

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دانشگاه علامه طباطبائی
دانشکده علوم اجتماعی
گروه علوم ارتباطات اجتماعی

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی

نقش مطبوعات در ارتقای احساس امنیت اجتماعی

(ارائه راهکاری برای دبیران سرویس حوادث روزنامه های سراسری)

استاد راهنما:

سرکار خانم دکتر مهدخت بروجردی

استاد مشاور:

دکتر علی اصغر محکی

پژوهشگر:

علی رحیمی

سال تحصیلی

۸۸-۸۹

تقدیر و تشکر:

در اینجا جا دارد از زحمات استاد ارجمند سرکار خانم دکتر بروجردی که زحمت راهنمایی این پژوهش را برعهده گرفتند و استاد گرانقدر جناب آقای دکتر محکی که کسوت استاد مشاوره را در این پژوهش قبول کردند، تشکر کنم.

همچنین جا دارد از اساتید گرانقدر دکتر افخمی و دکتر فرقانی که در طول مسیر تحقیق همواره مرا مورد لطف قرار داده و یاری نمودند تا با قوت قلب بیشتری به امور مطالعاتی و پژوهشی بپردازم تقدیر می کنم.

چکیده تحقیق

این تحقیق به بررسی نقش مطبوعات در ارتقای احساس امنیت اجتماعی می پردازد. محقق در ابتدا بعد از بررسی تحقیقات پیشین و با علم به اینکه مطبوعات با توجه به کارکرد وجودی شان می توانند نقش موثری در ارتقای احساس امنیت داشته باشند، پژوهش خود را با بهره گیری از یکی از موثرترین نظریه های تاثیر رسانه ها بر جامعه یعنی نظریه برجسته سازی اجتماعی آغاز کرد.

قبل از آغاز عملیات اجرایی تحقیق، با وجود پژوهشهای زیادی که در زمینه رفتار ارتباطی گزینشگران خبر صورت گرفته - از جمله تحقیق دیوید رایت، اسنایدر، شفه و ... - و اثبات این نظر که گزینشگران مطالب روزنامه ها، در انتخاب مطالب در درجه اول تحت تاثیر تمایلات، نگرشها و دیدگاههای شخصی خود هستند، محقق در گام اول خود بار دیگر این مسئله را به بوته آزمایش نهاد تا تاثیر تمایلات و تجربیات شخصی دبیران سرویس حوادث روزنامه های سراسری کشور را نیز در این خصوص ارزیابی کند.

بر اساس پاسخهای به دست آمده از ۲۳ دبیرسرویس صفحه حوادث روزنامه های سراسری، اصلی ترین معیار انتخاب اخبار از منظر آنها مبتنی بر تجارب شخصی و معیارها و ضوابطی است که آنها بر مبنای تخصص علمی خود به دست آورده اند که این نشان از آن دارد که فشار درون سازمانی و برون سازمانی نقش زیادی بر روند کار آنها نداشته و ارائه چارچوبی مشخص برای آنها می تواند در عمل به اجرا در آید.

در ادامه پژوهشگر، بر اساس مطالعات نظری و تجارب شخصی محقق و گفتگو با دبیران سرویس حوادث و اساتید روزنامه نگاری ۱۰۵ گویه را مبتنی بر ۵ متغیر نحوه چینش مطالب، نحوه نوشتن تیتراژ، نوشتن لید، متن، عکس و طراحی و در اختیار پاسخگویان قرار داد. در این مرحله از آنها خواسته شد تا نظر خود را در خصوص نقش محتوای این گویه ها بر احساس امنیت اجتماعی با پاسخ دارد / ندارد اعلام کنند.

بعد از تجزیه و تحلیل این گویه، پاسخگویان ۸۷ گویه از ۱۰۵ گویه را به عنوان مقوله هایی که می توانند در احساس امنیت اجتماعی تاثیر گذار باشند، انتخاب کردند.

در مرحله بعدی محقق ۸۷ گویه را با استفاده از مقیاس لیکرت در پرسشنامه ای ۵ درجه ای (از کاملاً موافق تا کاملاً مخالف) ترسیم و بار دیگر در اختیار پاسخگویان قرار داد.

مقایسه نظرات دو گونه پاسخگو بر اساس نمرات استاندارد نشان داد که از میان ۸۷ گویه، پاسخگویان با محتوای ۷۷ گویه موافق و در مورد مضمون ۱۰ گویه اختلاف نظر داشتند.

گویه های مورد اختلاف بار دیگر در اختیار پاسخگویان قرار گرفت و ضمن مصاحبه های عمقی با پاسخگویان اکثریت، با دلیل و مدرک دلایل انتخاب این گویه ها در اختیار پاسخگویانی که در اقلیت بودند گذاشته شد اما این گروه حاضر به پذیرش دلایل گروه اکثریت در خصوص ۱۰ گویه باقیمانده نشدند.

