لذا در این تحقیق در حوزه سنجش و جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات مفهوم احساس ناامنی در نظر گرفته شده است.

### متغیرهای مستقل

#### میزان بروز جرایم

ارزیابی مردم از میزان بروز جرایم، می‌تواند نقش جدی در احساس ناامنی شهروندان داشته باشد بدین منظور و برای سنجش ارزیابی شهروندان از میزان بروز جرایم ۱۳ شاخص جرایم شامل: اعتیاد، توزیع و مصرف قرص‌های روان‌گردان، خرید و فروش و مصرف مشروبات الکلی، ایجاد مزاحمت برای دختران و زنان، زورگیری و اخاذی، سرقت خودرو و وسایل داخل آن، سرقت منازل، کیف قاپی و کف زنی، کلاهبرداری، قتل و جنایت، عرض اندام و قدرت‌نمایی اراذل و اوباش، نزاع و درگیری و پخش فیلم‌ها و عکس‌های خصوصی افراد مورد توجه قرار گرفت.

## در معرض جرم واقع شدن

برای سنجش متغیر در معرض جرم واقع شدن از یک سؤال دوجوابی استفاده شد و از شهروندان خواسته شد در صورتی که خود یا اعضای خانواده‌شان در معرض جرم واقع شده‌اند، بیان کنند و پاسخگو با انتخاب گزینه بله یا خیر به این سؤال پاسخ گفته است

### عملکرد پلیس

برای سنجش عملکرد پلیس توسط شهروندان تعداد ۸ گویه شامل: سرعت پلیس ۱۱، گشت‌های پیاده و سواره، برخورد احترام‌آمیز با مردم، برخورد قاطع با مجرمان و اراذل و اوباش و قانون‌شکنان، مورد اعتماد مردم و اهل محل بودن، اجرای طرح ارتقای امنیت اجتماعی، برخورداری از تجهیزات و امکانات لازم و در دسترس بودن استفاده شد.

### پرداخت رسانه‌ای

برای سنجش پرداخت رسانه‌ای و تأثیر رسانه‌ها و افزایش احساس نگرانی و احتمال قربانی شدن مورد بهره‌برداری قرار گرفت. پس از آن از پاسخگویان خواسته شد که منبع کسب خبر جنایات و حوادث را شامل: صفحات حوادث روزنامه‌ها، رادیو و تلویزیون، هفته‌نامه‌ها و مجلات، سایت‌ها، ماهواره و شبکه‌های تلویزیونی خارج از کشور و دوستان و آشنایان به ترتیب اولویت مشخص کنند.

### یافته‌های تحقیق

#### سیمای پاسخگویان

از میان کل پاسخگویان ۵۰/۹ درصد مرد و ۴۹/۱ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. در این بین ۳۴/۱ درصد متأهل، ۶۴/۱ درصد مجرد و ۱۱/۸ درصد نیز مطلقه هستند. ۹۶ درصد نحوه زندگی پاسخگویان با خانواده و ۴ درصد به تنهایی زندگی می‌کنند و بعد خانوار ۱۱/۹ درصد کمتر از ۲ نفر، ۵۰/۱ درصد ۳ تا ۴ نفر و ۳۸/۱ درصد نیز بیشتر از ۴ نفر می‌باشند. پراکنش سنی پاسخگویان در گروه سنی ۱۸-۲۵ سال ۳۱/۷ درصد، گروه سنی ۲۵-۳۲ سال ۱۸/۸ درصد، گروه سنی ۳۲-۳۸ سال ۳۲ درصد، گروه سنی ۳۹-۴۶ سال ۱۴/۳ درصد، گروه سنی ۴۶-۵۳ سال ۸ درصد و بیشتر از ۵۳ سال ۱۱/۸ درصد می‌باشد. توزیع پاسخگویان از حیث تحصیلات ۳۴/۲ درصد دیپلم، ۳۶ درصد زیر دیپلم و ۲۹/۸ درصد نیز دارای تحصیلات عالیه می‌باشند. نوع منزل مسکونی ۶۷ درصد پاسخگویان شخصی، ۳۱/۵ درصد استیجاری و ۱/۵ درصد نیز سایر موارد می‌باشند و در نهایت ۲/۴ درصد پاسخگویان متعلق به طبقه بالا، ۶۹/۲ درصد متوسط و ۲۸/۴



درصد نیز متعلق به طبقه پایین هستند. همچنین ۲/۵ درصد پاسخگویان خود را طبقه بالا، ۷۲/۱ درصد طبقه متوسط و ۲۷/۹ درصد نیز پایگاه طبقاتی خود را پایین ارزیابی کرده‌اند.

