

بررسی میزان توجه افراد به مستندهای انتظامی و تاثیر آن بر مسئولیت پذیری در برقراری امنیت (مطالعه مناطق ۱ و ۱۴ شهر تهران)

دکتر داود نعمتی انارکی^۱، اکرم خوئینی^۲

تاریخ دریافت: ۹۴/۹/۱۴

تاریخ پذیرش: ۹۴/۱۲/۱

از صفحه ۱۵۹ تا ۱۸۰

چکیده

تحقیق حاضر به دنبال بررسی اثر مستندهای پخش شده نیروی انتظامی از صدا و سیما بر مسئولیت پذیری شهروندان در برقراری امنیت می باشد. مسئولیت پذیری در برقراری امنیت اجتماعی دارای سه بعد شناختی، عاطفی و عملکردی می باشد. تحقیق حاضر به لحاظ روش در زمره مطالعات پیمایشی قرار دارد و جامعه مورد مطالعه همه شهروندان بالای ۱۸ سال ساکن در مناطق یک و چهارده شهر تهران می باشند که به روش نمونه گیری تصادفی ۳۸۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. نتایج تحقیق نشان داد که بین میزان توجه افراد به مستندهای پخش شده و مسئولیت پذیری آنها در برقراری امنیت همبستگی ۰,۵۵۳ برقرار است که نشان می دهد افرادی که توجه بیشتری به این مستندها داشته اند در برقراری امنیت مسئولیت پذیرترند. همچنین بین میزان توجه مستندها و هر یک از ابعاد مسئولیت پذیری در برقراری امنیت همبستگی معناداری برقرار است و از بین ابعاد مسئولیت پذیری بعد عملکردی آن بیش از دو بعد دیگر از توجه به مستندها تاثیر می پذیرد. در نهایت نتیجه می شود که مستندهای پخش شده نیروی انتظامی از صدا و سیما بر مسئولیت پذیری افراد در برقراری امنیت تاثیر گذار است.

کلید واژگان: فیلم مستند، مسئولیت پذیری، امنیت اجتماعی، مسئولیت پذیری شناختی، مسئولیت پذیری عاطفی، مسئولیت پذیری عملکردی

۱. دکترای علوم ارتباطات اجتماعی و عضو هیئت علمی دانشگاه صدا و سیما

۲. کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد (نویسنده مسئول) khoeini.marzieh@ut.ac.ir

بیان مسئله

امنیت مسئله‌ای است که از دیرباز ذهن بشر را به خود مشغول داشته است. در واقع می‌توان این گونه بیان کرد که امنیت از ابتدایی‌ترین سطح نیازهای انسانی محسوب می‌شود. زمانی جامعه می‌تواند به اهداف کلان اجتماعی دست یابد که امنیت در آن به گونه‌ای اساسی سامان یافته باشد. افراد، گروه‌ها و سازمان‌های اجتماعی برای دستیابی به اهداف مشروع خود نیازمند داشتن سطوحی از امنیت می‌باشند. فقدان امنیت در جامعه ضمن رقم زدن دنیایی مشوش و اضطراب‌زا برای افراد جامعه، با دامن زدن به انواع بیماری‌های روانی و اجتماعی، انگیزه هرگونه فعالیت را از انسان سلب کرده و چهار ستون زندگی اجتماعی را فلج خواهد کرد. در نتیجه جامعه سالم جامعه‌ای است که امنیت در آن به گونه‌ای اساسی و پایدار جریان داشته باشد. حال مسئله‌ای که وجود دارد این است که امنیت اجتماعی زمانی به صورت پایدار در جامعه برقرار می‌شود که اقشار مختلف مردم در برقراری آن سهیم باشند. در واقع مسئولیت‌پذیری افراد در برقراری امنیت، اساسی‌ترین وجه تولید امنیت می‌باشد.

در ایران نیروی انتظامی اصلی‌ترین بازوی دولت در برقراری امنیت است و رویکردهای اخیر این سازمان در برقراری امنیت استفاده از حمایت اجتماعی گروه‌های مردمی در برقراری امنیت است. استفاده از واژگانی مانند «سرمایه اجتماعی پلیس» و «پلیس جامعه محور» در ادبیات پلیسی چند سال اخیر نیز مؤید همین مطلب است. در واقع نیروی انتظامی در بهینه‌سازی سطح امنیت اجتماعی راهی جز به کارگیری نیروی مردمی و جلب همکاری گروه‌های مختلف مردم در ایجاد امنیت ندارد. از این رو در چند سال گذشته نیروی انتظامی مبادرت به ساخت برنامه‌های مختلفی از جمله فیلم سینمایی، سریال، مستند، تیزرهای تبلیغاتی و... برای ایجاد آگاهی عمومی در مورد مسئله امنیت و جلب همکاری مردم برای دستیابی به آن داشته است. دسته‌ای از این برنامه‌ها مستندهایی است که توسط بخش‌های مختلف نیروی انتظامی ساخته شده و از رسانه ملی پخش شده‌اند. مستندهایی مانند شوک، بیراهه، مکث و...

به نظر می‌رسد نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران در نظر دارد با بهره‌گیری از نقش آموزشی رسانه و با تولید و پخش مستندها و فیلم‌های خاص، نوعی مسئولیت‌پذیری را در بین مردم نسبت به امنیت اجتماعی پدید آورد. در واقع نیروی انتظامی با تولید و پخش چنین مستندهایی ضمن آگاهی بخشی به مردم در موضوع امنیت اجتماعی و چگونگی دستیابی به آن، مردم را در برابر مصداق‌های ناامنی آشنا

کرده و به این طریق ضریب امنیتی را در جامعه افزایش می دهد.

به همین خاطر عمده ترین هدف این برنامه ها آگاهی بخشی اقشار مختلف در مورد مسئله امنیت و همسو سازی افکار عمومی با اهداف کلان نیروی انتظامی می باشد. از این رو تحقیق حاضر به دنبال بررسی میزان توجه به این مستندها و اثرشان بر مسئولیت پذیری افراد در برقراری امنیت می باشد و می خواهد به این سوال پاسخ دهد که آیا مستندهای پخش شده نیروی انتظامی از صدا و سیما، بر مسئولیت پذیری افراد در برقراری امنیت اجتماعی تاثیر گذار بوده است یا خیر؟

سوالات تحقیق

تحقیق حاضر در پی ارائه پاسخ هایی علمی و دقیق به سوالات زیر است:

- افراد تا چه میزان به مستندهایی که نیروی انتظامی از صدا و سیما پخش می کند توجه نشان می دهند؟
- میزان توجه افراد به این مستندها تا چه میزان بر مسئولیت پذیری آنها در برقراری امنیت اجتماعی تاثیر گذار است؟
- میزان توجه افراد به این مستندها تا چه میزان بر ابعاد شناختی، عاطفی، و عملکردی مسئولیت پذیری در برقراری امنیت اجتماعی تاثیر گذار است؟

پیشینه تحقیق

حبیب زاده و محمدی اطهر (۱۳۸۴) در تحقیق خود محقق به دنبال شناخت اثر تیزرهای تبلیغاتی بر کاهش جرایم رانندگی بودند. نتایج این تحقیق نشان داد که بین میزان توجه و تاثیر ذهنی با کاهش جرایم رانندگی رابطه معنادار وجود دارد. همچنین بین شکل ارائه تبلیغات و کاهش جرایم نیز رابطه مشاهده شد. دعاگویان و رفیعی دولت آبادی نیز در تحقیقی نشان دادند که بیشتر مردم برداشت درستی از طرح انضباط اجتماعی نداشته و بیشتر آنها مبارزه با خشونت های اجتماعی را هدف اصلی طرح می دانستند. این تحقیق در نهایت نتیجه می گیرد که فاتب باید قبل از اجرای هر طرح اجتماعی و امنیتی تبلیغات گسترده ای در وسایل ارتباط جمعی در خصوص اهداف طرح انجام داده تا مردم شناخت درستی از موضوع طرح و اهداف اجتماعی امنیتی و ارزشی و تربیتی آن داشته باشند (دعاگویان و همکاران، ۱۳۹۰).