لاجرم با توجه به پافشاری گروه اقلیت بر دیدگاه خود و عدم همکاری برخی پاسخگویان در چهارمین دوره ارتباط با آنها و محدودیت زمان تحقیق با تصویب تیم اجرایی، مرحله سوم تحقیق آغاز شد. بر پایه این مرحله موارد مورد اختلاف پاسخگویان به رای و داوری کارشناسان مرتبط با این حوزه یعنی جرم شناسان، جامعه شناسان و روانشناسان گذارده شد و با تجزیه و تحلیل داده های این مرحله چارچوب مورد نظر محقق طراحی شد.

بر اساس چارچوب ترسیم شده، متن خبر مهمترین بخشی است که دبیران سرویس حوادث باید به نحوه نگارش آن دقت نمایند، بعد از آن عکس، لید و تیترا به ترتیب ۳ متغیر دیگری هستند که از نظر متخصصان می تواند بر احساس امنیت اجتماعی تاثیر گذار باشد. همچنین بر مبنای دیدگاه متخصصان نحوه چینش مطالب تاثیر چندانی بر احساس امنیت اجتماعی ندارد.

فهرست مطالب

فصل اول

۵	بیان مسئله
۵	ضرورت و اهمیت موضوع
۸	هدف تحقیق
۸	روش شناسی
۹	پیشینه تحقیق

فصل دوم

چارچوب مفهومی

۲۰	مقدمه
۲۱	امنیت اجتماعی
۲۳	شاخص های امنیت اجتماعی
۲۵	ابعاد امنیت اجتماعی
۲۶	مفهوم احساس امنیت اجتماعی
۲۷	انواع احساس امنیت اجتماعی
۳۱	شاخص های احساس امنیت اجتماعی
۳۶	راههای ارتقای احساس امنیت اجتماعی
۳۷	جایگاه رسانه های جمعی در ارتقای احساس امنیت اجتماعی
۳۸	کارکرد رسانه های جمعی در جهت ارتقای احساس امنیت اجتماعی
۳۹	رسانه های جمعی و مساله تاثیرگذاری
۴۲	مطبوعات و اثرگذاری
۵۰	نقش مطبوعات در احساس امنیت اجتماعی
۵۶	معیارهای گزینش اخبار حوادث

چارچوب نظری

۶۱	مقدمه
۶۲	تعریف برجسته سازی

۶۲ تاریخچه برجسته سازی
۶۴ فرآیند برجسته سازی
۶۷ چه کسی اولویت رسانه های را مشخص می سازد
۶۸ نظریه برجسته سازی و احساس امنیت اجتماعی

فصل سوم

۷۰ روش دلفی
۷۳ مراحل اجرای یک مطالعه به روش دلفی
۷۶ اعتبار در روش دلفی
۷۷ پایایی در روش دلفی
۷۸ مراحل اجرای تحقیق

فصل چهارم

۸۳ یافته های مرحله اول تحقیق
۸۳ یافته های مرحله دوم تحقیق
۹۶ یافته های مرحله سوم تحقیق

فصل پنجم

۱۰۱ بحث و نتیجه گیری
۱۰۷ منابع
۱۱۴ پیوست

فهرست نمودارها و جداول

۹ ایجاد امنیت از منظر دکتر دلاور.....
۶۶ برجسته سازی از منظر مک کامبز.....
۶۷ برجسته سازی از منظر ویندال و همکاران.....
۷۳ مراحل اجرای مدل دلفی.....
۷۹ جدول ۱-۳.....
۸۱ نمودار متغیرهای تحقیق.....
۸۶ جدول گویه های مورد توافق که به نظر پاسخگویان موجب افزایش احساس امنیت می شوند.....
۹۱ جدول گویه های مورد توافق پاسخگویان بر مبنای متغیر های ۵ گانه.....
۹۴ جدول گویه های مورد که مضمون آنها موجب کاهش احساس امنیت می شود.....
۹۷ جدول گویه های مورد اختلاف.....
۱۰۴ الگوی به دست آمده از تحقیق.....
۱۱۱ پیوست ها.....

فصل ۱

کلیات تحقیق

۱-۱- بیان مسئله

«مطابق ماده ۱۰۰ قانون برنامه چهارم توسعه، دولت مکلف است به منظور ارتقای حقوق انسانی، استقرار زمینه های رشد و تعالی و احساس امنیت فردی و اجتماعی در جامعه و تربیت نسل فعال، مسئولیت پذیر، ایثارگر، مومن، رضایتمند و برخوردار از وجدان کاری، انضباط با روحیه تعاون و سازگاری اجتماعی متعهد به انقلاب و نظام اسلامی و شکوفایی ایران و مفتخر به ایرانی بودن «منشور حقوق شهروندی» را مشتمل بر محورهای ذیل به تصویب مراجع ذیربط برساند:

- تامین آزادی و امنیت لازم برای رشد شکل های اجتماعی در زمینه صیانت از حقوق کودکان و زنان
- حفظ و صیانت از حریم خصوصی افراد
- ارتقای احساس امنیت اجتماعی و...^۱.