#### یافته‌های توصیفی

- ۸/۵ درصد پاسخگویان میزان بروز جرایم را در شهر تهران بسیار کم، ۱۸/۴ درصد کم، ۴۲/۶ درصد متوسط، ۳۲/۸ درصد زیاد و ۶/۷ درصد نیز بسیار زیاد ارزیابی کرده‌اند.
- ۱۳/۴ درصد پاسخگویان خود یا یکی از اعضای خانواده آنها قربانی جرایم قرار گرفته‌اند که بیشترین نوع جرمی که اتفاق افتاده است به ترتیب سرقت خودرو و لوازم داخل آن، کیف‌قاپی و کف‌زنی، کلاهبرداری و ایجاد مزاحمت برای زنان و دختران است.
- انتظار از عملکرد ناجا از نظر ۶/۸ درصد پاسخگویان بسیار کم، ۲۲/۴ درصد کم، ۳۵/۲ درصد متوسط، ۲۶/۳ درصد زیاد و ۹/۳ درصد بسیار زیاد می‌باشد.
- میزان تأثیر اخبار حوادث و جنایات در رسانه‌ها از نظر ۲/۲ درصد پاسخگویان بسیار کم، ۷/۳ درصد کم، ۲۲/۸ درصد متوسط، ۳۹/۲ درصد زیاد و ۲۸/۵ درصد بسیار زیاد است. همچنین میزان ترس از قربانی شدن یا خواندن یا شنیدن اخبار حوادث و جنایات برای ۱۰/۳ درصد پاسخگویان بسیار کم، ۱۷/۷ درصد کم، ۳۴/۷ درصد متوسط، ۲۳/۴ درصد زیاد و ۱۳/۹ درصد بسیار زیاد می‌باشد. به علاوه منبع کسب اخبار جرایم و جنایات پاسخگویان به ترتیب اولویت رادیو و تلویزیون، صفحات حوادث روزنامه‌ها، دوستان و آشنایان، هفته نامه‌ها، سایت‌ها و ماهواره است.
- میزان احساس ناامنی در شهر تهران از نظر ۳/۸ درصد پاسخگویان بسیار کم، ۷/۱ درصد کم، ۱۸/۵ درصد بینابین، ۴۲/۸ درصد زیاد و ۲۷/۷ درصد بسیار زیاد می‌باشد. بیشترین میزان احساس ناامنی به ترتیب مربوط به گویه‌های حمل پول نقد با نمره ۷۵/۱، سوار کردن ناآشنا در شب با نمره ۷۳/۳، تردد بانوان در شب با نمره ۷۱/۷ درصد می‌باشد و پایین‌ترین آن مربوط به گویه رفتن یا نشستن در پارک‌ها با نمره ۵۰/۵ درصد است. بر این اساس نمره میزان احساس ناامنی در تحقیق حاضر ۶۵/۱ از ۱۰۰ است که نسبت به سال‌های ۸۵ (۶۲) و ۸۴ (۵۹/۴) روند افزایشی به خود گرفته است.
- پراکنش جغرافیایی بیشترین میزان احساس ناامنی در مناطق پنج‌گانه شهر تهران به ترتیب مربوط به منطقه ۲۲، منطقه ۶، منطقه ۱۹، منطقه ۸ و منطقه ۱ است.

## • یافته‌های استنباطی

جدول شماره ۳: رابطه بین جنسیت و در معرض جرم شدن و احساس ناامنی

متغیر مستقل	متغیر وابسته	آزمون leven جهت هماهنگی واریانس‌ها			آزمون t	
		F	معناداری	t	d F	معناداری (دوامه)
جنسیت	احساس ناامنی	۱۷/۳۸۳	۰/۰۰۰	۳/۱۵۲	۶۹۹	۰/۰۰۲
در معرض جرم واقع شدن	احساس ناامنی	۰/۴۹۹	۰/۵۰۳	۲/۴۹۰	۶۹۸	۰/۰۱۳

- نتایج جدول نشان می‌دهد که از حیث میانگین نمرات احساس ناامنی با فرض ناهمگن بودن واریانس‌ها تفاوت معناداری بین دو گروه زن و مرد وجود دارد و سطح معناداری ۰/۰۰۲ نشان از این تفاوت معنادار است.
- با توجه به یافته‌های جدول و سطح معناداری ۰/۰۱۳ می‌توان گفت که بین میانگین نمرات احساس ناامنی کسانی که در معرض جرم واقع شده‌اند و کسانی که در معرض جرم واقع نشده‌اند تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۴: ماتریس همبستگی بین متغیرهای تحقیق

