

رسانه و معماری ناجای آینده

داود نعمتی انارکی^۱

اردشیر زابلی زاده^۲

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۶/۳/۱۵

تاریخ دریافت: ۹۵/۱۲/۱۶

فصلنامه‌ی مطالعات راهبردی ناجا/ سال دوم / شماره سوم - بهار ۱۳۹۶

چکیده

پلیس جامعه‌محور، فلسفه‌ای سازمانی و رویکردی مدیریتی است که هم‌یاری و همکاری بین اجتماع و پلیس، روش‌های فعالانه حل مسئله، مشارکت آحاد جامعه در شناسایی دلایل وقوع جرم و دیگر مسائل اجتماعی امنیت را تقویت می‌کند. در این مسیر، رسانه‌ها نقش مهمی را ایفا می‌کنند. راقم این سطور در نظر دارد با بررسی مطالب هشت روزنامه کثیرالانتشار به روش تحلیل محتوای کمی مشخص کند که نخست، چه تصویری از پلیس ارائه شده است و دوم، روزنامه‌ها به گفتمان پلیس چه رویکردی دارند. مقطع زمانی بررسی شده دوره پنج‌ماهه مهر تا پایان بهمن ۱۳۹۴ است که ۱۶۰ روزنامه در این مقطع زمانی تحلیل شده است.

این پژوهش نتایجی را همراه داشته که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: بیشترین مطالب منتشر شده در زمینه نیروی انتظامی مبتنی بر گفتمان سنتی تهدیدمحور است. در واقع، روزنامه‌ها گفتمان ایجابی و تدبیرمحور را با جهت‌گیری پیشگیری و بازسازی کم مورد توجه قرار داده‌اند. از دیگر نتایج این پژوهش می‌توان به این نکته اشاره کرد که حجم بیشتر مطالب، تصویرگر پلیس سنتی است که تنها از الگوی خطی فرمان اجرا پیروی می‌کند. با توجه به دیگر نتایج پژوهش می‌توان اذعان داشت که رسانه‌ها در تغییر رویکرد پلیس از پلیس سنتی به پلیس جامعه‌محور نقشی مهم ایفا می‌کنند؛ بنابراین، بر نیروی انتظامی لازم است تا با اتخاذ راهبردهایی ارتباطی، جریان تعاملات خود با رسانه‌ها را به نوعی تعریف کند که مردم پلیس را در کنار خود ببینند از سویی، به بهره‌گیری از گفتمان ایجابی و رویکرد استفاده از مشارکت نهادهای مدنی و اجتماعی برای ارتباط با مردم توجه شود تا زمینه تحقق پلیس جامعه‌محور فراهم شود.

واژگان کلیدی

پلیس جامعه‌محور، گفتمان ایجابی، راهبرد ارتباطی، رسانه، معماری ناجای آینده.

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه صداوسیما - دانشکده ارتباطات

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه صداوسیما - دانشکده ارتباطات

طرح مسئله

نقش نیروی انتظامی در گذشته بر جلوگیری از وقوع جرم، کشف و شناسایی مجرمان و برقراری نظم و امنیت متمرکز بوده است. این نقش شامل سه کارکرد مهم نیروی انتظامی است که عبارت‌انداز: اجرای قوانین، حفظ نظم و امنیت و ارائه خدمات اجتماعی؛ در حالی که، امروزه این نقش تاحدی از پلیس سنتی به پلیس جامعه‌محور تغییر کرده است.

پلیس جامعه‌محور به نیازها، رغبت‌ها، علایق و انگیزه‌های جامعه، اعتماد اجتماعی و از همه مهم‌تر، مشارکت افراد جامعه توجه دارد. ویژگی اساسی پلیس جامعه‌محور این است که «کنش‌گر» است تا «واکنش‌گر» و این نیز به معنای بررسی و کشف مسائل و علت ظهور آن‌هاست. در الگوی پلیس جامعه‌محور هدف اساسی برای نیروی انتظامی توسعه ارتباط اثربخش و معنادار بین مردم، نهادها و سازمان‌های اجتماعی، از یک‌سو، و نیروی پلیس، از سوی دیگر، است.

به‌طور کلی، الگوی پلیس سنتی بر این فرض استوار است که راهبردهای پلیسی را می‌توان بدون در نظر گرفتن میزان و شدت جرم، ماهیت جرم و نیز گوناگونی جرائم در حوزه‌های استحقاقی مختلف به کار بست و از وقوع جرم جلوگیری کرد. در این الگو دستگیری مظنونان و مجرمان و مجازات آنان مهم‌ترین و اصلی‌ترین اقدام پلیس در امر پیشگیری از وقوع جرم و کاهش آن تلقی می‌شود.

درمقابل، الگوی پلیس جامعه‌محور بر مفهوم بسیار گسترده‌تری از پیشگیری مبتنی است. در این دیدگاه پیشگیری از وقوع جرم، به اعمال مجازات مرتکبان جرائم، اجرای قوانین کیفری و واکنش مجازات‌گر دستگاه عدالت کیفری محدود نیست، بلکه تدابیر پیشگیرانه ناظر به از بین بردن عوامل فردی و اجتماعی مؤثر در وقوع جرم و اصلاح و درمان مرتکبان جرائم معطوف است. در این دیدگاه جرم به‌مثابه یک معلول اجتماعی نگریسته می‌شود که ناشی از عوامل گوناگون فردی و اجتماعی است. بنابراین، مبارزه با معلول بی‌فایده بوده؛ از این‌رو، باید با عوامل مؤثر در بروز جرم و بزه‌کاری مقابله کرد.

نیروی انتظامی جامعه‌محور با ترک رویکرد دیرین پلیس سنتی که تنها معطوف به امر مبارزه و سرکوب جرم است، دیدگاه وسیع‌تری داشته و در کنار تعامل با نهادهای دستگاه عدالت کیفری و همچنین، سازمان‌های اجرایی، قضایی و تقنینی، با نهادها و سازمان‌های اجتماعی و فرهنگی جامعه و نیز شهروندان ارتباط و تعامل نزدیک و گسترده‌ای اختیار

کرده تا از این طریق بتواند از تمام منابع و امکان‌های رسمی و غیررسمی جامعه در برقراری نظم و امنیت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم بهره‌مند شود. وجه مشترک تمام اقدام‌های نیروی انتظامی جامعه‌محور در برقراری نظم عمومی و امنیت اجتماعی در کنار استفاده از ابزارهای نظام عدالت کیفری، توجه به تدابیر پیشگیرانه غیرکیفری، آگاه‌سازی، میانجی‌گری، حفظ بی‌طرفی، مشارکت جمعی، ترمیم و بازسازی، کاهش برخورد قهرآمیز، اصلاح و حمایت اجتماعی است.

در گذشته، اگر یکی از وظایف پلیس سنتی مقابله با آشوب‌ها و ناآرامی‌ها اجتماعی بود، اما در شکل جدید (پلیس جامعه‌محور)، پلیس می‌تواند فراتر از نیروی مقابله با اغتشاش گران و ناامنی به‌عنوان میانجی برای ایجاد آرامش و امنیت در جامعه عمل کند. بنابراین، پلیس برای تأمین امنیت و برقراری نظم ناگزیر به بازبینی در شناخت خود از فضای اجتماعی، فضای روانی مردم و انتظارات آن‌ها از نیروی پلیس در شرایط گوناگون است. در این زمینه، نیروی انتظامی می‌تواند در تعامل و همکاری نزدیک با رسانه‌ها سود جوید. در واقع، نیروی انتظامی باید راهبرد رسانه‌ای کارآمدی را تدوین و به اجرا گذارد تا بتواند بر فضای روانی جامعه تأثیر مناسب گذاشته و زمینه را برای کنترل شرایط و آرام نگه داشتن جامعه مساعد کند.

باتوجه به آنچه گفته شد، می‌توان گفت هدف از پژوهش پیش‌رو در مرحله نخست، این است که تصویر ساخته شده از نیروی انتظامی در مطبوعات کشور با کدام الگوی پلیس سنتی یا جامعه‌محور سازگار است؛ به بیان دیگر، مطبوعات چه تصویری از پلیس را به مخاطبان ارائه داده است؛ سپس، با بهره‌گیری از نتایج پژوهش مشخص شود که رسانه چه نقشی را می‌تواند در تحقق پلیس آینده ایفا کند.

