

آموزش رسانه‌ای تامین و حفظ امنیت اجتماعی

دکتر محمد سلطانی فر عضو هیات علمی و مدیر گروه ارتباطات واحد علوم و تحقیقات

دانشگاه آزاد اسلامی

تاریخ دریافت: ۸۶/۱۲/۸ تاریخ پذیرش: ۸۷/۶/۲۴

خلاصه

تجربیات آموزش رسانه‌ای نشان داده است که مشکلات اجتماعی پایدار از جمله تهدید امنیت اجتماعی را می‌توان از طریق آموزش عمومی رسانه‌ها برطرف کرد.

مقاله حاضر به بررسی راهبردها و تاکتیکهای آموزش موثر رسانه‌ها در راه تامین و حفظ امنیت اجتماعی می‌پردازد، با این دیدگاه که از راهبردها و تاکتیکهای یادشده می‌توان برای متقاعد کردن مردم، ترغیب آنان به تامین و حفظ امنیت اجتماعی، متوقف کردن جرائم، کاهش بزهکاری و ... استفاده کرد.

دیدگاه مقاله حاضر آنست که برای دستیابی به آموزشهای موثر رسانه‌ای در حوزه امنیت اجتماعی، تاکید بر اصولی است که مخاطب را از حالت انفعال خارج سازد و با مشارکت او روندی را طی کند که در نهایت به توانمندی و قدرت انتخاب او بینجامد.

واژه‌های کلیدی: آموزش رسانه‌ای، امنیت اجتماعی، تاکتیکهای آموزش رسانه‌ها، نیروی

انتظامی و پلیس

مقدمه

رسانه ها نقش اساسی در تامین و حفظ امنیت اجتماعی ایفا می کنند، زیرا عامل کلیدی انتشار اطلاعات در نظامهای اجتماعی هستند و به عنوان عوامل اجتماعی، تاثیر قدرتمندی بر رفتار و هنجارهای اجتماعی دارند.

رسانه ها می توانند مردم را با انواع خطراتی که امنیت اجتماعی را تهدید می کنند آشنا سازند، مراقبتهای لازم را به آنها بیاموزند و افراد را برای حفظ و تامین امنیت اجتماعی ترغیب و راهنمایی کنند.

این در حالیست که برخی معتقدند رسانه ها تاثیر معناداری بر تصویر کلی جرم در جامعه دارند. آنها تاکید دارند که گستره این تاثیر تا آنجاست که می توان گفت انگاره هایی که بر آگاهی عموم مردم درباره جرم سایه افکنده است، به طور عمده محصول رسانه هاست.

از هر جنبه که به تاثیرات رسانه ای توجه شود، بالا بودن اهمیت آموزش از طریق رسانه ها و طرح مباحث تاثیرگذار رسانه ای برای تغییر نگرشها، باورها و رفتارهای تهدید کننده امنیت اجتماعی مشخص می شود.

در اینجا بحث صرفا بر سر آگاهی دهی از طریق رسانه ها نیست، بلکه روشهای موثر آگاه سازی مدنظر است.

برای دستیابی به آموزشهای موثر رسانه ای در حوزه امنیت اجتماعی، تاکید بر اصولی است که مخاطب را از حالت انفعال خارج سازد و با مشارکت او روندی را طی کند که در نهایت به توانمندی و قدرت انتخاب او بینجامد.

مقاله حاضر با این دیدگاه به بررسی راهبردها و تاکتیکهای آموزش موثر رسانه ها در راه تامین و حفظ امنیت اجتماعی می پردازد.

رسانه ها و آموزش تامین و حفظ امنیت اجتماعی

تجربیات آموزش رسانه ای نشان داده است که مشکلات اجتماعی پایدار از جمله تهدید امنیت اجتماعی را می توان از طریق آموزش عمومی برطرف کرد. برخی دلایل اثبات این

موضوع عبارتند از (Catford, 1995, 251-247):

