

بررسی نقش انواع رسانه‌های جمعی در احساس امنیت اجتماعی شهروندان شهر تهران

مهرداد متانی^{۱*}، نقی قلی‌زاده^۲، علی فلاح^۳، احتشام رشیدی^۴

۱- استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائم شهر، گروه مدیریت رسانه، قائم شهر، ایران

۲- دانشجوی دکتری مدیریت- مدیریت رسانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائم شهر

۳- استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد نور، گروه مدیریت، نور، ایران

۴- استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان، گروه مدیریت رسانه، سمنان، ایران

چکیده

هدف اساسی این پژوهش بررسی نقش انواع رسانه‌های جمعی در احساس امنیت اجتماعی شهروندان شهر تهران است. جامعه آماری پژوهش شامل همه شهروندان ۱۸ سال به بالای شهر تهران است که با استفاده از جدول کرجسی و مورگان به تعداد ۳۸۴ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ناحیه‌ای انتخاب شدند پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی است و از نظر ماهیت و روش توصیفی از نوع پیمایشی است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه است. به منظور روایی ابزار سنجش گویه‌های مناسبی برای هر یک از متغیرهای تحقیق از مبانی نظری تدوین گردید و پایایی پرسشنامه نیز با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۴ به دست آمد. و برای آزمون فرضیه‌ها از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی چندگانه استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان داد که بین میزان استفاده از تلویزیون و احساس امنیت اجتماعی همبستگی مثبت و معنی‌دار (... ..)، همچنین بین رسانه‌های ماهواره‌ای (... ..)، سایت‌های اینترنتی

(... ..)، شبکه‌های اجتماعی مجازی (.....) با احساس امنیت اجتماعی رابطه معکوس که شدت آن ضعیف بود، اما بین میزان استفاده از روزنامه و مجلات با احساس امنیت اجتماعی رابطه معنی دار وجود نداشت. نتایج تحلیل رگرسیونی نشان داد که میزان استفاده از تلویزیون داخلی به تنهایی (۰/۳۵۹، β)، از تغییرات متغیر وابسته احساس امنیت اجتماعی را تبیین می‌کند.

واژه‌های کلیدی: امنیت اجتماعی، تلویزیون، ماهواره، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی.

مقدمه و بیان مسأله

امنیت از نیازها و انگیزه‌های انسانی بشر به شمار می‌رود، به طوری که با زوال آن آرامش خاطر از انسان سلب می‌شود و تشویش، اضطراب و ناآرامی جای آن را می‌گیرد و مرتفع شدن بسیاری از نیازهای آدمی در گرو تامین امنیت است (کاهه، ۱۳۸۴: ۱۳۳). لارونی امنیت را عبارت از تضمین رفاه آتی و جان مورز امنیت را رهایی نسبی از تهدیدات زیان بخش می‌داند (بوزان، ۱۳۸۷: ۳۱). امروزه، امنیت اجتماعی تمامی زوایا و سطوح زندگی را تحت تاثیر قرار می‌دهد و به عنوان یکی از نیازهای اولیه با وجود شکل گیری در یک بستر عینی در اساس یک پدیده ذهنی است و بر اساس فرآیندهای خاص این حوزه شکل می‌گیرد (نویدینیا، ۱۳۸۲: ۶۴-۶۶).

در تامین امنیت اجتماعی، عوامل و عناصر گوناگون دخیل هستند که یکی از آن عوامل، رسانه‌های جمعی هستند (سمیراپور و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۲). بررسی تأثیرات رسانه بر جنبه‌های متفاوت زندگی اجتماعی، همواره به عنوان موضوعی مهم در مطالعات رسانه ای مطرح بوده است. توانایی‌های ذاتی و وسایل ارتباطی در جریان سازی‌های فرهنگی و سیاسی، تأثیر آنها بر شیوه‌های رفتاری و سلیقه‌های عمومی و جایگاه آنها به عنوان منبعی اصلی و مسلط برای ارایه تصاویر ذهنی از واقعیت‌ها، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی غیرقابل انکار است. این وسایل ضمن اینکه به عنوان واسطه ای در روابط اجتماعی نقش خود را ایفا می نمایند، قادرند در سطحی وسیعتر و مدت زمانی طولانی تر با مردم ارتباط برقرار کرده، تأثیر اولیه مدرسه، خانواده و مذهب و امثال آن را بر افراد تحت شعاع قرار دهند (خواججه‌نوری، ۱۳۹۱: ۵۶).

رسانه‌ها با توجه به توسعه کمی و کیفی که یافته‌اند، در عمل می‌توانند هم فرصت و هم تهدیدی برای دوام و قوام فرصت‌ها و تهدیدات اجتماعی باشند؛ که مفهوم امنیت و امنیت اجتماعی از جمله آن‌هاست. در خطر افتادن امنیت اجتماعی ذهن بسیاری از جامعه‌شناسان را به خود مشغول کرده است؛

با جایگاهی که رسانه‌های گروهی و وسایل ارتباط جمعی از تولد تا مرگ در زندگی امروزی بشر پیدا کرده‌اند، می‌توان آنها را در زمره نهادهای اجتماعی و یکی از عوامل عمده مؤثر بر پذیرش هنجارها و ارزش‌های اجتماعی قلمداد کرد؛ در نتیجه آنها تأثیر به‌سزایی در نگرش افراد نسبت به وقایع اطراف خود دارند.