اهمیت و ضرورت

اهمیت و ضرورت این پژوهش را در چهار دلیل می‌توان برشمرد:

(الف) رسانه‌ها منبع عمده اطلاعات جامعه از فضای اجتماعی هستند؛

(ب) رسانه‌ها افزون‌بر سرگرم کردن مخاطب، نگرش آن‌ها را جهت می‌دهند؛

(ج) رسانه‌ها نقش واسطه و میانجی را در جامعه ایفا می‌کنند؛

(د) معماری ضرورت تغییر در کارکرد نیروی انتظامی است.

بنابراین، برای نیروی انتظامی بررسی محتوای رسانه‌ها، از جمله مطبوعات سراسری،

ضرورت دارد، چراکه تعیین بخشی از محورهای راهبردی برای پلیس آینده و جامعه‌محور به نوع نگرش رسانه‌ها به پلیس بستگی دارد.

پرسش‌های تحقیق

در هر پژوهشی پرسش‌هایی وجود دارد که راهنما و پیش‌برنده کار تحقیق و نیز تعیین‌کننده منطق و راهبرد پژوهش هستند. مهم‌ترین پرسش‌های این پژوهش عبارت‌اند از:

- تصویر پرداخته شده در روزنامه‌های بررسی‌شده از نیروی انتظامی با کدام یک از دو الگوی پلیس سنتی و جامعه‌محور سازگار است؟

- نگرش مطرح شده از نیروی انتظامی در روزنامه‌ها نسبت به مفهوم «امنیت اجتماعی» با کدام گفتمان امنیت سلبی و ایجابی هماهنگ است؟

- گفتمان امنیت در مطالب منتشر شده بر کدام مؤلفه امنیتی متکی است؟

مبانی نظری و ادبیات تحقیق

در دیدگاه‌های جدید، نگرش به تهدید و ریشه‌های ناامنی متفاوت تلقی می‌شود. به برداشت آن‌ها، تهدیدها در شرایط پسامدرن نه از سوی دولت‌های ملی، بلکه به‌طور عمده، از سوی گروه‌های اجتماعی و افراد است که با استفاده از گسترش شبکه‌ها و رسانه‌های ارتباطی به ابزارهای اعمال قدرت جدید دست یافته‌اند. به همین دلیل، برقراری امنیت تنها با استفاده از ابزارهای نظامی نمی‌تواند به از بین رفتن ریشه‌ها و بسترهای بروز ناامنی در جامعه منجر شود، زیرا در جامعه امروز تهدیدگران به صورت گروه یا کشوری مشخص عمل نمی‌کنند و انگیزه‌های آنان از اعمال تهدید نیز متفاوت است. به‌طور معمول، آنان با طرح دیدگاه‌های فکری، اجتماعی و اقتصادی خود، در مقابل وضعیت بحرانی به وجود آمده، به عضوگیری و تحریک افکار عمومی یا انجام عملی اقدام می‌کنند. این شیوه تهدید ریشه در مسائل و کمبودهای اجتماعی افراد و گروه‌های اجتماعی دارد و آنان با تأثیرگذاری بر ذهنیت و گرایش‌های فکری جامعه و گروه‌های ذی‌نفع می‌کوشند تا امنیت و نظم اجتماعی را برهم زنند (یزدان فام، ۱۳۸۸).

پلیس سنتی و جدید

در سال‌های اخیر پژوهشگران به شدت الگوی پلیس سنتی را به بوتۀ نقد کشیده‌اند. درون‌مایه اصلی این الگو بدین شرح است که راهبردهای پلیسی را می‌توان بدون در نظر گرفتن میزان

و شدت جرائم، ماهیت جرم و نیز گوناگونی جرائم به کار بست و از وقوع جرم پیشگیری کرد. براساس مطالعات انجام شده در حوزه‌های مربوط به پلیس و به‌طور کلی، در پژوهش‌های جرم‌شناسی تأثیر نتایج مطالعات در عمل پلیس سنتی حداقلی بوده است، ولی سیستم‌وار می‌تواند در تعیین سیاست‌ها و شیوه‌های برخورد با جرم مؤثر باشد؛ سیاست‌ها و راهبردهایی که می‌تواند تا حدودی به کاهش شکاف اجرا با نتایج منجرشود (Chakraborti, 2016, 582).

پلیس سنتی بیشتر در پی تقویت بُعد خدمت‌رسانی کلی است و غالباً بر استفاده از ابزارها و منابع پلیسی صحه می‌گذارد و کمتر به توانایی پلیس در پیشگیری از وقوع جرم، بی‌نظمی و ناامنی می‌پردازد. به‌عبارت‌دیگر، تدابیر پیشگیرانه غیرکیفری در الگوی پلیس سنتی چندان جایگاهی ندارد. تدابیر پیشگیرانه کیفری با امید بر اثربخشی واکنش‌های سرکوب‌گر نظام کیفری از طریق بازدارندگی عمومی و بازدارندگی فردی این اقدام‌ها مبتنی است. در این دیدگاه، کشف جرم، تعقیب، محاکمه و اعمال مجازات مرتکبان جرائم و خلاصه، اجرای قوانین کیفری به‌خودی‌خود دارای اثر بازدارندگی و پیشگیری از وقوع جرم است. به نظر آن‌ها، با اجرای مجازات بر مرتکبان جرائم دو پیام عمومی و خصوصی صادر می‌شود. پیام عمومی اعمال مجازات بر مرتکبان، تمام افراد جامعه را مدّ نظر قرار می‌دهد. محتوای این پیام، هشدار به عموم افراد جامعه است که تخطی از قوانین کیفری مستلزم واکنش‌هایی سرکوب‌گر بوده که از نظر ماهیت آزاردهنده و آبروبرنده است. همچنین، اعمال مجازات بر مرتکب جرم یک پیام ویژه و اختصاصی نیز دارد که در آینده از نقض قوانین کیفری خودداری کند.

در پلیس سنتی مسئولان می‌خواهند سازمان پلیس سازمانی چابک و نهادی ناشنوا باشد. در واقع، پلیس سنتی مانند آینه‌ای عمل می‌کند که منعکس‌کننده منافع دولت‌هاست (Manning 2005: 39).

درمقابل، الگوهای پلیس جامعه‌محور بر مفهوم بسیار گسترده‌تری از پیشگیری مبتنی است. در این دیدگاه پیشگیری از وقوع جرم، به اعمال مجازات مرتکبان جرائم، اجرای قوانین کیفری و واکنش‌های سرکوب‌گر دستگاه عدالت کیفری محدود نیست، بلکه عمدتاً تدابیر پیشگیرانه ناظر به از بین بردن عوامل فردی و اجتماعی مؤثر در وقوع جرم و اصلاح و درمان مرتکبان جرائم معطوف است (بیات، شرافتی‌پور و عبدی، ۱۳۸۷). از این رو، پلیس جامعه‌محور یعنی شیوه‌های مدیریتی و طرح‌های سازمانی که روش‌های مؤثر حل مشکل و مشارکت با مردم را برای شناسایی و رفع دلایل جرم، بی‌نظمی و دیگر مشکلات اجتماعی ارتقا می‌دهد.