- ۱- رسانه ها راهی موثر برای آموزش گروههای بزرگ جمعیت هستند
- ۲- تمام افراد جمعیت حتی لایه های پنهان را پوشش می دهند
- ۳- برسانه ها بر هنجارهای اجتماعی و فرهنگی تاثیر می گذارند
- ۴- رسانه ها شاخصی از میزان جدی بودن مشکل ارائه می کنند
- ۵- به مردم کمک می کنند که با تقلید از الگوها، رفتار خود را تغییر دهند
- ۶- به مردم منافع ناشی از تغییر رفتار را می آموزند
- ۷- در افزایش آگاهی و تغییر نگرش و عملکرد فردی و اجتماعی موثرند
- ۸- اطلاعات و توصیه هایی برای زندگی سالم ارائه می دهند
- ۹- در آموزش مهارتها و تشویق اعتماد به نفس نقش موثری دارند
- ۱۰- قادرند با ارائه برنامه تصویری با هویت مشارکتی؛ حمایت مادی و معنوی کسب کنند

با این حال، راهبردهای رسانه ای در حوزه امنیت اجتماعی زمانی بیشترین تاثیر را خواهد داشت که عوامل زیر را مدنظر داشته باشند (Whitehead, 2000, 807):

- ۱- پیام معتبر و مرتبط با مخاطبان باشد
- ۲- پیام به راحتی برای مخاطبان قابل درک و دستیابی باشد
- ۳- پیام تشویق کننده باشد و علاقمندی را برانگیزد
- ۴- مخاطبان به طور خاص و هدفمند دسته بندی شده باشند
- ۵- راهبردها، اهداف را واقع گرایانه و کوتاه مدت تعیین کنند
- ۶- بسیج رسانه ای برای ایجاد امنیت اجتماعی ایجاد شود
- ۷- رسانه ها در این راستا، از سوی مراکز و نهادهای رسمی پلیس و نیروی انتظامی حمایت شوند
- ۸- از ارائه پیامهای منفی با هدف بهره برداری مثبت پرهیز شود

- ۹- پیام در زمانهای مناسب، به صورت طبقه بندی شده و منظم و نه یکباره و پیچیده منتشر شود
- ۱۰- برنامه رسانه ای به گونه ای واقعی ارزشیابی شود تا برای برنامه های آینده بتوان از نتایج آن سود برد
- ۱۱- قرار دادن نیازهای مخاطبان در اولیوی بالاتر از اهداف نیروی انتظامی و پلیس در راستای امنیت اجتماعی

تاکتیکهای آگاه سازی رسانه ای در حوزه امنیت اجتماعی

اگر کارکرد آموزش رسانه ها را زمینه سازی برای تغییر، تعمیق یا تعدیل رفتار در راستای تامین و حفظ امنیت اجتماعی در نظر بگیریم، برخی از تاکتیکهای اثربخشی برنامه های رسانه ای موثر در حوزه امنیت اجتماعی به قرار زیر خواهد بود:

نیازسنجی آموزشی

آموزش باید مبتنی بر نیاز باشد، بنابراین لازم است باورها، گرایشها، تعصبات، منافع و ... گروه هدف را به نحو مناسبی شناخت و این شناخت را با نیازها و خواسته های واقعی آنان تطبیق دارد (ایورکی، ۱۳۷۳). در عالم واقع نیاز یک روستای با یک شهرنشین متفاوت است.

در نظر گرفتن مراتب در آموزش

آموزش باید از دانسته ها به نادانسته ها جریان یابد و مراتب درک، پذیرش و جذب ایده های جدید از سوی مخاطب رعایت شود. برای مثال در صورتی که نوجوانان مضرات مصرف سیگار را بدانند، می توان با بهره گیری از این آگاهی، مضرات مواد مخدر را نیز برای آنان تشریح کرد. (چاندران، ۱۳۷۴)

آزادی در انتخاب

برای رفع تردیدها، تعیین نکات منفی، مثبت و یافتن راه حل مناسب باید به بحث آزادانه پرداخت تا توانمندسازی تحقق یابد و فرد قادر باشد در موارد لازم به استدلال بپردازد و از خود مراقبت کند (Mac Grath, 2003, 610).

پیشگیری از ارائه انبوه اطلاعات

یک خطر بزرگ در آموزش، ارائه انبوهی از اطلاعات به یکباره است. باید از تمایل به بیان مفصل اطلاعات علمی و تحقیقی کاست و به آنچه نیاز گروه هدف است، اندیشید. روش بمباران اطلاعاتی رفتاری پرخطر و روشی نامناسب در این باره است. گاه ارائه اطلاعات تخصصی، موجب آلودگی اطلاعاتی و مانع از فهم صحیح است.