امروزه استفاده گسترده از رسانه‌های جدید، دنیای جدیدی را ایجاد کرده است، که شامل مجموعه‌ای در حال بهم پیوستن، در هم تنیده و چند وجهی است. این تحولات که در عرصه جهانی در حال رخ دادن است، چالش‌های مختلفی را برای جوامع به دنبال داشته، که یکی از مهمترین چالش‌ها در عرصه بروز مسائل اجتماعی جدید، خود را نشان داده است (عزیزی و حیدرخانی، ۱۳۹۳: ۱۳۵).

رسانه‌های جمعی که در ارتباط تنگاتنگ با انتقال مفاهیم امنیتی قرار دارند، همانند یک سیستم در هم تنیده، با پیام‌رسانی به اقصی نقاط جهان، رسالت رسانه‌ای خویش را به انجام می‌رسانند. جریان یکسویه اطلاعات و توزیع کنترل شده این فناوری، تقریباً به چالشی در فرآیند حفظ احساس امنیت و حریم ملی و شخصی افراد بدل شده است که در جریان جهانی سازی و ایجاد وحدت رویه در کشورها، نقش به‌سزایی را ایفا می‌نماید. ورود و پردازش اطلاعات به این سیستم و تبدیل آن به یک ابر رسانه، ماهواره را به ابزاری استراتژیک با کاربردهای متعدد در چارچوب سیاست‌های جهانی مبدل ساخته که در ابعاد فضاهاى مجازى منجر به انقلابی عظیم گردیده است (مصطفوی، ۱۳۹۵: ۱۲۷-۱۲۸).

شناخت کاربرد و عملکرد رسانه‌های جمعی در جامعه و نقشی که آنها در جوامع بشری به عهده دارند، امری بسیار مهم است و از طریق شناخت تاثیرات و کارکرد رسانه‌های جمعی می‌توان به طرح برنامه‌های مؤثری برای استفاده مطلوب و عقلانی از این تکنولوژی پرداخت و در عین حال از اشتباهات و انحرافاتى که در جریان ارائه کارکرد رسانه‌ها به مردم داده می‌شود

پرهیز کرد. ارائه راهکار و طرح‌های مناسب جهت سالم ساختن و افزایش نقش‌های مثبت و سازنده رسانه‌های جمعی در حرکت مطلوب جامعه، نیازمند شناخت عمیق وسایل ارتباط جمعی است. رسانه‌های ارتباط جمعی اعم از تلویزیون، مطبوعات، شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های ماهواره‌ای در دنیا، مشغول فعالیت و جلب مخاطب می‌باشند (متانی، ۱۳۹۵: ۲۱۱). به همین منظور پژوهش حاضر به دنبال بررسی نقش هر یک از رسانه‌های جمعی در احساس امنیت اجتماعی شهروندان شهر تهران است.

مروری بر مطالعات پیشین

در اکثر تحقیقات انجام شده در زمینه امنیت اجتماعی به نقش رسانه‌ها بصورت کاربردی کمتر اشاره گردید، در عین حال به تعدادی از پژوهش‌های تقریباً مرتبط اشاره می‌شود: شکرپیگی و همکاران (۱۳۹۰). در مقاله‌ای به بررسی تاثیر رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی پرداخته‌اند که شامل بررسی نظری، تجربی و سنجش ابعاد مختلف میزان احساس امنیت است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد بین میزان توجه و اعتماد به رسانه‌های داخلی و ابعاد مختلف احساس امنیت اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد. نتایج پژوهش زندگی آبادی و زنگنه (۱۳۹۰). نشان داد که بین سرمایه اجتماعی، ارزیابی عملکرد رسانه‌ها، ارزیابی نقش نیروی انتظامی، پایگاه اجتماعی افراد و ارزیابی فضای فیزیکی شهر و احساس امنیت رابطه مستقیم وجود دارد. بیات (۱۳۸۷)، در پژوهش خود تحت عنوان تبیین جامعه شناختی احساس امنیت در بین شهروندان تهرانی با تاکید بر نقش پرداخت رسانه‌ای و سرمایه اجتماعی، به این نتایج دست یافت که میزان تاثیرگذاری اخبار حوادث و جنایات در مطبوعات بر احساس امنیت موثر بود.

الیاسی (۱۳۸۷)، در پژوهش خود تحت عنوان سنجش میزان تاثیر نشریات زرد در کاهش احساس امنیت و سلامت روانی زنان تهرانی، به این نتایج دست یافت که مطالعه مستمر نشریات زرد، میزان اعتماد زنان به دیگران را به شدت کاهش می‌دهد و این ترس را در زنان پدید می‌آورد که ممکن است اموال آنان توسط سارقین مورد دستبرد قرار گیرد و بر وحشت زنان از اراذل و اوباش می‌افزاید. بهیان و فیروزآبادی (۱۳۹۲). در پژوهشی به بررسی عوامل موثر بر

احساس امنیت اجتماعی در شهر کرمان پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق نشان داد که بین متغیرهای فضای فیزیکی شهر، فضای اجتماعی، مشاهده تلویزیون داخلی (.....)، گوش دادن به رادیو داخلی (.....) و استفاده از اینترنت (.....) با میزان احساس امنیت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. خواجه نوری و کاوه (۱۳۹۱). در پژوهشی به بررسی مطالعه رابطه بین مصرف رسانه‌ای و احساس امنیت اجتماعی پرداخته‌اند و به این نتایج دست یافته‌اند که تاثیر تعاملی استفاده از تلویزیون داخلی و رادیوی داخلی بیشترین تاثیر را بر امنیت اجتماعی داشته است.