مطالعه کار پلیس نشان می‌دهد که پلیس می‌تواند فرآیندهای کار خود را به گونه‌ای تعریف کند که به راحتی در معرض قرار گیرد و درک پذیر باشد (Smith and Charles, eds, 2013). پلیس قدرت قانونی منحصر به فردی در انجام کارهای خود دارد که گاه می‌تواند برای عده‌ای ناخوشایند باشد؛ به ویژه برای کسانی که ناکارآمد، عصبانی، آشفته و خلافکار هستند. افزون بر این، گاه پلیس با سخت‌ترین تصمیم‌گیری‌ها روبه‌رو است؛ تصمیماتی که در شرایط مبهم و موقعیت‌های احساسی ممکن است که خطر جانی را همراه داشته باشد (Vila, 2006, 73). بنابراین، باید گفت اگر پلیس در یک جامعه از شکل سنتی‌اش خارج شود، هم تصمیمات به راحتی گرفته می‌شود و هم میزان محبوبیت آنان افزایش می‌یابد. در واقع، رویکرد پلیس جامعه‌محور بر ارتباط و حمایت دوسویه سازمان پلیس و جامعه تأکید می‌ورزد، یعنی رویکرد جامعه‌محوری پلیس اعتقاد به این امر است که پلیس و جامعه در کنار یکدیگر می‌توانند کارهایی را انجام دهند که هر یک به تنهایی قادر به انجام آن‌ها نخواهند بود (ام هس، اس میلر، ۱۳۸۶). برای پلیس سنتی و جامعه‌محور مؤلفه‌هایی که دربرگیرنده رویکردهای این دو قسم است، مشخص شده که در مطالب نشریات نیز به اشکال گوناگون به آن‌ها پرداخته شده است. مهم‌ترین آن‌ها، که در این پژوهش نیز گاه مورد توجه‌اند، به شرح زیر است (برگرفته از روایی، ۱۳۸۸):

رویکرد پلیس سنتی

- درهم‌آمیزی حوزه عمومی و خصوصی؛
- استفاده ابزاری از شهروندان و نهادها؛
- وظیفه‌مداری؛
- پیروی از الگوی خطی فرمان-اجرا؛
- ارزیابی عملکرد براساس الگوی شکست-پیروزی؛
- برخورد خشن و نابرابر با شهروندان.

رویکرد پلیس جامعه‌محور

- حفظ مرز میان حوزه عمومی و خصوصی؛
- بهره‌گیری از مشارکت شهروندان و نهادها؛
- رابطه‌مدار و موقعیت‌گرا؛

- به کارگیری هوشمندانه الگوی مشاوره-فرمان؛
- ارزیابی عملکرد براساس الگوی اصلاح-حمایت؛
- انعطاف‌پذیر- برابرنگر در برخورد با شهروندان.

بنابراین، پلیس جامعه‌محور فلسفه‌ای سازمانی و رویکردی مدیریتی است که هم‌یاری و همکاری بین اجتماع و پلیس، روش‌های فعالانه حل مسئله، مشارکت آحاد جامعه در شناسایی دلایل وقوع جرم و دیگر مسائل اجتماعی امنیت را تقویت می‌کند. درحقیقت، پلیس جامعه‌محور راهبرد و راهروشی است که بر مشروعیت فعالیت‌های پلیس با اتکا بر منابع و امکانات درون جامعه، که درصدد تغییر شرایط جرم‌خیزی‌اند، تأکید می‌ورزد. این راهبرد مستلزم مسئولیت‌پذیری بیشتر پلیس، سهمین شدن فعال‌تر و بیشتر جامعه در فرایند تصمیم‌گیری و توجه بیشتر به حقوق و آزادی‌های مردم است.

یکی از وظایف پلیس در شکل سنتی، مقابله با ناآرامی اجتماعی بود، ولی در پلیس جامعه‌محور، پلیس می‌تواند فراتر از نیروی مقابله‌گر به‌عنوان میانجی برای ایجاد امنیت و آرامش در جامعه عمل کند.

رسانه‌ها، سهولت دسترسی به اطلاعات

در گذشته، مردم اطلاعات ناچیزی از اتفاقات و رویدادهای کشور خود و دیگر نقاط جهان داشتند و مدت‌زمان کسب و انتشار عمومی خبر به شیوه‌های سابق بسیار زمان می‌برد. اکنون این وضع، هم از نظر شکل و هم ماهیت، متحول شده است. این تحول از ۱۵۰ سال پیش آغاز شده و با پیشرفت روزافزون فناوری شتاب شگفت‌انگیزی به خود گرفته است. اکنون، هم‌زمان با وقوع حادثه یا مدت کمی پس از وقوع آن، اطلاعات مربوط به آن منتشر می‌شود و در دسترس مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد. این سهولت دسترسی، مزایا و تبعات خاص خود را بر امنیت ملی و اداره امور دارد.

وارن استروبل در مقاله خود با عنوان «تأثیر سی. ان. ان» (۱۹۹۲) می‌گوید: «درحالی‌که تلویزیون در آغاز، تأثیر چندان عظیمی بر تصمیم‌گیری‌ها نداشت و در ظاهر نیز الزامی برای این تأثیرگذاری دیده نمی‌شد، اما شواهد بسیار زیادی وجود دارد که گویای تأثیر عظیم رسانه‌ها بر شکل‌گیری تصمیمات و سیاست‌ها هستند.»

اگر امنیت ملی یک کشور را محصول کارکردی حوزه‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، نظامی، امنیتی و فرهنگی بدانیم، طبیعی است که افکار عمومی در هر یک از حوزه‌های مربوط سیر حرکتی متفاوتی خواهد داشت. مجموعه عوامل یادشده، در صورت همسو بودن مطلق یا نسبی برآیندها، می‌تواند وضعیت اعتماد افکار عمومی را نسبت به حاکمیت مشخص کند. کم یا زیاد بودن شکاف دولت و ملت به نگاه افکار عمومی و دیگر مؤلفه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری در این حوزه‌ها بستگی دارد. در هر کشوری، بسته به وضعیت خاص و نوع تهدیدهایی که موجودیت نظام را تهدید می‌کنند، برخی حوزه‌ها از دیگر حوزه‌ها مهم‌تر هستند و تأمل در آنها شایان توجه و تعمق بیشتری است. به‌عنوان مثال، در رژیم غاصب صهیونیستی، مؤلفه امنیت و در اراضی فلسطین، مؤلفه ایجاد یک تمامیت مستقل، مهم‌ترین منابع تأثیرگذار بر افکار عمومی و امنیت ملی هستند. در مثالی دیگر، در ایالات متحده آمریکا پس از وقایع تروریستی ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، امنیت در برابر حملات مشابه به مهم‌ترین اولویت نزد افکار عمومی این کشور تبدیل شد و رویکرد نظامی واشنگتن در برابر افغانستان و دیگر حوزه‌های جغرافیایی براساس پشتیبانی افکار عمومی صورت گرفت. نیازی به بررسی این نکته نیست که رسانه‌ها به‌عنوان پلی میان حاکمیت و افکار عمومی عمل می‌کنند؛ هرچند اگر رویه استقلالی رسانه‌ها در اولویت باشد، وابستگی آنها به افکار عمومی بیشتر است.

آنتونی گیدنز و تاجفل از رسانه‌های جمعی و همگانی به‌عنوان ابزارهای اشاعه سرمایه اجتماعی یاد می‌کنند. در واقع، رسانه‌های جمعی ابزارشناسایی، استمرار و ترویج یا حفظ و انتقال سرمایه‌های اجتماعی جامعه هستند. با عنایت به تعریف سرمایه اجتماعی که دارای دو وجه شبکه‌ها و گروه‌ها (وجه عینی) و ارزش‌ها، هنجارها و اعتقادات (وجه ذهنی) است؛ طبیعی است که رسانه‌های جمعی در آرایش فکری نیروهای مختلف اجتماع در عرصه‌های گوناگون حیات اجتماعی، صاحب موقعیت ممتازی در اثرگذاری باشند. به‌طور کلی، ظهور رسانه‌های جمعی سبب شد رشد سریع اعتماد مبتنی بر اوهام کاهش یابد (کلمن، ۱۳۷۷).

رسانه‌ها نشان می‌دهند که پلیس «چه کار می‌کند» و این یاری می‌رساند به ساخت پلیس مبتنی بر جامعه. این پلیس شیوه‌ها و راهبردهای انجام مأموریت‌ها را براساس رویکردی مردمی، که هم مقرون به صرفه است و هم اهدافی راهبردی را به همراه دارد، پی می‌گیرد (Nutley S, Walter I and Davies HTO 2003, 128). در واقع، عملکرد پلیس از شفافیت

در نزد عموم برخوردار می‌شود و نیز، راهبردهای اتخاذ شده در موقعیت‌های گوناگون تحقق اهداف را موجب می‌شود.