قاسمی در تحقیق خود نشان داد که بین بزهکاری و ساعات استفاده از وسایل صوتی و تصویری رابطه وجود دارد همچنین بین بزهکاری و اولویت علاقه به نوع وسایل صوتی و تصویری رابطه وجود دارد. همچنین این تحقیق نشان می دهد که

میزان استفاده از تلویزیون بین نوجوانان بزهکار و غیر بزهکار تفاوت معنی داری با هم ندارد (قاسمی، ۱۳۸۶). آذری نواز و آزاد (۱۳۸۳) در تحقیقی نشان دادند که فیلم و کاریکاتور در تغییر نگرش دانش آموزان نسبت به اعتیاد موثر بود.

ضرابی و همکاران در تحقیق خود به دنبال آن هستند تا با تأکید بر دو عامل رسانه‌های جمعی و عملکرد پلیس، به بررسی احساس امنیت شهروندان شهر مشهد پردازد. نتایج تحقیق بیانگر آن است که بین احساس امنیت شهروندان شهر مشهد و شاخص‌های عملکرد رسانه‌ها و عملکرد پلیس رابطه معناداری وجود دارد (ضرابی و همکاران، ۱۳۹۱)

کینس دولر (۲۰۰۳) در تحقیقی با عنوان «مصرف رسانه‌ای و نگرش‌های عمومی نسبت به جرم و عدالت» نشان می‌دهد که دانش عمومی از جرم و جنایت و تا حدود زیادی از مصرف رسانه‌ای افراد مشتق می‌شود. کامر و همکاران (۲۰۰۸) در تحقیقی با عنوان «استفاده رسانه‌ای و برداشت کودکان از تهدید اجتماعی و آسیب پذیری شخصی» نشان می‌دهد که استفاده کودکان از تلویزیون با افزایش درک آنها از آسیب‌های شخصی نسبت به تهدیدهای جهان همراه است.

در زمینه مسئولیت پذیر در قبال امنیت اجتماعی توحید دادخواه جویباری تحقیقی پیمایشی را در بین ۴۰۰ نفر از شهروندان بالای ۱۸ سال تهرانی به انجام رساند که نتایج تحقیق نشان داد که به طور کلی مسئولیت پذیری شهروندان در قبال امنیت اجتماعی در حد بالایی می‌باشد و هر چقدر اعتماد به پلیس و سازمانهای متولی طرح امنیت بیشتر باشد افراد در قبال امنیت اجتماعی مسئولیت پذیر ترند (دادخواه جویباری، ۱۳۹۳).

ایمان و همکاران در تحقیق خود با عنوان «بررسی ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان و احساس امنیت اجتماعی» نشان می‌دهد که بین احساس امنیت اجتماعی در جامعه و مسئولیت اجتماعی جوانان رابطه وجود دارد. در نهایت این پژوهش نتیجه می‌گیرد که هرچه مسئولیت پذیری جوانان بیشتر باشد زمینه رشد و شکوفایی جامعه در نتیجه فراهم شدن امنیت اجتماعی بیشتر می‌شود (ایمان و همکاران، ۱۳۸۹).

آکارت و کراین در پژوهشی دریافتند رابطه قوی بین احساس امنیت و سرمایه اجتماعی در میان ساکنان گروه مورد مطالعه شان وجود دارد. بر اساس این تحقیق افرادی که بیشتر در جلسات همسایه‌ای شرکت کرده‌اند از احساس امنیت بالاتری برخوردارند (آکارت، کراین، ۲۰۰۶). جکسون در تحقیق خود نشان می‌دهد که برداشت منفی از مولفه‌های سرمایه اجتماعی باعث از بین رفتن اعتماد می‌شود



که خود یکی از مولفه های سرمایه اجتماعی می باشد و این امر به احساس ناامنی می انجامد (جکسون، ۲۰۰۶).

مبانی نظری

فعالیت و کنش های افراد در حوزه های مختلف زندگی اجتماعی می تواند به صور مختلفی صورت پذیرد. این فعالیت ها تحت تاثیر عوامل گوناگونی قرار دارد که یکی از این عوامل رسانه است. رسانه می تواند بر کنش های افراد تاثیر بگذارد و افراد را به سوی رفتاری خاص سوق دهد. از نظر مک لوهان فن آوری هر عصر، نوع زندگی اجتماعی و فرهنگی اجتماعات را شکل می دهد. او مدعی است که شیوه ارتباط یا روش انتقال معلومات و انتشار پیام در رفتار و تصورات انسان موثر است (داد گران، ۱۳۸۵، ص ۹۰) یعنی رسانه تصورات ذهنی و نگرش ها و رفتارهای انسان را تحت تاثیر قرار می دهد. از آنجایی که رسانه ها بخش غیر قابل تفکیک و همواره حاضر در زندگی روزمره ی جامعه اند در شکل دادن به شیوه ی زندگی، فرهنگ و جوامع ما نقشی اساسی ایفاء می کنند. رسانه ها علاوه بر آن که در رک رخدادهای جهان به ما کمک می کنند، عوامل مهمی در برخوردها و تعامل های اجتماعی نیز هستند. ما به مدد آنها از ارزش ها، باورها و هنجارهای جامعه ی خود آشنا می شویم و هویت خود را می شناسیم. هم چنین رسانه ها بر واکنش ما نسبت به دیگر نهادهای اجتماعی نیز تاثیر می گذارند.

نظریات تاثیر رسانه ای

ارتباط میان گرایش به رسانه ای خاص و کنش اجتماعی را می توان در نظریه های تاثیر رسانه ای جستجو کرد. از دهه ۱۹۲۰ مسئله تاثیر و پیامدهای رسانه های مطرح شد. نخستین نظریه ای که پیرامون دامنه تأثیرات رسانه های عمومی فرمول بندی شده است نظریه گلوله است، که از آن با اسامی دیگری، نظیر، نظریه سوزن تزریقی یا نظریه کمر بند انتقال، نیز یاد می شود. بنیان این نظریه بر این باورند که: پیام های ارتباط جمعی بر همه مخاطبانی که در معرض آنها قرار می گیرند تأثیرات قوی و کمابیش یکسانی دارند (سوربن و تانکار، ۱۳۸۱).

در تقابل با دیدگاه گلوله، دیدگاه نظری دیگری فرمول بندی و ارائه شده است که از آن تحت عنوان تأثیرات محدود رسانه ها یاد می شود. این نظریه زمانی پدیدار شد که محققان در باب این تأثیرات به تردید افتادند و شواهدی برای تأیید آنها پیدا نکردند. لذا باورهای خوش بینانه اولیه در خصوص تاثیر مطلق رسانه ها بر نگرش ها و رفتارهای مخاطب، به علت فقدان شواهد تجربی لازم، جای خود

را به نظریه‌های تاثیر محدود یا استحکام داد که ضمن فعال انگاشتن مخاطب در مواجهه با پیام‌های ارتباطی، تاثیر رسانه‌ها را به بازسازی معرفت و شناخت پیشین مخاطب محدود می‌کند (مهدیزاده، ۱۳۸۴، ص ۲) ژوزف کلاپر (۱۹۶۰) در اثری تحت عنوان تأثیرات ارتباط جمعی به تشریح این الگوی نظری پرداخته است. به باور کلاپر وسایل ارتباط جمعی به صورت مستقیم بر مخاطبان تأثیر نمی‌گذارند، بلکه تأثیرات خود را از طریق عوامل واسطه‌ای بر جای می‌نهند. همچنین عوامل واسطه‌ای رسانه را به یک عامل ثانویه و نه یک عامل علی، تبدیل می‌سازند. «کلاپر» پنج قاعده کلی راجع به اثرهای ارتباط جمعی ارائه کرده است که دو مورد نخست آن به شرح زیر است:

۱. ارتباط جمعی در حالت عادی در حکم علت ضروری و کافی اثر بر مخاطب عمل نمی‌کند؛ بلکه از طریق رشته‌ای از عوامل و تأثیرات میانجی عمل می‌کند.
۲. این عوامل میانجی چنانند که نوعاً ارتباط جمعی را بصورت یک عامل سهم در فرایند اوضاع موجود در می‌آورند.

