

## نقش برنامه‌های سیمای مرکز ایلام در افزایش احساس امنیت اجتماعی جوانان<sup>۱</sup>

علی اسدی<sup>۲</sup>، خلیل میرزایی<sup>۳</sup>، علیرضا محسنی تبریزی<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۶

### چکیده

احساس امنیت، یکی از مولفه‌های کیفیت زندگی است که نبود آن، به بروز آسیب‌های اجتماعی منجر می‌شود. از آنجا که رسانه‌ها، به‌ویژه تلویزیون، نقشی مهم در ایجاد احساس امنیت دارند، این پژوهش، درصدد واکاوی تأثیر برنامه‌های سیمای ایلام بر احساس امنیت اجتماعی مخاطبان جوان است. این پژوهش، به روش کیفی، انجام گرفته و جامعه آماری آن را کارشناسان حوزه‌های رسانه و مسائل اجتماعی شهر ایلام تشکیل می‌دهند. از این میان، ۳۰ نفر به روش نمونه‌گیری هدفمند اطلاعات محور، انتخاب شدند. پس از جمع‌آوری داده‌ها، با استفاده از روش تحلیل مضمون و بهره‌گیری از نرم‌افزار MAXQDA، مدل مفهومی تحقیق توسط نرم‌افزار Smart PLS استخراج شد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد در مضامین استخراج شده، مضمون فراگیر، «افزایش احساس امنیت اجتماعی جوانان» است. در نتیجه گیری، راهکارهای مناسب به‌منظور افزایش نقش برنامه‌ها در احساس امنیت اجتماعی جوانان در مقاله بیان شده است، که در این میان نقش برنامه‌های نمایشی، طنز و سرگرمی و آموزشی بیشتر است.

**واژه‌های کلیدی:** سیمای ایلام، احساس امنیت اجتماعی، مخاطبان جوان.

۱. این مقاله برگرفته از پایان نامه دکتری نویسنده اول با عنوان «نقش و قابلیت‌های تلویزیون (سیمای) ایلام در تولید برنامه‌های مرتبط با احساس امنیت اجتماعی جوانان» است که به راهنمایی نویسندگان دوم و سوم در دانشگاه علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران (در سال ۱۳۹۷) نگاشته شده است. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.

۲. دانشجوی دکتری تخصصی جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات، علوم انسانی و اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. [asadialiaaa@gmail.com](mailto:asadialiaaa@gmail.com)

۳. دانشیار جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده روان‌شناسی و علوم اجتماعی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) [mirzaee\\_khalil@riu.ac.ir](mailto:mirzaee_khalil@riu.ac.ir)

۴. استاد جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

[mohsenit@ut.ac.ir](mailto:mohsenit@ut.ac.ir)

## مقدمه

یکی از بنیادی‌ترین نیازهای بشری که در بسیاری از نظریه‌ها و پژوهش‌های اجتماعی، بدان اشاره شده، نیاز به امنیت- به‌خصوص امنیت اجتماعی- است (دلاور و دیگران، ۱۳۹۰: ۳۲) که فقدان یا اختلال در آن، می‌تواند پیامدها و بازتاب‌های نگران‌کننده‌ای را به دنبال داشته باشد (ترابی و گودرزی، ۱۳۸۳: ۸۸) بحث احساس امنیت اجتماعی، جایگاه مهمی در ادبیات علمی جهان دارد و به یکی از بحث‌برانگیزترین مفاهیم علوم اجتماعی تبدیل شده است (تاج‌بخش، ۱۳۸۵: ۱۰). از این‌رو، امنیت اجتماعی برای آحاد جامعه، از بسیاری از موضوعات مهم دیگر، ضروری‌تر است (راموز، ۱۳۸۳: ۸۸).

اگر سرمایه فرهنگی که یکی از ابعاد آن، نقش رسانه تلویزیون است، به معنای خردمندانه تبیین شود، زمینه‌ساز ارتقای احساس امنیت اجتماعی جوانان خواهد بود. از عوامل مهم بهبود و ارتقای احساس امنیت اجتماعی، سرمایه‌گذاری در حوزه پژوهش و کاربردی کردن آن است. در واقع، ایجاد امنیت اجتماعی مطلوب، در جامعه‌ای امکان‌پذیر است که شهروندان آن، در تمام سطوح، از اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی، برخوردار باشند. اطلاع از نقش تلویزیون- علاوه بر ارتقای احساس امنیت اجتماعی در جوانان- می‌تواند به افزایش تعهد شغلی، تقویت انگیزشی، بهره‌وری و حتی توسعه اجتماعی و اقتصادی جامعه منجر شود.

در استان ایلام که در زمینه بسیاری از آسیب‌های اجتماعی، مانند: خودکشی، بیکاری و... در شرایط بحرانی- نسبت به سایر استان‌ها- قرار دارد، رسانه تلویزیون می‌تواند نقشی تأثیرگذار داشته باشد. براساس اطلاعات معاونت برنامه‌ریزی صدا و سیما مرکز استان ایلام، در سال ۱۳۹۸، معاونت سیما ایلام، ۱۵ عنوان برنامه (به میزان ۲۲۹۵ دقیقه) در مورد مسائل و موضوعات اجتماعی مرتبط با موضوع این تحقیق، تهیه و پخش کرده است. این مهم، اگر چه قابل تقدیر است، اما چگونگی پرداختن به موضوعات- خاصه قالب برنامه‌ها- براساس نظر کارشناسان رسانه و مسائل اجتماعی، به حل بهتر مسئله کمک می‌کند.

## بیان مسئله

احساس امنیت- بیش از آن‌که مفهومی قابل توضیح و تعریف باشد- امری ذهنی، محسوس و قابل درک است. گستره درک این مفهوم به اندازه تمام موجوداتی است که حیات خودآگاهانه دارند. هر مخلوقی که توانایی درک حیات خود را داشته باشد، می‌تواند عدم حیات خود را نیز متصور شود، در نتیجه، در برابر شرایطی که به عدم حیات منجر می‌شود، مقاومت می‌کند. این مقاومت را می‌توان تلاش برای رفع تهدیداتی تعریف کرد که به نابودی حیات، منجر می‌شوند. لذا امنیت- به‌عنوان ابزاری برای حفظ، تداوم و ارتقای حیات- برای او قابل درک است. مانند نیز بدین امر تصریح می‌کند: «امنیت کامل و حقیقی، قابل حصول نیست، بلکه انسان‌ها همواره تلاش می‌کنند تا تحت شرایط بالقوه معارض با امنیت، تا سرحد امکان، امنیت، افزایش پیدا کند» (ماندل، ۱۳۷۷: ۴۵). امروزه، امنیت اجتماعی، تمامی زوایا و سطوح زندگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و به‌عنوان یکی از نیازهای اولیه- باوجود شکل‌گیری در یک بستر عینی- در اساس، یک پدیده ذهنی است و براساس فرایندهای خاص این حوزه شکل می‌گیرد (مصطفوی کهنگی، ۱۳۹۴: ۱۱۷).

حدوداً از دهه ۱۹۶۰، احساس امنیت، به‌عنوان یک واقعیت اجتماعی، به‌اندازه خود امنیت و حتی بیش از آن، اهمیت پیدا کرد. احساس امنیت، پدیده‌ای اجتماعی و سیاسی است که پیامدهایی عینی برای زندگی در جامعه دارد، در واقع، امروزه، احساس امنیت، عموماً به‌عنوان یک مسئله مهم اجتماعی، پذیرفته شده است (مصطفوی کهنگی، ۱۳۹۴: ۱۱۸). تحقیقات علمی بر روی امنیت و احساس ناامنی نیز، توجه زیادی را به خود جلب کرده است. طبق بررسی‌ها، در اکثر نقاط دنیا، نسبت به میزانی که امنیت وجود دارد، احساس امنیت کمتری بین شهروندان مشاهده می‌شود. این نسبت در ایران- در مقایسه با کشورهای انگلیس و استرالیا- بسیار پایین است. به‌عنوان نمونه، در ایران، نرخ سرقت منزل به ازای هر ۱۰۰۰ منزل، ۵؛ در انگلیس، به ازای هر ۱۰۰۰ منزل، ۲۰؛ و در استرالیا به ازای هر ۱۰۰۰ منزل، ۲۵ است، درحالی‌که میزان احساس امنیت شهروندان ایرانی در مقایسه با این دو کشور، کمتر است (رجبی پور، ۱۳۸۴: ۹۶). این وضعیت، در استان ایلام حادث‌تر است. به‌طوری‌که برخی از آسیب‌های اجتماعی، تبدیل به مسئله و بحران شدند. خودکشی،

سرفت، اعتیاد، نزاع و درگیری، چهار مسئله مهم و بحرانی این استان به شمار می‌روند (برآورد اجتماعی استان ایلام، ۱۳۹۸: ۱۷). پیامدهای عدم احساس امنیت- به‌لحاظ جامعه‌شناختی و در میدان عمل و فضاهای اجتماعی- سرمایه اجتماعی منفی تولید می‌کند و لذا مسائل و مشکلات حادی در روابط اجتماعی پیدا می‌شود، مسائلی همچون؛ احساس ناامنی ذهنی و اجتماعی، احساس بی‌اعتمادی (در سطح فردی، اجتماعی، نهادی و سیاسی)، کاهش سطح مشارکت‌های اجتماعی و سیاسی، افزایش روحیه قانون‌گریزی، احساس آنومی و ناهنجاری اجتماعی، سیاسی و حتی اقتصادی و در نهایت، احساس بی‌عدالتی. مفهوم شهر و احساس امنیت، از زمانی که جامعه‌شناسی، هویت علمی مستقلی یافت، همواره در کنار یکدیگر مورد بررسی قرار گرفته‌اند. تحقیقات و تجارب جهانی درباره فضاهای عمومی شهری، بر این نکته تأکید دارند که فضاهای عمومی شهری، می‌بایست مکانی برای تعاملات اجتماعی و زندگی جمعی باشند (رفیعیان و مولودی، ۱۳۹۰: ۶۷)

به همین دلیل، پژوهش درخصوص احساس امنیت، تقریباً به شهرها منحصر شده است و در عصر حاضر- که به عصر مدیریت اطلاعات نامیده می‌شود- ذهن افراد، توسط اطلاعات رسانه‌های گوناگون احاطه شده است. در میان رسانه‌ها، تلویزیون، به دلیل قابلیت‌های فراوان، نظیر: ارائه اخبار و اطلاعات، مراقبت از محیط، جامعه‌پذیری سیاسی و اجتماعی، ایجاد همبستگی بین اجزای گوناگون جامعه، انتقال میراث فرهنگی از نسلی به نسلی دیگر و وظیفه اخلاقی حمایت از هنجارهای اجتماعی، شناخت و آگاهی از آن، می‌تواند عاملی اساسی در ایجاد احساس امنیت باشد و این ارتباط، در صورتی که در چارچوب الگویی خاص، تعریف شود، پویایی و بالندگی هر دو عامل- یعنی رسانه و امنیت را- در پی خواهد داشت (بیابانی، ۱۳۹۵: ۵۴۶).