پلیس جامعه‌محور، رسانه و آموزش

نیروی انتظامی یکی از نیروهای اجتماعی و بازوی اجرایی نظام سیاسی در برقراری و حفظ نظم و امنیت جامعه است. همچنین، این نیرو موظف است مانع از بروز جرم و پیگیری تخلفات صورت گرفته باشد. اگرچه این تعریف کارکرد اصلی نیروی انتظامی (پلیس) را نظارت و حفاظت از نظم اجتماعی می‌داند؛ با این‌همه، با بروز تغییرات اجتماعی در جامعه، نیروی پلیس نیز در شیوه عملکرد خود تغییراتی داده است. در گذشته، نقش پلیس به‌طور عمده، محافظت از زندگی و سرمایه مردم، جلوگیری از وقوع جرم، کشف و شناسایی مجرمان متمرکز بود؛ درحالی‌که، اکنون افزون بر امور یادشده، نیروی انتظامی به ارائه خدمات اجتماعی، اطلاع‌رسانی، آموزش و آگاه‌سازی و پیشگیری نیز می‌پردازد. امروزه، از این تغییرات در شیوه عملکرد نیروی انتظامی، به پلیس جامعه‌محور یاد می‌کنند و اصول زیر را برای توصیف پلیس جدید یا جامعه‌محور بیان می‌کنند:

- وظیفه پلیس، پیشگیری از جرم و بی‌نظمی است؛
- قدرت پلیس در انجام دادن وظایفش به رضایت مردم متکی است؛
- تلاش پلیس باید برای حفظ و نگهداری ارتباط با عموم مردم باشد؛
- پلیس باید به نیازها، رغبت‌ها، علایق و انگیزه‌های جامعه و همچنین، اعتماد آنها به خود توجه تام داشته باشد؛

- پلیس باید زمینه مشارکت گروه‌ها و سازمان‌های مدنی را در حل مسائل فراهم کند؛
 - پلیس جامعه‌محور بر آشنایی مردم با وظایفش از طریق رسانه اهمیت می‌دهد.
- درواقع، پلیس با ارتباط رسانه‌ای به برقراری ارتباط با مردم می‌پردازد و آنها را از کارکرد پلیس آگاه کرده و آموزش ضروری را به آنها می‌دهد. منظور از ارتباط رسانه‌ای فرایندی است که در آن ارتباط‌گران حرفه‌ای رسانه‌ای را به خدمت می‌گیرند تا پیام‌ها را در سطح وسیع، گسترده، سریع و پیوسته برای رسیدن به اهداف خاص و رساندن معانی معین و مشخص و اعمال نفوذ در مخاطبان انبوه، ناهمگون، تولید، تکثیر و انتشار دهند (Defluer, 2001).

پیام‌های آموزشی رسانه‌ها فرآیند یادگیری درباره موضوعاتی خاص را در بین مردم افزایش می‌دهد. آموزش‌های رسانه‌ای متشکل از یک‌سری صلاحیت‌های ارتباطی، از جمله توانایی برای دسترسی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی، ایجاد و عمل با استفاده از تمام اشکال ارتباطات است. به گفته کارشناسان رسانه یک موضوع اهمیت دارد و آن اینکه هر رسانه‌ای شامل رادیو، تلویزیون، تلفن همراه، رایانه و شبکه سخت‌افزار و نرم‌افزار، سیستم‌های ماهواره‌ای و غیره خدمات آموزشی در ارتباط با موضوعات مختلف دارند که در پرورش، بهداشت، درمان و... جامعه را به سطحی از پیشرفت می‌کشاند و یادگیری را در زندگی مردم افزایش می‌دهد (TechTarget, 2016).

کارکردهای اصلی رسانه‌ها برای جامعه

باتوجه به نظریه‌ها و اندیشه‌های گوناگونی که در ارتباط با رسانه‌ها مطرح است، کارکردهای اصلی رسانه‌های جمعی را می‌توان بدین ترتیب برشمرد:

۱. اطلاع‌دهنده

رسانه‌ها اطلاعات لازم را درباره رویدادها و شرایط جامعه و جهان منتشر می‌کنند؛ به روابط قدرت در جامعه اشاره می‌کنند؛ تسهیل‌کننده پذیرش نوآوری‌ها، سازش و پیشرفت هستند.

۲. ارتباط‌دهنده

توجیه‌کننده، تعبیرکننده و توصیه‌کننده درباره معانی رخدادها و اطلاعات هستند؛ زمینه پشتیبانی از اقتدار و ارزش‌های آن را فراهم می‌کنند؛ جامعه‌پذیر کردن افراد جامعه؛ ایجاد هماهنگی بین فعالیت‌های پراکنده؛ بناکننده وفاق و همبستگی اجتماعی؛ تعیین‌کننده اولویت‌ها و اعلام‌کننده موقعیت‌ها.

۳. تداوم دهنده

بیان‌کننده فرهنگ مسلط و شناساننده زیرمجموعه‌های فرهنگی با اشاره به پیشروی‌های فرهنگ جدید؛ ادغام و حفظ ارزش‌های مشترک.

۴. فراهم‌کننده تفریح و سرگرمی

فراهم‌کننده سرگرمی، منحرف کردن افکار مردم از مشکلات، ابزار تسکین دهنده اعصاب هستند؛ کاهش‌دهنده تنش اجتماعی.

۵. بسیج‌کننده

رسانه‌ها عامل مبارزه برای اهداف اجتماعی در حوزه‌های سیاسی، جنگ، توسعه اقتصادی، کار و بعضی مواقع مسائل مذهبی هستند (مک کوپیل، ۱۳۷۹). همچنین، نظریه‌ای که کارکرد رسانه‌ها را در سطح فرد در نظر می‌گیرد، به رسانه‌ها از زاویه دید مخاطبین می‌نگرد. این نظریه‌ها روی رفتار فرد و انگیزه‌های او و پیامدهایی که برای او در ارتباط با رسانه‌ها دربردارند، تأکید می‌ورزند. از آنجاکه نمی‌توان جهان را با تمام پیچیدگی‌های بی‌شمار آن به تصویر کشید، ارزش‌های خبری، فشارهای پروپاگاندایی، تهییج، تقابل (که ما را از دیگران جدا می‌سازد) یا تحمیل معنا در قالب مجموعه‌ای از پیچیدگی‌های افنی و محتوایی [ارائه می‌دهند. براین اساس، بازنمایی عنصری محوری در ارائه تعریف از واقعیت] است (Watson and Hill, 2006). در درون گفتمان عامه می‌توان چهار صورت‌بندی درباره نسبت رسانه و دنیای واقعی ارائه کرد که عبارت است از:

۱. رسانه‌های واقعیت را بازتاب می‌دهند؛
۲. رسانه‌ها واقعیت را بازنمایی می‌کنند؛
۳. رسانه‌ها به‌طور گفتمانی عمل می‌نمایند؛
۴. رسانه‌ها وانموده‌ها یا شبیه‌سازی‌هایی عرضه می‌کنند.

یکی از وظایف رسانه‌ها این است که بتوانند تمام نظام اجرایی را نقد کنند، زیرا انتقاد با هدف رفع خطا و اجرای درست امور، سازنده است. نقش رسانه‌ها در هدایت افکار عمومی بر ساختن فرهنگ مردمی، پرورش شهروندانی نقاد و ایجاد همبستگی اجتماعی در جامعه‌ای باز و کثرت‌گرا بسیار با اهمیت است. ازسویی، هنگام بروز بحران‌های اجتماعی و سیاسی نیز به ابزار مدیریت آن، یعنی رسانه، نیاز است. رسانه‌ها به دلیل توانایی در جهت‌دهی به افکار عمومی، در تمام مراحل بحران نقش اساسی ایفا می‌کنند. نقش دوگانه رسانه‌ها در بحران‌زایی و بحران‌زدایی، برجسته‌سازی و کوچک‌نمایی، امیدزایی و امیدزدایی و نظایر این‌ها، دست‌کم بر صاحب‌نظران این عرصه، پوشیده نیست؛ ازسوی دیگر، رسانه‌ها یکی از منابع مداخله در تصمیم‌گیری‌ها تلقی می‌شوند و به مقامات فشار می‌آورند تا در کمترین زمان تصمیمات خود را اعلام کنند. در اوضاع بحرانی، فشار موجود، آزادی عمل را برای ارائه پاسخ خاص کاهش می‌دهد و تصمیم‌گیران احساس می‌کنند که طیف گزینه‌هایی که آنان می‌توانند انتخاب کنند، محدودتر شده است (بریچر و ویلکنفلد، ۱۳۸۲).

