

نقش رسانه‌های جمعی در نظم و امنیت اجتماعی

علی‌اصغر مهری^۱ سید سعید ساعی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۱/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۲/۲۶

چکیده

امنیت یکی از اصلی‌ترین نیازهای جوامع بشری است و انسان‌ها تنها در سایه نظم و امنیت می‌توانند به ساحل نجات برسند. در واقع امنیت پایه اصلی برای پیشرفت اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در جامعه محسوب می‌شود. رسانه‌ها وسایلی برای جابجایی و انتقال اخبار می‌باشند، که در تمامی فعالیت‌های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و ... نقشی پررنگ دارند. رسانه‌های اجتماعی نقشی دوگانه در یک جامعه دارند. از یک طرف رسانه‌ها با اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی مردم و مدیریت صحیح می‌توانند سبب ایجاد آرامش وفاق در بین احاد جامعه شوند و از طرف دیگر، با انتشار اخبار کذب و جهت‌گیری‌های سیاسی در راستای تأمین اهداف یک دسته، گروه و یا سازمان باعث ایجاد بحران و اختلال در نظم و امنیت آن جامعه شوند. رسانه‌های جمعی نقش و کارکرد بسیار مهمی در ایجاد و حفظ امنیت در جامعه دارند. در واقع رسانه‌های اجتماعی از طریق آگاه‌سازی، تجزیه و تحلیل اخبار، فرهنگ‌سازی، بهره‌گیری از الگوهای ایرانی - اسلامی، اعتماد‌گرایی، قانون‌گرایی ... و در نهایت به دست آوردن اعتماد مردم نقش پررنگی در این زمینه دارند. بنابراین مراکز، دفاتر و سازمان‌های مربوط به نیروی انتظامی هر یک به نحوی نیازمند اطلاعات این رسانه‌ها می‌باشند تا از این رهیافت برای شناسایی، پیش‌بینی، پیشگیری، آینده‌نگری، مقابله و بی‌اثر سازی بحران‌های امنیتی - اجتماعی استفاده کنند.

^۱ پژوهشگر دفتر تحقیقات کاربردی

^۲ پژوهشگر دفتر تحقیقات کاربردی

۱- مقدمه

در تعریف لغوی «رسانه» به عنوان وسیله‌ای برای انتقال، ارسال و تبادل اطلاعات، ایده‌ها، افکار و عقاید مردم یک جامعه می‌باشد با توجه به ثبات و پایداری امنیت تنها از رهگذر نهادینه کردن آن در یک جامعه و احساس مشارکت و مسئولیت عمومی در قبال امنیت اجتماعی حاصل می‌شود. رسانه‌ها نقش مهمی در بیدارسازی افکار جامعه دارند تا از این طریق مردم را از خطراتی که در پیش روی آن‌هاست آگاه و آن‌ها را برای مراقبت از خودشان تشویق کنند. مهم‌ترین نیاز هر جامعه، کشور، خانواده و حتی فرد در درجه اول امنیت است. جستجوی امنیت از مهم‌ترین نیازها و انگیزه‌های انسانی است که مسئولیت تعقیب و تأمین آن بر عهده حکومت‌ها و دولتهاست. امروزه دولت‌ها به صورت مهم‌ترین واحد سیاسی در صحنه روابط داوولی وارجی درآمده‌اند و مهم‌ترین هدف آنها برای برقراری امنیت همه‌جانبه و گسترش دامنه آن است. در جهان امروز رسانه‌های دیداری و نوشتاری، منابع عمده آفرینش و پویایی فرهنگ به شمار می‌روند. قدرت و توان این ابزارهای فکری از پایه‌های آن چنان بلندی برخوردار است که بدون حضور آنها تکوین جامعه‌ای بافرهنگ محال است. چشم‌انداز مطالعاتی مردم هر جامعه خود ریشه در فرستاده‌هایی دارد که از رسانه‌ها دریافت می‌دارند، در این مورد می‌توان بیان داشت که رسانه‌ها سپهر یادشده می‌تواند شفاف، تاریک یا مبهم باشد. رسانه‌های دیداری و نوشتاری کارکرد امنیت ساز خواهند داشت و در ایجاد امنیت نقشی مؤثر و مفید ایفا خواهند نمود، تأکید بر نقش مثبت رسانه‌های گروهی بر امنیت اجتماعی، نباید ما را از تأثیر منفی بازدارد. آنگاه که رسانه‌ها در کارکرد منفی نقش وارونه بر عهده می‌گیرند، فضای اطلاعاتی جامعه را آلوده، مبهم و تاریک خواهند ساخت در تاریکنای رسانه وجود شایعه به عنوان معرفتی کاذب زمینه‌ساز زوال و فروپاشی امنیت و آرامش ذهنی و روحی خواهد بود (غلامحسین بیابانی، ۱۳۸۴). این مقاله با بررسی شرایط فوق به بررسی کارکرد و تأثیر رسانه‌های گروهی در برقراری امنیت اجتماعی در جامعه ما می‌پردازد و این تأثیر را در چند نکته توضیح می‌دهد که به طور خلاصه عبارت‌اند از: ۱- نقش رسانه‌ها در ایجاد فضای تفسیر عقلایی از رخدادها ۲- نقش رسانه‌ها در جامعه‌پذیر کردن افراد و ایجاد یکپارچگی و هماهنگی اجتماعی ۳- نقش رسانه‌ها در ایجاد وجدان جمعی و فرهنگ ملی ۴- دادن اطلاعات صحیح در اقدامات