متغیرهایی که «کلاپر» به عنوان میانجی در اثرگذاری رسانه‌ها معرفی می‌کند عبارتند از: فرایندهای گزینشی (درک گزینش، مواجهه گزینش، حفظ گزینش)، فرایندهای گروهی، هنجارهای گروهی، رهبری افکار (سوربن و تانکارد، ۱۳۸۱، ص ۳۸۹). وی ارتباط جمعی را علت لازم و کافی تأثیر بر مخاطب نمی‌داند بلکه رسانه‌ها را بعنوان علت کمک کننده ارزیابی می‌کند (لتیل جان، ۱۳۸۴، ص ۷۶۱). «لازارسفلد» در مورد عامل میانجی تعلقات گروهی، معتقد است که روابط اجتماعی فرد در چگونگی واکنش او نسبت به ارتباطات جمعی نقشی مؤثر دارد و پیام‌های رسانه‌های جمعی بر پیامگیران به منزله توده‌ای یکسان اثر نمی‌گذارد و اثر آن بر افکار عمومی به یک اندازه نیست (دادگران، ۱۳۸۵، ص ۵۶).

بر اساس نظر متولیان دیدگاه تأثیرات محدود، رسانه‌ها تأثیراتی ناچیز بر مخاطبان خود بر جای می‌گذارند. چنین تأثیرات محدودی نیز زمانی آشکار خواهد شد که مخاطبان خواهان آن باشند.

سومین نظریه مربوط به تاثیر رسانه‌ای نظریه کاشت است. نظریه کاشت یکی از نظریه‌های متاخر و پر کاربرد در این زمینه است که به عنوان یکی از نظریه‌های مورد کاربرد این تحقیق از آن استفاده می‌شود که در اینجا به آن اشاره می‌کنیم. نظریه کاشت فرض می‌کند که تلویزیون آثار بلند مدت در نگرش بینندگان دارد. آثاری غیر مستقیم، تدریجی و کوچک و در عین حال تراکمی، رو به افزایش و چشمگیر که بیشتر روی اثر گذاری‌های نگرشی تاکید دارد. از دیدگاه این نظریه



تماشای زیاد تلویزیون نگرش‌ها و ادراک‌هایی را پرورش می‌دهد که سازگاری زیادی با رویکردهای ترویج داده شده در تلویزیون دارد (چندلر، ۱۹۹۸، ص ۲۰).

نظریه پردازان کاشت استدلال می‌کنند که تماشای زیاد تلویزیون منجر به این می‌شود که بینندگان پرمصرف در مقایسه با کم مصرف‌ها، همگرایی و شباهت فکری بیشتری داشته باشند. یعنی اثر کاشت تماشای تلویزیون نوعی تشابه و هم‌گرایی افکار است (امیدعلی، ۱۳۹۰، ص ۵۷).

فرمول‌بندی این نظریه حاصل تحقیقات گسترده‌ای است که گرینر و دیگران (۱۹۸۰) پیرامون تأثیرات تلویزیون انجام دادند. به باور گرینر و همکارانش، تلویزیون با نفوذ فراگیر در بین خانواده‌ها مبادرت به کاشت جهان‌بینی، نقش‌ها و ارزش‌های رایج در ذهن آنان می‌کند. به زعم بانیان و حامیان نظریه کاشت، تلویزیون بیش از هر رسانه دیگری اندیشه‌ها، سبک زندگی و روابط درون و برون فردی افراد جامعه را شکل می‌دهد. چون، این رسانه بیش از رسانه‌های دیگر در زندگی روزمره مردم حضور دارد.

با وجود این، امروزه این واقعیت آشکار شده است که تلویزیون به تنهایی قادر به ایجاد نظرات، نگرش‌ها، احساسات و باورهای ثابت در مخاطبان نیست، بلکه تأثیر تلویزیون توسط متغیرها و عوامل دیگر، تعدیل یا تشدید می‌شود. لیکن، شواهد زیادی وجود دارد (برای مثال پول، ۲۰۰۱) که نشان می‌دهد تأثیر تلویزیون در کاشت نظرات و دیدگاه‌ها، در اقشار پایین جامعه بیش از اقشار متوسط و بالای جامعه است. ناگفته پیداست که این تفاوت ناشی از عواملی متنوع و متعدد است. اما در این بین، نقش عامل «دسترسی به سایر منابع اطلاعات» در اقشار متوسط و بالای جامعه، برجسته‌تر از سایر عوامل است.

نظریه مک لوهان، که از آن تحت عنوان «نظریه جبرگرایی رسانه‌ای» یاد می‌شود یکی از اثرگذارترین نظریه‌های رسانه است. مک لوهان با بیان جمله کوتاه و موجز «رسانه پیام است» رویکردی نوین به رسانه‌ها عرضه داشت. به باور او هر یک از رسانه‌ها بر کارکرد یک یا چند حس از حواس ما تأثیر می‌گذارند. او، تلویزیون را رسانه‌ای دیداری، شنیداری و بساوایی (لامسه‌ای) می‌داند و معتقد است تلویزیون زندگی ما را دوباره به صورت قبیله‌ای در خواهد آورد. ما بر اثر تلویزیون از دولت-ملت‌های مجزا دور شده و یک دهکده جهانی خواهیم داشت (سوربن و تانکار، ۱۳۸۱، ص ۳۹۴).

نوئل نثومان (۱۹۸۰) در باب تأثیر رسانه‌ها نظریه‌ای جدید عرضه کرده است که به نظریه «مارپیچ سکوت» مشهور شده است. سوربن و تانکار این نظریه را به شرح

زیر خلاصه کرده‌اند: در خصوص یک موضوع مناقشه‌انگیز، اغلب مردم در باره واکنش افکار عمومی حدس‌هایی می‌زنند. آنها سعی می‌کنند دریابند که نظر آنان در اکثریت قرار دارد یا در اقلیت. پس از آن می‌کوشند تا دریابند که تغییر افکار عمومی در جهت موافقت با آنها قرار دارد یا نه، چنانچه آنان احساس کنند که در جهت مخالف قرار دارند سعی می‌کنند که در باره موضوع، سکوت اختیار کنند. همچنین اگر تصور کنند که تغییر افکار عمومی در جهت فاصله گرفتن از آنهاست، به اختیار کردن سکوت گرایش می‌یابند. آنها هر چقدر بیشتر احساس کنند که دیدگاه متفاوتی عرضه نشده است هم بیشتر ساکت می‌مانند (همان، ص ۳۹۷).

از نظر نوئل نثومان رسانه‌ها به سه روش بر مارپیچ سکوت تأثیر می‌گذارند: نخست: این باور را در افراد جامعه ایجاد می‌کنند که عقاید مسلط چه نوع عقایدی هستند؛ دوم: به افراد جامعه القاء می‌کنند که چه عقایدی در حال شکل‌گیری و گسترش‌اند و در پایان به افراد جامعه القاء می‌کنند که ابراز برخی عقاید موجب منزوی شدن آنها می‌شود، در حالی که ابراز برخی عقاید دیگر با استقبال سایر افراد جامعه روبه‌رو می‌شود.