همچنین، این استدلال وجود دارد که رسانه‌ها می‌تواند با ایجاد گفتمان کثرت‌گرا در موضوعات اجتماعی توسط مفسران اجتماعی به تئوریزه کردن شرایط پرداخته و از ایجاد نارضایتی‌ها هنگام بحران بکاهند. در این فرآیند، مجموعه‌ای از فریم‌های جدید جایگزین اعتقادات قبلی شده و وضعیتی پدید می‌آید که بتوان بحران را پشت سر گذاشت (Upchurch, M., Croucher, R. and M. Flynn 2012).

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش بر مبنای روش تحلیل محتوا انجام شده است. تحلیل محتوا روشی است که در بین عناصر ارتباط (فرستنده، مجرا یا کانال ارتباطی، پیام، مخاطب و تأثیر) به بررسی عنصر محتوای پیام رسانه‌ای می‌پردازد و معیارهایی منظم و به نسبت عینی و استنادپذیری برای ارزیابی محتوا از منظری خاص به دست می‌دهد.

هدف اصلی این پژوهش نشان دادن محتوای روزنامه‌های مورد بررسی و استخراج تصویرساخته شده از نیروی انتظامی است.

جامعه آماری و نمونه

در این پژوهش هشت روزنامه سراسری، که دربرگیرنده راه‌وروش‌های مختلف هستند، انتخاب شده است. این روزنامه‌ها عبارت‌اند از: اطلاعات، کیهان، ایران، همشهری، اعتماد، جمهوری اسلامی، آفتاب یزد و جام جم.

زمان بررسی محتوای انتشار یافته این روزنامه‌ها از روز ۱ مهر ۱۳۹۴ تا پایان بهمن این سال می‌باشد.

از هر روزنامه بر مبنای نمونه‌گیری تصادفی در روش تحلیل محتوای کمی، نمونه‌هایی انتخاب شده است که در آن واحدهای مورد مشاهده با احتمال برابر و در فاصله‌های منظم از جامعه آماری انتخاب می‌شود.

باتوجه به تعریف بالا بیست روز از پنج ماه مورد بررسی انتخاب شد، که جزئیات آن در جدول ۱ مشخص شده است.

جدول ۱. روزهای انتخابی

| روزهای انتخاب شده | ماه‌های بررسی شده |
|------------------------|-------------------|
| ۲۳ - ۱۴ - ۱۰ - ۵ | مهر ۱۳۹۴ |
| ۲۷ - ۱۹ - ۸ - ۱ | آبان ۱۳۹۴ |
| ۲۷ - ۲۳ - ۱۴ - ۴ | آذر ۱۳۹۴ |
| ۲۵ - ۱۷ - ۱۱ - ۵ | دی ۱۳۹۴ |
| ۲۰ - ۲۱ - ۱۳ - ۸ | بهمن ۱۳۹۴ |
| ۲۰ روز برای هر روزنامه | جمع |

در مجموع، تعداد ۱۶۰ روزنامه در مقطع زمانی مهر تا بهمن ۱۳۹۴ بررسی شده است.

اعتبار و پایایی تحقیق

پایایی حصول یک نتیجه به‌طور مکرر است. اعتبار به ما می‌گوید که آیا پرسش واقعاً آنچه را که باید اندازه‌گیری، اندازه می‌گیرد؟ بنابراین، به‌درستی می‌توان گفت اعتبار شاخصی است دال بر اینکه تا چه حد سنج (وسیله اندازه‌گیری) دارای خطاهای تغییرپذیری است. در

پژوهش‌های تحلیل محتوا مهم‌ترین نکته اعتبار کار سنجش مقوله و زیرمقوله‌های متغیرهای پژوهش است. ضریب اسکات یا سنجش توافق دو کدگذاری برای متغیرهایی که زیرمقوله‌های بسیار دارد، مناسب است که در اینجا محاسبه شده و روش محاسبه آن هم از فرمول زیر صورت می‌گیرد:

$$P_o = 100 \times \text{جمع موارد توافق در دو کدگذاری} / \text{تقسیم برکل مطالب}$$

مراحل اجرای ضریب اسکات بدین ترتیب است که بین ده تا بیست درصد از کل حجم نمونه را به قرعه انتخاب می‌کنیم. باتوجه به تعداد و حجم متغیرها، چند متغیر کلیدی و مهم را انتخاب کرده و همراه با تعاریف عملیاتی به فرد دیگری برای کدگذاری داده شده است. درصد توافق میان دو کدگذاری یا همان درصد توافق مشاهده شده P_o براساس فرمول بالا محاسبه می‌شود. پنج متغیر، شکل ارائه مطالب، منبع خبرهای منتشر شده، تصویر ارائه شده از پلیس، ارزش‌های خبری برجسته، محتوای گفتمان امنیت، برای سنجش میزان اعتبار یافته‌های آماری به کار گرفته شد و نتایج محاسبه موارد توافق و اختلاف در جدول ۲ به نمایش گذاشته شده است.

جدول ۲. نتایج محاسبه موارد توافق و اختلاف دو کدگذاری

| متغیرهای انتخاب شده | موارد اختلاف | درصد توافق مشاهده شده | درصد توافق مورد انتظار | ضریب اعتماد |
|---------------------------------|--------------|-----------------------|------------------------|-------------|
| شکل ارائه مطالب | ۲۴ | ۹۰٪ | ۱۳٪ | ۸۸٪ |
| منبع خبرهای منتشر شده | ۳۱ | ۸۷٪ | ۱۱٪ | ۸۵٪ |
| تصویر ارائه شده از پلیس در پیام | ۱۹ | ۹۲٪ | ۶۲٪ | ۷۹٪ |
| ارزش‌های خبری برجسته | ۱۶ | ۹۳٪ | ۳۸٪ | ۸۹٪ |
| محتوای گفتمان امنیت | ۱۱ | ۹۵٪ | ۲۷٪ | ۹۳٪ |
| ضریب اعتماد | | | ۸۵٪ | |

باتوجه به رقم ضریب اسکات محاسبه شده، می‌توان با ضریب ۸۵ درصد پایایی به شیوه کدگذاری این پژوهش اعتماد کرد.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از گردآوری داده‌ها، آن‌ها وارد برنامه SPSS شد و بر مبنای پارامترهای آمار توصیفی، جداول یک‌بعدی و دوطبقه‌ای مربوط به نتایج تحلیل محتوا به دست آمد. تحلیل محتوای کیفی عمدتاً بر مبنای فراوانی حاصل شده و درصدی که به توزیع فراوانی تعلق می‌گیرد، قابلیت توصیف یافته و محقق بر مبنای محتوای آشکار پیام به توصیف و تحلیل یافته‌ها می‌پردازد.

جدول ۳. توزیع فراوانی شکل ارائه مطالب یا فرمت کار شده در روزنامه‌های بررسی شده

| درصد | فراوانی | شکل ارائه مطلب |
|-------|---------|----------------|
| ۴۵/۱۲ | ۳۷۵ | خبر |
| ۱۰/۲۲ | ۸۵ | گزارش |
| ۸/۷۸ | ۷۳ | مصاحبه |
| ۷/۵۸ | ۶۳ | نظرات مردمی |
| ۷/۰۹ | ۵۹ | مقاله |
| ۵/۸۹ | ۴۹ | یادداشت |
| ۴/۴۵ | ۳۷ | تحلیل و تفسیر |
| ۷/۳۴ | ۶۱ | عکس |
| ۳/۴۸ | ۲۹ | سایر |
| ۱۰۰ | ۸۳۱ | جمع |

باتوجه به نتایج جدول بالا می‌توان چنین اظهار کرد که بیشترین فرمت به کار گرفته شده در روزنامه‌های بررسی شده، فرمت خبر بوده است. معمولاً، روزنامه‌ها با توجه به حجم رویدادها و تنوع موضوعات، بیشتر به سوی کار خبری رفته و کمتر به کار تحلیل و تفسیر رویدادها می‌پردازند. همان‌طوری که در جدول پیداست، حدود ۵۶ درصد محتوای روزنامه‌ها را خبر و گزارش تشکیل می‌دهند. لازم به یادآوری است، منظور از «سایر» در جدول بالا همانا اطلاعیه، اصلاحیه، تکذیبیه و جوابیه‌هاست. عمده اخبار منتشر شده مربوط به عملکرد و فعالیت‌های نیروی انتظامی بوده است. هر دو رویکرد مثبت و منفی در انعکاس اخبار مربوط به پلیس را می‌توان براساس خط‌مشی روزنامه‌ها مشاهده کرد. اما آنچه که اهمیت دارد، این است که نیروی انتظامی تا چه اندازه در ارائه اخبار مثبت از عملکرد و فعالیت‌های خود موفق عمل کرده است.