تنوع در تکرار

برای نهادینه شدن آموزش در حوزه امنیت اجتماعی، «پرآموزی» ضرورت دارد. یعنی پیام به دفعات لازم برای گروه هدف تکرار شود اما این تکرار باید توأم با تنوع باشد تا از ایجاد تاثیر تقلیلی جلوگیری شود. برای مثال تکرار موضوع در پیشگیری از جرائم آن را به کلیشه تبدیل می کند و اثر آن را کاهش می دهد. تکرار بیش از حد به دلزدگی منجر می شود (114, Ibid).

استفاده از الگوها و رهبران

از مهمترین روشهای شناخته شده و موثر آموزش رسانه ای، برای ایجاد تغییر در رفتار و گرایش در گروه هدف، به ویژه در موضوعات مرتبط با امنیت اجتماعی، استفاده از رهبران و الگوهای فکری و رفتاری است. همچون قهرمانی که هرگز خلاف نمی کند و الگوی سالمی در زندگی و سلوک خود دارد. به شرط همراه بودن با آموزشهای جنبی، این روش از مهمترین روشهای اثربخش کردن آموزشهاست (Ibid, 117).

استفاده از ایجاد انگیزه و علاقه

با فراهم آوردن انگیزه و علاقه در گروه مخاطب می توان آمادگی لازم را برای کسب دانش و تغییر نگرش در او ایجاد کرد. ایجاد انگیزه علاوه بر کمک به یادگیری، در تثبیت و استمرار رفتار سالم نیز عاملی موثر است (Who, 2000, 65).

استفاده از حمایت‌های اجتماعی

برای ایجاد نگرش مثبت و منفی نسبت به موضوعی، استفاده از گروه همسالان و تاثیر گروه، همواره موفقیت آمیز بوده است. از این رو می توان برای ترغیب افراد به ویژه جوانان و نوجوانان به دوری جستن از رفتارهای پرخطر از این روش استفاده کرد و بخشی از پیامها را از طریق گروه تهیه و منتشر کرد (Maibach, 1995, 63).

استفاده از هیجان و عواطف

با استفاده از عواطف می توان نگرشها را متاثر کرد. نگرش سالم نیز نقش کلیدی در تامین امنیت اجتماعی دارد. بهترین و مناسب ترین پیامهای رسانه ای، بدون استفاده از هیجان و عواطف، موفقیت مناسبی به دست نخواهند آورد (Effer, 2002, 195).

توجه به خرده فرهنگها

این اصل کمک بسیاری به یادگیری، ماندگاری و تغییر ارزشها در فرد و گروههای خاص می کند و از آن می توان برای پیشگیری از رفتارهای پرخطر استفاده کرد زیرا براساس اصل از «دانسته به نادانسته رفتن» از زمینه های قبلی و ارزشی فرد استفاده می کند (Ibid; 109).

استفاده از فن شخصی سازی

اگر موضوعات آموزشی در حوزه امنیت اجتماعی به شیوه مخاطب قرار دادن فردی مطرح

شوند، موثر خواهند بود. برای مثال جمله «تو در معرض خطر هستی» بیش از جمله «جوانان در معرض خطر جدی هستند» اثرگذار است (Ibid, 63)

استفاده از روشهای ادراکی

آموزش باید از دانستن صرف، به سمت فهمیدن، تجربه و تحلیل، ترکیب و در نتیجه ارزشگذاری و ادراک پیش رود. روشهای تاثیرگذاری بر ادراک فرد و گروه، به طور عمده روشهایی هستند که در روانشناسی یادگیری از آنها با عنوان روشهای اکتشافی و کاوشگری یاد می شود، مشارکت و درگیری فرد عامل پایه ای آنها به شمار می رود و موجب تفکر عالی ماندگار و تغییر نگرش می شوند. منظور از تفکر ماندگار، امکان یادآوری آموخته ها از سوی فراگیر است. (Ibid, 41)

تاثیر پذیری

عقاید گروه هدف زمانی تغییر می کند که به تخصص و اعتبار علمی منبع پیام اعتماد داشته باشند. بنابراین در ارائه پیامهای سلامت باید تا حد امکان از افراد صاحب نظر، مسلط و بانفوذ استفاده کرد. (ارنسون، ۱۳۷۱)

بی طرفی

تاثیر و اعتماد، زمانی افزایش می یابد که منبع م مبلغ پیام سعی نداشته باشد به طور مستقیم و آشکار مخاطبان را تحت تاثیر قرار دهد (همان).

