

بررسی تأثیر اخبار انتظامی در رسانه‌ها بر باورهای فراشناختی و احساس امنیت روان‌شناختی

نعیما مقاتلی^۱، علی پولادی ریشه‌ری^۲، محمد رضایی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۲/۲۰

چکیده

زمینه و هدف: یکی از نخستین حقوق بشر، حفظ آرامش و آسودگی، ثبات و امنیت، در همه‌ی جوانب زندگی است. عدالت اجتماعی و امنیت، برای بشر در طول تاریخ، به اندازه‌ای دارای اهمیت بوده است که همواره برای دستیابی بدان جان و مال خویش را قربانی کرده و خون‌ها داده است. گذشته از آن حفظ امنیت و ثبات و برقراری عدالت اجتماعی با توسعه سیاسی میسر است. پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین اخبار انتظامی در رسانه‌ها، باورهای فراشناختی و احساس امنیت روان‌شناختی مردان ۳۵ تا ۶۰ ساله شهر بوشهر پرداخته است.

روش پژوهش این تحقیق توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه مردان ۳۵ تا ۶۰ ساله شهر بوشهر که شامل ۳۷۰۰۰ هزار نفر می‌باشند تشکیل می‌دهند. حجم نمونه این پژوهش ۳۷۰ نفر می‌باشد که از طریق نمونه‌گیری تصادفی ساده به دست آمده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه‌های فراشناخت ولز (۱۹۹۷)، آزمون امنیت روانی مزلو (۱۹۵۲) و پرسشنامه محقق ساخته تحلیل محتوای اخبار انتظامی می‌باشد.

نتایج تحقیق نشان داد که بین اخبار انتظامی در رسانه‌ها، باورهای فراشناختی و احساس امنیت روان‌شناختی رابطه معنی داری وجود دارد. در همین راستا پیشنهاد می‌گردد به منظور تاثیرگذاری بیشتر اخبار انتظامی بر احساس امنیت شهروندان و افزایش احساس امنیت روانی این اخبار از طرف ارشدترین مقام انتظامی در اختیار رسانه‌ها قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: اخبار انتظامی، باورهای فراشناختی، احساس امنیت، مردان شهر بوشهر

مقدمه

یکی از نخستین حقوق بشر، حفظ آرامش و آسودگی، ثبات و امنیت، در همه‌ی جوانب زندگی است. عدالت اجتماعی و امنیت، برای بشر در طول تاریخ، به اندازه‌ای دارای اهمیت بوده است که همواره برای دستیابی بدان جان و مال خویش را قربانی کرده و خون‌ها داده است. گذشته از آن حفظ امنیت و ثبات و برقراری عدالت اجتماعی با توسعه سیاسی میسر است. بدیهی است که حق زیستن در تمام مکاتب حقوقی جهان نیز مورد پذیرش است. در نظام حقوقی اسلام، حق زیستن و تأمین امنیت و حفظ جان انسان‌ها بیش از هر امری مورد پسند و توجه است، بنابراین در نظر گرفتن کیفر برای افراد خطاکار، یکی از ابزارهای پیشگیری از جرم و تضییع نخستین حقوق بشری به شمار می‌آید. بدون شک عامل امنیت، به روند توسعه و رشد همه‌ی اقشار مردم کمک می‌کند و سرانجام به توسعه همه جانبه‌ی جامعه می‌انجامد. آسودگی خاطری که در سایه‌ی امنیت بروز می‌یابد موجب رشد است، زیرا که فرد بجای اندیشه‌ی مبارزه و یا دغدغه‌ی حفظ جان و مال و آبروی خویش، توان خود را در مسیر تخصص، خلاقیت و خدمت به کار می‌گیرد و با اطمینان زندگی می‌کند و به آینده‌ای بهتر می‌اندیشد و مسیر تعالی و پیشرفت را بدون هراس از دام‌های پیدای و ناپیدای شتابان طی می‌کند (راب، ۱۳۷۹).