جدول ۴. توزیع فراوانی منبع خبرهای منتشر شده در روزنامه‌ها

| منبع مطالب | فراوانی | درصد |
|--------------------|---------|-------|
| خبرگزاری داخلی | ۳۰۴ | ۳۶/۵۸ |
| خبرنگار روزنامه | ۲۶۳ | ۳۱/۶۴ |
| تلویزیون‌های خارجی | ۹۱ | ۱۰/۹۵ |
| تلویزیون داخلی | ۴۲ | ۵/۰۵ |
| خبرگزاری خارجی | ۳۷ | ۴/۴۵ |
| منبع ناشناس | ۳۵ | ۴/۲۱ |
| کارشناسان | ۳۱ | ۳/۷۳ |
| بدون ذکر منبع | ۲۸ | ۳/۳۶ |
| جمع | ۸۳۱ | ۱۰۰ |

باتوجه به جدول بالا مشخص می‌شود که مهم‌ترین منبع خبر برای موضوعات مرتبط با نیروی انتظامی، خبرگزاری‌های داخلی و سپس، خبرنگاران خود روزنامه بوده است. نکته مهم درباره منبع اخبار، استفاده روزنامه‌ها از خبر تلویزیون‌های خارجی بوده است که باوجود برخی محدودیت‌ها باز هم مورد استفاده آن‌ها قرار گرفته است. بی‌شک، منبع مطلب می‌تواند در رویکرد مثبت یا منفی آن نسبت به پلیس تأثیرگذار باشد؛ ولی آنچه که مهم جلوه می‌کند، این است که نیروی انتظامی باید با بهره‌گیری از جریان ارتباطی مناسب، تأمین‌کننده نیازهای خبری، گزارشی، مصاحبه و رسانه‌ها از فعالیت‌های پلیس باشد. در چنین وضعیتی جریان ارتباطی به جریانی اثرگذار تبدیل می‌شود که می‌تواند چهره‌ای مردمی و جامعه‌محور از پلیس نشان دهد.

جدول ۵. توزیع فراوانی ارزش خبری برجسته در تیتراخ اخبار روزنامه‌ها

| ارزش خبری تیترا | فراوانی | درصد |
|-----------------------|---------|------|
| شهرت | ۲۹۱ | ۳۱ |
| درگیری و برخورد | ۲۵۳ | ۲۷ |
| درب‌گیری | ۱۲۵ | ۱۴ |
| فراوانی تعداد و مقدار | ۱۰۷ | ۱۸ |
| شگفتی و استثنا | ۵۵ | ۲ |
| جمع | ۸۳۱ | ۱۰۰ |

از آمار به دست آمده می‌توان استنباط کرد که مهم‌ترین ارزش خبری دربارهٔ مطالب مرتبط با نیروی انتظامی، ارزش شهرت و ارزش تضاد و درگیری بوده است. در مرحلهٔ سوم ارزش خبری دربرگیری، که همانا نشان‌دهندهٔ میزان عمومیت و علاقهٔ افکار عمومی به موضوع خبر است. همچنین، این جدول نشان می‌دهد که مسئولان ارشد نیروی انتظامی عمده‌ترین افراد بیان‌کنندهٔ اخبار و فعالیت‌های پلیس هستند که اگر رده‌های پایین‌تر نیروی انتظامی در این ارتباط نقش داشته باشند، نتیجهٔ بهتری حاصل می‌شود. ازسویی، ارزش خبری درگیری و برخورد نیز بیشترین فراوانی را داشته است و این نشان می‌دهد که عمدهٔ مطالب بر این ارزش خبری استوار بوده، که اگر در انتقال اخبار و مطالب به دیگر ارزش‌ها نیز توجه نشان داده شود، در توجه مردم به اخبار و مطالب نیرو تأثیرگذار است.

جدول ۶. توزیع فراوانی محتوای گفتمان امنیت در پیام روزنامه‌های بررسی شده

| درصد | فراوانی | محتوای گفتمان امنیت در مطالب |
|-------|---------|-------------------------------|
| ۳۲/۹۷ | ۲۷۴ | امنیت مبتنی بر منافع دولتی |
| ۲۳/۲۲ | ۱۹۳ | امنیت با ارجحیت منافع شهروندی |
| ۱۶/۴۸ | ۱۳۷ | تهدیدمحور |
| ۸/۷۸ | ۷۳ | تدبیرمحور |
| ۱۸/۵۳ | ۱۵۴ | پیشگیری و بازسازی |
| ۱۰۰ | ۸۳۱ | جمع |

بررسی گفتمان امنیتی به کار رفته در محتوای مطالب مختلف روزنامه‌های بررسی شده نشان می‌دهد که وجه غالب با گفتمان سنتی امنیت، حفظ منافع دولتی و تهدیدمحور، بوده است. این نکته نشان می‌دهد که در مطالب منتشر شده دربارهٔ پلیس، گفتمان ایجابی و تدبیرمحور با جهت‌گیری پیشگیری و بازسازی کمتر بوده است.

جدول ۷. توزیع فراوانی تصویر ارائه شده از پلیس در روزنامه‌ها

| درصد | فراوانی | تصویر ارائه شده از پلیس |
|-------|---------|--|
| ۲۲/۵۳ | ۱۵۳ | پیروی از الگوی خطی فرمان اجرا |
| ۱۹/۷۳ | ۱۳۴ | پلیس وظیفه‌مدار |
| ۱۷/۲۳ | ۱۱۷ | پلیس رابطه‌مدار و موقعیت‌گرا |
| ۱۱/۶۳ | ۷۹ | درهم‌آمیزی حوزه عمومی و خصوصی |
| ۱۰/۴۵ | ۷۱ | بهره‌گیری از مشارکت شهروندان و نهادها |
| ۹/۸۶ | ۶۷ | انعطاف‌پذیر برابرنگر در برخورد با شهروندان |
| ۴/۵۶ | ۳۱ | حفظ مرز میان حوزه عمومی و خصوصی |
| ۳/۹۷ | ۲۷ | برخورد تند و نابرابر با شهروندان |
| ۱۰۰ | ۶۷۹ | جمع |

جدول بالا نشان می‌دهد که از کل مطالب بررسی شده، در ۶۷۹ مطلب تصویری خاص از پلیس اراده شده است.

باتوجه به اعداد و ارقام جدول بالا می‌توان گفت حدود ۵۸ درصد مطالب، تصویرگر پلیس سنتی بود که تنها به انجام دادن وظیفه می‌پردازد و از الگوی خطی فرمان - اجرا پیروی می‌کند یا پلیسی است که حوزه عمومی را از حوزه خصوصی تفکیک نمی‌کند و بیش از چهل درصد مابقی مطالب تصویر پلیس جامعه‌محور را به نمایش می‌گذارد که تدبیرمحور و پیش‌گیرنده عمل می‌کند.