احساس ناامنی کلی	احساس ناامنی جانی - مالی	احساس ناامنی عمومی	مستقل	
			وابسته	
۰/۰۵	۰/۰۸**	۰/۰۱۶	پیرسون	سن
			معناداری	
۰/۱۸۳	۰/۰۳۲	۰/۶۵۸	پیرسون	تحصیلات
۰/۱۰۰*	۰/۰۸۷*	۰/۱۰۲**	معناداری	
۰/۰۱۰	۰/۰۲۳	۰/۰۰۸	پیرسون	عملکرد پلیس
۰/۰۷۹	۰/۰۳۶	۰/۰۹۳**	معناداری	
۰/۰۴۳**	۰/۳۴۴	۰/۰۱۵	پیرسون	پرداخت رسانه‌ای
۰/۳۳۴**	۰/۳۶۳**	۰/۲۶۵**	معناداری	
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	پیرسون	مواد مخدری
۰/۱۲۰**	۰/۱۶۷**	۰/۸۷	معناداری	
۰/۰۰۳	۰/۰۰۰	۰/۰۲۸*	پیرسون	جانی - حیثیتی
۰/۰۹۰**	۰/۲۸	۰/۱۱۵**	معناداری	
۰/۰۲۵	۰/۴۷۲	۰/۰۰۳	پیرسون	مالی
۰/۰۴۷	۰/۹۶*	۰/۰۰۱	معناداری	
۰/۲۶۴	۰/۰۱۵	۰/۹۷۵	پیرسون	
			معناداری	



- ضرایب همبستگی داده‌ها نشان می‌دهد که متغیر سن تنها با احساس ناامنی جانی-مالی آن هم در سطح یک درصد رابطه معنادار و مثبت پیدا می‌کند بدین معنا که با افزایش سن میزان احساس ناامنی جانی-مالی نیز افزایش پیدا می‌کند.
- متغیر تحصیلات با هر سه جز احساس ناامنی جانی-مالی، احساس ناامنی عمومی و احساس ناامنی کل رابطه معنادار و مثبت پیدا می‌کند بدین معنا که با افزایش میزان تحصیلات میزان احساس ناامنی نیز افزایش پیدا می‌کند.
- رابطه بین جرایم مواد مخدوری با احساس ناامنی عمومی با  $r = 0/87$  و  $P = 0/028$ ، با احساس ناامنی جانی-مالی با  $r = 0/167$  و  $P = 0/000$  و احساس ناامنی کل با  $r = 0/12$  و  $P = 0/003$  معنادار می‌باشد و جهت رابطه نیز مثبت است به عبارت دیگر، هر چه میزان بروز جرایم مواد مخدوری بیشتر باشد میزان احساس ناامنی عمومی نیز بیشتر می‌شود. جرایم جانی-حیثیتی با احساس ناامنی عمومی با  $r = 0/115$  و  $P = 0/003$  در سطح  $0/01$  معنادار و مثبت است. همچنین رابطه بین جرایم جانی-حیثیتی با احساس ناامنی کل با  $r = 0/090$  و  $P = 0/025$  در سطح  $0/05$  معنادار و مثبت می‌باشد ولی این نوع جرایم با احساس ناامنی جانی-مالی رابطه‌ای معناداری ندارند. رابطه جرایم مالی با احساس ناامنی جانی-مالی با سطح معناداری  $0/015$  در سطح  $0/05$  معنادار و مثبت است ولی این جرایم با احساس ناامنی عمومی و احساس ناامنی کل رابطه معناداری ندارند.
- بین عملکرد پلیس با احساس ناامنی عمومی با سطح معناداری  $0/015$  رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. به عبارت دیگر، هرچه مردم بیشتر احساس ناامنی می‌کنند، بیشتر انتظار دارند پلیس عملکرد موفق‌تری ارائه دهد.
- بین پرداخت رسانه‌ای اخبار جرایم و جنایات هر سه جزء احساس امنیت (عمومی، جانی-مالی و کل) با ضرایب به ترتیب  $0/265$ ،  $0/363$ ،  $0/334$  و سطح معناداری  $0/000$  رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد. به عبارت دیگر، هرچه رسانه‌ها به ویژه مطبوعات بیشتر به اخبار جرایم و جنایات می‌پردازند، احساس ناامنی شهروندان افزایش پیدا می‌کند.