همانند سازی

در صورتی که منبع پیام بتواند با افراد همانندسازی کند و در آنان احساس مثبتی پدید آورد، رفتار و عقاید بیشتری را تحت تاثیر قرار خواهد داد (Effeer, ۲۰۰۲, ۱۰۶).

تأثیر علاقمندی

در عقاید و رفتار جزئی، انسان‌ها دوست دارند تحت تأثیر فرد مورد علاقه خود قرار گیرند، حتی اگر بدانند وی با تحت تأثیر قرار دادن آنان در پی جلب منفعت آنان است (109، Ibid).

ترس متوسط

برداشت مردم از هیجان و وحشت سطوح مختلفی دارد. برای افراد با عزت نفس پایین، ترس، هیجان و وحشت پایین اثربخش تر است و برای کسانی که عزت نفس بالاتری دارند، ترس و هیجان بیشتر، می‌تواند تأثیرات رفتاری بیشتری ایجاد کند اما در هر حال، مسئله آموزش در راستای تامین امنیت اجتماعی، نیاز به مخاطب شناسی دارد و از این رو بهترین روش ارائه پیام در شکل عام، ایجاد هیجان، ترس یا وحشت متوسط است تا انگیزه بیشتری را در بیشترین گروه مردم موجب شود (Mac Grath, 2003, 69).

تأثیر تقدم و تاخر پیام

با یاد به اثر مقدم (Primary Effect) و اثر موخر (Secondary Effect) نیز توجه داشت زیرا آنچه در پایان پیام عنوان می‌شود، به طور معمول اثربخشی بیشتری دارد. طی بحث یا برنامه، فواید و مضرات رفتار یا ماده‌ای توضیح داده می‌شود اما آنچه در پایان بر آن تأکید می‌شود، به عنوان اثر موخر در ذهن افراد باقی می‌ماند، بنابراین همواره در پایان پیام باید بر رفتار با پدیده‌های سالم تأکید کرد (ارنسون، ۱۳۷۱).

نتیجه‌گیری

رسانه‌ها می‌توانند مردم را با انواع خطراتی که امنیت اجتماعی را تهدید می‌کند آشنا سازند، مراقبت‌های لازم را به آنها بیاموزند و افراد را برای حفظ و تامین امنیت اجتماعی ترغیب و راهنمایی کنند، به شرط آن که راهبردها و تاکتیک‌های موثر رسانه‌ای را به گونه‌ای طراحی

کنند که مخاطب را از انفعال خارج سازند.

بنابراین از راهبردها و تاکتیکهای یادشده می توان برای متقاعد کردن مردم، ترغیب آنان به تامین و حفظ امنیت اجتماعی، متوقف کردن جرائم، کاهش بزهکاری و ... استفاده کرد. ضمن آن که باید توجه داشت آموزش رسانه ای تامین و حفظ امنیت اجتماعی، برای افزایش و کارایی خود، باید شاخصهایی چون تغییر رفتار فردی و جمعی، تغییر سبک زندگی، تغییر شرایط اجتماعی، توانمندسازی و تفکر فعال را نیز در نظر داشته باشد.

در نهایت، آگاه سازی رسانه ای در حوزه امنیت اجتماعی، باید با افزایش و گسترش مداوم اطلاعات در مورد عوامل خطرزا و تهدید کننده، نیازهای افراد در معرض خطر و عوامل محافظت کننده و تامین کننده امنیت اجتماعی همراه باشد. ضمن آن که لازم است دلایل موفقیت و شکست برنامه ها و فعالیتهای رسانه ای، همواره مورد ارزشیابی و بازنگری قرار گیرند.