مگ گویا (۱۹۸۶) با رویکرد دیگری به تأثیرات رسانه‌ها، به ویژه رادیو و تلویزیون، پرداخته است. او به جای بحث در خصوص دامنه و میزان تأثیر رسانه‌ها به دسته‌بندی انواع تأثیرات رسانه‌ها پرداخته است. به باور او، رسانه‌ها دارای دو تأثیر مطلوب و نامطلوب هستند.

از نظر مک گویا مهم‌ترین تأثیرات مطلوب رسانه‌ها شامل: تأثیر بر الگوهای مصرف، رفتار رأی‌دادن، افزایش آگاهی‌های عمومی و بهبود رفتار عمومی، تغییر و بهبود سبک زندگی، تلقین ایدئولوژی و تعلیم آموزه‌های مختلف سیاسی و اجتماعی است. همچنین مهم‌ترین تأثیرات نامطلوب رسانه‌ها شامل: افزایش رفتار پرخاشگرانه، ترویج آرمان‌ها و گروه‌های مبتذل، گسترش اندیشه‌های قالبی و کلیشه‌ای، ترویج رفتارهای نامناسب جنسی و ایجاد فرایندهای فکری نامتعادل است (باصری، ۱۳۹۰، ص ۷).

به طور خلاصه می‌توان نتیجه گرفت همه نظریه پردازانی تأثیر رسانه‌ای معتقدند رسانه‌ها، به ویژه رسانه‌های دیداری و شنیداری، قادرند بر اندیشه‌ها، زندگی و الگوهای رفتاری مخاطبان تأثیر بگذارند، لیکن، همان‌گونه که نشان داده شد، بین صاحب‌نظران بر سر میزان تأثیر رسانه‌ها اتفاق نظر جامعی وجود ندارد. برخی معتقدند رسانه‌ها تأثیری شگرف، قوی، بی‌بدیل و بی‌رقیب بر اندیشه و رفتار مخاطبان بر جای می‌گذارند. در حالی که، برخی دیگر از نظریه‌پردازان بر «اثر



تعدیل یافته رسانه‌ها» معتقدند. از نظر آنان عوامل و متغیرهای فردی، محیطی و اجتماعی قادرند تأثیرات رسانه‌ها را دستخوش تغییر سازند (باصری، ۱۳۹۰، ص ۸)

رسانه، پلیس و امنیت

یکی از مهمترین کارکردهایی که برای رسانه‌ها برمی‌شمارند کارکرد آموزشی و اجتماعی کردن افراد جامعه است. نقش رسانه‌های گروهی بخصوص صدا و سیما در انتقال آموزه‌های اجتماعی و فرهنگی زندگی جمعی به مخاطبان خود بسیار برجسته است و از جایگاه ویژه‌ای در بین سایر رسانه‌های جمعی برخوردار است. این نهاد مهمترین رسانه سمعی و بصری کشور است و می‌تواند در اقتناع و جهت‌دهی افکار عمومی به سمت و سوی مورد نظر صاحب نظران، تأثیر به‌سزایی داشته باشد.

با توجه به مدیریت ایدئولوژیک و ماهیت دینی سازمان صدا و سیما (اصل ۱۷۵ قانون اساسی) این رسانه می‌تواند در زمینه آگاهی بخشی در مورد امنیت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم و جنایت در سطح جامعه هماهنگ با سایر نهادهای مسئول در این بخش عمل نماید. قوانین اساسی و موضوعه کشور نیز در تعامل بیشتر این نهادها تأکید بسیار کرده است.

قانون اساسی جمهوری اسلامی دولت را موظف کرده است که به منظور رسیدن به اهداف والای انسانی و اسلامی از رسانه‌های گروهی به صورت مطلوبی استفاده کند، در بند ۲ اصل ۳ قانون اساسی نیز بر بالا بردن سطح آگاهی‌های عمومی در همه زمینه‌ها با استفاده صحیح از مطبوعات و رسانه‌های گروهی و وسایل دیگر تأکید شده است.

همچنین بر اساس ماده ۴۴ قانون خط مشی، اصول و برنامه‌های سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، یکی از وظایف صدا و سیما آموزش همگانی جهت آشنایی مردم با حقوق فردی و اجتماعی، قانون اساسی و قوانین مدنی و جزایی کشور می‌باشد (بای، ۱۳۹۱، ص ۶).

آنچه در این راستا از اهمیت به‌سزایی برخوردار بوده تا آموزه‌های سیما بتواند به عنوان سنگ‌زیربنای عملیات رسانه‌ای، بر مخاطبین تأثیر خود را بر جای گذارد، شناخت دقیق و عمیق علل و عوامل مؤثر در بروز و شیوع آسیب‌های اجتماعی در عصر حاضر است. بر این اساس ضرورت دارد متولیان مربوطه در زمان تولید برنامه‌های رسانه‌ای با عنایت به وضعیت جمعیت کشور به متغیرهای سن، میزان تحصیلات و ... مخاطبین توجه اساسی نمایند.

از طرف دیگر نیروی انتظامی که اصلی‌ترین نهاد متولی امر امنیت در جامعه است

باید از طریق قابلیت های رسانه ها در پیشبرد اهداف کلان خود استفاده کند چرا که یکی از وظایف نیروی انتظامی که در بند ۱۸ قانون نیروی انتظامی آورده شده است «همکاری با سازمانهای ذیربط در جهت ایجاد و توسعه زمینه های فرهنگی لازم به منظور کاهش جرائم و تخلفات و تسهیل وظایف محوله» می باشد. از این رو نیروی انتظامی برای پیشبرد اهداف خود و تسهیل در انجام وظایف نیاز به همکاری با سازمانهای دیگر جامعه دارد که یکی از مهمترین آنها رسانه و به خصوص صدا و سیما می باشد.

در گذشته، نقش پلیس، بطور عمده محافظت از زندگی و سرمایه مردم، جلوگیری از وقوع جرم، کشف و شناسایی مجرمان متمرکز بود. در حالی که اکنون علاوه بر امور ذکر شده، نیروی انتظامی به ارائه خدمات اجتماعی، اطلاع رسانی و آگاه سازی و پیشگیری نیز می پردازد. امروزه از این تغییرات در شیوه عملکرد نیروی انتظامی، به پلیس جامعه محور یاد می کنند و اصول زیر را برای توصیف پلیس جدید یا جامعه محور ذکر می کنند:

- وظیفه پلیس، پیشگیری از جرم و بی نظمی است.
- قدرت پلیس در انجام وظایف اش متکی به رضایت مردم است.
- تلاش پلیس باید در جهت حفظ و نگهداری ارتباط با عموم مردم باشد.
- پلیس باید به نیازها، رغبت ها، علایق و انگیزه های جامعه و هم چنین اعتماد آنها به خود توجه تام داشته باشد.
- پلیس باید زمینه مشارکت گروه ها و سازمان های مدنی را در حل مسائل فراهم نماید. (نعمتی انارکی و ترابی، ۱۳۹۰، ص ۲۲).

بنابر این پلیس با توجه به وظایف و مسئولیت هایی که بر عهده دارد نیازمند ارتباط گسترده و مستمر با بدنه جامعه است و این امر محقق نخواهد شد مگر اینکه از قدرت رسانه ها در این زمینه استفاده کند.