همانگونه که ملاحظه می شود یکی از برنامه های مهم دولت در عرصه های مختلف توسعه کشور، تامین احساس امنیت اجتماعی است تا مردم زیر سایه امنیت پایدار بتوانند گامهای مستحکم خود را در مسیر مشارکتهای اجتماعی به راحتی بردارند و موظف است تا از طرق مختلف بر آن صحه نهد. اما اولین سوالی که در تحقق این مسئله به ذهن خطور می کند این است که احساس امنیت اجتماعی چگونه به وجود می آید؟

بطور کلی احساس ناامنی از فرد آغاز می شود و بعد از عجز شدن با روان فرد به ناگاه در جامعه رخ می نماید؛ به عبارت دیگر فرد با مواجهه با یک حادثه اجتماعی مثل تجاوز به یک زن، آدم ربائی، سرقت مسلحانه و ... و یا خواندن این حوادث در یک روزنامه، رسانه و یا حتی ارتباطات میان فردی به ناگاه دچار ترس و وحشت می شود و با تکرار این گونه حوادث به مرور زمان احساس ناامنی می کند و این احساس ناامنی اندک اندک به افراد دیگر تسری می یابد و مشکلات بسیاری جدی در جامعه ایجاد می کند.

آبراهام مازلهو در خصوص مشکلاتی احتمالی که احساس ناامنی در جامعه ایجاد می کند موارد ذیل را بر می شمرد:

- احساس طرد شدن، مورد عشق و علاقه دیگران نبودن
- احساس تنهایی
- احساس اینکه دائماً در معرض خطر قرار دارد
- ادراک دنیا به عنوان مکانی تاریک، خصمانه و خطرناک
- دیدن دیگران به عنوان افرادی بد، شیطانی و خودخواه

^۱ سازمان مدیریت و برنامه ریزی (۱۳۸۳)، قانون برنامه چهارم توسعه

- احساس عدم اعتماد، حسادت و بخل
- گرایش به ناخشنودی و نارضایتی از خود و محیط
- احساس تنش فشار و کشمکش درونی توأم با خستگی و بی حوصلگی، ناراحتی، کابوس و بی ارادگی
- گرایش به عیب جویی زیاد نسبت به خود
- احساس گناه و شرمندگی
- اختلال در پذیرش خود، نیاز به قدرت و مقام اجتماعی، جاه طلبی، پیشرفت و پرخاشگری یا بالعکس
- احساس خودآزاری، وابستگی به دیگران، احساس بیچارگی و درماندگی و تسلیم در برابر ناملازمات
- میل دائمی و شدید برای یافتن هدفهای مکرر و متغیر و کاذب
- خودخواهی، خودمداری و اشتغالات ذهنی شدید و متغیر (رجبی پور، ۱۳۸۲: ۱۷)
وقوع اینگونه مشکلات که تماماً از منظر این اندیشمند زاییده احساس ناامنی فرد در جامعه است در گذر زمان خالق اختلالات متعددی در روابط فرد با دیگران خواهد بود و این اختلال به مرور فرد را در مقابل معضلات اجتماعی آسیب پذیر می کند.
از سوی دیگر این مسئله اندک اندک رابطه فرد با اطرافیان را سست نموده و همانگونه که در نظریه نظم اجتماعی مطرح می گردد به همان میزان که احساس تعلق افراد به جمع سست شود، به همان نسبت نیز اعتماد اجتماعی، نظم هنجاری و تعهدات جمعی و عمومی تضعیف می شوند. (چلبی، ۱۳۷۵: ۱۵۷) و این معضل می تواند تا آنجا پیش رود که به فروپاشی و اضمحلال جامعه بگراید.
اهمیت غیرقابل انکار مقوله احساس امنیت اجتماعی در جامعه نیاز به ارائه طرح هایی سازنده و پایدار در جهت ارتقای آن ضروری می کند. اما چگونه می توان یک طرح سازنده و کاربردی را در مسیر ارتقای احساس امنیت اجتماعی طراحی کرد؟ برای رسیدن به این مهم شناسایی سازمانهایی که در این امر دخیل هستند مسئله بسیار مهمی تلقی می شود.
پلیس، آموزش و پرورش، صدا و سیما، وزارت فرهنگ و ارشاد، مراکز علمی و دانشگاهی، بسیج، نهادهای دینی مثل سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان تامین اجتماعی، وزارت کشور، مطبوعات و ... از جمله نهادها و سازمانهایی هستند که به تناسب وظیفه خود در جامعه، در تامین احساس امنیت اجتماعی نیز نقش دارند.
با توجه به اینکه این پایان نامه در عرصه ارتباطات به نگارش در می آید، محقق به دنبال آن است تا با اشاره

به نقش یکی از مهمترین وسایل ارتباط جمعی - مطبوعات^۱ - در این عرصه، چارچوبی مناسب در جهت انتشار مطالب با تاکید بر تأثیری که این مطالب بر احساس امنیت اجتماعی مخاطبان ایجاد می‌کند برای آنها بتسیم کند.