## • تحلیل رگرسیونی

جدول شماره ۵: ضرایب رگرسیون احساس ناامنی روی ابعاد مختلف متغیر مستقل

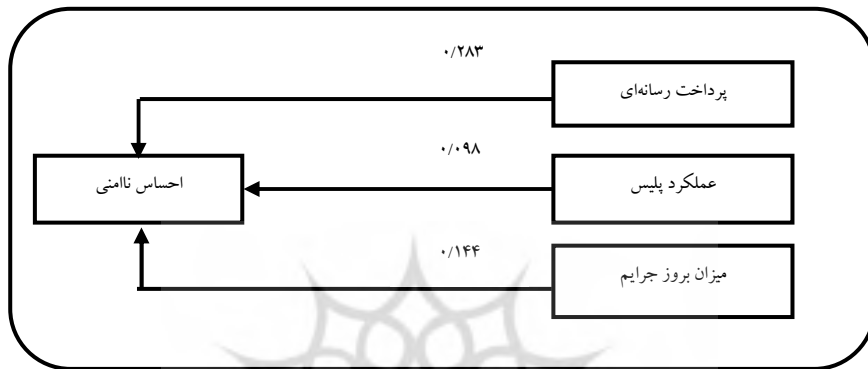
مدل متغیر	پرداخت رسانه ای	عملکرد پلیس	بروز جرایم	جنس	سن	تحصیلات	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
اول	*** ۰/۲۷۵			* -۲/۲۲۲ (-۲/۱۵۱)	** ۰/۱۶۶ (۲/۷۱۹)	** ۰/۶۵۵ (۳/۲۴۴)	۰/۱۵۳	۰/۱۴۵
دوم	*** ۰/۲۸۸ /۵۴۰	* ۰/۰۸۵ ۲/۳۳۳		* -۳/۰۶۲ (-۱/۹۰۹)	** ۰/۱۶۴ (۲/۵۷۹)	** ۰/۷۱۲ (۳/۳۸۵)	۰/۱۶۴	۰/۱۵۲
سوم	*** ۰/۲۸۳ ۷/۷۹۸	** ۰/۰۹۸ ۲/۵۱۸	** ۰/۱۴۴ ۳/۱۹۱	-۲/۳۲۲ -۱/۴۱۱	* ۰/۱۴۷ ۲/۱۶۳	* ۰/۵۱۱ ۲/۳۰۹	۰/۱۷۹	۰/۱۶۶

بر اساس چارچوب نظری، داده‌های مربوط به متغیرهای تحقیق در سه مدل تبیینی در حضور متغیرهای زمینه‌ای وارد معادله رگرسیونی شد که بر اساس ضرایب به دست آمده در مدل اول، پرداخت رسانه‌ای در حضور متغیرهای زمینه‌ای با بتای ۰/۲۷۵ رابطه معنادار در سطح ۰/۰۱ با احساس ناامنی رابطه مثبت و معنادار برقرار کرد. ضریب تعیین تعدیل شده در این مدل ۰/۱۴۵ را نشان می‌دهد. در مدل دوم، علاوه بر متغیر پرداخت رسانه‌ای در حضور متغیر عملکرد پلیس و متغیرهای زمینه‌ای وارد مدل شد که بتای ۰/۲۸۸ برای پرداخت رسانه‌ای و ۰/۰۸۵ برای عملکرد پلیس وجود رابطه مثبت و معنادار بین این دو متغیر و احساس ناامنی را تأیید کرد و ضریب تعیین تعدیل شده در این مدل ۰/۱۵۲ می‌باشد. مدل سوم که مدل تحقیق است متغیر پرداخت رسانه‌ای در حضور متغیر عملکرد پلیس و میزان بروز جرایم و متغیرهای زمینه‌ای مورد بررسی قرار گرفت که ضرایب بتا به ترتیب ۰/۲۸۳ برای پرداخت رسانه‌ای، ۰/۰۹۸ برای عملکرد پلیس و ۰/۱۴۴ برای میزان بروز جرایم رابطه مثبت و معنادار بین این سه متغیر را با احساس ناامنی نشان می‌دهد. ضریب تعیین تعدیل شده این مدل ۰/۱۶۶ است. بر این مبنا مدل به صورت زیر قابل ترسیم است.