بنابراین نقش امروز رسانه ها نقشی فراتر از اطلاع رسانی است. رسانه ها در عصر اطلاعات و ارتباطات ابزارهایی نوین برای ایجاد بحران، کاهش یا افزایش بحران و گاه ابزاری برای جنگ آوری هستند که مکمل نیروی نظامی و تهدید کننده امنیتی در سطوح مختلف آن اعم از فردی، ملی، بین المللی و جهانی به شمار می روند که هم می تواند فراهم کننده امنیت باشد و هم برهم زننده امنیت. استفاده از رسانه ها برای تضعیف کشور هدف و بهره گیری از توان و ظرفیت رسانه ای اعم از نوشتاری، شنیداری و دیداری و حتی حوزه سایبر، به کارگیری اصول تبلیغات و عملیات روانی به منظور کسب قدرت و منافع را جنگ رسانه ای گویند که از

جمله عرصه های مهم قدرت نرم کشورهاست. آنچه مسلم است جنگ رسانه ای از برجسته ترین مؤلفه های جنگ نرم و جنگ های مدرن در جهان محسوب می شود. جنگ نرم به مثابه راهبرد انتخابی حتی در نظام سلطه برای تسلط بر افکار و اراده ملت ها تدوین و طراحی شده است (رستگاریانه و سلطانی فر، ۱۳۹۱، ص ۸۵).

تعریف مفاهیم و اصطلاحات

مسئولیت پذیری اجتماعی

مسئولیت اجتماعی عبارت از تعهدات و مسئولیت هایی که انسان در فرایند زندگی اجتماعی و تعامل دیگران ناگزیر از رعایت آن می باشد (وطن دوست، ۱۳۸۵، ص ۱۹). در حیطه اشخاص مسئولیت اجتماعی را می توان در قالب نگرش های اجتماعی مختلف به رابطه فرد با جامعه در نظر گرفت. مسئولیت پذیری اجتماعی، نوعی احساس عملی در به کارگیری تواناییها و کوشش کردن برای تطابق و سازگاری با مردم می باشد که عدم آن قانون شکنی و نپذیرفتن مسئولیت های اجتماعی است (گلن و نیلسون، ۱۹۸۸).

همچنین مسئولیت پذیری اجتماعی احساس التزام به عمل یا واکنش فردی در موقعیت های گوناگون به دلیل تقید نسبت به سایرین است که نتیجه آن نوعی احساس تعهد و پابندی به سایرین و تبعیت از قواعد و معیارهای اجتماعی و درک قواعد گروهی است که در ذهن و رفتار شکل می گیرد (سبحانی نژاد و فردانش، ۱۳۷۹).

مسئولیت پذیری در برقراری امنیت اجتماعی

به معنی آگاهی، احساس و عمل اجتماعی فرد در قبال خود و سایر شهروندان برای برقراری امنیت است. در نتیجه مسئولیت پذیری در قبال امنیت اجتماعی یک احساس التزام معطوف به عمل برای برقراری و حفظ امنیت خود و سایرین می باشد.

با توجه به تعریف پورتا و همکاران (۲۰۰۱) از مسئولیت اجتماعی که سه بعد برای آن در نظر گرفته شد، در اینجا مسئولیت پذیری در قبال امنیت اجتماعی که جنبه ای از مسئولیت پذیری اجتماعی است دارای سه بعد می باشد:

بعد شناختی مسئولیت پذیری در قبال امنیت اجتماعی

این بعد از مسئولیت پذیری در قبال امنیت اجتماعی ناظر به میزان دانش و آگاهی فرد از مناسبات، قواعد و مقررات مربوط به امنیت اجتماعی می باشد. اینکه افراد تا

چه میزان از جایگاه اجتماعی خود به عنوان یک شهروند آگاه هستند و با توجه به این جایگاه از موارد و مطالبات اجتماعی مربوط به امنیت آگاهی دارند. این آگاهی از قواعد و مطالبات اجتماعی مربوط به امنیت اولین گام در جهت برداشتن گامی موثر برای برقراری امنیت محسوب می شود.

بعد عاطفی مسئولیت پذیری در قبال امنیت اجتماعی

ایجاد انگیزه، نگرش و عواطف مثبت نسبت به برقراری امنیت اجتماعی است به گونه ای که فرد نسبت به پذیرش مسئولیت های اجتماعی برای برقراری امنیت اجتماعی و ایفای فعالانه آن در صحنه جامعه برانگیخته شود. شکل گیری عواطفی چون خشنودی، علاقمندی، اشتیاق و شادابی از جمله عواطف مثبت و موثر در اقدام به رفتارهای مسئولانه هستند.

بعد عملکردی مسئولیت پذیری در قبال امنیت اجتماعی

این بعد ناظر به عمل و کنش فرد برای برقراری امنیت خود و سایرین می باشد که در واقع نتیجه نهایی آگاهی و احساس در قبال امنیت است. آگاهی و احساس در نهایت معطوف به عمل می شود، عملی آگاهانه برای ایجاد محیطی امن برای خود و سایر شهروندان (دادخواه جویباری، ۱۳۹۲، ص ۹۱).

فیلم مستند

صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران فیلم مستند را به این صورت تعریف می کند: «در این شکل از برنامه طراح و کارگزار رسانه پیامی را با استناد به واقعیت و اسناد گوناگون بر پایه پژوهش عرضه می کند که تمامی و یا بخشی از یک واقعیت، حقیقت فیزیکی، تاریخی و غیره را به صورت رادیویی و یا تلویزیونی عرضه می کند.» (فرهنگ نامه تولید، ۱۳۷۰، ص ۵۴).

در این تحقیق منظور از فیلم مستند فیلم هایی است که بر اساس واقعیات و بر پایه و اساس مدارک و شواهد عینی و در بخش مربوط به پلیس و امنیت ساخته شده است و از صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران پخش شده اند و هدف آنها بالا بردن آگاهی مردم از معضلات و مسایل روز جامعه ایران و ناامنی های موجود در جامعه است. از این مستندها می تواند به مستندهایی مانند شوک، بیراهه، جعل، مکث، ایست پلیس اشاره کرد.

امنیت اجتماعی

امنیت اجتماعی عبارت است از آرامش و آسودگی خاطری که جامعه در نظام سیاسی برای اعضای خود ایجاد می کند. به طور کلی امنیت اجتماعی به قلمروهایی

از حفظ حریم فرد مربوط می شود که به نحوی در ارتباط با دیگر افراد جامعه هستند و به نظام سیاسی و دولت مربوط می شود. این قلمروها می توانند زبان، نژاد، قومیت، اعتبار، نقش اجتماعی، کار، درآمد، رفاه، مشارکت سیاسی، آزادی، اعتقاد و.... باشند (نویدینیا، ۱۳۸۴، ص ۳۹).

فرضیات تحقیق

- بین میزان توجه افراد به مستندهای پخش شده و وجه شناختی مسئولیت پذیری شان در قبال امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.
- بین میزان توجه افراد به مستندهای پخش شده و وجه عاطفی مسئولیت پذیری شان در قبال امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.
- بین میزان توجه افراد به مستندهای پخش شده و وجه عملکردی مسئولیت پذیری شان در قبال امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.
- بین میزان توجه افراد به مستندهای پخش شده و مسئولیت پذیری افراد در قبال امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر به روش پیمایش انجام شده است و جامعه آماری مورد مطالعه کلیه شهروندان بالای ۱۸ سال مناطق ۱ و ۱۴ شهر تهران می باشد که با توجه به فرمول کوکران حجم نمونه برابر با ۳۸۰ نفر به دست آمده است که به روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای چند مرحله ای نمونه ها انتخاب شده اند.

اعتبار و پایایی شاخص ها

نتایج حاصل از بررسی اعتبار و پایایی در جدول زیر آمده است:
شاخص توجه به مستندها از ترکیب ۱۸ گویه به دست آمده است که میزان آلفای کرونباخ و ضریب دونیم سازی حکایت از پایایی بالای شاخص دارد. همچنین شاخص مسئولیت پذیری در برقراری امنیت میزان اعتبار و پایایی آن در تحقیق دادخواه جویباری (۱۳۹۲) مورد تایید قرار گرفت و در تحقیق حاضر نیز نتایج حاکی از پایایی این شاخص دارد.