لایندستروم و همکاران (۲۰۰۳) در مطالعه‌ای به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر احساس ناامنی در محله اقدام نمودند. در این مطالعه، سرمایه اجتماعی با توجه به عوامل فردی و محله‌ای سنجیده شد و سرمایه اجتماعی با توجه به مشارکت در انتخابات سنجیده شد و توانست تا حدود زیادی احساس ناامنی افراد را تبیین نماید (لایندستروم و همکاران، ۲۰۰۳: ۲۴).

باراک (۱۹۹۴). در کتاب رسانه، فرایند و ساختار اجتماعی جرم به رابطه رسانه‌ها و جرم در جامعه پرداخت و به این نتیجه رسید که تمایل رسانه‌ها به ارائه گزارش‌ها و وقایع غیر واقعی، احساس و نیز ناتوانی رسانه‌ها در قرار دادن اخبار در بسترهای واقعی خود و ارائه آن به مخاطبان باعث اطلاع رسانی غلط به مخاطبان و ایجاد ترس از جرم و خشونت در جامعه شده است. رسانه‌های عمومی باعث ایجاد ماهیتی اجتماعی از جرم شده‌اند که حامی الگوی مبارزه با جرائم است. از ویژگی‌های این الگو، بی‌اعتمادی، بدبینی، بیگانگی، احساس وجود تهدید و جرم در جامعه است. همچنین، رسانه‌ها باعث ایجاد جوی در جامعه شده‌اند که حاکی از آن است که جهان از کنترل خارج شده است (باراک، ۱۹۹۴: ۲۳).

مبانی نظری پژوهش .

امنیت اجتماعی

امنیت اجتماعی مقوله‌ای است که افراد و دولت همراه یکدیگر در تامین آن سهیم و شریک هستند و از این رو، به تدریج و همگام با غیر قابل تفکیک شدن دولت و جامعه از یکدیگر، همین حالت در خصوص ناامنی آن دو مصداق پیدا می‌کند. در حال حاضر با توجه به

کاهش کنترل حکومت‌ها بر جوامع خود، ظهور جنبشهای جدایی طلب فروملی، افزایش روزافزون مهاجرت و جریان حرکت پناهندگان و چارچوب‌های در حال تحول داخلی و خارجی، بررسی روابط دولت و مردم امری اجتناب‌ناپذیر است و تعریف گفتمان جدید امنیتی برای تنظیم میان مردم و دولتها در قالب گروههای اجتماعی ضروری است.

بدین ترتیب امنیت جوامع، آشکارا با امنیت سیاسی پیوند دارد، اما مجزا از آن است. امنیت سیاسی به ثبات سازمانی کشورها، نظام‌های دولت و ایدئولوژی‌هایی که به دولت‌ها و حکومت‌ها مشروعیت می‌بخشد، مربوط می‌شود اما امنیت اجتماعی به بقای گروههای اجتماعی توجه دارد که به جهت اشتراک اعضای آن در اندیشه، احساس و اعمال، کلیت یکپارچه را تشکیل می‌دهند که از آن به عنوان هویت یاد می‌شود (نویدینیا، ۱۳۸۲: ۷). به هر حال، در دنیای امروز، در خصوص امنیت و مفاهیم آن، برداشتهای گوناگون در جامعه مشاهده می‌شود که گاهی منظور از آن امنیت فردی است، یعنی حیثیت و آبروی افراد در امان باشد، مورد تجاوز و تعدی افراد و دستگاه‌های حکومتی قرار نگیرد. در برخی موارد نیز منظور از امنیت، همانا امنیت اجتماعی است، یعنی طراحی سیستم امنیتی چنان باشد که مال و جان مردم جامعه در امان باشد، در این مفهوم، حفظ جان و مال افراد جامعه از مسوولیت‌های مهم هر حاکمیتی محسوب می‌شود (لرنی، ۱۳۸۳: ۱۳). امنیت اجتماعی توانایی جامعه در دفاع از خصوصیات و ویژگی‌های اساسی خود در برابر تغییرات و تهدیدات واقعی و احتمالی است. امنیت اجتماعی زمانی مطرح می‌شود که جوامع احساس می‌کنند هویتشان در خطر است (نیازی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۳۲). امنیت اجتماعی به عنوان پیامد مطلوب و مثبت، حاصل تاثیرگذاری سرمایه اجتماعی بر زندگی فرد و به تبع آن در زندگی اجتماعی است. اصطلاح امنیت هر چند یک نگرش کلی را در ذهن تداعی می‌کند، اما اساس مفهوم امنیت اجتماعی که آن را از مفاهیم دیگر نظیر امنیت ملی و عمومی جدا می‌کند، تامین امنیت مادی و معنوی برای فرد است (ابراهیم پور و علمی، ۱۳۹۴: ۵۴).

دیدگاه صاحب نظران در زمینه امنیت اجتماعی

از نظر باری بوزان^۱، امنیت اجتماعی زمانی برای فرد مطرح می‌شود، که فرد خود را عضو یک گروه اجتماعی بداند. وی معتقد است که حوزه‌ای از حیات که فرد خود را به واسطه مفهوم «ما» بدان متعلق می‌داند و در برابر آن احساس تعهد و تکلیف می‌کند مورد نظر است. بنابراین هر عامل و پدیده‌های که باعث ایجاد اختلال در احساس تعلق و همبستگی اعضا، یک گروه گردد، در واقع هویت آن گروه را به مخاطره انداخته و تهدیدی برای امنیت اجتماعی آن قلمداد می‌گردد (بوزان، ۲۰۰۰: ۳).