• بررسی عوامل مؤثر بر احساس ناامنی شهروندان تهرانی

- اعداد داخل پرانتز مقدار  $t$  می‌باشند.
- (آزمون‌های یک دامنه)  $P < 0/05$  \*  $P < 0/01$  \*\*  $P < 0/001$  \*\*\*

مدل رگرسیونی



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی







پس از آزمون برازش مدل احساس ناامنی مدل نظری تحقیق از طریق EQS مورد آزمون برازش قرار گرفت که ضرایب  $CFI = 0/90$  و  $RMSEA$  و معناداری  $P=0/00$  کای اسکوار اثر نشان‌دهنده برازش مدل و بدین معنا که مدل پیشنهادی از حیث نظری و تجربی بر اساس داده‌های این تحقیق تطابق دارند. در این مدل متغیر پرداخت رسانه‌ای با  $B = 0/50$  بیشترین تأثیر را بر احساس ناامنی دارد و پس از آن انتظار از عملکرد پلیس با  $B = 0/18$  و جرایم با  $B = 0/05$  بر احساس ناامنی تأثیر دارند. همچنین پرداخت رسانه‌ای از جرایم تأثیر  $B = 0/18$  پذیرفته و بر انتظار از عملکرد پلیس  $B = 0/03$  تأثیر ضعیفی دارد. در نهایت در این مدل متغیر جرایم با  $B = -0/14$  تأثیر منفی بر انتظار از عملکرد پلیس دارد.

### بحث و نتیجه‌گیری

تحلیل توصیفی احساس ناامنی و اجزای آن به عنوان متغیر وابسته تحقیق شرایط خاصی را برای جامعه آماری ترسیم می‌کند. ارزیابی سطح زیاد و بسیار زیاد (در حدود ۵۰ درصد) برای احساس ناامنی کل، نشان دهنده فاصله قابل تأمل وضعیت احساس ناامنی با امنیت عینی است و این مسئله خود به نقش و جایگاه متغیرهای متعدد اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در ایجاد و گسترش احساس ناامنی مربوط می‌باشد. احساس ناامنی عمومی با میزان  $67/6$  درصد و احساس ناامنی جانی-مالی با  $64$  درصد در حد زیاد و خیلی زیاد وضعیت این دو بخش از احساس ناامنی را به عنوان شاخص‌های ارزیابی ذهنی وضعیت امنیتی جامعه قابل تأمل و توجه جدی نشان می‌دهد.

مقایسه میزان احساس ناامنی در تحقیق حاضر به عنوان وضعیت سال ۸۶ برای شهر تهران نسبت به سال‌های قبل نشان دهنده افزایش نسبی و تدریجی نسبت به سال‌های قبل است. میانگین احساس ناامنی بر اساس برآورد مرکز افکار سنجی ناجا در سال ۱۳۸۴ برابر با  $59/4$  بوده است که در سال ۱۳۶۵ به  $62$  درصد در سال ۱۳۸۶ به  $65/1$  رسیده که نشان‌دهنده رشد نگران‌کننده آن است (مرکز افکار سنجی ناجا، ۱۳۸۵: ۱۳۵). از آنجایی که میزان احساس ناامنی با خود امنیت به ویژه با شاخص جرایم تطابق کامل ندارد و این طوری نیست که افزایش احساس ناامنی به مفهوم افزایش ناامنی باشد بلکه احساس ناامنی به متغیرهای دیگری غیر از جرایم و عملکرد پلیس نیز مرتبط می‌باشد. بنابراین با توجه به این امر می‌توان مدیریت احساس امنیت را جامع‌تر و کامل‌تر تدوین کرد.

رابطه بین جرم و احساس امنیت از موضوعات چالش‌برانگیز در چند دهه اخیر می‌باشد. برخی این امر را دو روی یک سکه دانسته و به ارتباط بسیار تنگاتنگ و معکوس این دو تأکید می‌کنند و اعتقاد دارند که میزان احساس امنیت در جوامع به میزان جرایم بستگی دارد و هرچه



میزان جرایم بیشتر باشد میزان احساس امنیت کاهش پیدا کرده و احساس ناامنی افزایش پیدا می‌کند و برعکس برخی دیگر از متفکران اعتقاد دارند که رابطه بین احساس امنیت و جرم لزوماً شدید و قوی نیست و جرم نمی‌تواند احساس امنیت را به طور مطلق افزایش یا کاهش دهد بلکه متغیرهای دیگری نیز وجود دارند که می‌توانند در کنار جرم بر احساس امنیت تأثیر بگذارند. به هر حال در تحقیق حاضر مفهوم‌سازی ارتباط جرم با احساس امنیت با سه متغیر میزان بروز جرایم، در معرض جرم واقع شدن و انتظار از عملکرد مطلوب پلیس صورت گرفته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، بین میزان ارزیابی پاسخگویان از بروز جرایم و احساس ناامنی رابطه وجود دارد بدین معنا که هرچه ارزیابی افراد، افزایش میزان بروز جرایم در تهران است، از میزان احساس ناامنی بالایی برخوردار هستند.