از این رو، آگاهی از نقش تلویزیون، اهمیتی خاص دارد. ضرورت انجام تحقیق در این است که تا به امروز، پژوهشی درخور در این حوزه انجام نشده است. در این تحقیق، تلاش می‌شود تأثیر برنامه‌های سیمای ایلام در افزایش احساس امنیت اجتماعی مخاطبان جوان، شناسایی شود. این امر به بهبود وضعیت موجود رسانه، کیفیت محتوای برنامه‌های آن و آگاهی نسبت به تأثیر هر یک از قالب‌های برنامه‌ها و افزایش احساس امنیت اجتماعی مخاطبان جوان منجر می‌شود. سؤال

## نقش برنامه‌های سیمای ایلام در افزایش احساس امنیت اجتماعی جوانان ❖ ۴۵

این است که: نقش برنامه‌های سیمای ایلام در افزایش احساس امنیت اجتماعی مخاطبان جوان، باید چگونه باشد؟

### پیشینه پژوهش

#### الف) مطالعات داخلی

سلطانی‌فر (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان «راهبردها و تاکتیک‌های آموزش مؤثر رسانه‌ها در راه تأمین و حفظ امنیت اجتماعی» دریافت که راهبردها و تاکتیک‌های آگاه‌سازی رسانه‌ای، در حوزه امنیت اجتماعی، شامل این موارد است: ۱. نیازسنجی آموزش؛ ۲. در نظر گرفتن مراتب در آموزش؛ ۳. آزادی در انتخاب؛ ۴. پیشگیری از ارائه انبوه اطلاعات؛ ۵. تنوع در تکرار؛ ۶. استفاده از الگوها و رهبران؛ ۷. ایجاد انگیزه و علاقه؛ ۸. حمایت‌های اجتماعی؛ ۹. استفاده از هیجان و عواطف؛ ۱۰. توجه به خرده‌فرهنگ‌ها.

حبیب‌زاده، افخمی و نادریپور (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان نقش دوگانه رسانه‌های جمعی در پیشگیری و وقوع جرائم، دریافتند که رسانه‌های جمعی، از یک طرف (با توجه به نحوه انعکاس حوادث و اخبار) توانایی تشدید احساس ناامنی، ترویج بزهکاری و تشویق افراد مستعد به ارتکاب جرم را دارند و از سوی دیگر، با ایفای نقش اطلاع‌رسانی و ترویج الگوهای زندگی سالم، می‌توانند در کاهش وقوع جرم و افزایش احساس امنیت، مؤثر باشند. بیات (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر احساس امنیت شهروندان تهرانی (با تأکید بر رسانه‌های جمعی، عملکرد پلیس و بروز جرائم)» دریافت که میزان احساس ناامنی از حیث جنسیت، منطقه محل سکونت، تأهل و سن پاسخ‌گویان، متفاوت است و نوع پرداخت رسانه‌های جمعی، بیشترین تأثیر را بر احساس امنیت شهروندان دارد. صادقیان (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «نقش کارکردی رسانه‌ها در امنیت ملی و عمومی»، دریافت که رسانه‌ها مکمل و مهم‌ترین عامل تقویت‌کننده امنیت عمومی و ملی به حساب می‌آیند. قاسمی (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «بررسی نقش رسانه‌ها در ایجاد همگرایی ملی و امنیت پایدار (با تأکید بر همگرایی مرزنشینان استان آذربایجان غربی)» دریافت که تلویزیون در ایجاد همگرایی ۴ عامل «جامعه‌پذیری»، «تقویت همبستگی و جلوگیری از

واگرایی»، «تقویت ارزش‌های ملی» و «تقویت ارزش‌های اسلامی»، دارای اثری معنی‌دار است. قاسمی و بارسلمان (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «رسانه‌های جمعی و پیشگیری از جرم (با تأکید بر برنامه‌های تلویزیونی پلیسی)» دریافتند که موفق‌ترین برنامه‌های پلیسی در پیشگیری از جرم، به ترتیب: پخش گزارش‌های خبری از قبیل: برنامه در شهر، حوادث رانندگی و...، پخش تیزرهای تبلیغاتی (مثل سیاسکتی)، تهیه و پخش برنامه‌های آموزشی، مانند پلیس بزرگراه، پخش گزارش‌های خبری از دستگیری مجرمان، مثل دستگیری سارقان خودرو، کیف‌قاپان و... بوده است. هاشمیان‌فر و دیگران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «تأثیر دین‌داری و رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی دانشجویان»، دریافتند که میزان احساس امنیت اجتماعی در بین دانشجویان، در حد پایین است، اگرچه میزان دین‌داری، در حدی بالا قرار دارد و میزان استفاده از رسانه‌ها نیز در حد متوسط است. احمدی و دیگران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه مصرف رسانه‌ای و ترس از جرم (مورد مطالعه: شهر کرج)» دریافتند که بین میزان تماشای شبکه‌های تلویزیون داخلی با ترس از جرم، رابطه مستقیم و مثبتی وجود دارد.

### ب) مطالعات خارجی

ذلاقی (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «نقش رسانه‌ها در پیشگیری از جرم» دریافت که رسانه‌ها- به‌عنوان مهم‌ترین ارکان پیشگیری از جرم- در انتقال فرهنگ و جنبه‌های مثبت زندگی اجتماعی، نقشی مهم دارند.

باراک (۱۹۹۴) در کتاب «رسانه، فرایند و ساختار اجتماعی جرم»، دریافت که تمایل رسانه‌ها به ارائه گزارش و وقایع غیرواقعی و احساسی، و نیز، ناتوانی در قرار دادن اخبار در بستر واقعی خود و ارائه آن به مخاطب، باعث اطلاع‌رسانی غلط به مخاطبان و ایجاد ترس از جرم و خشونت (احساس ناامنی) در جامعه شده است.

داون شه (۱۹۹۸) در پژوهشی با عنوان «رسانه‌های جمعی و اعتماد اجتماعی» دریافت که رابطه رسانه‌های جمعی با اعتماد اجتماعی، یک رابطه چندوجهی است. به این معنی که در برخی موارد، تماشای برنامه‌های خبری، علمی یا سریال‌های تلویزیونی، با اعتماد اجتماعی، رابطه دارد، اما در موارد دیگر، مثل برنامه‌های مستند و ترسناک، وجود این رابطه، تأیید نشده است.

## نقد و بررسی مطالعات گذشته

نباید رسانه‌ها را از نظر قابلیت و نقش، با توجه به ذائقه مخاطب کنونی، یکسان در نظر گرفت. رسانه‌ای مثل تلویزیون با رسانه‌ای مثل روزنامه، به میزان متفاوتی مخاطب دارند و در نتیجه، خواسته‌های مخاطبان آنها نیز متفاوت است. بررسی کمی هم نمی‌تواند این نقش و قابلیت را شناسایی و معرفی کند. در این پژوهش، تأکید بر رسانه تلویزیون مرکز استان ایلام است که براساس نظرسنجی‌های فصلی مرکز تحقیقات صدا و سیما، سالانه حدود ۷۲ درصد مخاطب دارد و می‌تواند عاملی تأثیرگذار بر احساس امنیت اجتماعی جوانان باشد. تاکنون پژوهشی با این موضوع انجام نگرفته است و بیشتر پژوهش‌ها، به بررسی اثربخشی و یا یک بعد از ابعاد رسانه پرداخته‌اند.

## مبانی نظری پژوهش

احساس امنیت، نوعی ذهنیت و جهت‌گیری روانی مثبت رضایت‌بخش، قانونی، قانع‌کننده، فقدان هراس از اینکه ارزش‌های انسانی موردحمله قرار گیرد، نبود هراس نسبت به حقوق و آزادی‌های مشروع و اطمینان و آرامش خاطر است (نوروزی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۴۹).

در این پژوهش، به‌علت پیچیدگی روابط اجتماعی و انسانی، از چارچوب نظری با رویکرد جامعه‌شناختی استفاده شده است؛ براساس این رویکرد، از تئوری‌هایی مانند: بورديو، اولریک، چلبی، گیدنز، دورکیم، الیاس، پارسونز و مرتون، بهره گرفته شده است. پیر بورديو، سرمایه اجتماعی را مبنای سایر انواع سرمایه دانسته است، از این منظر، برای او - هم سرمایه اجتماعی و هم سرمایه فرهنگی - نشانگر تولید کار انباشته شده است که بایستی در عرصه اجتماعی مبادله گردند، بنابراین، با تولید نابرابری، زمینه بروز و تجلی احساس ناامنی در جامعه فراهم می‌شود (بورديو، ۱۳۸۱: ۲۸۰). اولریک بک معتقد است تاریخ توزیع مخاطره نشان می‌دهد که مخاطره نیز مانند ثروت، به الگوی طبقاتی می‌چسبد، ولی به صورت وارونه، به این صورت که ثروت در تارک هرم انباشته می‌شود و مخاطره در قاعده آن. به همین دلیل، چنین می‌نماید که مخاطرات، به جای

لغو جامعه طبقاتی، آن را تقویت می‌کنند. فقر، انواع مخاطرات ناگوار را به خود جذب می‌کند. برعکس، ثروت (درآمد، قدرت یا آموزش) می‌تواند امنیت و آزادی از مخاطره را خریداری کند (ریتزر، ۱۳۸۰: ۷۳۳). چلبی اذعان می‌کند که نابرابری بیرونی، می‌تواند اشکالی مختلف به خود بگیرد که این، بستگی به برجستگی ویژگی‌های محولی در جامعه دارد. در جامعه‌ای که در آن، نابرابری‌های بیرونی، حاد باشند، آزادی و حقوق سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی افرادی که در معرض پیش‌داوری و تبعیض هستند، به‌نحوی مضاعف، تضعیف و تضییع می‌شود. احساس ناامنی و ترس، تغییری دیگر است که می‌تواند این وضع را تشدید کند (چلبی، ۱۳۷۵: ۷۷).

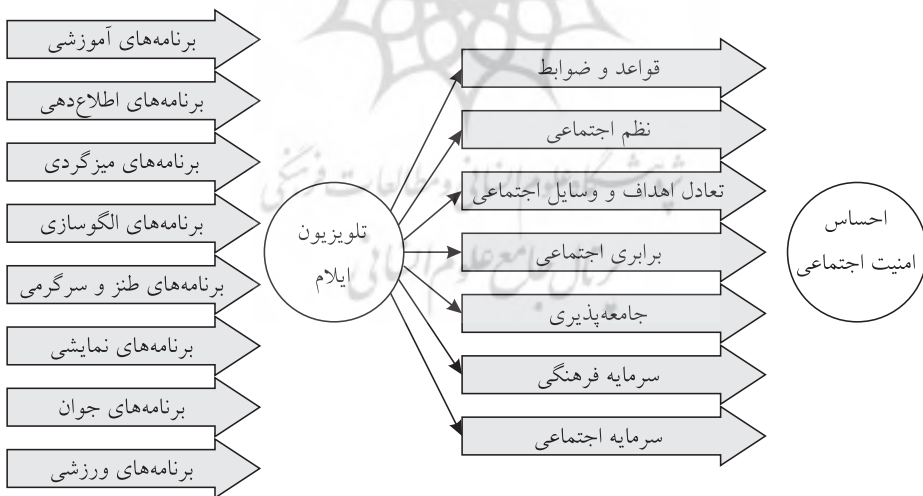
گیدنز، ضوابط و قواعد را ایجادکننده امنیت اجتماعی می‌داند (گیدنز، ۱۳۸۰: ۲۶۱). دورکیم، نظم اخلاقی را عامل امنیت می‌داند. وجدان جمعی را به‌عنوان نظم اخلاقی (عامل اخلاقی) جامعه در نظر می‌گیرد، وجدانی خودجوش که برخاسته از وجدان تک‌تک افراد است، امیال سیری‌ناپذیر آدمی را کنترل می‌کند و در پی آن، امنیت، حاصل می‌شود، نبود آن، منجر به بی‌نظمی و درنهایت، ناامنی اجتماعی می‌شود (بشیریه، ۱۳۸۲: ۴۸). نور برت الیاس، فرایند متمدن شدن (گسترش روبه‌تزايد ضوابط و قواعد) را عامل ایجادکننده امنیت توصیف کرده است. (استونز، ۱۳۷۹: ۲۲۰).