از طرف دیگر بوزان و ویور امنیت را در دو بعد عینی و ذهنی مطرح کرده و اظهار می‌دارند که تهدیدهای امنیتی در دامنه‌ای وجود دارند که به طور ذهنی نیز قابل تجربه هستند (نبوی و همکاران، ۱۳۸۹: ۷۷). بوزان، نقطه آغازین امنیت را ذهنی و مبتنی بر تصمیم بازیگران معرفی می‌کند. او بیان می‌دارد که، مسأله امنیت در اجتماع شناخته می‌شود، زیرا بازیگران می‌توانند به آن رجوع کنند و برخی پدیده‌ها را به عنوان تهدید نگاه کنند (ابراهیمی، ۱۳۸۶: ۴۴۴).

آل ویور^۲ مدعی است که باید از رویکردی جامعه‌شناسانه به امنیت نگریسته شود و پس از تحلیل مبانی جامعه‌شناختی امنیت، به تعریف آن همت گمارد (مک کین لای و لیتل، ۱۳۸۰: ۴۸). بر این اساس، ویور حوزه امنیت را بر حسب نوعی دوگانگی امنیت دولت و امنیت اجتماعی در نظر می‌گیرد و خاطر نشان می‌کند که افراد جامعه نمی‌توانند نسبت به چیزهایی که امنیت و هویت‌شان را تهدید می‌کند احساس مسئولیت نداشته و آنها را تنها به دولت واگذار نمایند بدین ترتیب، ویور بر لزوم مشارکت افراد در تأمین امنیت اجتماعی خود و جامعه صحه می‌گذارد (نبوی و همکاران، ۱۳۸۹: ۸۸).

چلبی در بین جامعه‌شناسان داخلی، معتقد است، امنیت یکی از اختیار جمعی است که جامعه برای شهروندان خود و هر آن کس که در آن به سر می‌برد، فراهم می‌کند. در بعد عینی، امنیت را می‌توان به عنوان فراغت از تهدید تعریف کرد. در بعد ذهنی مراد از امنیت،

احساس آرامش و یا عدم احساس تهدید و عدم احساس ترس ناشی از آن از سوی محیط‌های دور و نزدیک فرد است. البته این دو بعد معمولاً با یکدیگر احساس همبستگی قوی دارند، هر چند در تحلیل نهایی، اولی تا حد زیادی تعیین کننده دومی است، با وجود این، درصدی از واریانس متغیر امنیت در بعد ذهنی، متأثر از محیط نرم افزاری جامعه و نحوه اطلاع رسانی و مضامین آن است (چلبی، ۱۳۸۵: ۱۰۷).

بر این اساس می‌توان گفت، احساس امنیت اجتماعی به فقدان هراس از تهدید شدن یا به مخاطره افتادن ویژگی‌های اساسی و ارزش‌های انسانی و نبود ترس از تهدید حقوق و آزادی‌های مشروع گفته می‌شود (افشار، ۱۳۸۵: ۶۱).

لویی آلتوسر^۱ طی نظریه فرهنگی و ایدئولوژیکی، رسانه‌های ارتباط جمعی را به عنوان بخشی از «دستگاه‌های ایدئولوژیک» از ابزارهای اساسی قدرت حاکم می‌داند که می‌توانند با ارائه تصویرهای مطلوب نظام جهانی یا اجتماعی، اندیشه مناسب را «بازتولید» کنند (روحانی، ۱۳۸۷: ۳۰).

زمانی که استفاده از خشونت رسانه‌ای افزایش یابد، حساسیت زدایی در مخاطب نیز افزایش می‌یابد. عادی شدن خشونت نزد مخاطبان این خطر را افزایش می‌دهد که ارزش‌های اخلاقی در مورد خشونت تغییر یابد و ارزش‌هایی که اعمال خشونت را ناپسند و مذموم می‌شمارند اهمیت خود را از دست بدهند.

این نظریه تصریح می‌کند، رسانه‌ای که خشونت را بدون درد و رنج نشان می‌دهد سبب گمراهی مخاطب می‌شود و او را نسبت به عواقب مصیبت بار خشونت بی تفاوت می‌کند، در نتیجه مخاطب برای اثرات منفی خشونت چندان نگران نمی‌شود و همین موضوع سبب عادی شدن خشونت و بی تفاوتی او (حساسیت زدایی) می‌شود. در نتیجه این وضع است که با افزایش خشونت احساس ناامنی نیز افزایش پیدا می‌کند (عزیزی و حیدرخانی، ۱۳۹۳).

تیلور و هیل^۲ از بزرگ نمای جرم توسط رسانه‌ها اسم برده‌اند. یکی از رویکردهای نظری درباره احساس امنیت بر این اصل استوار است که احساس ناامنی محصول مواجهه شخصی با

.....
.....

جرم و یا مطلع شدن از آن، به وسیله شنیده‌ها، اعم از تماس با دیگران و یا رسانه‌های همگانی است. از میان «تجربه‌های ناامنی» تأثیر بزه دیدگی مستقیم با نگرانی درباره انواع معینی از «نگرانی» درباره جرم و ناامنی معینی ارتباط دارد. البته به نظر می‌رسد چنین تجربه‌هایی بخش کوچکی از یک تبیین نیرومند از احساس ناامنی را تشکیل دهد (بیات، ۱۳۸۷: ۱۱۹).

به علاوه این رویکرد بر بزرگ نمایی یا برجسته سازی خطر و در معرض جرم واقع شدن به عنوان یکی از بسترهای توسعه احساس ناامنی تأکید می‌نماید. تیلور و هیل این پدیده را به عنوان روایت بزرگنمایی جرم توسط رسانه‌ها تعریف کرده‌اند. «فرایندی که در محیط زندگی انسان‌ها به گونه‌ای عمل می‌کند که تأثیرات ترسناک رویدادهای مجرمانه را انتشار می‌دهد (بیات، ۱۳۸۷: ۱۱۹).