۲-۱- ضرورت و اهمیت موضوع

بی تردید هیچ عنصری برای پیشرفت، توسعه و تکامل یک جامعه و نیز شکوفایی استعدادها مهمتر از امنیت و تامین آرامش در جامعه نیست؛ به بیان دیگر از ساده ترین مناسبات اجتماعی نظیر ارتباطات رودررو تا پیچیده ترین تعاملات بشری امروز که تحت عناوین گوناگونی چون فعالیت های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ... مطرح است، زیر نفوذ مباحث امنیتی قرار دارد و بی شک بدون امنیت تصور شکل گیری و تداوم فعالیت ها تا اندازه ای غیر ممکن است.

اهمیت امنیت در جامعه به اندازه ای است که مازلو در هرم سلسله مراتب نیازهای بشری خود بعد از نیازهای جسمانی امنیت را به عنوان دومین نیاز بشری مطرح می کند. وی در خصوص اهمیت امنیت و ایمنی می گوید: نیاز جسمانی با نیاز به امنیت و ایمنی تعقیب می شود. به محض سیر شدن شکم و رفع نیازهای جسمانی، نیاز ایمنی مطرح می شود که از یکسو تداوم وضع موجود است یعنی اینکه در آینده نیز بتواند سیر شود و از سوی دیگر صیانت ذات و بودن در صحنه زندگی برای انسان مطرح است... نیاز امنیت و ایمنی در کنار نیاز جسمانی را نیازهای اولیه می گویند چرا که بودن و نبودن آنها موجب بودن یا نبودن آدمی می شود. (فرهنگی، ۱۳۸۶: ۱۳۱-۱۳۲)

«ویتو منتزل»^۲ از فرماندهان گروه ویژه عملیات پلیسی شهروند- محور در بالتیمور در این خصوص معتقد است: احساس ناامنی بدتر از خود ناامنی است، وقوع یک مورد جرم یا پدیده ناامنی ممکن است یک یا دو قربانی داشته باشد، اما همین حادثه ممکن است هزاران نفر را بترساند و شیوه زندگی و طرز تفکر آنها را تغییر دهد (حسینی، ۱۳۸۶: ۲).

متأسفانه در کشور ما به اندازه ای که امنیت اجتماعی وجود دارد احساس امنیت اجتماعی دیده نمی شود. به عنوان مثال در تحقیقی ثابت شد که نرخ سرقت از منازل در ایران ۲ و در انگلیس ۲۰ در هزار است. به ازای یک هزار منزل مسکونی در ایران ۲ منزل و در انگلستان ۲۰ منزل در طول سال مورد سرقت قرار می گیرند. این مقایسه آماری نشان از آن دارد که اگرچه ضریب امنیت در ایران بالاتر از

^۱ میزان تأثیر مطبوعات بر احساس امنیت اجتماعی در سطح بسیار پایینی نسبت به دیگر سازمانها از جمله نیروی انتظامی، صدا و سیما، وزارت آموزش و پرورش و... قرار دارد اما بی گمان اگر بخواهیم در این مسیر حساس قدم برداریم هر سازمانی ولو کوچک با عملکرد مناسب خود می تواند نقش بسزایی ایفا کند.

^۲ wito mentzel

انگلیس است؛ اما احساس امنیت شهروندان ایرانی کمتر از احساس امنیت شهروندان انگلیسی است. (بیابانی، ۱۳۸۴: ۹۲)

بی تردید از این مسئله براحتی نمی توان گذشت و نیاز به تدبیری خلاقانه امری بدیهی است، تدبیری که بی شک نام رسانه های جمعی - به عنوان یکی از تاثیر گذارترین ابزار برای هدایت عمومی - بویژه مطبوعات را نیز با خود به یدک بکشد.

رسانه های جمعی به دلیل کارکرد و نقش فعالی که در دنیای امروز دارند بر بسیاری از جنبه های گوناگون زندگی سایه افکنده و اثرات غیرقابل تردیدی برجای گذارده اند تا جایی که اندیشمندانی نظیر مک لوهان، دیوید رایزمن، فردیناندو تونیس و ... تحولات تاریخی و دوره های متعاقب آن را ب واسطه ظهور وسایل ارتباط جمعی دانسته و معتقدند این دوره های تاریخی تحت سلطه مجموعه خاص از رسانه ها ب وجود آمده اند. (ساروخانی، ۱۳۸۷: ۴۳).

بر همین مبنا می توان چنین استدلال کرد که رسانه ها می توانند تاثیر بسزایی بر احساس امنیت اجتماعی داشته باشند، همچنان که تحقیقات و پژوهشهای به عمل آمده در حوزه اثرات اجتماعی رسانه های جمعی نیز موید این مطلب هستند که فن آوری رسانه ای در کنار پیشرفت های حاصل از نحوه بکارگیری موثر آنها بر نظام اجتماعی و به تبع آن امنیت اجتماعی اثرات غیرقابل تردیدی به جای می گذارد.

با توجه به اهمیتی که رسانه های جمعی می توانند در ارتقای احساس امنیت اجتماعی در جامعه ایفا نمایند در این تحقیق پژوهشگر به دنبال ارائه راهکاری مناسب برای افزایش احساس امنیت از طریق رسانه های جمعی با تکیه بر یکی از پرمخاطب ترین رسانه های جمعی یعنی مطبوعات است.