نام شاخص	تعداد گویه ها	مقدار آلفای کرونباخ	ضریب دو نیم سازی
توجه به مستندها	۱۸	۰,۹۲۲	۰,۷۹۷
مسئولیت پذیری در برقراری امنیت	۲۷	۰,۹۱۳	۰,۸۶۳

یافته های توصیفی

از بین کل پاسخگویان ۱۹۰ نفر مرد و ۱۸۱ نفر زن، ۱۲۷ نفر مجرد و ۲۱۶ نفر متأهل بودند. میانگین سنی گروه مورد مطالعه ۳۷،۹۳ بود که بیشتر فراوانی در بین کسانی بود که ۳۱ تا ۴۰ سال سن داشتند. اکثریت افراد مورد مطالعه تحصیلات دانشگاهی داشتند. ۱۵۵ نفر تحصیلاتشان لیسانس و ۵۸ نفر نیز فوق لیسانس و دکترا بود. ۱۰۱ نفر دیپلم، ۴۶ نفر فوق دیپلم و ۱۳ نفر نیز تحصیلات زیر دیپلم داشتند. در مورد متغیر میزان توجه به مستندها نتایج در جدول زیر آمده است.

توزیع فراوانی افراد با توجه به میزان توجه به مستندها

میزان توجه به مستندها	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
بسیار کم	۱۱	۲،۹	۲،۹
کم	۶۷	۱۷،۲	۲۰،۵
متوسط	۱۷۰	۴۴،۷	۶۵،۳
زیاد	۱۱۶	۳۰،۵	۹۵،۸
بسیار زیاد	۱۶	۴،۲	۱۰۰
جمع	۳۸۰	۱۰۰	۱۰۰

همانطور که جدول نشان می دهد ۳۰،۵ درصد افراد توجه زیاد و ۴،۲ درصد افراد توجه خیلی زیادی به مستندهای پخش شده نیروی انتظامی از صدا و سیما دارند. در حالی که ۱۷،۲ درصد افراد توجه کم و ۲،۹ درصد افراد نیز توجه بسیار کمی به مستندهای پخش شده دارند. ۴۴،۷ درصد افراد نیز در حد متوسطی به این مستندها توجه دارند.

در مورد متغیر مسئولیت پذیری در برقراری امنیت نیز میزان فراوانی افراد در جدول زیر آمده است. همانطور که جدول زیر نشان می دهد اکثریت افراد در طبقه مسئولیت پذیری بالا قرار دارند یعنی ۵۰،۳ درصد افراد مسئولیت پذیری بالایی در قبال امنیت دارند و ۳۱،۶ درصد افراد نیز مسئولیت پذیری بسیار بالایی در قبال امنیت دارند. این در حالی است که تنها ۱،۶ درصد افراد مسئولیت پذیری پایینی در قبال امنیت دارند و ۱۶،۶ درصد نیز میزان مسئولیت پذیری کلی شان در قبال امنیت در حد متوسط است. بنابراین در مجموع می توان گفت که میزان مسئولیت پذیری افراد در برقراری امنیت اجتماعی بالاست.

توزیع فراوانی افراد با توجه به میزان مسئولیت پذیری

میزان مسئولیت پذیری	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
مسئولیت پذیری پایین	6	1.6	1.6
مسئولیت پذیری متوسط	63	16.6	18.2
مسئولیت پذیری بالا	191	50.3	68.4
مسئولیت پذیری بسیار بالا	120	31.6	100
جمع	380	100	100

آزمون فرضیات

فرضیه ۱: بین میزان توجه افراد به مستندهای پخش شده و وجه شناختی مسئولیت پذیری شان در قبال امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد. به منظور بررسی اثر میزان توجه به مستندها و وجه شناختی مسئولیت پذیری در برقراری امنیت از روش رگرسیون خطی دو متغیره استفاده شده است، چرا که هر دو متغیر در سطح سنجش فاصله ای مورد ارزیابی قرار گرفته اند. در ادامه نتیجه آزمون رگرسیون و همبستگی بین دو متغیر در جدول زیر ارائه می شود که از آزمون همبستگی برای بررسی رابطه و از رگرسیون برای بررسی اثر متغیر مستقل استفاده شده است:

همانطور که یافته ها نشان داد میزان همبستگی بین دو متغیر برابر با ۰.۴۶۳ به دست آمده است که در سطح خطای کمتر از ۰.۰۱ معنادار است و بنابراین بین دو متغیر همبستگی مستقیم و در سطح متوسط وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب تعیین به دست آمده که برابر با ۰.۲۱۴ می باشد مشخص است که ۲۱.۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیر مستقل تبیین می شود. مقدار F نیز نشان می دهد که رابطه رگرسیونی در اینجا رابطه مناسبی است. به عبارت دقیق تر مقدار F به دست آمده که برابر با ۱۰۲.۹۴ در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ معنادار است، نشان از آن دارد که متغیر مستقل قادر است به خوبی تغییرات متغیر وابسته را تبیین کند.

بنابراین در مجموع باید گفت که فرضیه تحقیق در اینجا پذیرفته می شود و بین متغیر میزان توجه به مستندها و وجه شناختی مسئولیت پذیری رابطه وجود دارد. بدین صورت که هرچقدر افراد توجه بیشتری به این مستندها داشته باشند شناخت بیشتری از امور مربوط به امنیت اجتماعی دارند.

تحلیل رگرسیونی توجه به مستندها و بعد شناختی مسئولیت پذیری در قبال امنیت اجتماعی

Sig	F	Adj R Square	R Square	R	متغیر مستقل
۰.۰۰۰	۱۰۲,۹۴۵	۰.۲۱۲	۰,۲۱۴	۰.۴۶۳	توجه به مستندها

فرضیه ۲: بین میزان توجه افراد به مستندهای پخش شده و وجه عاطفی مسئولیت پذیری شان در قبال امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.

به منظور بررسی ارتباط بین میزان توجه به مستندها و وجه عاطفی مسئولیت پذیری در برقراری امنیت از روش رگرسیون خطی دو متغیره استفاده شده است، چرا که هر دو متغیر در سطح سنجش فاصله ای مورد ارزیابی قرار گرفته اند. در ادامه نتیجه آزمون رگرسیون و همبستگی بین دو متغیر در جدول زیر ارائه می شود که از آزمون همبستگی برای بررسی رابطه و از رگرسیون برای بررسی تعیین کنندگی متغیر مستقل استفاده شده است:

نتایج تحقیق در مورد همبستگی بین دو متغیر نشان می دهد که بین دو متغیر همبستگی ۰,۲۷۷ به دست آمده است که در سطح خطای کمتر از ۰,۰۱ معنادار است. بنابراین با توجه به مقدار همبستگی به دست آمده بین دو متغیر همبستگی در سطح تقریباً ضعیف برقرار است. همچنین یافته های حاصل از آزمون رگرسیون نیز نشان می دهد که ضریب تعیین برابر با ۰,۰۷۷ به دست آمده است که تنها ۷,۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می کند.

بنابراین هر چند رابطه و دو متغیر و اثر متغیر مستقل بر وابسته در سطح ضعیفی است اما در هر صورت باید گفت که فرضیه تحقیق پذیرفته می شود و بنابراین بین دو متغیر رابطه در حد ضعیف وجود دارد و میزان تاثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته نیز در حد کمی است. بدین معنی که مستندهای پخش شده نیروی انتظامی از صدا و سیما بر احساس و علاقه افراد نسبت به مسائل مربوط به امنیت تاثیر دارد هر چند این تاثیر در حد پایینی ارزیابی شده است.