دانیل لرنر^۱ در طی تحقیقاتی که در کشورهای جهان سوم انجام داده است به نتایجی دست یافته است که یکی از این یافته‌ها تأثیر رسانه‌های جمعی در تغییر ذهنیت افراد است. به نظر او رسانه‌های جمعی در این جوامع باعث آشنایی با امکانات و شرایط کشورهای توسعه یافته شده و سطح انتظارات آنها را بالا می‌برد و به دلیل ناتوانی این جوامع در برآوردن این خواسته‌ها، در افراد احساس محرومیت و نارضایتی را به وجود می‌آورد و این محرومیت و نارضایتی که از طریق مقایسه اجتماعی با دیگر کشورها به وجود آمده است منجر به بی‌ثباتی و ناامنی می‌گردد (دادگران، ۱۳۷۴: ۱۳۲).

نقش رسانه‌ها در ایجاد امنیت اجتماعی

رسانه‌های جمعی نقش بسیار مهمی در ارائه و اجرای برنامه‌های سیاسی-امنیتی و بسترسازی افکار عمومی و تامین امنیت عمومی ایفا می‌کنند. آنچه مسلم است اینکه، رسانه‌ها با توجه به توسعه کمی و کیفی که یافته‌اند، در عمل می‌توانند هم فرصت و هم تهدیدی برای دوام و قوام امنیت اجتماعی باشند.

رسانه‌ها از آغاز زندگی انسان تا پایان حیات در کنار او نقش یک همزاد را بازی می‌کنند و انسان را در خزانه بی‌پایان اطلاعات قرار می‌دهند. به تعبیری می‌توان گفت در گردونه رسانه‌ها،

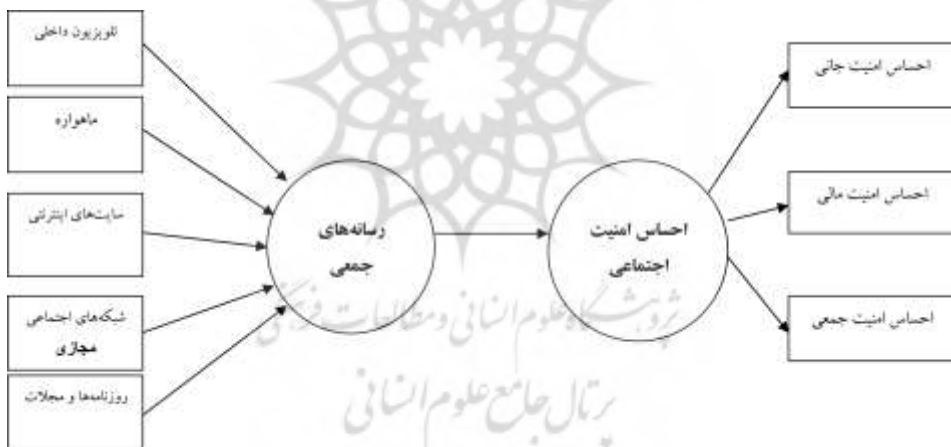
انسان‌ها تولدی تازه می‌یابند و ارزش‌ها، عادات و اندیشه‌های جدیدی می‌آموزند. رسانه‌ها تاثیر شگرفی بر افکار و عقاید عمومی می‌گذارند.

رسانه‌ها در واقع شکل‌دهنده افکار عمومی از طرفی منعکس‌کننده آنها هستند و در یک کلام، بر ادراک ما از جهان پیرامون تاثیر می‌گذارند. جهان‌بینی انسان‌ها به شدت تابع عملکرد رسانه‌هاست، در دنیای جدید، هیچ تصمیمی بدون مشارکت و مشارکت‌آفرینی رسانه‌ها به سامان نمی‌رسد. امروزه رسانه‌های جمعی با کارکردهای مشخص و تعیین شده خود، جایگاه ویژه‌ای یافته‌اند. مهمترین وظایف رسانه‌ها بخش سرگرمی، تفریحی، اطلاع‌رسانی و همگن‌سازی اجتماعی آنها نیست. ایفای نقش اثرگذار رسانه‌ها، آنها را به عنوان اثرگذارترین عامل نظم، امنیت اجتماعی، وفاق، همبستگی و مشارکت مردمی در آورده است. رسانه‌های جمعی نقش بسیار مهمی در ارائه و اجرای برنامه‌های سیاسی، امنیتی و همچنین برانگیختن مشارکت مردمی در تامین امنیت اجتماعی ایفا می‌کنند (مصطفوی، ۱۳۹۴: ۱۱۸-۱۱۷).