ارتباط انتظار مردم از کیفیت عملکرد پلیس و احساس ناامنی آنان در حوزه احساس ناامنی عمومی با سطح معناداری ۰/۰۱۵ و در حوزه ناامنی کل در سطح معناداری ۰/۰۴۳ در سطح ۵ درصد معنادار است. ولی براساس یافته‌های تحقیق بین عملکرد پلیس و احساس ناامنی جانی-مالی رابطه معناداری برقرار نشده است و این مسئله در نگاه اولیه غیرقابل قبول به نظر می‌رسد، زیرا احساس ناامنی به نظر می‌رسد بایستی در وهله اول ارتباط قوی با عملکرد پلیس داشته باشد. این متغیر در حضور دیگر متغیرها در مدل رگرسیونی (جدول مدل دوم) با فرض کنترل متغیرهای زمینه‌ای با بتای  $B=0/098$  ارتباط معنادار خود را با احساس ناامنی حفظ کرده و در مدل معادلات ساختاری EQS در حضور دیگر متغیرها با بتای ۰/۱۸ در مدل (۲) معناداری مثبت خود را حفظ کرده است و (نتیجه اینکه عملکرد پلیس در احساس ناامنی تأثیر دارد و شهروندانی که احساس ناامنی بیشتری دارند انتظار عملکرد قوی از پلیس را دارند).

متغیر میزان بروز جرایم به واسطه اینکه از شاخص‌های مؤثر در امنیت عینی است و به تعبیری آن روی سکه احساس امنیت تلقی می‌شود. بنابراین تصور و برداشت اولیه این است که بایستی رابطه تنگاتنگی با احساس امنیت داشته باشد. به عبارت دیگر، هر چه مردم میزان بروز جرایم را بیشتر ارزیابی کنند به همان نسبت بایستی در محیط اجتماعی احساس ناامنی داشته باشند و این مسئله به دیدگاه‌های نظریه‌پردازان سنتی مطالعات امنیتی نزدیک می‌شود که امنیت را دارای ویژگی‌های زیر می‌دانند:

۱- امنیت مقوله‌ای «ساختنی» است.

۲- قدرت سخت تولیدکننده آن است.

۳- امنیت پروژه‌ای برون‌گرا می‌باشد.

۴- امنیت ماهیت تطبیقی دارد.

۵- امنیت ساختار دولتی دارد (افتخاری، ۱۳۸۲: ۹۰-۸۶).





بر این اساس میزان بروز جرایم مستقیماً با عملکرد دولت و بویژه پلیس عجین شده و مسئولیت اصلی در حوزه کنترل و مهار جرم به عنوان مسئولیت اساسی پلیس تلقی می‌شود. همچنان که هابز و ارسطو یادآور می‌شوند انسان‌ها در جامعه همواره به دنبال زیاده‌خواهی و چشم طمع داشتن به دارایی‌های دیگران هستند و اگر دولت وارد نشود و با اعمال قدرت نظم را مستقر نکنند در جامعه هرج و مرج و احساس ناامنی افزایش پیدا می‌کند ولی با تجزیه و تحلیل ترکیبی سه متغیر به ویژه ارتباط انتظار از پلیس با گویه‌هایی چون سرعت، دقت، احترام به مردم، مورد اعتماد مردم بودن، در دسترس بودن نشان دهنده این است که انتظار جامعه از پلیس برای تأمین امنیت و احساس امنیت توجه جدی پلیس به رویکرد جامعه‌محوری است که ویژگی پلیس در دوران مدرن است که پلیس در حین اینکه تخصصی و حرفه‌ای عمل می‌کند برای انجام وظایف خود بر بستر اجتماعی و ظرفیت‌های اجتماعی باید توجه کنند. از این رو، یافته‌های تحقیق به دیدگاه‌های رویکرد اجتماعی و به مفهوم «امنیت اجتماعی شده» نزدیک شده و نظر کسانی چون مولار، ویود و بوزان را حمایت می‌کند.