تحلیل رگرسیونی توجه به مستندها و بعد عاطفی مسئولیت پذیری در قبال امنیت اجتماعی

Sig	F	Adj R Square	R Square	R	متغیر مستقل
۰.۰۰۰	۳۱.۴۳	۰.۰۷۴	۰,۰۷۷	۰,۲۷۷	توجه به مستندها

فرضیه ۳: بین میزان توجه افراد به مستندهای پخش شده و وجه عملکردی مسئولیت پذیری شان در قبال امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.

به منظور بررسی ارتباط بین میزان توجه به مستندها و وجه عملکردی مسئولیت پذیری در برقراری امنیت از روش رگرسیون خطی دو متغیره استفاده شده است، چرا

که هر دو متغیر در سطح سنجش فاصله ای مورد ارزیابی قرار گرفته اند. در ادامه نتیجه آزمون رگرسیون و همبستگی بین دو متغیر در جدول زیر ارائه می شود که از آزمون همبستگی برای بررسی رابطه و از رگرسیون برای تعیین کنندگی متغیر مستقل استفاده شده است:

همانطور که یافته ها نشان داد میزان همبستگی بین دو متغیر برابر با ۰.۵۲۷ به دست آمده است که در سطح خطای کمتر از ۰.۰۱ معنادار است و بنابراین بین دو متغیر همبستگی مستقیم و در سطح متوسط وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب تعیین به دست آمده که برابر با ۰.۲۷۸ می باشد مشخص است که ۲۷.۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیر مستقل تبیین می شود. مقدار F نیز نشان می دهد که رابطه رگرسیونی در اینجا رابطه مناسبی است. به عبارت دقیق تر مقدار F به دست آمده که برابر با ۱۴۵.۵۳۳ در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ معنادار است، نشان از آن دارد که متغیر مستقل قادر است به خوبی تغییرات متغیر وابسته را تبیین کند.

بنابراین در مجموع باید گفت که فرضیه تحقیق در اینجا پذیرفته می شود و بین متغیر میزان توجه به مستندها و وجه عملکردی مسئولیت پذیری رابطه وجود دارد. بدین صورت که هرچقدر افراد توجه بیشتری به این مستندها داشته باشند بیشتر سعی می کنند در زندگی خود مسائل مربوط به امنیت را رعایت کنند.

تحلیل رگرسیونی توجه به مستندها و بعد عملکردی مسئولیت پذیری در قبال امنیت اجتماعی

Sig	F	Adj R Square	R Square	R	متغیر مستقل
۰.۰۰۰	۱۴۵.۵۳۳	۰.۲۷۶	۰.۲۷۸	۰.۵۲۷	توجه به مستندها

فرضیه ۴: بین میزان توجه افراد به مستندهای پخش شده و مسئولیت پذیری افراد در برقراری امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.

به منظور بررسی ارتباط بین میزان توجه به مستندها و مسئولیت پذیری در برقراری امنیت از روش رگرسیون خطی دو متغیره استفاده شده است، چرا که هر دو متغیر در سطح سنجش فاصله ای مورد ارزیابی قرار گرفته اند. در ادامه نتیجه آزمون رگرسیون و همبستگی بین دو متغیر در جدول زیر ارائه می شود که از آزمون همبستگی برای بررسی رابطه و از رگرسیون برای تعیین کنندگی متغیر مستقل استفاده شده است.

با توجه نتایج تحقیق در مورد فرضیه مورد بررسی که در جدول زیر آمده است، مشخص می شود که همبستگی بین دو متغیر برابر با ۰.۵۵۳ به دست آمده است که در سطح خطای کمتر از ۰.۰۱ معنادار است. بنابراین بین دو متغیر همبستگی

مثبت و در حد متوسط برقرار است.

با توجه به ضریب تعیین به دست آمده که برابر با ۰.۳۰۶ می باشد مشخص است که ۳۰.۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته مسئولیت پذیری به وسیله متغیر مستقل توجه به مستندها تبیین می شود و مابقی ۶۹.۴ درصد تغییرات که به مجذور کمیت خطا (E Square) معروف است تحت تاثیر مواردی است که در این معادله رگرسیونی قرار ندارد.

مقدار F نیز نشان می دهد که رابطه رگرسیونی در اینجا رابطه مناسبی است. به عبارت دقیق تر مقدار F به دست آمده که برابر با ۱۶۶.۳۷۳ به دست آمده است که در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ معنادار است، نشان از آن دارد که متغیر مستقل قادر است به خوبی تغییرات متغیر وابسته را تبیین کند.

با توجه به یافته های تحقیق مشخص می شود که فرضیه پذیرفته می شود. بنابراین باید گفت که بین توجه افراد به مستندهای پخش شده و مسئولیت پذیری در برقراری امنیت اجتماعی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. بدین صورت که هر چقدر افراد توجه بیشتری به این مستندها داشته اند و بیشتر مخاطب این مستندها بوده اند در برقراری امنیت اجتماعی مسئولیت پذیرتر بوده اند. از آنجایی که این فرضیه به عنوان مهمترین فرضیه تحقیق می باشد باید گفت که بر اساس نتایج تحقیق مستندهای پخش شده نیروی انتظامی از صدا و سیما بر مسئولیت پذیری افراد در برقراری امنیت اجتماعی تاثیر گذار بوده است و افرادی که این مستندها را نگاه می کنند و به آن توجه می کنند بیشتر از کسانی که این مستندها را نگاه نمی کنند در برقراری امنیت اجتماعی مسئولیت پذیرند.

تحلیل رگرسیونی توجه به مستندها و مسئولیت پذیری در قبال امنیت اجتماعی

Sig	F	Adj R Square	R Square	R	متغیر مستقل
۰.۰۰۰	۱۶۶,۳۷۳	۰,۳۰۴	۰,۳۰۶	۰,۵۵۳	توجه به مستندها

بحث و نتیجه گیری

مسئله امنیت اجتماعی یکی از مهمترین دغدغه های انسان و جوامع بوده است و همواره ذهن بشر را به خود مشغول داشته است. از این رو همواره در جوامع نهادهایی وجود دارند که مسئولیت برقراری امنیت و نظم را در جامعه به عهده دارند. اما زمانی امنیت به صورت پایدار و همه جانبه در جامعه به دست می آید که همه مردم جامعه در کنار نهادهای متولی امنیت برای دستیابی به آن تلاش و

همکاری کنند. نیروی انتظامی اصلی ترین نهاد متولی امر امنیت در جامعه ماست که طی سالیان گذشته از طریق همکاری با دستگاه های دیگر تلاش هایی را برای جلب مشارکت های عمومی شهروندان در برقراری امنیت داشته است. یکی از این تلاش ها همکاری نیروی انتظامی و صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در ساخت و تهیه مستندهایی است که در آن به مسائلی مانند امنیت اجتماعی، جرائم و انحرافات اجتماعی پرداخته می شود که از رسانه ملی پخش می شود.

مهمترین اهدافی که این مستندها در پی دستیابی به آن هستند جلب نمودن توجه عموم مردم جامعه به مسائل و معضلات اجتماعی و افزایش آگاهی های عمومی نسبت به این معضلات است تا در نهایت افراد با داشتن بصیرت لازم نسبت به این مسائل کنش های مناسبی را برای برقراری امنیت اجتماعی داشته باشند و در قبال اطرافیان و جامعه، خود را مسئول بدانند. از این رو تحقیق حاضر به دنبال شناخت میزان اثرگذاری این مستندها بر مسئولیت پذیری شهروندان تهرانی در برقراری امنیت بود.