پارسونز، جامعه‌پذیری ارزش‌ها را عامل امنیت یک جامعه تعریف می‌کند، از نظر او، جامعه در تدوین ارزش‌ها و شکل‌دهی گروه‌ها، نقشی اساسی ایفا می‌کند (بیات، ۱۳۸۸: ۱۰۲). از نظر مرتون، برخی ساختارهای اجتماعی با فشار آوردن به افراد - به‌جای هم‌نوایی - نا هم‌نوایی را ایجاد می‌کنند. به‌عنوان مثال، در ساختار فرهنگی جامعه، اگر بین اهداف و مقاصد مشروع فرهنگی و راه‌های مشروع رسیدن به آن، هماهنگی وجود نداشته باشد، انومی در جامعه به وجود می‌آید. فرهنگ، رسیدن به یک‌سری مقاصد را در جامعه تشویق می‌کند، ولی راه‌های رسیدن به آن، به دو صورت مشروع و نامشروع است. مسلماً جامعه‌ای که خواهان امنیت است، باید راه‌های مشروع را در اختیار تمام افراد - بدون هیچ‌گونه بی‌عدالتی - قرار دهد، اگر هرگونه کاستی در این مسیر پیش آید، چه‌بسا افراد زیادی برای رسیدن به آن اهداف فرهنگی و اجتماعی، از راه‌های غیر مشروع و غیرقانونی استفاده کنند، درنهایت، بی‌نظمی اجتماعی، ناهنجاری، اعمال غیراخلاقی و برخلاف



## نقش برنامه‌های سیمای مرکز ایلام در افزایش احساس امنیت اجتماعی جوانان ❖ ۴۹

عرف در جامعه رایج می‌شود و در نهایت، منجر به ناامنی در جامعه می‌شود (محبوبی منش، ۱۳۹۱: ۲۵۷). بدین ترتیب در تحقیق حاضر، از رویکرد جامعه‌شناختی استفاده می‌شود. به این منظور در جستجوی یک مدل علی مناسب- برای بررسی تأثیر برنامه‌های سیمای مرکز استان ایلام در افزایش احساس امنیت اجتماعی- هستیم. پس از بررسی و خوانش دقیق نظریه‌های متفکران و جامعه‌شناسان در مورد امنیت و بررسی تحقیقات قبلی، تلاش کردیم متغیرها و عواملی را انتخاب کنیم که رسانه می‌تواند با توجه بدان‌ها در تولید برنامه‌ها، موفق به حل مسئله شود. همچنان که در مدل مفهومی تحقیق دیده می‌شود، شاکله و چارچوب نظری این تحقیق، براساس تمام این دیدگاه‌ها قابل تبیین است و در واقع، مجموعه‌ای از نظریه‌های بهم مرتبط است که یک گفتمان علمی (Scientific Discourse) را می‌سازد. یعنی برنامه‌های سیمای مرکز ایلام در صورتی که به درستی، قواعد و ضوابط، نظم اجتماعی، هماهنگی بین اهداف و وسایل اجتماعی، برابری اجتماعی، جامعه‌پذیری، سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی را در جامعه نهادینه کنند، می‌تواند در افزایش احساس امنیت اجتماعی جوانان نقش داشته باشد.



مدل مفهومی تحقیق: تأثیر برنامه‌های سیمای مرکز ایلام در احساس امنیت اجتماعی

مخاطبان جوان

## تعریف مفاهیم

احساس امنیت اجتماعی (تعریف مفهومی): امنیت به معنای ایمن شدن، در امان بودن، آرامش و آسودگی است. احساس امنیت نیز عبارت است از: نوعی ذهنیت و جهت‌گیری روانی مثبت رضایت‌بخش، قانونی، قانع‌کننده، فقدان هراس از اینکه ارزش‌های انسانی مورد حمله قرار گیرد و نبود هراس نسبت به حقوق و آزادی‌های مشروع، اطمینان و آرامش خاطر. (نوروزی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۴۹)

احساس امنیت اجتماعی (تعریف عملیاتی): منظور، عدم ترس از این موارد است: مسائل بیکاری، ازدواج، عدم حمایت، مسائل مربوط به آسیب‌های اجتماعی، خشونت، تورم و گرانی و مسائل ناشی از آن، بی‌نظمی و عدم امنیت، ریسک و مخاطره در جامعه.

برنامه‌های سیمای مرکز استان ایلام (تعریف مفهومی): برنامه‌هایی که براساس قوانین سازمان صدا و سیما، دارای یک سند مکتوب و قانونی هستند که به منظور تأثیرگذاری بر مخاطبان با توجه به اهداف ترسیم‌شده، تهیه و تولید و پخش می‌شوند. (اهداف، محورها، اولویت‌ها و سیاست‌های تولید، تأمین و پخش صدا و سیما، ۱۳۸۴: ۱۴۴).

برنامه‌های سیمای مرکز استان ایلام (تعریف عملیاتی): برنامه‌هایی است که با کارکردها و قالب آموزشی، کارشناسی، الگودهی، اطلاع‌رسانی، نمایشی، طنز و سرگرمی جوانان و ورزشی، در سیمای ایلام- مرتبط با مسئله احساس امنیت اجتماعی جوانان- تهیه و پخش می‌شوند.

## روش پژوهش

رهیافت اصلی روشی این مقاله، کیفی است. روش جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه و روش تحلیل آن، مضمونی است. از میان انواع و سنخ‌های مختلفی که مصاحبه دارد، در این پژوهش، «مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته با کارشناسان صدا و سیمای مرکز ایلام و کارشناسان مسائل اجتماعی» انتخاب شده است. مصاحبه، نیمه‌ساخت‌یافته است، از آن جهت که با سؤالات از پیش طراحی شده مرتب با موضوع، اجرا می‌شود، از نظمی حداقلی برخوردار است و مصاحبه‌شونده، سیری منظم را طی می‌کند. دیگر اینکه، انعطاف‌های لازم در مصاحبه- با توجه به ویژگی‌های شخصیتی و

## نقش برنامه‌های سیمای مرکز ایلام در افزایش احساس امنیت اجتماعی جوانان ❖ ۵۱

گستره و عمق دانشی مصاحبه‌شونده - لحاظ می‌شود؛ بنابراین، مصاحبه‌کننده با سؤال‌های مشخص و ازپیش‌تعیین‌شده به سراغ مصاحبه‌شوندگان می‌رود، اما خود را محدود به این سؤالات ندانسته و بسته به فضای گفت‌وگویی و نکات مطرح‌شده، امکان طرح سؤالات جدید، وجود دارد. در مطالعات کیفی، مهم‌ترین اصل، آن است که نشان دهیم تنوع آرا در پژوهش گنجانده شده است. بدین منظور، لازم بود علاوه بر کارشناسان صدا و سیمای مرکز ایلام، از نظر کارشناسان مسائل اجتماعی نیز بهره گرفته شود. لذا جمعیت مورد مطالعه این پژوهش در دو گروه اساتید خبره دانشگاهی آگاه به مسائل اجتماعی شهر ایلام و کارشناسان صدا و سیمای مرکز ایلام دسته‌بندی می‌شوند.

این پژوهش با روش تحلیل مضمونی (تماتیک) و بهره‌گیری از نرم‌افزار MAX QDA انجام گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده، از فرایند سه‌مرحله‌ای تحلیل مضمونی استفاده شده است، این فرایند، شامل سه مرحله: کدگذاری توصیفی، کدگذاری تفسیری و یکپارچه‌سازی از طریق مضامین فراگیر می‌باشد که در مجموع، ۵۰ مضمون پایه و ۸ مضمون سازمان‌دهنده، ذیل مضمون فراگیر احساس امنیت اجتماعی جوانان استخراج شد. برای پیاده کردن مدل مفهومی، از نرم‌افزار مدل‌سازی Smart PLS استفاده شده است. روش نمونه‌گیری، هدفمند اطلاعات‌محور بوده است، بر این اساس، اعضای نمونه - براساس میزان اطلاعاتی که می‌توانند در اختیار پژوهشگر قرار دهند - به‌عنوان نمونه، انتخاب شده و انتخاب آنها مبتنی بر میزان اطلاعات بوده است. تعداد ۳۰ نفر از کارشناسان صدا و سیمای مرکز استان ایلام و کارشناسان مسائل اجتماعی، به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای بررسی پایایی، از روش مثلث‌سازی استفاده شده است. برای محاسبه پایایی مصاحبه با روش توافق درون‌موضوعی دو کدگذار (ارزیاب)، از یک مصاحبه‌شونده درخواست شد برای همکاری در پژوهش، مشارکت کند، آموزش‌ها و تکنیک‌های لازم برای کدگذاری مصاحبه برای ایشان تشریح شد. سپس محقق به همراه همکار پژوهشگر، یک مصاحبه را کدگذاری کرده و درصد توافق درون‌موضوع با عنوان شاخص پایایی تحلیل، به کار رفته است. تعداد کل کدها که توسط محقق و همکار تحقیق به ثبت رسیده است، برابر با ۸۳، تعداد کل توافقات بین این کدها ۴۰ و تعداد کل عدم توافقات بین این کدها برابر ۹ است.

پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه‌های انجام‌گرفته در این پژوهش با استفاده از فرمول ذکرشده برابر با ۸۵ درصد است. با توجه به اینکه میزان پایایی، بیشتر از ۷۰ درصد است، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید است و می‌توان ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مصاحبه کنونی مناسب است. برای بررسی روایی یافته، مدل نهایی به‌دست‌آمده در اختیار ۷ نفر از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت و از آنها خواسته شد در باب مدل SWOT به‌دست‌آمده، نظر خود را اعلام کنند. درنهایت، مدل نهایی، موردقبول و تأیید هر ۷ نفر قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، این مدل، راهبرد مناسبی است که قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل می‌رساند. تحلیل SWOT، یک ابزار مهم حمایت‌کننده برای تصمیم‌گیری است و به‌صورت معمول، به‌عنوان ابزاری برای تحلیل سیستماتیک محیط داخلی و خارجی یک سازمان به کار برده می‌شود. با شناسایی فرصت‌ها، تهدیدات، نقاطضعف و قوت، سازمان‌ها می‌توانند استراتژی‌های خود را بر مبنای نقاط قوت خود تعیین کنند، نقاط ضعف را از بین برده و از فرصت‌ها بهره‌برداری کنند یا از آنها برای مقابله با تهدیدات استفاده کنند. نقاطقوت و ضعف، با ارزیابی عوامل محیط داخلی، و فرصت‌ها و تهدیدها با ارزیابی عوامل محیط خارجی، شناسایی می‌شوند (نخعی کمال‌آبادی و همکاران، ۱۳۸۹). مدل مذکور، یک مدل سیاستی است که وضعیت موجود یک پدیده را برای سیاست‌گذاری و حرکت پیش روی آن روشن می‌کند.