پیشگیرانه از ارتکاب جرایم و جلوگیری از آسیب‌های فردی و اجتماعی. تمام موارد فوق می‌تواند در افزایش امنیت اجتماعی جامعه ما تأثیرگذار باشد (مرضیه سماکوش و حوری مهدی پور، ۱۳۸۱).

مشارکت اجتماعی دلالت بر گسترش روابط بین گروهی در قالب انجمن‌های داوطلبانه، باشگاه‌ها، اتحادیه‌ها و گروه‌هایی دارد که معمولاً خصلتی محلی و غیردولتی دارند که در قالب سیاست‌های اجتماعی مشارکت و درگیر ساختن مردم در فرایندهای اجتماعی مختلف را هدف خود می‌دانند. هدف این مقاله نشان دادن این واقعیت است که امنیت اجتماعی و احساس امنیت برآیند تعامل و مشارکت همگانی کنش‌گران اجتماعی و در نتیجه یک تولید اجتماعی است، به این معنا امنیت اجتماعی مقوله‌ای است که از طریق مردم و برای مردم ایجاد می‌شود. در این بین، احساس امنیت موضوعی است روان‌شناختی و به نوعی خاطرجمعی، اطمینان، ایمنی، آسودگی و آرامش قلبی که فرد را تحت تأثیر قرار داده و ذهن او را درگیر کرده، روبرو می‌شود، در چنین شرایطی احساس ناامنی به وی دست خواهد داد.

۲- بیان مسئله

امنیت اجتماعی تمامی زوایا و سطوح زندگی را تحت تأثیر قرار داده و به‌عنوان یکی از نیازهای اولیه باوجود شکل‌گیری در یک بستر عینی در اساس یک پدیده ذهنی بوده و بر اساس فرآیندهای خاص این حوزه شکل می‌گیرد. عوامل بسیاری بر امنیت اجتماعی اثرگذار هستند که از بین آن‌ها می‌توان به رسانه‌های جمعی اشاره نمود. فناوری‌های جدید رسانه‌ای، باکارکردها و نقش‌های ویژه‌ای که دارند اثرات غیرقابل‌انکاری بر مفهوم امنیت اجتماعی گذاشته و تا میزان زیادی در ساخت اجتماعی این نیاز اولیه بشر دخیل هستند. به دلیل قابلیت‌های فراوان رسانه‌ها نظیر کنترل اخبار و مراقبت از محیط، جامعه‌پذیری سیاسی و اجتماعی، ایجاد همبستگی بین اجزا گوناگون جامعه، انتقال میراث فرهنگی از نسلی به نسل دیگر وظیفه اخلاقی حمایت از هنجارهای اجتماعی، رسانه‌ها در پی خلق شرایطی هستند که در آن، فرد و گروه‌های اجتماعی بدون ترس از دست دادن و یا آسیب رسیدن به جان، مال یا آبروی خود در شرایط امن به زندگی خود ادامه دهند. امکان کنترل جامعه را که ممکن است با ساز و کارهای معمول، «زمان و مکان» رسانه‌ها با عبور از دو عامل محدودکننده فراهم نموده‌اند به‌طوری که شاید سخنی گزاف نباشد که ادعا شود «اقدام و کنترل از راه دور» قدرت دشوار باشد، با بخشی از عملیات کنترل و نظم و امنیت اجتماعی در اتاق‌های خبر و در روی میز کار رسانه‌ها شکل می‌گیرد (عبدالرضا امیری، ۱۳۸۴).