۳-۱- فرضیه تحقیق

طرح و بررسی فرضیه در مطالعات دلفی مانند مطالعات کمی مطرح نیست زیرا فرضیه برآمده از اعتقادات پژوهشگر یا یک نظریه است و در واقع چیزی است که محقق انتظار دارد رد یا قبول شود، در حالیکه مطالعه دلفی مبتنی بر ذهنیت و عقاید گروه خبرگان- کارشناسان و صاحب نظران انتخاب شده برای اجرای طرح- و به نوعی اکتشافی است.

۴-۱- هدف تحقیق

هدف از این تحقیق تعیین یک چارچوب برای دبیران سرویس حوادث روزنامه های سراسری در جهت ارتقای احساس امنیت اجتماعی در جامعه از طریق موثرترین و مناسب ترین قالبهای پیام رسانی در این صفحات است.

۵-۱- روش شناسی

الف: جامعه آماری: جامعه آماری این تحقیق را دبیران سرویس حوادث روزنامه های سراسری و اساتید علوم ارتباطات که در عرصه روزنامه نگاری فعال می باشد تشکیل می دهد.

ب: روش تحقیق: در این تحقیق از روش دلفی استفاده می شود . هدف از تحقیق دلفی تسهیل حل مسأله، نیازسنجی ، هدف گذاری، کمک به برنامه ریزی، تعیین اولویت، پیش بینی آینده ، خلاقیت، سازمان دهی ارتباطات گروهی، جمع آوری گروهی اطلاعات، آموزش گروه پاسخ دهنده ، تعیین سیاست ها، تخصیص منابع و اجماع یا توافق گروهی می باشد.از دلفی زمانی که نیاز به قضاوت متخصصان و نظرات گروه وسیع، توافق گروهی در دستیابی به نتایج ، وجود مشکل پیچیده و ... است استفاده می شود.

ج: تکنیک جمع آوری داده ها : در این تحقیق با استفاده از ابزار پرسشنامه و مصاحبه برای سنجش نگرش و نظرات جامعه آماری استفاده می شود.

فصل ۲

ادبیات تحقیق و مبانی

نظری

۱-۴ پیشینه تحقیق

پدیده های اجتماعی وابسته به گذشته اند و در زنجیره ای از تداوم جای می گیرند و هویت آنها بدون در نظر گرفتن گذشته ای که در آن تکوین و تبلور یافته اند، به دست نخواهد آمد (ساروخانی، ۱۳۸۲: ۱۴۶) به عبارتی هیچ تحقیقی در عرصه علوم اجتماعی و انسانی نمی تواند در خلاء شکل گیرد و به نتایج قابل قبول برسد مگر آنکه پایه های خود را به صورت مختلف، بر تحقیقات پیشین استوار سازد و با استناد بر یافته های آنها گام به سمت شناخت زوایای تاریک دانش بردارد. این تحقیق نیز به مثابه هر تحقیق دیگر در عرصه اجتماعی و انسانی برای به دست آوردن نتایج دقیق و قابل قبول، نیازمند بهره گیری از نتایج تحقیقات پیشین است تا علاوه بر اجتناب از دوباره کاری، پایه های تحقیق را با استناد بر یافته های علمی استوار سازد و با به دست آوردن نتایج تازه، یک گام به سوی جلو بردارد.

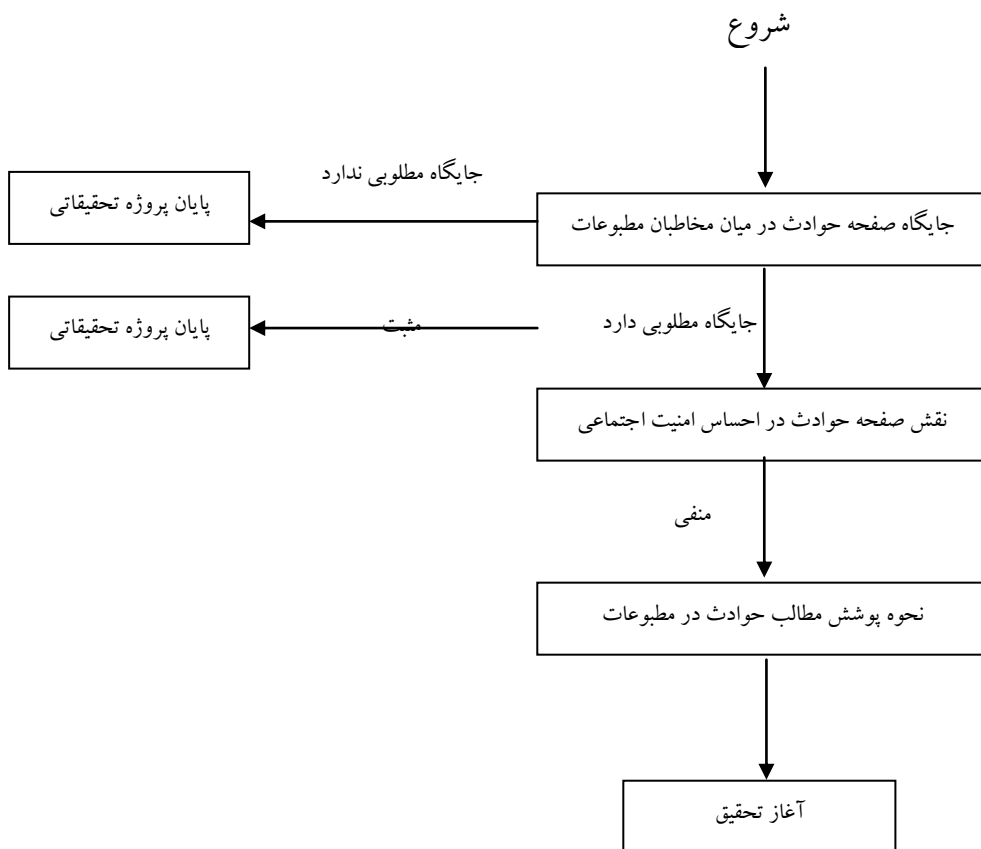
به منظور شناسایی نقشی که صفحات حوادث مطبوعات می توانند در ارتقای احساس امنیت داشته باشند و محقق را از هرگونه ابهام احتمالی دور کند، سوالاتی که در زنجیره سوال پژوهشگر قرار گیرد و می تواند محقق را در شروع یک راه تازه یاری کنند عبارتند از:

الف: آیا صفحه حوادث جایگاهی در میان مخاطبان مطبوعات دارد یا خیر؟

ب: آیا صفحه حوادث تاثیری در کاهش یا افزایش احساس امنیت اجتماعی در جامعه دارد یا خیر؟ جهت گیری به چه سمتی است منفی یا مثبت؟

ج: اگر پاسخ سوال «ب» منفی است نحوه پوشش مطالب صفحه حوادث به چه نحوی است که موجب احساس ناامنی در مخاطب می شود؟

همانگونه که در شکل فوق می بینید ما با یک زنجیره به هم پیوسته از سوالات روبرویم، که طی آن ابتدا باید بدانیم که آیا صفحه حوادث جایگاهی در میان مخاطبان مطبوعات دارد یا خیر؟ اگر جایگاه مطلوبی در میان مردم دارد و می توان به عنوان یک منبع موثر از آن نام برد آیا صفحه حوادث تاثیر در کاهش یا افزایش احساس امنیت اجتماعی در جامعه دارد یا خیر؟ و در صورتی که تاثیر دارد، جهت گیری به چه سمتی است منفی یا مثبت؟ و بالاخره اگر جهت گیری منفی است نحوه پوشش اخبار حوادث چگونه است که توانسته است در مخاطبان خود ایجاد ناامنی کند؟



لذا پژوهشگر در صورتی قادر به اجرای تحقیق است که تمامی مراحل بالا از طریق محققان قبلی به مرحله اجرا در آمده باشد به عبارتی اگر ثابت شود که صفحه حوادث جایگاه مناسبی در میان مردم ندارد و یا هیچ تاثیری بر رفتار و روحیه افراد نمی تواند داشته باشد دیگر نیازی به تحقیق وجود ندارد؛ همچنین اگر تحقیقات پیشین ثابت کنند که نحوه پوشش مطالب حوادث با این سبک و سیاق مشخص خود، موجب ارتقای احساس امنیت است از ه مین ابتدا محقق پاسخ خود را دریافت می کند و تکرار آن هیچ مشکلی را رفع نخواهد کرد.

برای پاسخ به سوالات فوق تحقیقات متعددی از سوی محقق مورد بررسی قرار گرفت و با پیشینه این مسئله پاسخ های ذیل را برای محقق به همراه داشت:

بر طبق یک تحقیق پیمایشی که بهروز گرانپایه تحت عنوان «ارزیابی خوانندگان مطبوعات از انتشار اخبار حوادث» در قلمرو مناطق ۲۲ گانه شهر تهران انجام داد ثابت شد که صفحه حوادث جزو پرخواننده ترین موضوعات روزنامه ها و مجلات محسوب می شود و ۳۳/۵ درصد از جمعیت نمونه در پاسخ به این سوال که وقتی شروع به خواندن روزنامه یا مجله می کنید اول چه نوع مطالبی را می خوانید به موضوع حوادث اشاره کرده اند و عنوان نموده اند فراوانی آن در صدر موضوعات مورد علاقه خوانندگان به شمار می رود. گرانپایه در بخش دیگری از نتایج تحقیق خود اثبات کرد که ۵۶/۶ درصد از جمعیت نمونه اظهار کرده اند که اخبار حوادث روزنامه و مجلات را در حد زیاد و خیلی زیاد مطالعه می کنند.

محمد جاوید و جعفر شرافتی پور نیز در تحقیق خود، تحت عنوان «بررسی انتشار اخبار خشونت آمیز در مطبوعات و تاثیر آن بر احساس ناامنی» که به روش پیمایشی و براساس یک نمونه ۱۱۳۷ نفری از جمعیت بالای ۱۵ سال تهران به انجام رسید، ثابت کردند که در میان موضوعات مختلف مندرج در روزنامه ها، صفحه حوادث با ۲۲/۵ درصد فراوانی بیشترین حجم مورد مطالعه خوانندگان را به خود اختصاص داده است.