### پرداخت رسانه‌ای و احساس ناامنی

اهمیت روزافزون رسانه‌های جمعی در شرایط جدید در تأثیرگذاری بر ابعاد و زوایای نهان و آشکار زندگی اجتماعی بشر توسعه قابل توجهی پیدا کرده است و از این جهت رسانه‌ها امروز نقش فضای طوفان‌زا در تئوری «اثر پروانه‌ای» بازی می‌کنند. بر مبنای این تئوری پر زدن یک مگس در واشنگتن با وجود شرایط مساعد می‌تواند اثر پر زدن مگس را در هوا در شانگهای به یک طوفان و گردباد تبدیل نماید. مسلم است که رسانه‌ها امروز با تأثیر بر واقعیت‌های نمادی، ذهنیت افراد را به عنوان کنشگران عرصه روابط اجتماعی شکل داده و بر این اساس برداشت افراد را شکل می‌دهند به تعبیر الیزابت نئومان (۱۹۸۰) سه ویژگی وسایل ارتباط جمعی یعنی تراکم، همه‌جایی بودن و هم صدایی در ایجاد اثرهای قوی بر افکار عمومی با هم ترکیب می‌شوند. اثر هم‌صدایی این است که بر مواجهه‌گزینش غلبه می‌کند تا افراد نتوانند پیام دیگری را انتخاب کنند به علاوه نظریه برجسته‌سازی بر این نظر است که رسانه‌ها حتی قدرت تغییر نگرش در افراد را دارند و بر این اساس ملاحظه می‌شود که رسانه‌ها بر اساس منطق عملکرد خود نقش و جایگاه ویژه‌ای را به خصوص در حوزه احساس ناامنی ایفا می‌کنند، زیرا در این حوزه با تبلیغات مکرر و گسترده برای پوشش اخبار جرم و جنایت از یک سو ترس از جرم را در جامعه گسترش می‌دهند و از سوی دیگر این فضای ذهنی را ایجاد می‌کنند که فرد احتمال قربانی شدن خود را بیش از حد برآورد کند (ویس ... وند، ۱۳۸۴: ۲۱۶).

از این جهت در تحقیق حاضر پرداخت رسانه‌ای میزان تأثیر اخبار جنایات و حوادث بر احساس ناامنی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که یافته‌ها حکایت از ارتباط مثبت و معنادار



بین اخبار جنایات و احساس ناامنی است این ادعا که پرداخت رسانه‌ای می‌تواند فضای احساس ناامنی را توسعه دهد با قوت قابل توجهی مورد تأیید قرار گرفت. کسب اخبار حوادث و جنایات برای پاسخگویان به ترتیب رادیو و تلویزیون، صفحات حوادث روزنامه‌ها و دوستان و آشنایان می‌باشد که در این میان فضای تلفیقی مکانیزم‌های اطلاع‌رسانی مدرن (مطبوعات، رادیو و تلویزیون) فرهنگ شفاهی (دوستان و آشنایان) پا به پای هم در شکل‌دهی فضای ذهنی ارزیابی پاسخگویان نقش ایفا می‌کنند. در تحلیل مدل رگرسیونی با حضور تأثیر سایر متغیرها متغیر پرداخت رسانه‌ای با  $B=0/283$  ضریب تعیین تعدیل شده  $0/166$  نشان می‌دهد. این متغیر در مدل معادلات ساختاری EQS با  $B=0/80$  در کنار سایر متغیرها بیشترین تأثیر را بر احساس ناامنی می‌گذارد. بنابراین می‌توان ادعا کرد که یافته‌های تحقیق با تأیید معنادار بودن رابطه مستقیم بین پرداخت رسانه‌ای و احساس ناامنی از چارچوب نظری تحقیق حمایت می‌کند. به عبارت دقیق‌تر در تحقیق حاضر با افزایش پرداخت رسانه‌ای به اخبار حوادث و جرایم در جامعه میزان احساس ناامنی نیز افزایش پیدا می‌کند.

## پیشنهادها

با توجه به یافته‌های تحقیق برای ارتقای سطح احساس امنیت در شهر تهران بر اساس متغیرهای مطرح شده در تحقیق پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱) اهتمام جدی در حوزه اطلاع‌رسانی کشور بر مدیریت علمی رسانه‌ای متناسب با سطح نیازهای امنیتی و انتظامی جامعه: بر این اساس باید به امنیت و احساس امنیت به عنوان یک متغیر تابع که تحت تأثیر پرداخت رسانه‌ها از جرایم و حوادث قرار دارد نگریسته شود. لذا در طراحی نظام اطلاع‌رسانی منطبق علمی حاکمیت پیدا کرده و از روش‌های ژورنالیستی پرهیز شود.