### یافته‌های پژوهش

روش جمع‌آوری داده‌های این پژوهش، مصاحبه‌های عمیق، باز و نیمه‌ساختاریافته است. برای پاسخ به سؤالات پژوهش و تعیین آسیب‌ها و ارائه الگوی مفهومی پژوهش، از روش پژوهش کیفی استفاده شد. انجام مصاحبه با کارشناسان این حوزه، با عنایت به مبانی نظری پژوهش‌های کیفی انجام شد و هم‌زمان با انجام مصاحبه‌ها، تحلیل و کدگذاری آنها نیز انجام شد. مصاحبه‌های کیفی تا حد رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و در پایان، با ۳۰ تن، مصاحبه شد. گردآوری اطلاعات از اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹ آغاز شد و مدت‌زمان هر مصاحبه از ۱۲۵ دقیقه تا ۹۰ دقیقه بوده است (با توجه به نظر فرد) تمامی مصاحبه‌ها ضبط‌شده و برای استخراج نکات کلیدی، چندین

## نقش برنامه‌های سیمای مرکز ایلام در افزایش احساس امنیت اجتماعی جوانان ❖ ۵۳

بار مورد بررسی قرار گرفت. در مرحله کدگذاری توصیفی از دل گزاره‌های پیاده‌شده، کدهای توصیفی به تعداد ۲۹۵ کد استخراج شده است.

نمونه‌ای از جدول کدگذاری به صورت ذیل است<sup>۱</sup>

جدول ۱: جدول کدگذاری توصیفی

مصاحبه شماره ۵		
۵،۱	تهیه فیلم و سریال‌های بومی و محلی	باید فیلم و سریال‌های بومی و محلی ساخته شود و در محتوای آنها، توجه جدی به آسیب‌های اجتماعی شود.
۵،۲	دارای محتوای آسیب‌های اجتماعی	
۵،۳	شادی و نشاط در برنامه‌ها	برای اینکه مسائل اجتماعی، نهادینه شود و مخاطبان جوان، احساس مثبت داشته باشند، برنامه‌های شاد پخش کنند، نمایش‌ها پیام مثبت داشته باشند. شما برنامه‌های نمایشی را ببینید! دائم در آن، داد و فریاد و ناراحتی و سوگواری است. در بیشتر نمایش‌ها، انسان نمی‌تواند بخندد! چرا؟ محدودیت‌های فرهنگی وجود دارد، اما جوان امروز این محدودیت‌ها برایش مهم نیستند! اینها گم شده‌اند و باید روشن شوند تا مخاطب جوان ما امیدوار باشد.
۵،۴	نمایش مثبت مسائل اجتماعی	
۵،۵	امیدوار کردن جوانان	
	پرهیز از پخش فیلم و سریال‌های خارجی	صدا و سیما نمی‌دانم به چه دلایلی فیلم و سریال‌های خارجی را بیشتر پخش می‌کند که سانسور شده هستند و پر از خشونت! فیلم و سریال‌های فرهنگی آنها همخوانی با فرهنگ ما ندارد. نسل جوان ما یاد می‌گیرد برای حل مسائل، خشن باشد! به جای اینها، بیایید خودمان بیشتر بسازیم و پخش کنیم!
۵،۶	پرهیز از محتوای خشونت‌بار	
۵،۷	القای خشونت به مخاطب	
۵،۸	استفاده از نویسندگان فاخر استان در تهیه فیلم‌نامه‌های برنامه‌های نمایشی	از طریق برنامه‌های نمایشی مثل سریال و فیلم‌های کوتاه، می‌شود عمیق‌ترین مفاهیم را (با نوشته‌های قوی و فیلم‌نامه‌های خوب) به مخاطب، تزریق کرد. البته متأسفانه نویسندگان خوب یا نداریم و یا با این پول‌ها، با رسانه، همکاری نمی‌کنند.
۵،۹	افزایش دادن درآمد نویسندگان	

۱. با توجه به حجیم بودن جداول کدگذاری توصیفی، تنها به آوردن نمونه‌ای از آنها اکتفا شده است. اصل جداول در نزد محقق، محفوظ است.

در مرحله کدگذاری تفسیری، ۲۹۵ کد توصیفی در ۵۰ طبقه با عنوان کد تفسیری، انتظام

یافته‌اند:

جدول ۲. جدول کدگذاری تفسیری

ردیف	کد توصیفی	کد تفسیری (سازمان‌دهنده)
۱	۲۴-۱/۲۳-۱/۱۱-۱/۷-۱/۵-۱/۳-۱	تهیه برنامه‌های آموزشی در قالب هشدارها و پیام‌های کارشناسان
۲	۲-۲/۴-۲/۵-۲/۹-۲/۱۱-۲/۱۳-۲/۱۴ ۳۰/۲/۲۹-۲/۲۰-۲/۱۴	تهیه برنامه‌های آموزشی در قالب گزارش‌های خبری از مسئولین و کارشناسان مسائل امنیت اجتماعی
۳	۲۲-۳/۱۸-۳/۱۷-۳/۱۴-۳/۶-۳/۳-۳	پخش نماهنگ و موسیقی‌های آموزشی با محتوای مشکلات و مسائل امنیت اجتماعی جوانان
۴	۲۴-۴/۱۹-۴/۱۲-۴/۱۰-۴/۸-۴/۷-۴	تهیه، تولید و پخش فیلم، سریال و تصاویر مربوط به مشکلات و مسائل امنیت اجتماعی
۵	۲۸-۵/۲۶-۵/۲۵-۵/۱۴-۵/۱۱-۵/۱-۵	مستندسازی مشکلات و مسائل امنیت اجتماعی جامعه
۶	۲۱-۶-۲۰-۶/۱۶-۶/۱۵-۶/۱۲-۶/۲-۶	تقویت مهارت‌های زندگی (کنترل خشم، همسررداری، کارآفرینی و...)
۷	۲۹/۷/۲۵-۷/۱۷-۷/۱۴-۷/۱۰-۷/۳-۷	غنی‌سازی محتوای برنامه‌های مرتبط با مسائل امنیت اجتماعی کودک، نوجوان و جوان
۸	۳۰-۸/۲۴-۸/۱۶-۸/۹-۸/۵-۸/۲-۸	تهیه، تولید و پخش برنامه‌های آموزشی مرتبط با شایسته‌سالاری در جامعه
۹	۲۴-۹/۲۰-۹/۱۲-۹/۷-۹/۴-۹/۲-۹	تهیه و پخش خبرهای روز مسائل امنیتی جامعه
۱۰	۱۹-۱۰/۱۵-۱۰/۱۳-۱۰/۱۰-۱۰/۵-۱۰ ۲۹-۱۰/۲۶-۱۰/	پخش پیام‌های کوتاه با محتوای مسائل امنیت اجتماعی
۱۱	۱۱-۱۱/۱۷-۱۱/۸-۱۱/۶-۱۱/۳-۱۱ ۲۹-۱۱/۲۸-۱۱/۲۱-۱۱/۲۰	اطلاع‌رسانی، از طریق تهیه کلیپ‌های مربوط به امنیت و پخش آنها
۱۲	۲۱-۱۲/۱۶-۱۲/۱۲-۱۲/۸-۱۲/۴-۱۲ ۲۳-۲/۱۲/	زیرنویس کردن مطالب مربوط به مشکلات امنیت اجتماعی
۱۳	۱۳-۱۳/۱۱-۱۳/۸-۱۳/۵-۱۳/۳-۱۳ ۲۵-۱۳/۲۲-۱۳/۱۸	برقراری ارتباط مستقیم با بینندگان برنامه‌ها و توجه به خواست آنها
۱۴	۱۴-۱۴/۱۱-۱۴/۵/۱۴/۴-۱۴/۲-۱۴ ۱۴-۱۴/۲۴-۱۴/۲۱-۱۴/۱۷-۱۴/۱۲ ۳۰-۱۴/۲۷	تهیه و تولید گزارش‌های علمی و میدانی متنوع با محتوای مسائل امنیت اجتماعی

## نقش برنامه‌های سیمای مرکز ایلام در افزایش احساس امنیت اجتماعی جوانان ❖ ۵۵

ردیف	کد توصیفی	کد تفسیری (سازمان‌دهنده)
۱۵	۱۵-۱۵/۱۰-۱۵/۹-۱۵/۳/۱۵/۱-۱۵ /۲۶-۱۵/۲۲-۱۵/۱۳	استفاده از کارشناسان و مطرح‌شدن آسیب‌های اجتماعی استان با محوریت نیازهای جوانان
۱۶	۱۶-۱۶/۱۴-۱۶/۹-۱۶/۴-۱۶/۱-۱۶ ۲۶-۱۶/۲۵-۱۶/۲۱	مستندسازی از زندگی مفاخر استان
۱۷	۱۷-۱۷/۱۳-۱۷/۷-۱۷/۳-۱۷/۲-۱۷ /۳۰-۱۷/۱۷	تهیه و پخش فیلم سینمایی و سریال‌هایی با محتوای دلایل پیشرفت و نام‌آوری مفاخر استان
۱۸	۱۸-۱۸/۱۶-۱۸/۱۲-۱۸/۵-۱۸ /۲۴	تهیه و تولید برنامه‌های تشویقی و ترغیبی از بزرگان در قالب شعر و حماسه‌سرایی در وصف آنها
۱۹	۱۹-۱۹/۱۹-۱۹/۱۱-۱۹/۶-۱۹ /۲۴	تهیه انیمیشن و کلیپ‌های کارتونی از زندگی مفاخر استان
۲۰	۲۰-۲۰/۸-۲۰/۱۸-۲۰/۲۳-۲۰ /۲۹	تهیه و پخش آهنگ و سرود با محتوای تجلیل از چهره‌های شاخص ملی باستانی
۲۱	۲۱-۲۱/۱۰-۲۱/۲۲-۲۱/۲۸-۲۱ ۱۸-۲۱/۲۸-۲۱/۲۲-۲۱/۱۰-۲۱	تهیه و پخش برنامه‌هایی در قالب خانواده
۲۲	۲۲-۲۲/۱۵-۲۲/۲۰-۲۲/۲۷-۲۲ /۹	تهیه برنامه‌هایی با توجه و تأکید بر آسیب‌های اجتماعی در محلات مختلف شهر
۲۳	۲۳-۲۳/۲۲-۲۳/۲-۲۳/۴-۲۳ /۱۱-۲۳/۸-۲۳/۴-۲۳/۲-۲۳/۲۲-۲۳	ترویج سبک زندگی سالم
۲۴	۲۴-۲۴/۸-۲۴/۱۱-۲۴/۱۷-۲۴ /۲۰-۲۴/۱۷-۲۴/۱۱-۲۴/۸-۲۴	استفاده از مجری توانمند و متخصص در زمینه آسیب‌های اجتماعی
۲۵	۲۵-۲۵/۳-۲۵/۵-۲۵/۱۳-۲۵ /۲۶-۲۵/۱۴-۲۵/۱۳-۲۵/۵-۲۵/۳-۲۵	تهیه میزگردهای چالشی با محوریت آسیب‌های اجتماعی
۲۶	۲۶-۲۶/۱-۲۶/۶-۲۶/۱۶-۲۶ ۲۳-۲۶/۱۶-۲۶/۶-۲۶/۱-۲۶	تهیه میزگردهایی با حضور مجری، کارشناسان و افراد درگیر با آسیب‌های اجتماعی
۲۷	۲۷-۲۷/۲-۲۷/۸-۲۷/۱۲-۲۷ ۳۰-۲۷/۲۲-۲۷/۱۲-۲۷/۸-۲۷/۲-۲۷	بیان عامیانه، ساده و مصداقی مطالب توسط کارشناس
۲۸	۲۸-۲۸/۹-۲۸/۱۰-۲۸/۱۵-۲۸ ۲۹/۲۸/۲۴-۲۸/۱۵-۲۸/۱۰-۲۸/۹-۲۸	میزگردها و تریبون آزاد با حضور جوانان
۲۹	۲۹-۲۹/۳-۲۹/۵-۲۹/۱۱-۲۹ ۲۸-۲۹/۱۸-۲۹/۱۱-۲۹/۵-۲۹/۳-۲۹	تهیه و پخش میزگردهای زنده با حضور افراد موفق و مسئولان و بیان دلایل موفقیت آنها
۳۰	۳۰-۳۰/۴-۳۰/۱۹-۳۰/۲۱-۳۰ ۲۷-۳۰/۲۵-۳۰/۲۱-۳۰/۱۹-۳۰/۴-۳۰	پخش مداوم نشست‌ها و میزگردهایی با موضوع مسائل اجتماعی
۳۱	۳۱-۳۱/۲-۳۱/۵-۳۱/۹-۳۱ ۱۵-۳۱/۱۴-۳۱/۹-۳۱/۵-۳۱/۲-۳۱	تهیه و پخش برنامه‌های جذاب و مرتبط با مسائل اجتماعی در قالب طنز
۳۲	۳۲-۳۲/۷-۳۲/۱۱-۳۲/۱۷-۳۲ -۳۲/۱۹-۳۲/۱۷-۳۲/۱۱-۳۲/۷-۳۲ /۲۹-۳۲/۲۷-۳۲/۲۵-۳۲/۲۲-۳۲/۲۱	تهیه کلیپ‌های کوتاه طنز درمورد مشکلات اجتماعی