نتایج تحقیق در مورد میزان توجه افراد به مستندها نشان داد که میزان توجه افراد به این مستندها در حد متوسط رو به بالاست. در مورد مسئولیت پذیری افراد در برقراری امنیت اجتماعی نیز نتایج نشان داد که افراد در برقراری امنیت اجتماعی مسئولیت پذیری بالایی دارند. در مورد رابطه بین دو متغیر نتایج نشان داد بین میزان توجه افراد به مستندها و هر سه بعد شناختی، عاطفی و عملکردی مسئولیت پذیری در برقراری امنیت رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد. همچنین بین میزان توجه به مستندها و شاخص کلی مسئولیت پذیری در برقراری امنیت نیز رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد. بنابراین در نهایت می توان به این نتیجه دست یافت که میزان توجه افراد به مستندهای پخش شده نیروی انتظامی از صدا و سیما بر مسئولیت پذیری افراد در برقراری امنیت تاثیرگذار است. بدین صورت که هرچه قدر افراد توجه بیشتری به این مستندها و پیام های این مستندها داشته اند، در قبال امنیت خود و اطرافیان و سایر شهروندان جامعه مسئولیت پذیری بیشتری دارند.

مهمترین دستاورد تحقیق حاضر این است که مشخص شد افرادی که توجه بیشتری به مستندهای پخش شده انتظامی از صدا و سیما، مسئولیت پذیری بیشتری در برقراری امنیت از خود نشان داده اند. نتیجه پیش رو با این رهیافت تئوریک قابل تبیین است که بر اساس نظریه های تاثیر رسانه ای، رسانه ها بر ذهن و اندیشه مخاطبان خود تاثیر می گذارد. رسانه می تواند بر کنش های افراد تاثیر بگذارد و افراد را به سوی رفتاری خاص سوق دهد هر چند میزان این تاثیر می تواند با توجه

به سایر ویژگی های فردی و اجتماعی متفاوت باشد.

مستندهای پخش شده نیروی انتظامی از صدا و سیما مخصوصا مستند شوک با ارائه روش های نوین مستند سازی بر ذهن و اندیشه و عمل مخاطبان خود تاثیر گذار بوده است و این را یافته های این تحقیق تصدیق می کند. شکل گیری این الگوهای فکری و کشتی در ذهن شهروندان باعث می شود عمل اجتماعی و مسئولیت پذیری آنها نیز تحت تاثیر این الگوسازی ها قرار گیرد. به طور قطع این مستند ها با ارائه اطلاعات از وضعیت ناامنی و آسیب های پیش روی افراد جامعه ذهن آنها در در مورد بسیاری از مسائل اجتماعی در گیر می کند و بدین صورت افراد خود را در چارچوب هایی قرار می دهند که در قبال خود و اطرافیان خود مسئول باشند و ناامنی های اطراف خود را بشناسند و سعی در برطرف کردن آنها داشته باشند.

Archive of SID

- آذرینواز، خیراله و آزاد، حسین. (۱۳۸۳). بررسی آزمایشی نقش فیلم مستند و کاریکاتور با محتوای ضد اعتیاد در تغییر نگرش دانش آموزان دختر و پسر دبیرستانی منطقه ۷ تهران نسبت به اعتیاد و مقایسه آنها، اعتیاد پژوهی، سال دوم، شماره ۶.
- ایمان، محمد تقی و همکاران. (۱۳۸۹). بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی جوانان و احساس امنیت اجتماعی، فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، شماره ۲۴
- باصری، احمد. (۱۳۸۹). کارکردهای عملیات روانی رسانه ای: مطالعه موردی بی بی سی فارسی، فصلنامه عملیات روانی، شماره ۲۷
- بای، محمد. (۱۳۹۱). نقش دو نهاد آموزش و پرورش و صدا و سیما در پیشگیری از وقوع جرم و جنایت، همایش ملی پیشگیری از جرائم و آسیب های اجتماعی
- حبیب زاده، اصحاب و محمدی اطهر، علی رضا. (۱۳۸۴). بررسی نقش آگهی های (تیزرهای) تلویزیونی معاونت راهنمایی و رانندگی نیروی انتظامی در کاهش جرایم رانندگی در تهران بزرگ، فصلنامه دانش انتظامی، شماره ۲۴
- دادخواه جویباری، توحید. (۱۳۹۲). تبیین اجتماعی پنداشت از پلیس و مسئولیت پذیری افراد در قبال امنیت اجتماعی، اداره کل مطالعات و تحقیقات معاونت اجتماعی ناجا
- دادگران، محمد. (۱۳۸۵). مبانی ارتباطات جمعی، تهران: نشر مروارید
- دعاگویان، داود و همکاران. (۱۳۹۰). بررسی نقش تبلیغات عمومی فاتب در میزان آشنایی مردم با طرح انضباط اجتماعی، فصلنامه مطالعات مدیریت نظامی، سال ششم، شماره ۴
- رستگارپناه، حسن و سلطانی فر، محمد. (۱۹۱). راهبردهای رسانه ای امنیت پایدار، آفاق امنیت، شماره ۱۵
- سبجانی نژاد، مهدی و فردانش، هاشم. (۱۳۷۹). مسئولیت پذیری اجتماعی در برنامه درسی کنونی دوره ابتدایی در ایران، مدرس دوره ۴، شماره ۱
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز. (۱۳۸۱). نظریه های ارتباطات، ترجمه: دهقان، انتشارات دانشگاه تهران
- ضرابی، اصغر و همکاران. (۱۳۹۱). سنجش عوامل مؤثر بر احساس امنیت شهروندان شهر مشهد با تأکید بر عملکرد پلیس و رسانه های جمعی، مجله پژوهش های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، شماره ۲
- فرهنگ نامه تولید: ضوابط و معیارهای کیفی و کمی برنامه سازی صدا و



- سیمای جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۷۰). اداره کل روابط عمومی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران
- قاسمی، محمد. (۱۳۸۶). رسانه های جمعی و امنیت اجتماعی، فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، شماره های ۱۱ و ۱۲
 - لتیل جان، استیفن. (۱۳۸۴). نظریه های ارتباطات، ترجمه مرتضی نوربخش و اکبر میرحسینی، تهران: نشر جنگل
 - مهدیزاده، محمد. (۱۳۸۴). مطالعه تطبیقی نظریه کاشت و دریافت در ارتباطات؛ انتشارات سروش، تهران
 - نعمتی انارکی، داوود و ترابی، علیرضا. (۱۳۹۰). نیروی انتظامی، امنیت اجتماعی و رسانه ها، اداره کلی مطالعات و تحقیقات اجتماعی ناجا
 - نوید نیا، منیژه. (۱۳۸۴). بررسی ابعاد امنیت اجتماعی. رساله دکتری، رشته جامعه شناسی، دانشگاه آزاد واحد گرمسار
 - وطن دوست، رضا. (۱۳۸۸). مسئولیت پذیری و مسئولیت گریزی: فرهنگ روابط اجتماعی در آموزه های اسلامی، مشهد: دانشگاه علوم اسلامی رضوی
 - Comer, Jonathan S & et al. (2008). Media Use and Children's Perceptions of Societal Threat and Personal Vulnerability, Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology, Volume 37, Issue 3
 - Dowler, Kenneth & et al. (2003). MEDIA CONSUMPTION AND PUBLIC ATTITUDES TOWARD CRIME AND JUSTICE: THE RELATIONSHIP BETWEEN FEAR OF CRIME, PUNITIVE ATTITUDES, AND PERCEIVED POLICE EFFECTIVENESS, Journal of Criminal Justice and Popular Culture, 2(10)
 - Glenn.H.S & J.Nelson,(1988).Raising self-reliant children in a self-indulgent world: seven building blocks for developing capable young people. Rocklin,CA,prima and communications
 - Jackson, J. (2006) Introducing fear of crime to risk research, Risk analysis, Vol. 26, No. 1
 - Purta, Judith Torney, Rainer Lehmann, Hans Oswald, Wolfram Schulz (2001). International association for the evaluation of educational achievement(IEA), Amsterdam, the Netherlands