رسانه‌ها در برقراری ارتباط عقلانی و گسترش فضاهای عمومی به همراه تبیین اهمیت و ضرورت یک موضوع، نقش بسزایی دارند. بر اساس همین موضوع، رسانه‌ها با پوشش خبری و اطلاع‌رسانی وقایع امنیتی و جنایی به شیوه‌ای مطلوب و ارائه برنامه‌های آموزشی مطلوب در خصوص ضرورت امنیت اجتماعی در جامعه و حتی آموزش چگونگی حفاظت از مال، جان، زمینه مساعدی را برای این همکاری و مشارکت مردمی به وجود می‌آورند. رسانه‌ها یک میدان عمومی جدید برای گفت و گوی میان انسان‌ها تلقی می‌شوند که از طریق آنها همه می‌توانند با هم تماس بگیرند و ارتباط برقرار کنند. بر اثر همین ارتباط و نزدیکی، بین انسان‌ها تفاهم ایجاد می‌شود و تقابل خصمانه و خشونت از میان می‌رود. در واقع، رسانه‌ها جهانی نو ساخته‌اند که حذف آنها از این دنیا میسر نیست (ساروخانی، ۱۳۸۱: ۴۵). رسانه‌ها در نیای کنونی در عین تنوع، بسیار پیچیده‌اند و بسان یک شمشیر دو لبه هستند که هم می‌توانند کارکرد مثبت داشته باشند و هم کارکرد منفی، بر اساس این واقعیت، رسانه‌ها در روند تثبیت یا وفاق، امنیت عمومی و مشارکت همه جانبه مردم مختلفی نمود می‌یابند، کارکردهایی که بر آمده از توجه یا بی‌توجهی به ساختار فرهنگی جامعه و شدت و شتاب تغییرهای آن هستند (لرنی و مصلحتی، ۱۳۸۵: ۹۹). به عبارتی دیگر، رسانه‌های جمعی در فرایند تداخل ضروریات اجتماعی و فرهنگی

که از شتاب‌زدگی تاریخ در عصر ما نشأت می‌گیرد، می‌توانند نقش‌های سازنده یا ویرانگر داشته باشند.

در یک نظام هماهنگ رسانه‌ای، انسجام و پایداری توسعه و در نتیجه تقویت امنیت ملی مدنظر است، اما در از هم گسیختگی رسانه‌ها، تهدید امنیت ملی قابل پیش‌بینی است (خانیک، ۱۳۷۶: ۳۵۹). بنابراین با در نظر گرفتن سوابق تحقیق و دیدگاه‌های صاحب‌نظران در زمینه عوامل موثر در امنیت اجتماعی بویژه نظریه‌های آلتوسر، تیلور، هیل، ترنر و دانیل لرنر که بر نقش استفاده از رسانه‌های جمعی و رابطه آن با احساس امنیت اجتماعی تاکید دارند، مدل مفهومی پژوهش بصورت زیر بیان می‌شود.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی

- بین استفاده از انواع رسانه‌های جمعی و احساس امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

- بین میزان استفاده از تلویزیون داخلی و احساس امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.

- بین میزان استفاده از ماهواره و احساس امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.

- بین میزان استفاده از سایت‌های اینترنتی و احساس امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.
- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و احساس امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.
- بین میزان استفاده از روزنامه‌ها و مجلات و احساس امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی است و بر حسب ماهیت و روش توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه شهروندان ۱۸ سال به بالای شهر تهران است که با استفاده از جدول تعیین حجم نمونه کرجسی و مورگان به تعداد ۳۸۴ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی ناحیه‌ای انتخاب شدند. ابزار سنجش در این پژوهش، پرسشنامه است، برای مشخص کردن ویژگی‌های جمعیت‌شناختی با استفاده از طرح سوال در پرسشنامه اقدام شد. به منظور روایی ابزار سنجش سوالات متناسبی برای هر یک از متغیرهای تحقیق از مبانی نظری مرتبط تدوین گردید. پایایی پرسشنامه نیز با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۴ به دست آمد که نشان دهنده ضریب قابل قبول پایایی ابزار سنجش است، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی برای رسم جداول، میانگین و پراکندگی فراوانی و همچنین برای آزمون فرضیه‌ها از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی چند متغیره استفاده شد.

یافته‌ها

یافته‌های مربوط به میزان استفاده از رسانه‌های جمعی، نشان می‌دهد که بیشترین میانگین مربوط به شبکه‌های اجتماعی (۰/۷۶) و کمترین میانگین مربوط به روزنامه‌ها و مجلات (۰/۲) است. همچنین میانگین استفاده از ماهواره (۰/۵۴)، تلویزیون داخلی (۰/۷۴) و اینترنت (۰/۳) است. نتایج مربوط به متغیر میزان احساس امنیت اجتماعی و مولفه‌های آن، نشان می‌دهد که در میان مولفه‌های احساس امنیت اجتماعی، بیشترین میانگین مربوط به احساس امنیت جمعی (۰/۵۷) و کمترین میانگین مربوط به احساس امنیت مالی (۰/۱۷) است. میانگین کلی احساس امنیت اجتماعی در میان پاسخگویان بالاتر از حد متوسط (۰/۴۴) است.

آزمون فرضیه‌ها

- بین استفاده از انواع رسانه‌های جمعی (تلویزیون داخلی، ماهواره، سایت‌های اینترنتی، شبکه‌های اجتماعی مجازی و روزنامه‌ها و مجلات) با احساس امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول ۱- همبستگی بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق

احساس امنیت اجتماعی		شاخص‌ها	نام متغیر
سطح معناداری	ضریب همبستگی		
۰/۰۰۰	۰/۴۳	تلویزیون داخلی	رسانه‌های جمعی
۰/۰۰۰	-۰/۳۳	ماهواره	
۰/۰۰۰	-۰/۲۹	سایت‌های اینترنتی	
۰/۰۰۲	-۰/۲۴	شبکه‌های اجتماعی مجازی	
۰/۰۹۱	۰/۰۸	روزنامه‌ها و مجلات	
۰/۰۰۰	-۰/۳۰	میزان کل استفاده از رسانه‌های جمعی	

یافته‌ها حاکی از آن است که بین استفاده از انواع رسانه‌های جمعی به جز روزنامه‌ها و مجلات با احساس امنیت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. در این میان رابطه بین استفاده از تلویزیون داخلی و احساس امنیت اجتماعی مثبت (۰/۴۳) و رابطه بین استفاده از سایت‌های اینترنتی (۰/۲۹-)، ماهواره (۰/۳۳-)، و شبکه‌های اجتماعی مجازی (۰/۲۴-) با احساس امنیت اجتماعی منفی و معکوس هستند. به طور کلی بیشترین میانگین مربوط به استفاده از تلویزیون داخلی با (۰/۴۳) و کمترین شدت ارتباط بین استفاده از روزنامه و مجلات (۰/۰۸) و احساس امنیت اجتماعی است.