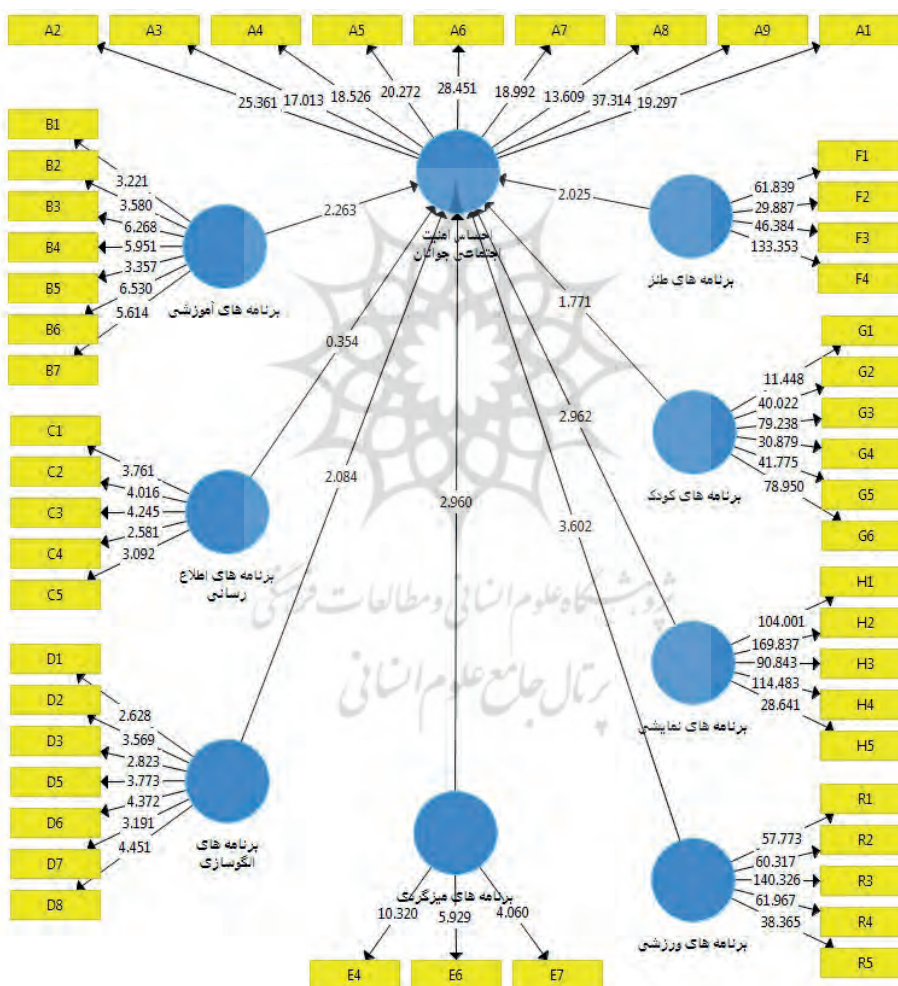
ردیف	کد توصیفی	کد تفسیری (سازمان‌دهنده)
۳۳	۳۳-۱-۳۳/۱-۳۳/۴-۳۳/۶-۳۳/۱۰-۳۳/۱۲ ۳۰-۳۳/۲۹-۳۳/۲۴-۳۳/۲۰-۳۳/۱۲	تهیه و پخش برنامه‌های طنز با موضوع آسیب‌های اجتماعی
۳۴	۳۴-۱/۱۳-۳۴/۱۲-۳۴/۸-۳۴/۳-۳۴ ۲۶-۳۴/۲۳-۳۴/۱۸-۳۴/۱۶	تهیه و پخش برنامه‌هایی در قالب شب‌شعر و مشاعره با محتوای مسائل اجتماعی
۳۵	۳۵-۱/۱۲-۳۵/۹-۳۵/۴-۳۵/۱-۳۵ ۲۸-۳۵/۲۱-۳۵/۱۸	تهیه و پخش برنامه‌هایی با سبک زندگی ایرانی-اسلامی
۳۶	۳۶-۱/۱۹-۳۶/۱۵-۳۶/۶-۳۶/۳-۳۶ ۳۰-۳۶/۲۹-۳۶/۲۵	پرهیز از پخش و نشر خشونت در برنامه‌ها
۳۷	۳۷-۱/۲۶-۳۷/۲۲-۳۷/۱۱-۳۷/۵-۳۷/۲-۳۷	توجه جدی به نظم و قانون‌گرایی در برنامه‌ها
۳۸	۳۸-۱/۲۷-۳۸/۱۷-۳۸/۱۶-۳۸/۸-۳۸/۷-۳۸	معرفی نقش و مسئولیت کودکان در خانواده و جامعه
۳۹	۳۹-۱/۱۴-۳۹/۱۳-۳۹/۱۰-۳۹/۴-۳۹	معرفی راه‌های علمی کسب مهارت‌های زندگی، به کودکان و نوجوانان
۴۰	۴۰-۱/۲۷-۴۰/۲۳-۴۰/۹-۴۰/۳-۴۰	تهیه و پخش برنامه‌هایی با محتوای راه‌های تقویت احساس امنیت اجتماعی
۴۱	۴۱-۱/۱۶-۴۱/۱۰-۴۱/۴-۴۱/۱-۴۱ ۳۰-۴۱/۲۶-۴۱/۲۱	تهیه فیلم و سریال‌های بومی و محلی با محتوای آسیب‌های اجتماعی در جامعه
۴۲	۴۲-۱/۱۸-۴۲/۱۳-۴۲/۷-۴۲/۲-۴۲ ۲۹-۴۲/۲۴-۴۲/۲۰	توجه جدی به شادی و نشاط در برنامه‌ها
۴۳	۴۳-۱/۲۳-۴۳/۱۹-۴۳/۱۵-۴۳/۹-۴۳/۳-۴۳	استفاده از نویسندگان فاخر استان در تهیه فیلم‌نامه‌های برنامه‌های نمایشی
۴۴	۴۴-۱/۲۸-۴۴/۱۷-۴۴/۶-۴۴/۵-۴۴	پرهیز از پخش فیلم و سریال‌های خارجی با محتوای خشونت
۴۵	۴۴-۱/۲۸-۴۴/۲۷-۴۴/۲۵-۴۴/۲۲-۴۴/۱۴ ۲۸-۴۴/۲۷-۴۴/۲۵-۴۴/۲۲-۴۴/۱۴	تهیه و پخش فیلم و سریال‌هایی با محتوای متناسب با نیازهای جامعه امروز
۴۶	۴۶-۱/۱۶-۴۶/۱۲-۴۶/۵/۴۶/۲-۴۶ ۲۶-۴۶/۲۴-۴۶/۲۰	تهیه برنامه‌هایی با محتوای ورزش و آسیب‌های اجتماعی
۴۷	۴۷-۱/۱۴-۴۷/۹-۴۷/۴-۴۷/۱-۴۷ ۱۹-۴۷/۱۸	توجه به ورزش، به‌عنوان تلاشی مستمر برای اعتلای رشد و ترقی در جامعه
۴۸	۴۸-۱/۸-۴۸/۷-۴۸/۶-۴۸/۳-۴۸ ۳۰-۴۸/۲۲	ترویج اخلاق و رفتارهای انسانی و مصادیق آن در بین ورزشکاران
۴۹	۴۹-۱/۲۱-۴۹/۱۱-۴۹/۱۰-۴۹/۲-۴۹ ۲۸-۴۹/۲۷	پرهیز از تهیه و پخش گزارش‌های ورزشی خشن و آسیب‌زا



## نقش برنامه‌های سیمای مرکز ایلام در افزایش احساس امنیت اجتماعی جوانان ❖ ۵۷

ردیف	کد توصیفی	کد تفسیری (سازمان‌دهنده)
۵۰	۰۵۰/۳-۰۵۰/۱۳-۰۵۰/۱۵-۰۵۰/۱۷-۰۵۰/۲۳	عدالت در تهیه و پخش برنامه‌های ورزشی زنان و مردان

در نهایت، ۵۰ کد تفسیری ذیل هشت مضمون نهایی یکپارچه‌ساز، طبقه‌بندی شده‌اند که مدل پژوهش را به شرح ذیل، تشکیل داده‌اند:



شکل شماره ۱. مدل پژوهش

۱- تأثیر برنامه‌های آموزشی سیمای ایلام بر احساس امنیت اجتماعی مخاطبان جوان:

- ارائه هشدارها و پیام‌های پیشگیرانه جذاب مرتبط با مسائل اجتماعی توسط کارشناسان: مسائل اجتماعی از طریق پیام‌های جذاب در برنامه‌ها نشر داده شود.
- تهیه گزارش‌های خبری متقن و شفاف از مسئولین و کارشناسان امنیت اجتماعی: گزارش‌هایی با موضوع مسائل اجتماعی، تهیه و پخش شود.
- پخش نماهنگ و موسیقی‌های آموزشی با محتوای امنیت اجتماعی جوانان: جوانان امروز به دلایل مختلف، از جمله دسترسی به فضای مجازی و اطلاعات گسترده، از تماشای برنامه‌های یکنواخت و خسته‌کننده، گریزان هستند. برای تنوع بخشیدن به برنامه‌ها، نماهنگ و موسیقی‌هایی که دارای محتوای مفید برای جوانان باشد، تهیه و پخش شود.
- تهیه، تولید و پخش فیلم، سریال و تصاویر مربوط به امنیت اجتماعی: سیمای ایلام به‌منظور توجه جدی به احساس امنیت اجتماعی جوانان، بایستی پخش فیلم، سریال و تصاویر مربوط به مسائل اجتماعی را با محتوایی آموزشی، به‌صورت مداوم داشته باشد.
- تقویت مهارت‌های زندگی: آموزش و نهادینه کردن مهارت‌های زندگی با استفاده از توان علمی کارشناسان در برنامه‌های آموزشی سیمای مرکز استان ایلام، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. چرا که مهارت‌هایی همچون: کنترل خشم، مقابله با استرس، حل مسئله و تصمیم‌گیری، فرزندپروری و مهارت‌های زناشویی، برای جوانان ضرورت دارد.
- غنی‌سازی محتوایی برنامه‌های مرتبط با احساس امنیت اجتماعی جوانان: یکی از راه‌های افزایش احساس امنیت اجتماعی مخاطبان جوان در برنامه‌های سیمای ایلام، غنی‌سازی محتوایی است. از این طریق، علاوه بر تقویت انگیزه جوانان برای تماشای برنامه‌ها، کارکردهای پنهان و اهداف نیز، در ذهن آنان نهادینه خواهد شد.
- توجه به مقوله شایسته‌سالاری در جامعه: بیان علمی مقوله شایسته‌سالاری و توجه به آن و نهادینه کردن فرهنگی آن در جامعه، به شکلی که جوان را به تلاش برای رسیدن به شایستگی‌های لازم ترغیب کند.