جدول دوتبعی شماره ۱. توزیع فراوانی روزنامه و محتوای گفتمان امنیت

| محتوای گفتمان امنیت / روزنامه | امنیت مبتنی بر منافع دولتی | امنیت با ارجحیت منافع شهروندی | تهدید محور | تدبیر محور | پیشگیری و بازسازی | جمع |
|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|------------|------------|-------------------|-----|
| ایران | ۵۲ | ۲۹ | ۲۳ | ۷ | ۱۹ | ۱۳۰ |
| کیهان | ۴۳ | ۱۶ | ۳۶ | ۵ | ۲۴ | ۱۲۴ |
| همشهری | ۳۵ | ۲۸ | ۹ | ۴ | ۲۲ | ۹۸ |
| اعتماد | ۱۹ | ۴۱ | ۱۵ | ۱۸ | ۲۷ | ۱۲۰ |
| آفتاب یزد | ۱۵ | ۳۹ | ۱۱ | ۱۵ | ۲۱ | ۱۰۱ |
| اطلاعات | ۳۹ | ۱۵ | ۹ | ۱۰ | ۱۰ | ۸۳ |
| جمهوری اسلامی | ۳۳ | ۱۱ | ۱۸ | ۵ | ۱۷ | ۸۴ |
| جام جم | ۳۸ | ۱۴ | ۱۶ | ۹ | ۱۴ | ۹۱ |
| جمع | ۲۷۴ | ۱۹۳ | ۱۳۷ | ۷۳ | ۱۵۴ | ۸۳۱ |

باتوجه به نتایج این جدول می‌توان شواهد دیگری دال بر غلبه اتخاذ گفتمان امنیت سلبی با رویکرد دولت‌محور، شهروندمحور و تهدیدمحور مشاهده کرد. باتوجه به آمار جدول می‌توان روزنامه‌های کیهان، ایران و همشهری را در دسته نخست قرار داد که تسلط گفتمان امنیت سلبی را پژواک داده بودند. دسته دوم، شامل روزنامه‌های اعتماد، آفتاب یزد و جام جم است که تسلط را بر گفتمان ایجابی، تدبیرمحور و پیشگیری داده بودند.

جدول دوتبعی شماره ۲. توزیع فراوانی روزنامه و تصویر ارائه شده از پلیس

| جمع | انقطاع پذیر و برابرنگر در برخورد با شهروندان | برخورد تند و نابرابر با شهروندان | پیروی از الگوی خطی فرمان - اجرا | رابطه مدار و موقعیت کرا | وظیفه مدار | نهره گیری از مشارکت شهروندان و نهادها | حفظ مرز میان حوزه عمومی و خصوصی | درهم آمیزی حوزه عمومی و خصوصی | تصویر ارائه شده از پلیس در مطالب | ایران |
|-----|--|----------------------------------|---------------------------------|-------------------------|------------|---------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|-------|
| ۷۴ | ۹ | ۳ | ۱۸ | ۵ | ۱۹ | ۸ | ۴ | ۸ | ایران | |
| ۹۱ | ۴ | ۱ | ۲۹ | ۴ | ۲۷ | ۱۰ | ۲ | ۱۴ | کیهان | |
| ۹۲ | ۱۴ | ۲ | ۱۵ | ۱۴ | ۳۱ | ۶ | ۴ | ۶ | همشهری | |
| ۱۲۰ | ۱۵ | ۹ | ۲۱ | ۲۳ | ۱۴ | ۱۷ | ۸ | ۱۳ | اعتماد | |
| ۹۳ | ۱۰ | ۶ | ۱۷ | ۲۱ | ۱۱ | ۱۱ | ۷ | ۱۰ | آفتاب یزد | |
| ۸۰ | ۷ | ۴ | ۱۳ | ۲۱ | ۱۵ | ۹ | ۳ | ۸ | اطلاعات | |
| ۶۱ | ۳ | ۱ | ۱۹ | ۱۱ | ۱۲ | ۳ | ۱ | ۱۱ | جمهوری اسلامی | |
| ۶۸ | ۵ | ۱ | ۲۱ | ۱۸ | ۵ | ۷ | ۲ | ۹ | جام جم | |
| ۶۷۹ | ۶۷ | ۲۷ | ۱۵۲ | ۱۱۷ | ۱۳۴ | ۷۱ | ۳۱ | ۷۹ | جمع | |

از جدول بالا می‌توان چنین استنباط کرد که برای روزنامه‌های بررسی شده، تصویر پلیس به وظیفه‌گرایی و اجرای فرمان بیش از دیگر موارد نزدیک است. در واقع، آنچه که در ارتباط با نیروی انتظامی منتشر شده است، چهره‌ای سنتی و تنها وظیفه‌مدار را از آن نشان می‌دهد؛ در حالی که، با تغییر رویکرد ارتباطی با رسانه‌ها می‌توان از ظرفیت‌های رسانه‌ای سود جست و چهره‌ای را از پلیس به نمایش گذاشت که آن را به رویکرد جامعه‌محوری سوق دهد.

نتایج و پیشنهادها

از ۱۶۰ روزنامه انتخابی تعداد ۸۳۱ مطلب مرتبط با موضوع نیروی انتظامی بررسی شد که تفصیل نتایج آن‌ها بدین شرح است:

۱- بیشترین مطالب منتشر شده از سوی روزنامه‌ها در شکل خبر بوده و پس از آن گزارش و در رتبه سوم مصاحبه بوده است. در واقع، روزنامه‌ها با توجه به حجم رویدادها و تنوع موضوعات، بیشتر به سوی تهیه و نشر خبر رفته و کمتر به کار تحلیل و تفسیر رویدادها پرداخته‌اند؛

۲- مهم‌ترین منبع مطالب، خبرگزاری‌های داخلی و سپس، خبرنگاران خود روزنامه‌ها بوده است. نکته مهم درباره منبع برخی مطالب درباره نیروی انتظامی، استفاده روزنامه‌ها از خبر و برخی برنامه‌های تلویزیون‌های ماهواره‌ای است که با وجود برخی محدودیت‌ها باز هم مورد استفاده قرار گرفته است؛

۳- مهم‌ترین ارزش خبری درباره مطالب بررسی شده، ارزش شهرت و درگیری و برخورد بوده است. در مرحله سوم، ارزش خبری دربرگیری، که همانا نشان‌دهنده میزان عمومیت و علاقه افکار عمومی به موضوع خبر است، بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است؛

۴- وجه بیشتر مطالب با گفتمان سنتی امنیت، که تهدیدمحور و مبتنی بر منافع دولتی است، نگارش یافته است. این نکته نشان می‌دهد روزنامه‌ها گفتمان ایجابی و تدبیرمحور را با جهت‌گیری پیشگیری و بازسازی کم مورد توجه قرار داده‌اند؛

۵- ۵۸ درصد مطالب، تصویرگر پلیس سنتی است که تنها به انجام دادن وظیفه می‌پردازد و از الگوی خطی فرمان اجرا پیروی می‌کند. از محتوای پیام‌های تحلیل شده می‌توان این نتیجه را هم گرفت که برخی روزنامه‌ها درصدد القای این مطلب بوده‌اند که مسائل پیش‌آمده در ارتباط با پلیس و نیروی انتظامی فراتر از سطح تصمیم‌گیری نیروی انتظامی است؛

۶- در این پژوهش مشخص شد که از تحلیل محتوای زبان به کار رفته در اطلاعیه‌های پلیس، که به‌عنوان خبر انتشار یافته است (چهار مورد)، چنین استنباط می‌شود که غلبه با گفتمان سلبی و راهبردی امنیت بوده که جهت‌گیری نظامی و تدافعی دارد و کمتر به بهره‌گیری از گفتمان ایجابی و رویکرد استفاده از مشارکت نهادهای مدنی و اجتماعی برای ارتباط با مردم توجه شده است؛

۷- با توجه به نتایج جدول دو بُعدی فراوانی مطالب و محتوای گفتمانی آن می‌توان نتیجه گرفت که در محتوای رسانه و گرایش سیاسی آن‌ها رابطه وجود دارد. به عبارت دیگر، توزیع