تحلیل رگرسیون

سهم هریک از ابعاد مختلف متغیرهای مستقل در پیش بینی متغیر وابسته به چه میزان است؟ جهت پی بردن به این امر از رگرسیون چند گانه استفاده می شود. یافته ها به شرح زیر است:

جدول ۲- آزمون رگرسیون چند گانه

متغیرهای پیش بین	β	مدل ۱
مقدار ثابت	۶/۲۰	.	۲/۵۳۸	۰/۰۱۲	مدل ۱
ماهواره	۰/۳۲۲	-۰/۳۱۳	۴/۵۶۷	۰/۰۰۰	۰/۴۰۵	۲/۴۶۹	.	.	.	
تلویزیون داخلی	۰/۴۰۷	۰/۳۵۹	۶/۷۹۸	۰/۰۰۰	۰/۸۰۷	۱/۲۳۹	-۰/۵۲	۰/۲۷۰	۸۴/۰۴۷	
سایت های اینترنتی	۰/۲۱۳	-۰/۲۴۳	۲/۴۷۷	۰/۰۰۱	۰/۲۹۴	۳/۴۰۵	۱/۶۶۴	۰/۲۷۰	۸۴/۰۴۷	
شبکه های اجتماعی	۰/۱۵۸	-۰/۱۸۷	۳/۱۷۰	۰/۰۰۲	۰/۸۷۷	۱/۱۴۱	۱/۶۶۴	۰/۲۷۰	۸۴/۰۴۷	

جهت بررسی بهترین تبیین کننده پیش بینی احساس امنیت اجتماعی از رگرسیون چند گانه استفاده شد. بنابراین یک مدل به شرح جدول ۲ تشکیل شده است که در آن متغیر ملاک همان احساس امنیت اجتماعی و متغیر پیش بین همان انواع رسانه های جمعی هستند. قبل از بررسی مدل رگرسیونی، لازم است که مفروضه های مدل مورد بررسی قرار گیرند. در این مدل میزان احساس امنیت اجتماعی در بین پاسخگویان تبیین شده است. یافته ها نشان می دهد که تمامی مولفه های مدل دارای مقادیر . بیشتر از ۲ و مقدار سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ هستند. بنابراین این متغیرها پیش بینی کننده احساس امنیت اجتماعی هستند. در این مدل قویترین پیش بینی کننده، متغیر تلویزیون داخلی است که مقدار تاثیر آن برابر ۰/۳۵۹ است (β. ۰/۳۵۹). لازم به ذکر است که همبستگی چند گانه متغیرهای پیش بین با احساس امنیت اجتماعی نسبتاً بالا (۰/۵۲ - ..) است. همچنین این متغیرها به طور کلی توانسته اند به میزان ۰/۲۷ درصد از تغییرات متغیر احساس امنیت اجتماعی را تبیین معنادار کنند (۰/۲۷۰ ..).

بحث و نتیجه گیری

توانایی‌های ذاتی وسایل ارتباطی در جریان سازی‌های فرهنگی و سیاسی، و تأثیر آنها بر شیوه‌های رفتاری و سلیقه‌های عمومی و جایگاه آنها به عنوان منبعی اصلی و مسلط برای ارایه تصاویر ذهنی از واقعیت‌ها، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی غیرقابل انکار است. این وسایل ضمن اینکه به عنوان واسطه‌ای در روابط اجتماعی نقش خود را ایفا می‌نمایند، قادرند در سطحی وسیعتر و مدت زمانی طولانی‌تر با مردم ارتباط برقرار کرده، تأثیر اولیه مدرسه، خانواده و مذهب و امثال آن را بر افراد تحت شعاع قرار دهند. رسانه‌ها با توجه به توسعه کمی و کیفی که یافته‌اند، در عمل می‌توانند هم فرصت و هم تهدیدی برای دوام و قوام فرصت‌ها و تهدیدات اجتماعی باشند؛ که مفهوم امنیت و امنیت اجتماعی از جمله آنهاست.

در همین راستا در این پژوهش پس از واکاوی مفهومی امنیت اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی به تئوری‌های تأثیر استفاده از رسانه‌ها بر افراد پرداخته شد، و نهایتاً به بررسی فرضیه‌های پژوهش یعنی ارتباط بین رسانه‌های جمعی با احساس امنیت اجتماعی پرداخته شد. یافته‌ها حاکی از آن است که بین استفاده از انواع رسانه‌های به جز استفاده از روزنامه‌ها و مجلات با احساس امنیت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. در این میان رابطه بین استفاده از تلویزیون داخلی و احساس امنیت اجتماعی مثبت (۰/۴۳) و رابطه بین استفاده از سایت‌های اینترنتی (۰/۲۹-)، ماهواره (۰/۳۳-)، و شبکه‌های اجتماعی مجازی (۰/۲۴-) با احساس امنیت اجتماعی منفی و معکوس هستند. زنگی آبادی و زنگنه نیز در پژوهش خود به رابطه بین ارزیابی عملکرد رسانه‌ها و احساس امنیت اجتماعی دست یافته‌اند.

به طور کلی بیشترین میانگین مربوط به استفاده از تلویزیون داخلی با (۰/۴۳) و کمترین شدت ارتباط بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (۰/۲۴-) و احساس امنیت اجتماعی است.