## ۲- تأثیر برنامه‌های اطلاع‌رسانی و آگاهی‌دهی سیمای ایلام بر احساس امنیت اجتماعی مخاطبان جوان:

- تهیه و پخش خبرهای روز مرتبط با مسائل اجتماعی (با نوآوری و خلاقیت در ارائه): در برخی موارد، برنامه‌های سیمای ایلام، خبرهای روز مسائل اجتماعی را به شکلی ساده و غیرجذاب، تهیه و پخش می‌کند که لازم است این مسئله، اصلاح شود.
- پخش پیام‌های کوتاه و شکیل با محتوای امنیت اجتماعی: امروزه مخاطبان علاقه‌ای به خواندن یا شنیدن پیام‌های بلند ندارند. سیمای ایلام لازم است به پخش پیام‌های کوتاه-ضمن شکیل بودن ساختار و تأثیرگذاری عمیق- توجه کند.
- اطلاع‌رسانی از طریق تهیه کلیپ‌های مربوط به امنیت و پخش آنها: آگاهی‌دهی و اطلاع‌رسانی، امروزه در جامعه با توجه به ذائقه جوانان متفاوت شده و لازم است سیمای ایلام در تولید این نوع از برنامه‌ها، مسائل اجتماعی را در قالب کلیپ‌های کوتاه، الگوسازی کوتاه، کلیپ‌های ویژه مدنظر قرار دهد.
- زیرنویس کردن مطالب مربوط به امنیت اجتماعی: سیمای مرکز ایلام می‌تواند برای انتقال پیام، زیرنویس کردن را به‌عنوان قالبی با تأثیرگذاری خاص، مدنظر قرار دهد.
- برقراری ارتباط مستقیم با بینندگان برنامه‌ها و توجه به خواست آنها: مخاطب‌محوری، نیازی مبرم برای بقای رسانه است و سیمای ایلام باید ارتباط با مخاطبان و توجه به خواست آنها را از طریق، نیازسنجی، توجه به ذائقه‌های مختلف جوانان و... مدنظر داشته باشد.
- تهیه و تولید گزارش‌های علمی و میدانی متنوع با محتوای مسائل اجتماعی: با توجه به افزایش شبکه‌ها و نیز بستر فضای مجازی، سیمای ایلام برای تهیه و پخش برنامه‌های مرتبط با مسائل اجتماعی، نیازی مبرم به کارهای پژوهشی، و پژوهش‌محور کردن برنامه‌ها دارد. این فرایند از طریق تهیه برنامه‌های علمی، استفاده از توان دانشگاه‌ها، تهیه برنامه‌های مرتبط، ایجاد ایده نو و به‌روز بودن، امکان‌پذیر است.

- استفاده از کارشناسان و مطرح‌شدن آسیب‌های اجتماعی استان با محوریت نیازهای جوانان: تخصص‌گرایی، حذف رابطه‌گرایی در دعوت از کارشناسان، ایجاد اتاق‌های فکر، توجه به کار گروهی و... ضروری است.

### ۳- تأثیر برنامه‌های مرتبط با ترویج، الگوسازی و نهادینه کردن ارزش‌های ملی و مذهبی در سیمای ایلام بر امنیت اجتماعی مخاطبان جوان:

- مستندسازی از زندگی مفاخر استان؛ مفاخر- به‌عنوان الگوهای عینی- نقشی کاربردی برای جوانان دارند. تلویزیون ایلام بایستی با ساخت مستندهای کوتاه، قهرمان‌سازی، انتخاب درست الگوها، به‌روز بودن الگوها، معرفی الگوهای واقعی را در برنامه‌های خود داشته باشد.
- تهیه و پخش فیلم سینمایی و سریال‌هایی با محتوای دلایل پیشرفت و نام‌آوری مفاخر استان: سیمای ایلام در برنامه‌های الگوسازی خود می‌تواند با معرفی سمبل‌های جامعه، بازآفرینی الگوها، الگوگیری از سریال‌های خارجی، توجه به بازخورد الگوها، توجه به هویت‌های دینی و قومیتی در جامعه، برنامه‌هایی را تهیه و پخش کند.
- تهیه و تولید برنامه‌های تشویقی- ترغیبی از بزرگان در قالب شعر و حماسه‌سرایی در وصف آنها: شعر و حماسه‌سرایی در وصف بزرگان جامعه به جوانان این حس را القا می‌کند که آنان نیز در این راه تلاش کنند. این مهم می‌تواند با توجه به ویژگی‌هایی همچون: سادگی در ساخت، حماسه‌سرایی، اطلاع‌رسانی دقیق و... به دست آید.
- تهیه انیمیشن و کلیپ‌های کارتون‌ی از زندگی مفاخر استان: امروزه با توجه به بستر فضای مجازی و نیز تغییر ذائقه رسانه‌ای و دایره اطلاعات جوانان، قالب انیمیشن و کلیپ‌های کارتون‌ی می‌تواند در الگودهی و نهادینه کردن ارزش‌های ملی و دینی در بین جوانان، مفید باشد.
- تهیه و پخش آهنگ و سرودهای جذاب با محتوای تجلیل از چهره‌های شاخص ملی و استانی: در برنامه‌های الگودهی سیمای ایلام، جای آهنگ و سرودهای جذاب در وصف چهره‌های ملی و استانی کم است و بایستی آهنگ و سرودهایی در این زمینه، تهیه و پخش شود.

## نقش برنامه‌های سیمای مرکز ایلام در افزایش احساس امنیت اجتماعی جوانان ❖ ۶۱

- تهیه و پخش برنامه در قالب خانواده: جوان امروز دوست دارد خود را در برنامه‌ها در کنار خانواده ببیند و چگونگی ایفای این نقش، برای او مهم و تأثیرگذار است.
- تهیه برنامه‌هایی با تأکید بر آسیب‌های اجتماعی در محلات مختلف شهری: در برخی موارد، به دلایل مختلف، تمامی نواحی شهری پوشش داده نمی‌شوند. برنامه‌های الگودهی سیمای ایلام باید به شکلی باشند که به نقاط مختلف شهر و استان توجه داشته باشند.
- ترویج سبک زندگی سالم: سبک زندگی و معرفی آن برای جوانان حائز اهمیت است. برنامه‌های الگودهی سیمای ایلام، باید این سبک را در مصادیقی همچون: فرهنگ آپارتمان‌نشینی، نحوه استفاده از گوشی همراه، روابط حسنه زناشویی و... تعریف کند.

### ۴- تأثیر برنامه‌های میزگردی و نشست‌های کارشناسانه در سیمای ایلام بر امنیت اجتماعی مخاطبان جوان:

- استفاده از مجری توانمند و متخصص آسیب‌های اجتماعی: در برخی موارد، مجری برنامه اشرافی به مسائل اجتماعی ندارد و نقشی تصنعی در کنار کارشناس دارد. ضروری است مجری برنامه از دانش کافی و توانایی درک مسائل اجتماعی برخوردار باشد.
- تهیه میزگردهای چالشی با محوریت آسیب‌های اجتماعی: برنامه‌های چالشی در جامعه کنونی، به دلیل شفافیت در بیان، مورد توجه جوانان قرار دارند. سیمای ایلام می‌تواند میزگردهای چالشی با موضوع آسیب‌های اجتماعی را تهیه و پخش کند.
- تهیه میزگردهایی با حضور مجری، کارشناسان و افراد درگیر با آسیب‌های اجتماعی: حضور همزمان افراد درگیر مسئله، مجری و متخصصان در کنار هم، جذابیتی خاص به این نوع از برنامه‌ها می‌دهد.
- بیان عامیانه، ساده و مصداقی مطالب توسط کارشناس: سادگی در بیان مسائل، باعث می‌شود برنامه، برای همه، قابل فهم شود. برنامه‌های میزگردی سیمای ایلام باید قابل فهم بوده و ساده‌گویی مطالب و بیان مصداقی، در آن رعایت شود.

- استفاده از میزگردها و تریبون آزاد با حضور جوانان: در تریبون‌های آزاد، جوانان می‌توانند در مورد مسائل موردعلاقه خود صحبت کنند. تهیه و پخش این نوع برنامه‌های چالشی، لازم است تداوم داشته باشد.
  - پخش مداوم نشست‌ها و میزگردهایی با موضوع مسائل اجتماعی: پخش مداوم این برنامه‌ها با در نظر گرفتن زمان مناسب برای پخش، توجه به بازخورد مخاطبان و... مؤثر است.
- ۵- تأثیر برنامه‌های طنز و سرگرمی در سیمای ایلام بر امنیت اجتماعی مخاطبان جوان:
- تهیه و پخش موضوعات مرتبط با مسائل اجتماعی جذاب در قالب طنز: قالب طنز، امروزه مورد استقبال مخاطبان است و سیمای ایلام، برای اثرگذاری بیشتر، باید برنامه‌های طنز و سرگرمی مرتبط با مسائل اجتماعی را ارائه کند.
  - تهیه کلیپ‌های کوتاه طنز در مورد مشکلات اجتماعی: سیمای ایلام می‌تواند برنامه‌های مربوط به مشکلات اجتماعی را به صورت کوتاه و مفید و دارای ظرافت هنری ارائه کند.
  - تهیه و پخش برنامه‌های طنز با موضوع آسیب‌های اجتماعی: موضوعات اجتماعی اگر در قالب طنز بیان شوند، علاوه بر استقبال جوانان، تأثیرگذاری بهتری نیز دارند. این موضوعات بایستی دارای ویژگی‌هایی چون: جلوگیری از نقش تخریبی، بهره‌مندی از اتاق فکر، استفاده از نویسندگان ماهر، سوژه‌یابی مناسب، داستان‌نویسی خوب و پرداخت قوی هنری باشند.
  - تهیه و پخش برنامه‌هایی در قالب شب‌شعر و مشاعره با محتوای مسائل اجتماعی: یکی دیگر از شیوه‌های پرداخت در قالب طنز، مشاعره و شعرخوانی است که بایستی دارای ویژگی‌هایی همچون: داشتن محتوای قوی، قابلیت پخش در شبکه‌های دیگر، ظرفیت‌سازی برای جوانان و... باشد.