حال با توجه به حجم مخاطبان صفحه حوادث باید به این پرسش پاس — خ می دادیم که آیا رسانه های می توانند در ارتقای احساس امنیت اجتماعی نقش داشته باشند یا خبر؟

زهرا آقایی دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه شناسی دانشگاه اصفهان در پژوهش تحت عنوان «بررسی تاثیر رسانه های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی» به این سوال ما پاسخ داده است.

در این تحقیق آقایی به بررسی میزان تاثیر پذیری مخاطبان از رسانه ها و نقش رسانه ها در احساس امنیت اجتماعی پرداخته است. وی به منظور مطالعه تاثیر رسانه های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی، از شاخص های مدت زمان استفاده از رسانه ها و میزان توجه و انتخاب برنامه های خبری، سیاسی، میزان اعتماد به رسانه و نوع رسانه مورد استفاده، برای سنجش میزان تاثیر پذیری از رسانه استفاده کرد و برای سنجش احساس امنیت اجتماعی، امنیت اجتماعی را در پنج بعد عمومی، قضائی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی در قالب طیف لیکرت مورد سنجش قرار داد و با تحلیل رابطه میزان و کیفیت استفاده افراد از رسانه های جمعی و احساس امنیت اجتماعی از طریق آزمون های همبستگی نتیجه گرفت که بین میزان توجه به رسانه ها و احساس امنیت اجتماعی رابطه مثبت و سطح اطمینان حداقل ۹۵٪ وجود دارد. به عبارتی وی ثابت کرد که رسانه ها در احساس امنیت اجتماعی تاثیر گذارند.

بهرام بیات نیز در پژوهش دیگری تحت عنوان «تبیین جامعه شناختی احساس امنیت در بین شهروندان تهرانی (با تاکید بر نقش پرداخت رسانه ای و سرمایه اجتماعی)» که در قلمروی شهروندان بالای ۱۸ سال ساکن تهران به اجرا در آورد نتیجه گرفت که میزان تاثیر اخبار حوادث و جنایات در مطبوعات بر احساس امنیت از نظر ۲۸/۵ درصد پاسخگویان خیلی زیاد، از نظر ۳۹/۲ درصد زیاد، از نظر ۲۲/۸ درصد متوسط و تنها از نظر ۹/۵ درصد از پاسخگویان در حد کم و خیلی کم است.

دکتر حسین الیاسی در تحقیقی تحت عنوان «سنجش میزان تاثیر نشریات زرد در کاهش احساس امنیت و سلامت روانی زنان تهرانی» تاثیر این نشریات را بر احساس امنیت زنان مورد ارزیابی قرار داد.

وی ابتدا نمونه ای به حجم ۱۳۲۰ نفر را از بین دختران دانشجو و دبیرستانی، زنان خانه دار و زنان کارمند انتخاب کرد و بعد از تحقیق بر روی آنها ۱۳۰ نفر از آنها را که به صورت مستمر یک یا چند نشریه زرد را مورد مطالعه قرار می دهند به عنوان گروه آزمایش انتخاب نمود و از بین بقیه حجم نمونه ۱۳۰ نفر از زنان و دخترانی که نشریات زرد را نمی خوانند به عنوان گروه مقایسه برگزید و پس از

استفاده از یک مقیاس محقق ساخته و آزمایش دو گروه این نتایج را بدست آورد که مطالعه مستمر نشریات زرد:

- ۱- میزان اعتماد زنان به دیگران را به شدت کاهش می دهد.
 - ۲- این ترس را در زنان پدید می آورد که ممکن است اموال آنان توسط سارقین مورد دستبرد قرار گیرد.
 - ۳- بر وحشت زنان از اراذل و اوباش می افزاید.
 - ۴- ترس از وقوع حوادث و اتفاقات ناگوار را افزایش می دهد.
 - ۵- ترس و وحشت از مورد حمله واقع شدن و مورد تجاوز قرار گرفتن را افزایش می دهد.
- دکتر الیاسی در خصوص دلایلی این مسئله اضافه می کند بخش عمده محتویات نشریات زرد را گزارشات منفی رخدادهای ناگوار، خیانت ها و تجاوزات جنسی و فریب های متعدد به خود اختصاص می دهد و آشکار است که در خواننده دائمی این نشریات این باور شکل می گیرد که دنیای اطراف او را افرادی تشکیل می دهند که جز فریب دادن دیگران و تعدی و تجاوز به آنان، به چیز دیگری نمی اندیشند بعبارت دیگر مطالعه مستمر نشریات زرد موجب شکل گیری نگرش منفی به دنیای اطراف و دیگران و شکل گیری احساس ناامیدی، بدبینی و نگرانی مستمر به حال و آینده می شود.
- وی در بخش دیگری از نتایج خود آشکار می سازد که مطالعه نشریات زرد:

- ۱- احساس اضطراب زنان را افزایش می دهد.
 - ۲- بر ترس مرضی (نیازمند درمان) زنان می افزاید.
 - ۳- شدت بدبینی و سوء ظن زنان را مضاعف می کند.
 - ۴- حس پرخاشجویی و انتقام گیری زنان را افزایش می دهد.
 - ۵- روابط بین فردی زنان را دستخوش اختلال می سازد.
- بهرام بیات در پژوهش خود در این خصوص نیز ثابت کرد که میزان ترس از قربانی شدن با خواندن و یا شنیدن اخبار حوادث و جنایات برای ۱۰/۳ درصد بسیار کم، ۱۷/۷ درصد از پاسخگویان کم، ۳۴/۷ درصد در حد متوسط، ۲۳/۴ درصد زیاد و ۱۳/۹ درصد خیلی زیاد می باشد. (بیات، ۱۳۸۷: ۵۶)
- سورسن و همکارانش^۱ (۲۰۰۳) نیز در تحقیق دیگری، ثابت کردند که کاهش سلامت روانی زنان با افزایش مطالعه اخبار و حوادث جنایی و منفی رابطه مستقیم دارد. آنها ابتدا سطح سلامت روانی گروهی از زنان را اندازه گیری کردند آنگاه از آنها خواستند تا به مدت ۵ هفته مبادرت به مطالعه چند نشری حاوی مطالب مربوط به رخدادهای منفی و حوادث ضربه آمی بکنند. پس از اتمام ۵ هفته بار دیگر سطح سلامت روانی آنها اندازه گیری شد. نتایج تحقیق آشکار ساخت که مطالعه حوادث تروماژنیک به صورت معناداری موجب کاهش سطح سلامت روانی زنان مورد مطالعه قرار گرفته و اضطراب و میزان افکار

^۱ Severson

پارانویح (سوء ظن شدیدی نسبت به دیگران) آنان را افزایش داده بود. این محققان در تبیین یافته های خود بر «نقش واسطه های ذهنی در بروز اختلالات روانی» اشاره نموده اند. به باور آنها سلامت و بهاری روانی بیش از هر چیزی متأثر از افکار اتومانجک منفی است بنابراین هر عامل که بتواند این افکار را برانگیزد بر سطح سلامت یا اختلال روانی تأثیری می گذارد. از نظر سورن و همکارانش مطالعه مستمر رخدادهای منفی ذهنی را فعال می سازد و موجب گمی افتادن فرد در دام خطاهای شناختی و تفسیری معیوب می شود. چنین خطاها و تفسیری زمینه کاهش سطح سلامت را تقارلی می دهد. (الکسری، ۱۳۸۵: ۵۷)

در پژوهشی که به شناسایی مشکلات امنیتی - اجتماعی زنان در روابط شهری در میان ۸۵۰ نفر از زنان ۱۴ سال به بالا در شهر تهران پرداخت نشان داد که حدود ۷۴ درصد از پاسخگویان جرم و جنایت را در جامعه زیاد دیدند و ۶۶ درصد با شنیدن و یا خواندن اخبار جرم و جنایت در روابط خود احتیاط می کنند. (نجیبی ربیعی، ۱۳۸۴: ۹۸)

اما علت چیست؟ محتوای پوشش اخبار صفحه حوادث به چه نحوی است که موجبات احساس ناامنی در مخاطبان را فراهم می آورد؟ در تحقیقی که بهروز گرانپایه در قلمرو مناطق ۲۲ گانه شهر تهران انجام داد اثبات نمود که قتل، دزدی و آدم ربایی سه موضوعی است که خوانندگان مطبوعات در مطالعه صفحه حوادث آنها را بیشتر دنبال می کنند و جالب تر اینکه ۴۷/۷ از پاسخگویان در مطالعه اخبار حوادث به انگیزه اقدام توجه نموده اند و ۲۲/۷ درصد به دنبال چگونگی ارتکاب جرم هستند.

نور محمد جاوید و جعفر شرافتی پور نیز در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که در میان مطالب صفحه حوادث مورد مطالعه خوانندگان، قتل و حوادث جنایی، اختلافات خانوادگی و سرقت سه موضوع اولی است که خوانندگان دنبال می کنند؛ نکته جالب در این است که بر طبق نظر ۶۷/۱ درصد از پاسخگویان، اخبار خشونت آمیز در روزنامه بقیه بیشتری را به خود جلب می کنند. و جالب تر از آن، این مسئله است که با وجود حجم بسیار کم سه جرم ذکر شده^۱ در این دو تحقیق، بر طبق تحلیل محتوای مطبوعات، توجه به این سه جرم بیش از دیگر جرایم عنوان شده است.

^۱ مارش در مقاله ای با عنوان «بررسی تطبیقی پوشش خبری جرم در روزنامه ها آمریکا و دیگر کشورها» با تحلیل محتوای ۳۶ روزنامه آمریکایی و بررسی ۲۰ پژوهش دیگر در ۱۴ کشور جهان در دهه های هفتاد و هشتاد، به این جمع بندی رسید که جرم های خشونت آمیز بسیار بیشتر از آنچه در آمارهای رسمی آمده، در روزنامه ها بازتاب داشته است.