۲) تأکید بر مصالح جمعی در مقابل منافع گروهی و فردی: رسانه‌های جمعی در پرداختن به اخبار حوادث و اتفاقات که ممکن است در کشور به وقوع پیوندند معمولاً گرایش دارند منافع حزبی و فردی را پیگیری کند؛ از این رو، بایستی تأکید جدی شود که در این گونه موارد منافع جمعی و احساس امنیت مورد توجه قرار گیرد.

۳) پرهیز از ملی کردن اخبار حوادث منطقه‌ای: بر اساس این پیشنهاد باید تأکید شود که رسانه‌های جمعی نباید اتفاقات و حوادث را که در گوشه‌ای از کشور به وقوع می‌پیوندد در سطح ملی طرح نمایند و بر این اساس احساس نگرانی را توسعه دهند.

۴) تمرکز بر کارکرد آموزشی رسانه‌ها: بررسی‌ها نشان داده است که رسانه‌ها حتی در نوع پرداختن به مسائل امنیتی می‌توانند کارکرد هشداردهی و آموزشی داشته باشند که از این ظرفیت نبایستی غفلت کرد.



۵) توسعه و تعمیق رویکرد جامعه محوری در سطوح مختلف سازمان پلیس: امروزه رویکرد جامعه محوری باید طوری در سلسله مراتب پلیس عملیاتی شود که در کنار اعمال اقتدار توسط پلیس، وجهه رحمت و عطف را که به نوبه خود اعتمادزا و احساس امنیت آفرین است توسعه و افزایش دهد.

۶) افزایش گشت‌های پیاده و سواره که همواره احساس امنیت را در جامعه توسعه دهد.

۷) توسعه نظارت و مراقبت الکترونیکی در نقاط جرم‌خیز و کنترل مجرمان حرفه‌ای.

۸) توسعه فضایی و آمایش سرزمینی پلیس بر اساس نیازهای جامعه از پلیس.

پیشنهاد‌های فوق در راستای تقویت سه متغیر تأثیر رسانه‌ها، عملکرد پلیس و بروز جرایم می‌تواند به توسعه احساس امنیت کمک کند.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی







## منابع:

- آزاد، حسین (۱۳۷۴). *آسیب‌شناسی روانی*، تهران: انتشارات بعثت.
- احمدی، احمد، (۱۳۷۲)، روان‌شناسی نوجوانان، *مجموعه مقالات همایش نوجوانان و بحران هویت*، خوراسگان: دانشگاه آزاد اسلامی.
- استونز، راب (۱۳۷۹). *متفکران بزرگ جامعه‌شناسی*، ترجمه: مهرداد میردامادی، تهران: نشر مرکز.
- افتخاری، علی‌اصغر (۱۳۸۲). *ساختار اجتماعی امنیت*، *مجموعه مقالات همایش امنیت اجتماعی*، تهران: معاونت اجتماعی ناجا.
- بوردیو، پی‌یر (۱۳۸۰). *نظریه کنش*، ترجمه: مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار.
- پایگاه داده‌های اجتماعی پلیس (۱۳۸۵). *تجزیه و تحلیل آمار جرایم از ۷۶-۸۵ تهران: معاونت اجتماعی ناجا.*
- دلاور، علی (۱۳۸۴). *ساخت و هنجاریابی شاخص‌های احساس امنیت در تهران*، تهران: مرکز تحقیقات کاربردی طرح و برنامه ناجا.
- لاندین رابرت، ویلیام (۱۳۷۸). *نظریه‌ها و نظام‌های روان‌شناسی*، ترجمه: یحیی سیدمحمدی، تهران: مؤسسه نشر ویرایش.
- نقیب‌السادات، سیدرضا (۱۳۸۱). *رسانه‌ها و امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران*، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- مرکز افکارسنجی دانشجویان (۱۳۸۲، ۱۳۸۴ و ۱۳۸۵). *بررسی میزان احساس امنیت شهروندان*، تهران: معاونت اجتماعی ناجا.
- مک کوئیل، دنیس (۱۳۸۲). *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*، ترجمه: پرویز اجلالی، تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- ویس‌اله‌وند، چنگیز و علی رضایی، (۱۳۸۴). *ترس از جرم*، فصلنامه *مطالعات امنیت اجتماعی*، شماره دوم و سوم.
- هومن، حیدرعلی، (۱۳۸۴). *مدل‌یابی معادلات ساختاری*، تهران: انتشارات سمت.