۶- تأثیر برنامه‌های کودک و نوجوان در سیمای ایلام بر امنیت اجتماعی مخاطبان جوان:

- تهیه و پخش برنامه‌هایی با سبک زندگی ایرانی - اسلامی: سیمای ایلام می‌تواند با توجه به ابعادی همچون: معرفی الگوهای موفق، سبک زندگی موفق و هدف‌گذاری ویژه برای جوانان، مؤثر باشد.
- پرهیز از نشر خشونت در برنامه‌ها: در بیشتر اوقات، فیلم و سریال‌های سیمای ایلام، دارای صحنه‌های خشونت‌زا هستند. در تهیه برنامه‌های کودک و نوجوان، می‌توان ابعادی مانند: پرهیز از نشر خشونت، سناریوی مناسب، پرداخت غنی و قوی، استفاده از نویسندگانی مناسب و... را در نظر داشت.
- توجه جدی به نظم و قانون‌گرایی در برنامه‌ها: اکثر مشکلات و ناهنجاری‌های جامعه - که بعضاً جوانان انجام می‌دهند - ناشی از نهادینه نشدن مقوله نظم و قانون‌گرایی است. سیمای ایلام می‌تواند با توجه به ویژگی‌هایی همچون: پرهیز از نشر قبیله‌گرایی، ترویج مفاهیم مرتبط با احترام به قانون، نشر موضوعات قانون‌گرایی و پرهیز از مستقیم‌گویی، برنامه‌هایی را تهیه و تولید کند.
- معرفی مسئولیت کودکان و جوانان در خانواده و جامعه: یکی از خواسته‌های جوانان، کامل کردن نقش اجتماعی خود به‌عنوان یک زن یا مرد است. سیمای ایلام می‌تواند با توجه به ابعادی همچون: معرفی نقش و مسئولیت جوانان در جامعه، تعریف نقش جوانان در خانواده‌ها، تأکید بر نقش‌های مثبت جوانان و... اقدام به برنامه‌سازی کند.
- معرفی مهارت‌های زندگی به کودکان و نوجوانان: چگونگی پرورش مهارت‌های فکری و مفاهیم لازم برای زندگی اجتماعی، مستلزم معرفی راه‌های علمی مهارت‌های زندگی به جوانان است. سیمای ایلام می‌تواند با توجه به ابعادی همچون: پژوهش‌محوری در برنامه‌ها، آموزش نه گفتن، آموزش روابط صحیح، راه‌های تعامل با دیگران و... برنامه‌سازی کند.
- تهیه و پخش برنامه‌هایی با محتوای تقویت احساس امنیت اجتماعی: احتیاج به دوری جستن از آنچه در آن احتمال خطر می‌رود، مقوله‌ای موردنیاز جوانان است. سیمای ایلام می‌تواند

با توجه به مواردی همچون: آگاهی علمی از موضوع، استفاده از نویسندگان خوب، پرهیز از نصیحت‌گویی در برنامه‌ها و ... به این مقوله بپردازد.

#### ۷- تأثیر برنامه‌های نمایشی سیمای ایلام بر امنیت اجتماعی مخاطبان جوان:

- تهیه فیلم و سریال‌های بومی و محلی با محتوای آسیب‌های اجتماعی: امروزه شبکه‌های استانی، مخاطبان قابل توجهی دارند و توقع جوانان از این شبکه‌ها، تهیه و تولید سریال‌هایی با محتوای آسیب‌های اجتماعی - با زبان و ویژگی‌های بومی و محلی - است. سیمای ایلام تا حدودی به این مقوله پرداخته است، اما این امر، توجه بیشتری را می‌طلبد.
- توجه جدی به شادی و نشاط در برنامه‌ها: توجه به شادی و نشاط بیشتر، در برنامه‌های سیمای ایلام مؤثر است.
- استفاده از نویسندگان باتجربه استان در تهیه فیلم‌نامه برنامه‌های نمایشی: در برخی موارد، تهیه‌کنندگان برنامه‌های سیمای ایلام، توجهی به استفاده از نویسندگان باتجربه ندارند. این شبکه می‌تواند با توجه به مواردی نظیر: نویسندگی مناسب، تنوع در موضوعات، فیلم‌نامه قوی و ... برنامه‌سازی کند.
- پرهیز از پخش فیلم و سریال‌های خارجی با محتوای خشونت: برخی از فیلم‌ها و سریال‌های خارجی که سیمای ایلام پخش می‌کند، دارای صحنه‌های خشونت‌زا هستند. شایسته است مواردی همچون: تهیه و پخش برنامه‌های تولید داخل و پرهیز از پخش فیلم و سریال‌های دارای صحنه‌های خشن، مورد توجه قرار گیرد.
- تهیه و پخش فیلم و سریال‌هایی با محتوای متناسب با نیازهای جامعه امروز: برخی از برنامه‌های نمایشی سیمای ایلام متناسب با نیازهای اجتماعی جوانان، تهیه و پخش نمی‌شوند. سیمای ایلام می‌تواند با توجه به ابعادی همچون: هدف‌گذاری صحیح، به‌روز بودن برنامه‌ها، نوآوری در پرداخت و ... اقدام به تهیه و تولید برنامه‌ها کند.

#### ۸- تأثیر برنامه‌های ورزشی سیمای ایلام بر امنیت اجتماعی مخاطبان جوان:



## نقش برنامه‌های سیمای مرکز ایلام در افزایش احساس امنیت اجتماعی جوانان ❖ ۶۵

- تهیه برنامه‌هایی با محتوای ورزش و آسیب‌های اجتماعی: برخی از بخش‌های ورزشی سیمای ایلام، گزارش‌محورند و می‌توانند برای تأثیرگذاری بیشتر، در زمینه آسیب‌های اجتماعی مربوط به جوانان، با توجه به ابعادی همچون: تقویت روحیه امیدواری، ایجاد حس پیشگیری از انحراف و... برنامه‌سازی کنند.
- توجه به ورزش، به‌عنوان تلاشی مستمر برای اعتلای رشد و ترقی در جامعه: ورزش، تلاشی مستمر برای اعتلای رشد و ترقی جوانان در جامعه است. این مقوله می‌تواند در سیمای ایلام، با توجه به ابعادی چون: اخلاق‌محوری، توجه به جنبه‌های فرهنگی، علم محوری و... مورد توجه قرار گیرد.
- ترویج اخلاق و رفتارهای انسانی و مصادیق آن در بین ورزش‌کاران: از مهم‌ترین کارکردهای ورزش در جامعه، ترویج اخلاق و رفتارهای انسانی است که سیمای ایلام می‌تواند با توجه به ابعادی همچون: خلاقیت در سوژه‌یابی، توجه به هنجارها و الزام‌های جامعه، ترویج رفتارهای انسانی و... برنامه‌هایی را تهیه و تولید کند.
- پرهیز از تهیه و پخش گزارش‌های ورزشی خشن و آسیب‌زا: صحنه‌های خشن در برنامه‌های ورزشی، می‌تواند مانع علاقه برخی از جوانان به ورزش و انجام فعالیت‌های ورزشی شوند. سیمای ایلام می‌تواند صحنه‌های ورزشی خشن‌تر را سانسور کرده و پخش نکند.
- عدالت در تهیه و پخش برنامه‌های ورزشی زنان و مردان: در برخی موارد، بخش‌های ورزشی سیمای ایلام، توجه بیشتری به مردان دارند و بیشتر، برنامه‌هایی را در ارتباط با مردان، پخش می‌کنند. این مسئله، می‌تواند باعث ایجاد ذهنیت بی‌عدالتی در تهیه و پخش برنامه‌های ورزشی، در مخاطبان جوان شود. سیمای ایلام می‌تواند به ابعادی همچون: شایسته‌سالاری و ترویج آن در جامعه، پرهیز از نگاه مدیریتی مردانه در ورزش و اهمیت دادن به ورزش‌های زنان، توجه داشته باشد.

## نتیجه‌گیری

توانایی ذاتی وسایل ارتباطی - به‌خصوص تلویزیون - در جریان‌سازی فرهنگی و اجتماعی و تأثیر آن بر شیوه‌های رفتاری در جامعه و... غیرقابل‌انکار است. این رسانه، ضمن اینکه به‌عنوان واسطه در روابط اجتماعی، نقش تأثیرگذاری دارد، قادر است سطحی وسیع‌تر و مدت‌زمانی طولانی‌تری با مردم ارتباط برقرار کرده و تأثیر مدرسه، دانشگاه، مذهب و امثال آن را بر افراد تحت‌تأثیر قرار دهد. این رسانه از طریق ارائه‌های خاص اجتماعی به‌صورت مثبت، به افراد تلقین می‌کند که رفتار ارائه‌شده در رسانه، رفتار مناسب اجتماعی است و به‌این‌ترتیب، باعث ایجاد هم‌نوایی در افراد می‌شود.

در این پژوهش، پس از واکاوی احساس امنیت اجتماعی، به نظریه‌های مربوط به تأثیر رسانه‌ها بر افراد پرداخته شده است. به تعبیر مرتون، رسانه از طریق رفتار موردقبول، هم‌نوایی رفتاری را در جامعه تبلیغ می‌کند. براساس تعریف پارسونز، رسانه در تدوین ارزش‌ها و شکل‌دهی گروه‌ها، نقشی اساسی را ایفا می‌کند که باعث افزایش احساس امنیت اجتماعی می‌شود. به تعبیر دورکیم، رسانه، وجدان جمعی را به‌عنوان نظم اخلاقی در جامعه نهادینه می‌کند و باعث کنترل امیال جوانان می‌شود که در پی آن، امنیت حاصل می‌شود. به تعبیر بوردیو، رسانه با تولید زمینه‌ها و ذهنیت برابری، زمینه‌افزایش احساس امنیت در جامعه را فراهم می‌کند و در نهایت، به تعبیر چلبی، رسانه، با آگاهی‌بخشی در مورد آزادی و حقوق سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوانان، باعث افزایش احساس امنیت اجتماعی آنان می‌شود. احساس امنیت اجتماعی و افزایش آن در بین مخاطبان جوان ایلامی، متغیری وابسته است و عوامل متعددی در آن دخیل‌اند که نقش برنامه‌های سیمای ایلام، یکی از آنهاست. لازم است سیمای مرکز استان ایلام - به‌منظور تأثیرگذاری بیشتر - در تهیه، تولید و پخش برنامه‌های خود، به شکلی آگاهانه‌تر تلاش کند و با برنامه‌ریزی ویژه، بر مخاطبان جوان خود، تأثیر بگذارد. برای تحقق بهتر این امر، می‌توان راهکارهای زیر را مدنظر قرارداد؛

الف) راهکارهای مربوط به برنامه‌های آموزشی:

- پخش نماهنگ و موسیقی‌های آموزشی با محتوای راه‌های اصولی کسب درآمد و یافتن شغل مناسب؛
- تهیه و پخش پیام‌های پیشگیرانه جذاب در زمینه آسیب‌های اجتماعی با کمک کارشناسان مجرب؛
- تهیه و پخش گزارش‌های خبری متقن و شفاف با حضور مسئولین و کارشناسان امنیت اجتماعی؛
- تهیه و پخش نماهنگ و موسیقی‌های آموزشی با محتوای آسیب‌های اجتماعی جوانان؛
- تهیه، تولید و پخش فیلم، سریال و تصاویر مربوط به مسائل امنیت اجتماعی؛
- تقویت مهارت‌های زندگی به منظور جلوگیری از بروز آسیب‌های اجتماعی و کسب دانش برای زندگی سالم؛
- غنی‌سازی محتوایی برنامه‌های مرتبط با احساس امنیت اجتماعی جوانان با کمک کارشناسان استان؛
- توجه به مقوله شایسته‌سالاری و ترویج آن در جامعه.