۳- نظریه جامعه توده

بر اساس این نظریه، رسانه‌ها در جامعه توده به صورت انحصاری اداره می‌شوند و برای سازمان‌دهی و هدایت توده‌ها به صورت مخاطبین، مصرف‌کنندگان، رأی‌دهندگان و کنترل بازار ابزاری مؤثر بشمار می‌روند. در جامعه توده رسانه‌ها صدای اقتدار محسوب می‌شوند.

آن‌ها هدایت‌کننده افکار عمومی و عقاید بوده و همچنین نیازهای روانی افراد را ارضاء می‌کنند. از نظر سی. رایت میلز، فراهم «بها» نظریه پرداز بانفوذ جامعه توده، رسانه‌ها می‌توانند شرایط کنترل جامعه را به صورت غیر دموکراتیک از سازند. قدرت بالقوه رسانه‌ها در جامعه توده، از نظر میلز، ناشی از تمایلات انحصارگرا نه و مشکل پاسخگویی از طرف جامعه است (هرمز مهرداد، ۱۳۸۰، ۸۹).

نظریه مارکسیسم

طبقه‌ای که ابزار تولید مادی را در اختیار دارد همزمان بر ابزار تولید ذهنی نیز دارای کنترل است. در نتیجه کسانی که فاقد دسترسی به ابزار تولید ذهنی هستند لاجرم محکوم به پیروی از این پدیده‌ها و اندیشه‌ها هستند. از نظر مارکس، بین مالکیت اقتصادی و انتشار مطالبی که مشروعیت و نظام ارزشی یک طبقه اجتماعی را مورد تأیید قرار می‌دهد.

دسته دیگر از نظریات مارکسیستی درباره رسانه‌ها که توجه خود را بیشتر بر ایده‌ها بیش از ساختارهای مادی و اقتصادی متمرکز می‌سازند، بر عامل ایدئولوژی و اثرات آن توسط رسانه‌ها عمدتاً در جهت روابط استثمارگرایی، پنهان کاری و سازمان‌دهی اجتماعی و حقانیت بخشیدن به نظام سلطه سرمایه‌داری و با انقیاد در آوردن طبقه کارگر عمل می‌کنند و تکثیرکننده این گونه ایده‌ها و مقاصد هستند (همان ۹۰).

هربرت مارکوزه: نیز معتقد است که رسانه‌ها همراه با سایر عناصر صنایع فرهنگی که به صورت انبوه تولید می‌شوند سعی در «فروش» نظام و یا تحمیل نظام اجتماعی بر پیام‌گیران خود دارند، نظامی که هم سرکوبگر و هم مطلوب است. مارکوزه معتقد است که نقش اساسی رسانه‌ها ابتدا تحریک‌کننده و سپس ارضاء کننده «نیازهای غیر واقعی» است که منتهی به جذب گروه‌هایی به درون «جامعه یک بعدی» شوند که با توجه به منافع مادی هیچ‌گونه وجه مشترکی با یکدیگر ندارند (همان ۹۱).

نظریه تغییر در ارزش‌های فردی

نکته اساسی در این نظریه این است که رسانه‌های همگانی به انتشار ارزش‌هایی در جامعه می‌پردازند که در فرد سبب نوآوری، تحریک اجتماعی، روانی و ذهنی نموده، وجدان کار را تقویت کرده و بالاخره موجب افزایش در مصرف می‌شوند.

اگر چه این نظریه کاربرد عمومی دارد در اصل برای کشورهای در حال توسعه طراحی شده بود. این نظریه با دیدگاه‌های هیگن و مک کلند که توسعه را نتیجه تغییرات روان‌شناختی - جامعه‌شناختی در افراد می‌دانند هماهنگی دارد (همان ۱۰۲).