ضریب همبستگی چند متغیره . نیز نشان داد که بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق (احساس امنیت اجتماعی) همبستگی نسبتاً بالا (۰/۵۲-) وجود دارد. مقدار ضریب تبیین نیز نشان داد که ۰/۲۷ درصد از کل تغییرات میزان احساس امنیت اجتماعی وابسته به استفاده از رسانه‌های جمعی است.

یافته‌های پژوهش حاضر مبنی بر ارتباط بین استفاده از رسانه‌های جمعی و احساس امنیت اجتماعی با نتایج پژوهش‌های شکرپیگی و همکاران (۱۳۹۰)، خواجه نوری و کاوه (۱۳۹۱)، بهیان و فیروزآبادی (۱۳۹۲). و همچنین با مطالعات نظری باراک (۱۳۹۴)، همخوانی دارد. از طرفی باید به اثرات منفی استفاده از رسانه‌های جمعی جهانی به ویژه ماهواره بر احساس امنیت اجتماعی توجه جدی داشت، و از آنجائیکه نمی‌توان مرزهایی برای این رسانه ایجاد نمود بایستی با روشنگری مردم به ویژه جوانان نسبت به تهدیدهای رسانه‌های نوین و آموزش نوجوانان و جوانان همراه با اطلاع رسانی به خانواده‌ها، فضا را به سمتی سوق داد که میزان تاثیر پذیری منفی از این رسانه به حداقل ممکن برسد.

منابع

- ۱- ابراهیم پور، رحمت و علمی، محمود. (۱۳۹۴). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با احساس امنیت اجتماعی شهروندان شهر سردشت. فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی، سال هفتم، شماره بیست و ششم.
- ۲- الیاسی، محمد حسین. (۱۳۸۵). سنجش میزان تاثیرات نشریات زرد در کاهش احساس امنیت و سلامت روانی زنان تهرانی، فصلنامه امنیت، پاییز و زمستان، شماره ۱، ۲ صص ۵۳-۷۲.
- ۳- انتظاری، علی و همکاران. (۱۳۹۴). احساس امنیت اجتماعی و عوامل موثر بر آن با تاکید بر نقش پلیس (مورد مطالعه: شهر نور). فصلنامه انتظامی اجتماعی، سال هفتم، شماره چهارم.
- ۴- بوزان، باری. (۱۳۷۸). مردم، دولت‌ها و هراس. ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- ۵- بهیان، شاپور و فیروزآبادی، آمنه. (۱۳۹۲). بررسی عوامل موثر بر احساس امنیت اجتماعی در شهر کرمان، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی شهری، سال سوم، شماره ۶: ۱۲۲-۱۰۳.

- ۶- بیات، بهرام. (۱۳۸۷). تبیین جامعه‌شناختی احساس امنیت در بین شهروندان تهرانی (با تاکید بر نقش پرداخت رسانه‌ای و سرمایه اجتماعی)، فصلنامه نامه علوم اجتماعی، دوره ۱۶، شماره پیاپی ۳۵ صص ۱۱۵-۱۳۲.
- ۷- چلبی، مسعود. (۱۳۸۵). تحلیل اجتماعی در فضای کنش. تهران، نشر نی. .
- ۸- خانیکی، هادی. (۱۳۷۶). رسانه‌های جمعی و امنیت ملی، تهران: وزارت کشور،
- ۹- دادگران، سیدمحمد. (۱۳۷۴). مبانی ارتباط جمعی. تهران: انتشارات فیروزه.
- ۱۰- خواجه نوری، بیژن. (۱۳۹۱). مطالعه رابطه بین مصرف رسانه‌ای و احساس امنیت اجتماعی، پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال دوم، شماره پیاپی ۶.
- ۱۱- رحیمی، علی. (۱۳۸۹). نقش مطبوعات در ارتقای احساس امنیت اجتماعی، پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی به راهنمایی مهدخت بروجردی.
- ۱۲- روحانی، حسن. (۱۳۸۷). رسانه‌های گروهی و امنیت ملی. راهبرد. شماره ۴۶. زمستان و بهار. .
- ۱۳- ساروخانی، باقر. (۱۳۷۶). جامعه‌شناسی ارتباطات. تهران: انتشارات اطلاعات.
- ۱۴- ساروخانی، باقر و داود صفایی. (۱۳۸۴). خشونت در مطبوعات ایران و اثر آن بر مخاطبان. فصلنامه تخصصی جامعه‌شناسی، سال اول، شماره ۳.
- ۱۵- شکرپیگی و همکاران. (۱۳۹۶)، بررسی تاثیر رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی (مطالعه موردی، افراد ۳۸-۱۸ سال استان چهار محال بختیاری)، فصلنامه پژوهش‌های دانش انتظامی، سال سیزدهم، شماره ۴ (پیاپی ۵۳).
- ۱۶- پور، سمیرا و همکاران. (۱۳۹۳). رضایت از پلیس و بررسی نقش عوامل مرتبط با آن در میان دانشجویان دانشگاه‌های شهر اصفهان، فصلنامه انتظام اجتماعی، سال ششم، شماره سوم، صص ۸۰-۵۷.
- ۱۷- عزیزی، جلیل و حیدرخانی، هاییل. (۱۳۹۱). اینترنت و چالش‌های امنیتی. خرم‌آباد: همایش ملی احساس امنیت. تابستان.
- ۱۸- لرنی، منوچهر، مصلحتی، حسین. (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی امنیت، فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، سال دوم، شماره ۶، ۷، تهران، نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران.