ب) راهکارهای بخش اطلاع‌رسانی و اطلاع‌دهی:

- تهیه و پخش خبرهای روز مسائل اجتماعی با توجه به مقوله نوآوری و خلاقیت در ارائه؛
- پخش پیام‌های کوتاه و شکیل با محتوای امنیت اجتماعی؛
- اطلاع‌رسانی، از طریق تهیه و پخش کلیپ‌های مربوط به امنیت اجتماعی؛
- زیرنویس کردن مطالب مربوط به امنیت اجتماعی؛
- برقراری ارتباط مستقیم با بینندگان برنامه‌ها و توجه به خواست آنها؛
- تهیه و تولید گزارش‌های علمی و میدانی متنوع با محتوای مسائل اجتماعی؛

- استفاده از کارشناسان و مطرح کردن آسیب‌های اجتماعی استان با محوریت نیازهای جوانان.
- پ) راهکارهای ارائه‌شده برای برنامه‌هایی که موضوع آنها ارزش‌های ملی و مذهبی است:
  - مستندسازی از زندگی مفاخر استان؛
  - تهیه و پخش فیلم سینمایی و سریال با محتوای دلایل پیشرفت و نام‌آوری مفاخر استان؛
  - تهیه و تولید برنامه‌های تشویقی - ترغیبی از بزرگان، در قالب شعر و حماسه‌سرایی در وصف آنها؛
  - تهیه انیمیشن و کلیپ‌های کارتونی از زندگی مفاخر استان؛
  - تهیه و پخش آهنگ و سرودهای جذاب با محتوای تجلیل از چهره‌های شاخص ملی و استانی؛
  - تهیه و پخش برنامه‌هایی در قالب خانواده؛
  - تهیه برنامه‌هایی با توجه و تأکید بر آسیب‌های اجتماعی در محلات مختلف شهر؛
  - ترویج سبک زندگی سالم (فرهنگ آپارتمان‌نشینی، نحوه استفاده از گوشی همراه، روابط حسنه زناشویی و...).
- ت) راهکارهای مربوط به بخش برنامه‌های میزگردی و نشست‌های کارشناسانه:
  - استفاده از مجری توانمند، مجرب و متخصص آسیب‌های اجتماعی؛
  - تهیه میزگردهای چالشی با محوریت آسیب‌های اجتماعی؛
  - تهیه میزگردهایی با حضور مجری، کارشناسان متخصص و افراد درگیر آسیب‌های اجتماعی؛
  - بیان عامیانه، ساده و مصداقی مطالب، توسط کارشناس برنامه‌ها؛
  - استفاده از میزگردها و تریبون آزاد با حضور جوانان؛
  - پخش مداوم نشست‌ها و میزگردهایی با موضوع مسائل اجتماعی.
- ج) راهکارهای مربوط به برنامه‌های طنز و سرگرمی:

- تهیه و پخش طنز با موضوع مسائل اجتماعی با تأکید بر بُعد جذابیت؛
- تهیه کلیپ‌های کوتاه طنز در مورد مسائل و مشکلات اجتماعی استان؛
- تهیه و پخش برنامه‌های طنز در مورد راه‌های کسب درآمد و فعالیت سالم؛
- تهیه و پخش برنامه‌هایی در قالب شب‌شعر و مشاعره با محتوای مسائل اجتماعی.

### چ) راهکارهای مربوط به برنامه‌های کودک، نوجوان و جوان:

- تهیه و پخش برنامه‌هایی با محتوای معرفی سبک زندگی ایرانی - اسلامی؛
- تهیه و پخش برنامه‌های عاری از صحنه‌های خشونت‌زا؛
- توجه جدی به نظم و قانون‌گرایی و نتایج آن در زندگی اجتماعی؛
- معرفی اصولی نقش و مسئولیت کودکان، نوجوانان و جوانان در خانواده و جامعه؛
- معرفی راه‌های علمی کسب مهارت‌های زندگی برای جوانان؛
- معرفی راه‌های تقویت احساس امنیت اجتماعی در بین جوانان و نتایج حاصل از آن.

### ح) راهکارهای مربوط به برنامه‌های نمایشی:

- تهیه فیلم و سریال‌های بومی و محلی با محتوای آسیب‌های اجتماعی در جامعه؛
- توجه جدی به مقوله شادی و نشاط در برنامه‌ها؛
- همکاری با نویسندگان فاخر استان در تهیه فیلم‌نامه برنامه‌های نمایشی؛
- پرهیز از پخش صحنه‌های خشونت‌زا در فیلم و سریال‌های خارجی؛
- تهیه و پخش فیلم و سریال‌هایی با موضوع نیازهای جوانان و راه‌های اصولی زندگی سالم در جامعه.

### خ) راهکارهای مربوط به برنامه‌های ورزشی:

- تهیه برنامه‌هایی با محتوای ورزش و آسیب‌های اجتماعی؛

- توجه به ورزش به‌عنوانی تلاش مستمر برای رشد و ترقی در جامعه؛
- ترویج اخلاق و رفتارهای انسانی و مصادیق آن در بین ورزشکاران؛
- پرهیز از تهیه و پخش گزارش‌های ورزشی خشن و آسیب‌زا؛
- رعایت عدالت در تهیه و پخش برنامه‌های ورزشی زنان و مردان.

### محدودیت‌های پژوهش

انجام این پژوهش، با محدودیت خاصی روبرو نبود. همکاری مناسب کارشناسان رسانه و مسائل اجتماعی در انجام مصاحبه‌ها و دسترسی آسان به اطلاعات و اسناد برنامه‌های سیمای ایلام، به هموارتر شدن مراحل تحقیق کمک کرد.

### فهرست منابع

- احمدی، حبیب؛ و عربی، علی؛ حکیمی‌نیا، بهزاد (۱۳۹۲). بررسی رابطه مصرف رسانه‌ای و ترس از جرم (مورد مطالعه: شهر کرج). سال سوم. شماره هفتم.
- استونز، راب (۱۳۷۹). متفکران بزرگ جامعه‌شناسی. (مترجم: مهرداد میردامادی). تهران: نشر مرکز.
- بشیریه، حسین (۱۳۸۲). آموزش دانش سیاسی. تهران: مؤسسه پژوهش نگاه معاصر.
- برآورد اجتماعی (۱۳۹۸). اولویت جرائم و آسیب‌های اجتماعی استان ایلام. معاونت اجتماعی نیروی انتظامی. گزارش مطالعاتی ۶۷.
- بوردیو، پیر (۱۳۸۱). نظریه کنش. (مترجم: مرتضی مردیها). تهران: نقش و نگار.
- بیابانی، غلامحسین (۱۳۹۵). نقش وسایل ارتباط جمعی در امنیت اجتماعی. چاپ پنجم. تهران: آشنایی.
- بیات، بهرام (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت شهروندان تهرانی. فصلنامه انتظام اجتماعی. سال اول. شماره ۳۵.

## نقش برنامه‌های سیمای مرکز ایلام در افزایش احساس امنیت اجتماعی جوانان ❖ ۷۱

- تاج‌بخش، کیان (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه. تهران: نشر شیرازه.
- ترابی، یوسف؛ و گودرزی، آیت (۱۳۸۳). ارزش‌ها و امنیت اجتماعی. فصلنامه دانش انتظامی. سال ۶. شماره ۲.
- چلبی، مسعود (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی. تهران: نشر نی.
- حبیب‌زاده، اصحاب؛ و افخمی، حسین؛ نادرپور، محمدرضا (۱۳۸۸). بررسی نقش دوگانه رسانه‌های جمعی در پیشگیری و وقوع جرائم. فصلنامه انتظام اجتماعی. سال اول. شماره دوم.
- دلاور، علی؛ و جهان‌تاب، محمد (۱۳۹۰). تأثیر سرمایه اجتماعی بر احساس امنیت. پاییز ۱۳۹۰. شماره ۲۷.
- رجبی‌پور، محمود (۱۳۸۴). درآمدی بر عوامل مؤثر بر احساس امنیت؛ کنکاشی بر جنبه‌های مختلف امنیت عمومی و پلیس. مجموعه مقالات ۲. معاونت پژوهش دانشگاه علوم انتظامی.
- رفیعیان، مجتبی؛ و مولودی، جمشید (۱۳۹۰). رویکردها و روش‌های سنجش کیفیت محیط مسکونی شهری. چاپ اول. تهران: آذرخش.
- ریتزر، جورج (۱۳۸۰). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. (مترجم: محسن ثلاثی). تهران: علمی.
- سلطانی‌فر، محمد (۱۳۸۷). آموزش رسانه‌ای تأمین و حفظ امنیت اجتماعی. نشریه کارگاه. دوره دوم. شماره ۳.
- صادقیان، سید جلال (۱۳۸۸). بررسی نقش کارکردی رسانه‌ها در امنیت ملی و عمومی. فصلنامه دانش انتظامی. سال دوازدهم. شماره اول.
- عبادینی، ناصر (۱۳۸۴). اهداف، محورها، اولویت‌ها و سیاست‌های تولید، تأمین و پخش صدا و سیما. تهران: شماره ۳۱.
- قاسمی، محمد (۱۳۸۹). بررسی نقش رسانه‌ها در ایجاد هم‌گرایی ملی و امنیت پایدار (با تأکید بر هم‌گرایی مرزنشینان استان آذربایجان غربی). فصلنامه نظم و امنیت انتظامی. شماره سوم. سال دوم.

- قاسمی، محمد؛ و بار سلطان، سیده رؤیا (۱۳۹۰). رسانه‌های جمعی و پیشگیری از جرم (با تأکید بر برنامه‌های تلویزیونی پلیسی). *فصلنامه نظم و امنیت انتظامی*. شماره سوم. سال سوم.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۰). *پیامدهای مدرنیت*. (مترجم: محسن ثلاثی). تهران: نشر مرکز.
- ماندل، رابرت (۱۳۷۷). *چهره متغیر امنیت ملی*. (مترجم: پژوهشکده مطالعات راهبردی). تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- محبوبی‌منش، حسین (۱۳۹۱). *جامعه‌شناسی ارزش‌ها با تأکید بر نظم و امنیت*. تهران: دانشگاه علوم انتظامی.
- مصطفوی کهنگی، فرحناز (۱۳۹۴). نقش رسانه‌ها در امنیت اجتماعی. *فصلنامه علمی-تخصصی دانش انتظامی پلیس پایتخت*. سال هشتم. شماره ۱. پیاپی ۲۴.
- موز، م (۱۳۸۳). تربیت‌بدنی و امنیت اجتماعی. *فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی*. ش ۳: ۸۸.
- نوروزی، فیض‌اله؛ و فولادی سپهر، سارا (۱۳۸۸). بررسی احساس امنیت اجتماعی زنان ۲۹-۱۵ ساله تهران و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن. *فصلنامه راهبرد*. شماره ۵۳.
- نخعی کمال‌آبادی، عیسی؛ و امیرآبادی، محمد؛ محمدی‌پور، هیرش (۱۳۸۹). انتخاب استراتژی بهینه براساس تحلیل SWOT و روش فرایند تحلیل شبکه‌ای. *فصلنامه مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی*. شماره ۱۱.
- هاشمیان‌فر، سید علی؛ و دهقانی، حمید؛ اکبرزاده، فاطمه (۱۳۹۲). تأثیر دین‌داری و رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی دانشجویان. *فصلنامه پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی*. سال دوم. شماره پیاپی ۵. شماره اول.
- Barak. G (Ed.) (1994). *Medin, Process And the social Constructon of Crime*. New York. NY. Garlan.
- Shah, dhavan (1998). civic engagement, interpersonal trust and television se: an individual level sssessment of social capital. *political psychology*. vol19. no 3.
- Zallaghi, Alli (2017). Examines The Role of Media in The Prevention of Crime. *Journal East European Business Law*. page(s): 101-111.