۱- تئوری کشت

یکی از قوی‌ترین و بانفوذترین تئوری‌ها در مورد تأثیر رسانه‌ها است که بر اساس تحقیقات و بررسی «تئوری کشت‌های» جورج گرینر شکل گرفت. به اعتقاد گرینر، تماشای زیاد تلویزیون آدم‌ها را شبیه هم می‌کند و آن‌ها را وامی‌دارد تهاواکنش‌های مشابهی به رخدادهای ملی و بین‌المللی از خود نشان دهد. در واقع محور بحث گرینر این است: که اهمیت تاریخی رسانه‌ها به دلیل نقش آن‌ها در ایجاد «توده» نیست، بلکه این

اهمیت بیشتر در ایجاد شیوه‌های مشترک در انتخاب مسائل و موضوعات و چگونگی نگرستن به رخدادها وقایع است. این شیوه‌های مشترک محصول استفاده از تکنولوژی و نظام ارائه پیام است که نقش واسطه را به عهده‌دارند که منجر به دید و درک مشترک از جهان اطراف می‌شود. گرینر محصول چنین فرآیندی را «کاشت الگوهای مسلط ذهنی» می‌نامد (همان، ۱۰۴).

نظریه امپریالیسم فرهنگی

ایده امپریالیسم فرهنگی را می‌توان در نوشته‌های متفکرینی چون «شیلر»، «ولز»، «منزرت» دیگران جستجو کرد. می‌دانیم که نظریه‌پردازان توسعه در جهان سوم پس از جنگ جهانی دوم، استدلال می‌کردند که رسانه‌های همگانی قادرند با ارائه ارزش‌های غربی ارزش‌های سنتی و فرهنگ‌های بومی را تضعیف کرده و بدین‌وسیله به برنامه‌نوسازی در این کشورها کمک کنند. درحالی‌که شیلر و همفکران او معتقد بودند که ارزش‌های ارائه‌شده در نظریات توسعه همان ارزش‌های جوامع سرمایه و محافل امپریالیستی است که بر

اساس برنامه و به طور آگاهانه و سیستماتیک در این نظریات گنجانده شده و هدف نهائی آن‌ها وابسته کردن کشورهای جهان سوم به منافع قدرت‌های مسلط سرمایه‌داری و در نهایت دنباله رو کردن کشورهای جهان سوم است (همان، ۱۰۵).

قدرت و نفوذ رسانه‌ها

یکی از پرسش‌های اساسی تئوری رسانه‌ها این است که رسانه‌ها چه تأثیری دارند؟ پاسخ به این پرسش از تأثیر بسیار تا تأثیر اندک در نوسان بوده است. قدرت رسانه‌ها از زمان تولد وسایل ارتباط جمعی مایه نگرانی جامعه بوده است. تولد هر رسانه‌ی ارتباطی جدید با ترس و نگرانی از قدرت مخرب آن بر مخاطبان همراه بوده و کار به جایی رسیده است که در موارد متعددی رسانه‌ها به عنوان عوامل دردسرساز جوامع معرفی شده‌اند. خیلی وقت‌ها دشوار بتوان موضوع تأثیر رسانه‌ها و واکنش مخاطبان از یک سو حقایق اجتماعی را در سوی دیگر از هم جدا کرد (کوبن ویلیامز، ۱۸۷، ۱۳۸۶).

ایجاد انسجام در جامعه از مسیر رسانه‌ها

یکی از موارد مهمی که از گذشته تا به حال مورد توجه بزرگان عرصه جامعه‌شناسی بوده است، موضوع حفظ و برقراری نظم اجتماعی و چگونگی فروپاشی آن بوده است. این پرسش نیز مورد توجه کارشناسان ارتباط جمعی قرار داشته است. در این زمینه دو دسته از نظریات ارائه شده است. در ابتدا نظریاتی که نقش تأثیر رسانه‌ها را در انسجام جامعه مثبت ارزیابی می‌کند و به نظریات «خوش‌بینانه» معروف‌اند. دسته دوم مجموعه نظریاتی است که تأثیر رسانه‌ها را بر انسجام جامعه چندان مثبت ارزیابی نمی‌کنند و از این جهت به نظریات بدبینانه معروف‌اند.