اما از سویی می‌توان گفت که، مهم‌تر از امنیت، احساس امنیت است. وجود امنیت در یک جامعه به همان اندازه مهم است که احساس امنیت و امنیت روانی در آن جامعه لازم است. لذا برخی از محققان احساس امنیت را در یک جامعه، مهم‌تر از وجود امنیت در آن می‌دانند. امروزه صاحب‌نظران علوم ارتباطات با اذعان به توانایی شگرف رسانه‌های جمعی در شکل‌دهی افکار، نگرش‌ها و رفتار افراد، مطالعات مختلفی را در مورد سنجش میزان و نوع تأثیرات رسانه‌ها انجام می‌دهند. آنان بیان می‌دارند که وسایل ارتباط جمعی قادرند با کارکردهای منفی و تخطی از اخلاق رسانه‌ای، سلامت فکری و اخلاقی آحاد جامعه را تهدید کنند و الگوهای ناپه‌نجان رفتاری را در جامعه تثبیت نمایند و از سوی دیگر می‌توانند با توجه به کارایی و توان رسانه‌ها، نرخ وقوع انحرافات اجتماعی را کاهش دهند. نباید فراموش کرد که افزایش آگاهی شهروندان از تهدیداتی که احتمالاً در زندگی روزمره ایشان پدید خواهد آمد هم بسیار حائز اهمیت است. در این خصوص باید گفت همان طور که انتشار اخبار حوادث و جرائم اجتماعی از سوی مخالفین این امر به دلیل آگاه نمودن مجرمین مورد نقد است، آگاه‌سازی شهروندان از شیوه‌های وقوع جرم و چگونگی مقابله با آن از ثمرات انتشار این گونه اخبار محسوب می‌شود بر این اساس و با این منطقی است که سال‌هاست اخبار حوادث و جرائم در نشریات منعکس می‌شوند هرچند کارکرد جذب مشتری را نیز نباید نادیده گرفت اما به جرأت می‌توان گفت اگر دولت‌مردان به یک نتیجه قطعی در خصوص عدم ایفای نقش مثبتی که ذکر شد می‌رسیدند بدون شک قوانین جدی و لازم الاجرای در این خصوص وضع می‌نمودند (ساروخانی، ۱۳۶۷).

در جامعه جدید رسانه‌های همگانی نقش مهمی در توسعه یافتگی فرهنگی دارند، از میان آن‌ها نقش رسانه‌ها اعم از نوشتاری و دیجیتالی از سایر رسانه‌های همگانی بیشتر است. پیام‌های این رسانه‌ها، بیشتر بازگوکننده وقایع تازه‌ای است که خصلت گذرا دارد. در مقابل، فرهنگ چیزی است پایدار و ماندنی که باعث رشد فکری شده و ذهن را با دانسته‌های گوناگون آرایش می‌دهد، رسانه‌ها به ویژه روزنامه‌ها و مجلات نقش مهمی در ساخت فرهنگی جامعه به عهده دارند و به همین اندازه بر احساس امنیت تأثیر می‌گذارند. احساس امنیت یکی از مفاهیم مهم در حوزه‌ی روان‌شناختی است. بعضی از کارشناسان احساس امنیت را در یک جامعه مهم‌تر از وجود امنیت در آن می‌دانند احساس امنیت در یک جامعه به احساس روانی شهروندان از میزان وجود یا عدم وجود جرم در آن جامعه برمی‌گردد. توجه به یافته‌های تحقیقات متعدد در کشور نشان می‌دهد که احساس امنیت وضعیت مطلوبی در جامعه‌ی ما ندارد. هرچند نیروی انتظامی جهت برقراری امنیت تلاش زیادی می‌نماید، اما تکیه بر کارکردهای صرف انتظامی، جهت تأمین امنیت از

ابتدا محکوم به شکست است و آن چه که پلیس در دستیابی به اهداف خود می‌بایست مدنظر قرار دهد، توجه به عواملی است که در احساس امنیت تأثیر گذارند. منابع محدود علمی در خصوص احساس امنیت در کشور و تعداد اندک پژوهش‌های انجام گرفته با موضوع احساس امنیت نشانگر این نکته است که تاکنون توجه جدی به احساس امنیت نشده است.

مسئله اصلی در مقاله حاضر این است که در طی دهه‌های اخیر بر اساس اظهارنظرها و تحقیقات صورت گرفته در مقایسه با بسیاری از کشورها شاخص‌های امنیت عینی در ایران قابل قبول است ولی به همان اندازه مردم احساس امنیت ندارند، بنابراین بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت، لازم به نظر می‌رسد به همین منظور در این تحقیق، تأثیر اخبار انتظامی در رسانه‌های جمعی بر باورهای فراشناختی و احساس امنیت روان‌شناختی در میان مردان ۳۵ تا ۶۰ ساله شهر بوشهر در سال ۱۳۹۴ مورد بررسی قرار می‌گیرد. با این وصف سوال و مسئله اساسی این تحقیق، عبارت است از اینکه اخبار انتظامی در رسانه‌ها در باورهای فراشناختی و احساس امنیت روان‌شناختی مردان ۳۵ تا ۶۰ ساله شهر بوشهر چه تأثیری دارد؟