وظایف نیروی انتظامی در راستای آموزش رسانه ای حفظ و تامین امنیت اجتماعی

مهمترین ماموریت و وظیفه نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران عبارت است از استقرار امنیت اجتماعی در کشور. در این راستا پیشنهاد می شود تا نیروی انتظامی با راهکارهای متنوع که در ذیل به آنها پرداخته می شود، در راه ارتقاء آموزش رسانه ای حفظ، تامین و افزایش امنیت اجتماعی کشور کوشا باشد:

- مدیریت تولید و انتشار محتوای رسانه ای مناسب در راستای امنیت اجتماعی در کشور
- تاسیس و راه اندازی رسانه های تصویری، شنیداری و چاپی کشور به منظور آموزش رسانه ای حفظ و تامین امنیت اجتماعی
- حمایت و تشویق رسانه های تصویری، شنیداری و چاپی کشور به آموزش رسانه ای حفظ و تامین امنیت اجتماعی
- تشویق و حمایت مادی و معنوی از فیلم سازان داخلی به منظور ساخت فیلمهایی

- آموزشی متنوع در راستای حفظ و تامین امنیت اجتماعی
- ایجاد صفحات ویژه امنیت اجتماعی در مطبوعات چاپی و اینترنتی
 - ایجاد لینک اخبار مرتبط با امنیت اجتماعی در سایتهای خبری
 - برقراری تماسهای مداوم و نیز تشویق رسانه ها برای پوشش خبری انواع تهدیدهای موجود بر سر راه حفظ و تامین امنیت اجتماعی
 - انتشار گاهنامه، فصلنامه و یا هفته نامه به صورت ویژه نامه در خصوص حفظ و تامین امنیت اجتماعی و طی انعقاد قرارداد همکاری با مطبوعات پرمخاطب
 - تاثیرگذاری بر سیاستگذاری ساختاری و محتوایی رسانه ها در راستای اهداف امنیت اجتماعی
 - حمایت از تربیت و آموزش خبرنگاران و روزنامه نگاران در حوزه امنیت اجتماعی
 - برگزاری مسابقات، همایشها و جشنواره های کتاب، سایت اینترنتی، فیلم، سی.دی، عکس، ... در زمینه حفظ و تامین امنیت اجتماعی
 - رصد کردن، حساس و آگاه بودن نسبت به وضعیت موجود محتوای رسانه ها در مورد حفظ و تامین امنیت اجتماعی
 - تشویق، ترغیب و حمایت از هنرمندان، موسیقی دانان و چهره های شاخص فرهنگی - هنری که سابقه درخشان و چهره ای شناخته شده دارند به حضور در محتوای رسانه ای آموزش رسانه ای امنیت اجتماعی
 - مذاکره با شبکه های رادیو و تلویزیونی برای تاثیرگذاری بر برنامه های این شبکه ها در راستای حفظ و تامین امنیت اجتماعی
 - تشویق، ترغیب و حمایت از انتشار اخبار و اطلاعات تطبیقی ایران در موضوع امنیت اجتماعی با دیگر کشورها
 - اهتمام به افزایش آگاهی و حساسیت مدیران و کارشناسان نیروی انتظامی، صدا و سیما، برنامه سازان رسانه ها، روزنامه نگاران، فیلم سازان، در راستای حفظ و تامین امنیت اجتماعی

- تبلیغ عملکرد جاری نیروی انتظامی در ارتباط با حفظ، تامین و افزایش امنیت اجتماعی
- آموزش انواع همکاری شهروندان با نیروی انتظامی در ارتباط با حفظ، تامین و افزایش امنیت اجتماعی

منابع

- ارنسون، الیوت، (۱۳۷۱)، روان شناسی اجتماعی، مترجم حسین شکرکن، انتشارات رشد.
- ایورکی، دیویس، (۱۳۷۳)، مدیریت یادگیری، ترجمه داریوش نوذری و امیر تیموری، انتشارات راهگشا.
- چاندران، راما، (۱۳۷۴)، آموزش رسانه ای، ترجمه فروغ شفیع، انتشارات دانشگاه تهران.
- Catford, J. (1995) The mass Media is dead: Long Live Multimedia, Health Promotion International, 10.
- Effeer, R., Donovan, R. Spark, R. (2002), Health and Media Principles and Practies, Mac Grav Hill rosseville, NSW.
- Mac Grath, J., (2003), The gatekeeping process: The right Combinations to unlock the gates, Chapter Iiin Maibach and parrott.
- Maibach, E., and Parrott, R., (1995), Approaches from Communication theory and public health practice, Thousand oaks CA, Sage.
- Whitehead, D. (2000) Using mass media within health-promoting practice, Journal of Advanced Media, 32 (4).
- WHO, (2000), Primary Prevention of Substance abuse, A work book for project operator.