نظریات خوش‌بینانه: این دسته، رابطه بین رسانه‌های همگانی و انسجام اجتماعی را مثبت ارزیابی می‌کنند. متفکران جامعه‌شناسی بر اساس ویژگی‌های رسانه‌های همگانی معتقدند که رسانه‌ها در ایجاد انسجام میان افراد پراکنده و متفرق در درون مخاطبین گسترده، یا مهاجرینی که به تازگی وارد مناطق شهری می‌شوند، ارزش‌ها، ایده‌ها، اطلاعات و ذهنیات و تصاویر مشترکی را درباره جهان و محیط اطراف به آنها منتقل می‌سازند و از این طریق به یکپارچگی اجتماعی کمک می‌کنند.

نظریات بدینانه: در این نظریه، رسانه‌های همگانی سبب ایجاد مشکلات اجتماعی ناشی از توسعه افسارگسیخته شهرنشینی، پویایی اجتماعی و تضعیف اجتماعات سنتی می‌شوند. بالأخص، رسانه‌ها با مشکلاتی چون جابجایی اجتماعی و افزایش رفتارهای غیراخلاقی در افراد، منجر به رشد جرائم و بی‌نظمی‌های اجتماعی مربوط می‌شوند. در غالب موارد رسانه‌های همگانی فردی و غیرشخصی پنداشته می‌شوند، درعین حال این دسته از رسانه‌ها ارزش‌ها و باورهای سنتی را در مخاطبان خود تضعیف می‌کنند و برآورد این عمل باعث از بین رفتن کنترل اجتماعی و همبستگی می‌شود (هرمز مهرداد، ۹۴، ۱۳۸۴).

کارکردهای اصلی رسانه‌ها برای جامعه

کوشش‌های زیادی به منظور نظام‌مند کردن کارکردهای اساسی رسانه‌ها در گذشته به عمل آمده است که باکار «هارولد لاسول» آغاز شد. وی عمده‌ترین کارکردهای ارتباط را بدین شکل خلاصه نمود: نظارت بر محیط، مربوط کردن بخش‌های مختلف جامعه به یکدیگر در جهت عکس‌العمل به محیط، انتقال میراث فرهنگی. مک کویل نیز در نوشته‌های خود کارکرد دیگری را تحت عنوان «بسیج اجتماعی» به مجموعه کارکردها افزوده است. از نظر وی، از رسانه‌ها انتظار می‌رود که پیش برنده منافع ملی و پیشتاز بعضی از ارزش‌های کلیدی و الگوهای رفتاری در جامعه باشند. در نظام‌های جهان‌سومی و بعضی از نظام‌های بسته در اروپا، چنین کارکردی را به رسانه‌ها واگذار می‌کردند. با توجه به مبحث فوق می‌توان کارکردهای اصلی رسانه‌های همگانی را در جامعه بدین ترتیب برشمرد:

۱- خبردهنده:

- ✓ رسانه‌ها اخبار لازم را درباره رخدادها و شرایط جامعه و جهان فراهم می‌سازند.
- ✓ به روابط قدرت اشاره می‌کنند.
- ✓ تسهیل‌کننده نوآوری، سازگاری و پیشرفت هستند.

۲- ارتباط‌دهنده:

- توجیه‌کننده، تعبیرکننده و توصیه‌کننده درباره معانی رخدادها و اطلاعات هستند
- زمینه پشتیبانی از اقتدار و ارزش‌های آن را فراهم می‌سازند

- جامعه‌پذیر کردن
- ایجاد هماهنگی بین فعالیت‌های پراکنده
- بناکننده وفاق
- تعیین‌کننده اولویت‌ها و اعلام‌کننده موقعیت‌ها

۳- تداوم‌دهنده:

بیان‌کننده فرهنگ مسلط و شناساننده زیرمجموعه‌های فرهنگی با اشاره به پیشروی‌های فرهنگ جدید ادغام و حفظ ارزش‌های مشترک

۴- فراهم‌کننده تفریح و سرگرمی:

فراهم‌کننده سرگرمی، منحرف کردن از مشکلات، ابزار تسکین‌دهنده اعصاب هستند. کاهش‌دهنده تشنج اجتماعی

۵- بسیج‌کننده:

رسانه‌ها عامل مبارزه برای اهداف اجتماعی در حوزه‌های سیاسی، جنگ، توسعه اقتصادی، کار و بعضی مواقع مسائل مذهبی هستند. باید اشاره کرد که به آسانی نمی‌توان موارد فوق را بر اساس اهمیت طبقه‌بندی و یا درجه‌بندی کرد. همچنین نمی‌توان آن‌ها را بر اساس فراوانی یا وقوع موارد تکرار منظم نمود. (همان، ۷۶).