- فراوانی‌ها نشان می‌دهد که وجود پیوستگی بین گرایش سیاسی روزنامه‌ها، از یک سو، و افزایش محتوای موافق یا مخالف آن در خصوص سیاست‌های نیروی انتظامی دیده می‌شود. پیشنهادهای این پژوهش عمدتاً برگرفته از یافته‌های آن است که عبارت‌اند از:
۱. نیروی انتظامی باید متناسب با راهبردها، اهداف و مخاطبان خود، برنامه و سیاست‌های اجرایی از پیش تدوین شده‌ای را برای فرایند مدیریت خبر در اختیار داشته باشد؛
 ۲. ارائه اطلاعات خبری باید عمدتاً متکی بر عناصر چرایی و چگونگی واقعه و ارزش تازگی و دربرگیری باشد و از ویژگی صحت، دقت و جامع بودن، که به مهار شایعات کمک می‌کند، برخوردار باشد؛
 ۳. گرایش مدیریت رسانه در پلیس باید در روشن شدن ابعاد واقعه و پاسخ‌گویی به ابهامات کمک کند؛
 ۴. نحوه ارتباط پلیس با رسانه‌ها و انتقال اخبار و مطالب در مقاطع مختلف باید بر اصل شفافیت و رفع ابهام بر مبنای اطلاعات صحیح باشد. در غیر این صورت، پلیس به مخفی‌کاری متهم می‌شود؛
 ۵. سیاست‌های اجرایی مرتبط با فعالیت‌های حوزه رسانه، که در آن فرایند تولید و نشر اخبار و مطالب مشخص شده است، باید در دسترس دست‌اندرکاران خبر (خبرنگاران، دبیران، سردبیران و ...) باشد تا از اعمال نظرهای سلیقه‌ای جلوگیری به عمل آید؛
 ۶. خبرگزاری‌های جمهوری اسلامی ایران، همانند بسیاری از مؤسسه‌های خبری، باید به تهیه دستورالعمل‌های مربوط به فعالیت‌های خبری مدیریت بحران، که دربرگیرنده جزئیات مربوط به چگونگی انجام اقدامات باشد، اقدام کند؛
 ۷. برای برقراری ارتباط نزدیک با مخاطبان و افزایش اعتماد آن‌ها به خبر بحران، باید نحوه دروازه‌بانی و فرایند تولید خبر را براساس نیاز خبری مخاطبان و واکنش‌های آنان در برابر انتشار پیام‌های خبری از طریق روش‌های افکارسنجی مدیریت نمود. در واقع، آنچه که با عنوان مدیریت پایگاه اطلاع‌رسانی مطرح است، بیان‌گر مجموعه‌ای از اقدامات، برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری و هماهنگی در چهارچوب مدیریت و تدوین اخبار و تعامل و ارتباطات اثربخش میان عوامل تولید پیام خبری (پیام‌فرست) و دریافت‌کنندگان پیام خبری (مخاطبان) است؛
 ۸. تصمیم‌گیری مدیریت خبر در هریک از مراحل تولید و پخش اخبار باید از داده‌های مربوط به سنجش افکار عمومی نشأت بگیرد. از این رو، نظارت در مرحله پس از پخش، بیان‌کننده دقت نظر و مشاهده هدفمند مدیران نسبت به واکنش‌های نظری و عملی مخاطبان

در برابر اخبار پخش شده است؛

۹. پوشش خبری رویدادهایی که استمرار دارند باید، به‌طور پیوسته، از آغاز تا پایان رویداد ادامه یابند. حتی‌المقدور باید تلاش شود تا اخبار بر منابع خبری موثق استوار باشد و از ارجاع دادن اخبار به منابع نامشخص پرهیز گردد؛

۱۰. پیشگیری از تعارضات و تناقضات خبری، به‌ویژه در ارائه آمار و ارقام، اسامی اشخاص و ... موجب پذیرش و باور مخاطب نسبت به خبر شده و به تثبیت اعتماد منجر می‌گردد؛

۱۱. پلیس با ارائه اطلاعات صحیح و به دور از هرگونه ابهام، به هدف شایعه‌زدایی، که از اهداف اصلی فعالیت‌های خبری در شرایط گوناگون است، دست می‌یابد؛

۱۲. تشکیل شورای مشورتی با هدف حضور مشاوران خبری آشنا به جامعه‌شناسی، ارتباطات، روان‌شناسی و سیاست موجب می‌شود که تصمیم‌گیری درباره تولید و توزیع اخبار، با در نظر گرفتن پیامدهای روانی اجتماعی آن، مورد توجه قرار گیرد.

نتایج این پژوهش حاکی از آن است که تصویر ارائه شده پلیس تصویری سنتی است؛ درحالی‌که، پلیس باید؛ سیاست‌ها و راهبردهای خود را به نوعی تنظیم و اجرا کند که مردم جامعه تصویری واقعی از پلیس به عنوان نهادی مقتدر و در عین حال مهربان را ترسیم نماید. در دنیای کنونی، که رسانه‌ها سهم عمده‌ای از زندگی بشر را به خود اختصاص داده‌اند، نقش مهمی را در تغییرات مورد نظر ایفا می‌کنند؛ تغییرات در رفتارها، باورها، عقاید و ... بنابراین، نیروی انتظامی با بهره‌گیری مناسب از رسانه‌ها و برنامه‌ریزی شده می‌تواند روند تغییر را، به مرور زمان و با ظرافت، انجام دهد. در این زمینه، رصد رسانه‌ها و پی بردن به خط‌مشی آن‌ها و برنامه‌ریزی بر آن مبنا ضروری به نظر می‌رسد.

پرتال جامع علوم انسانی

منابع فارسی

- ام هس، کارن و اس میلر، لیندا (۱۳۸۶). پلیس در اجتماع، ترجمه محمد رضا کلهر، تهران، معاونت پژوهش دانشگاه علوم انتظامی ناجا، ۱۳۸۶.
- بریچر، مایکل، ویلکنفلد، جانتان (۱۳۸۲). بحران، تعارض و بی‌ثباتی، ترجمه علی صبحدل، پژوهشکده مطالعات راهبردی، تهران.
- بیات، بهرام، جعفر شرافتی پور و توحید عبدی (۱۳۸۷). پیشگیری از جرم با تأکید بر رویکرد اجتماع محور، تهران، معاونت اجتماعی نیروی انتظامی.
- روایی، اکبر و سروش بهریر (بهار ۱۳۸۸). «اثر بخشی الگوهای پلیس سنتی و نوین در پیشگیری از جرم»، فصلنامه انتظام اجتماعی، س ۱، ش ۱.
- کلمن، جیمز (۱۳۷۷). بنیادهای نظریه اجتماعی، ترجمه منوچهر صبوری، نی.
- مک کوئیل، دنیس (۱۳۷۹). نظریه ارتباط جمعی، ترجمه پرویز اجاللی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- یزدان فام، محمود (پاییز ۱۳۸۸). «امنیت نرم و چرایی اهمیت آن»، فصلنامه مطالعات راهبردی، س ۱۲، ش ۳، شماره مسلسل ۴۵.
- یزدان فام، محمود (تابستان ۱۳۸۸). «جهانی شدن، امنیت و پلیس»، فصلنامه مطالعات راهبردی، س ۱۲، ش ۲، شماره مسلسل ۴۴.

منابع لاتین

- Chakraborti N (2016) Mind the gap! Making stronger connections between hate crime policy and scholarship. *Criminal Justice Policy Review* 27(6): 577–589
- Defluer, Melvin. *Understanding Mass Communication*, Mc GrowHill, 2001.
- Manning PK (2005) The study of policing. *Police Quarterly* 8(1): 23–43.
- Nutley S, Walter I and Davies HTO (2003) From knowing to doing: A framework for understanding the evidence-into-practice agenda. *Evaluation* 9(2): 125–148.
- Smith, J. and Charles, G. (eds) (2013) *Leadership Resilience: Lessons for Leaders from the Policing Frontline*. Farnham: Gower Publishing Company Ltd
- TechTarget. (2016). Information and communications technology—Or technologies
- Retrieved from <http://searchcio.techtarget.com/definition/ICT-information>

and communications-technology-or-technologies

- Upchurch, M. , Croucher, R. and M. Flynn (2012) 'Political Congruence and Trade Union Renewal', *Work, Employment and Society* 26(5): 859–70.

- Vila, B. (2006) 'Impact of Long Work Hours on Police Officers and the Communities They Serve', *American Journal of Industrial Medicine* 49(11): 972–80.

- Watson, James and Hill, Anne (2006). Dictionary of Media and Communication Studies, 7th Edition, Hodder Arnold Publication.