برخی پیامدهای منفی آموزش رسانه‌ای در جامعه

رسانه‌ها در کنار نتایج مثبتی که در راستای آموزش در جامعه از خود نشان می‌دهند، دارای اثرات و پیامدهای منفی نیز می‌باشند که در ذیل به موارد زیر اشاره می‌کنیم:

۱- آموزش و یا انتقال شگردهای جرم و جنایت به صورت مستقیم یا غیرمستقیم

در دنیای امروز رسانه‌ها، از طریق انتشار بی‌حد و حصر اخبار مربوط به جرم و جنایت، ساخت و ارائه انواع فیلم‌ها و مستندهای جنایی باعث انتقال ترفندها و شگردهای مربوط به جرم و جنایت می‌شوند. به عبارتی شاید بتوان گفت رسانه‌ها به گونه‌ای در بروز اختلالات و ناهنجاری‌های جامعه، خشونت، دزدی و جرم و جنایت نقش دارند.

۲- ایجاد اغتشاش و گسترش ناامنی

مبهرن است که رسانه‌ها همانگونه که نقش پررنگی در ایجاد نظم و امنیت دارند، امکان دارد با تضعیف نهادینه شدن ارزش‌های اجتماعی و انتقال تصورات و کژفهمی‌های افسار گسیخته افراد، جامعه را دچار تعارض و چندگانگی‌های فرهنگی نماید و به نفاق، آشوب و ... دامن بزنند (کاتفورد، ۱۹۹۹).

۳- تحکم به پذیرش عقاید و تبلیغ کالاها

از منظر دیگر می‌توان گفت که رسانه‌ها با القاء تمامی نظرات خود به آحاد جامعه و با به‌کارگیری از ابزارهای تبلیغاتی از نفوذ و توانایی بالقوه بر مردم آن جامعه استفاده کنند. مطابق این نظر می‌توان گفت رسانه‌ها از طریق واسطه‌ای بنام تبلیغ سعی در تحمیل کالاها، تفکرات و عقاید خود دارند (لرنی و مصلحی، ۱۳۸۵، ص ۱۰۳).

تعامل نیروی انتظامی و رسانه در راستای آموزش رسانه‌ای و برقراری نظم و امنیت

از آنجایی که نیروی انتظامی و رسانه‌ها به‌عنوان دو سازمان قدرتمند در تأمین امنیت و آموزش رسانه‌ای به شمار می‌روند. بنابراین، لازم است تا این دو سازمان با راهکارهایی که در ذیل به برخی از آنها اشاره می‌شود در کنار هم در راستای حفظ، تأمین و افزایش امنیت جامعه کوشا باشند:

✓ تأسیس، راه‌اندازی و گسترش رسانه‌های دیداری، شنیداری و نوشتاری در راستای آموزش رسانه‌ای و

در جهت حفظ نظم و امنیت

- ✓ نگرش و مراقبت مستمر بر روی محتوای برنامه‌ها
- ✓ حمایت از تربیت و آموزش خبرنگاران نخبه در دایره امنیت اجتماعی
- ✓ حمایت از نخبگان هنری در راستای الگوسازی فرهنگی
- ✓ سرمایه‌گذاری و اهتمام به تشویق و ترغیب تولیدکنندگان برنامه‌های صدا و سیما در راستای تولید برنامه‌هایی با محتوای آموزش در زمینه نظم و امنیت و ...

نتیجه‌گیری

اگر امنیت را پویایی و پایداری ارزش‌ها را در اشکال انتزاعی و انضمامی آن بدانیم، نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی و تحول این ارزش‌ها و هنجارها به وضوح قابل مشاهده است.

به طور کلی آنچه که در اکثر مقالات به آن تأکید شده است، ارتباط مستقیم بین امنیت جامعه و رسانه‌ها می‌باشد. رسانه‌ها می‌توانند نقش مثبتی در ارتقاء امنیت جامعه ایفا نمایند ولی این امر مشروط به شناسایی نقاط آسیب‌پذیر در رسانه‌ها و ارتقاء وضعیت اجتماعی است. همچنین مستلزم همگامی تمامی نهادهای مسئول، توجه به ارزش‌های جامعه و شناخت وضعیت جدید جهانی می‌باشد.

رسانه‌ها در شرایطی نگهبان امنیت جامعه محسوب می‌شوند که خود از امنیت برخوردار باشند، اما از سوی دیگر جامعه هم باید از فرهمندی‌ها و موهبت‌هایی برخوردار باشند، مانند اینکه مردم از نظر عقلی، فکری و علمی به آن پایه برسند که مسایل روز را در نمایندند. امنیت فرهنگی، تضمین شده و با اغراض گوناگون تهدید نگردد. رسانه‌ها از بدو پیدایش خود همواره نقش تأثیرگذاری داشته‌اند، در این میان رادیو، روزنامه، تلویزیون از رسانه‌های دیداری و نوشتاری، کارکردی امنیت ساز دارند و در ایجاد امنیت از نقشی مؤثر برخوردارند، اما آنگاه که در کارکردی منفی نقش وارونه بر عهده می‌گیرند، فضای اطلاعاتی جامعه، آلوده، مبهم و تاریک خواهد شد. در تاریک‌نای سپهر یادشده، وجود شایعه که به‌عنوان معرفتی کاذب، ارتباطی غیرعقلانی و ازگونه با واقعیت دارد، زمینه‌ساز زوال و فروپاشی امنیت و آرامش ذهنی، روحی و اجتماعی خواهد بود. همچنین نقش رسانه‌ها در برانگیختگی بیداری و یا تحریف وجدان جمعی، خود تأثیر مستقیم بر افزایش و یا کاهش امنیت اجتماعی خواهد داشت.

در جامعه‌ای با افکار عمومی زنده وجدان جمعی بیدار، کنترلی خودجوش و درون‌زا بر همه رفتار و کنش‌ها وجود دارد که افراد صاحب‌منصب و قدرت را از کج روی بازمی‌دارد و آنان را به بازگویی و شرح فعالیت‌های خویش مجبور می‌کند. در چنین جامعه‌ای چشمان تیزبین مردم و گویندگان راستین آنان در رسانه‌های نوشتاری و دیداری مانع از مخدوش شدن مفهوم ذهنی و صورت واقعی و دیداری امنیت می‌شود.

بنابراین رسانه‌ها در راستای آموزش جامعه به‌عنوان یک بازوی قدرتمند عمل می‌کنند، در پیشگیری از وقوع جرم به پلیس کمک می‌کنند. در این صورت هر یک از مردم عملکرد خود را به‌عنوان همیار پلیس بهبود بخشیده و در راستای بهبود نظم و امنیت آن جامعه حرکت می‌کنند.

منابع

- امیری، عبدالرضا (۱۳۸۴). مقدمه‌ای بر نقش رسانه‌ها جمعی و امنیت اجتماعی، انتشارات گلپونه.
- بیابانی، غلامحسین (۱۳۸۴). نقش وسایل ارتباط جمعی، نشر فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی.
- سماکوش، مرضیه و مهدی پور طاهری، حوری (بهمن ۱۳۸۱). امنیت اجتماعی و رسانه‌های گروهی، نشر دفتر - اجتماعی و اطلاع‌رسانی قوه قضائیه استان مازندران.
- لرنی، منوچهر (۱۳۸۴). جامعه‌شناسی امنیت، انتشارات امین.
- مصلحی، حسین (۱۳۸۵). فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، سال دوم، شماره ۷۶، انتشارات نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران.
- مهرداد، هرمز (۱۳۸۰). مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، نشر موسسه فرهنگ - پژوهشی فاران.
- ویلیامز، کوین (۱۳۸۶). ترجمه رحیم قاسمیان، نشر ساقی.
- Catford, J. (1999). The mass media is dead: Long live multimedia, Health promotion international.