پیشینه پژوهش

آقایی (۱۳۸۶) در پایان‌نامه خود با عنوان «بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی» به این نتیجه دست یافت که بین میزان توجه و اعتماد به رسانه‌های داخلی و ابعاد مختلف احساس امنیت اجتماعی رابطه مثبت و بالایی برقرار است. کتابی و همکاران (۱۳۸۶) در تحقیقی با عنوان «بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی در شهر اصفهان» انجام دادند که یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که وجود همبستگی بین دو متغیر مستقل و وابسته، لزوماً به معنای تأثیر رسانه‌ها بر امنیت نیست بلکه می‌توان گفت افراد با احساس امنیت متفاوت، گرایش متفاوتی در انتخاب و اعتماد به رسانه‌های داخلی و خارجی دارند. ربانی و همکاران (۱۳۸۹) تحقیقی با عنوان «تأثیر رسانه‌های جمعی بر احساس ناامنی زنان» به انجام رسانده‌اند که یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که احساس ناامنی زنان با احساس قربانی شدن آنان رابطه مثبت و مستقیمی دارد، همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی (تلویزیون و مجلات) و احساس ناامنی زنان همبستگی منفی وجود دارد، به این معنا که هر چه افراد از این رسانه‌ها بیشتر استفاده کنند احساس ناامنی آن‌ها کمتر است.

هاشمیان فرد و همکاران (۱۳۹۲) تحقیقی با عنوان «تأثیر دین‌داری و رسانه‌های جمعی بر ایجاد امنیت اجتماعی دانشجویان» انجام دادند که یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که دین‌داری و تمامی ابعادش (بعد اعتقادی، عاطفی، پیامدی، مناسکی) با احساس امنیت اجتماعی رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد. همچنین احساس امنیت اجتماعی با میزان استفاده از رسانه‌های داخلی، تلویزیون، رادیو و ماهواره رابطه معنی‌دار دارد ولی با میزان استفاده از اینترنت، مجله و روزنامه رابطه معنی‌دار ندارد. رابطه میزان احساس امنیت اجتماعی با میزان استفاده از تلویزیون، رادیو و رسانه‌های داخلی به طور کلی مستقیم ولی با میزان استفاده از ماهواره معکوس است.

مبانی نظری پژوهش

رسانه‌های جمعی: برای شناخت و معرفت بیشتر درباره یک موضوع بهترین و اولین مرحله تعریف جامع و مانعی از موضوع است از این رو در مقوله رسانه‌ها ابتدا به تعریف (رسانه) یا (رسانه‌های عمومی) می‌پردازیم؛ تا حیطة آن‌ها را به طور کامل مشخص نماییم. رسانه‌های جمعی یا عمومی و به تعبیر دیگر وسایل ارتباط جمعی اصطلاح فارسی شده واژه لاتین «Medium» است که جمع آن «Media» می‌باشد و منظور از آن دسته‌ای از وسایل هستند که مورد توجه تعداد کثیری می‌باشند و از تمدن‌های جدید به وجود آمده‌اند. البته رسانه در این تعریف به طور کامل معرفی نشده است زیرا وسایلی که مورد توجه تعداد کثیری باشد و در تمدن

جدید به وجود آمده باشد محدود و منحصر به وسایل ارتباط جمعی نیست از این رو بایستی به تعریفی دقیق‌تر پرداخت. رسانه به معنی هر وسیله‌ای است که انتقال‌دهنده فرهنگ‌ها و افکار عده‌ای باشد. و اکنون آن چه مصداق این تعریف است وسایلی همانند: روزنامه‌ها، مجلات، رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت، CD ها، ویدئو و ... می‌باشند (گونتر، بری، ۱۳۸۴).

ارتباط جمعی: اگر بخواهیم از ترجمه تحت اللفظی استفاده کنیم شاید بتوان آن را به ارتباط توده ترجمه کرد ولی چون متداول نیست در این کتاب بر مبنای اصطلاح مورد قبول عامه از اصطلاح ارتباط جمعی استفاده شده است. برای آگاهی یافتن از نام‌گذاری ارتباط جمعی به کتاب (معمدنژاد، ۱۳۵۵) مراجعه فرمایید.

برای ارتباط جمعی نیز تعاریف متعددی آمده است که بدیهی است اگر به تعریفی کامل از ارتباط دست یافته باشیم، تعریف ارتباط جمعی کار دشواری نیست. همان طور است برای ارتباط گروهی و ارتباط میان فردی. نمونه‌هایی از تعاریف مربوط به ارتباط جمعی در اینجا آورده شده است: ژان استوتزل در کتاب روانشناسی اجتماع، می‌گوید: "ارتباط جمعی یا بهتر بگوییم ارتباطات در میان توده‌ها عبارت از انتقال اندیشه‌ها به تعداد فراوانی از افراد در آن واحد است (استاتزل، ۱۹۶۳، ۴).

انواع وسایل ارتباط جمعی: رسانه‌های جمعی با توجه به انواع مختلفی که دارند، آثار متفاوتی نیز به وجود می‌آورند. از همین رو در مطالعه‌ی آثار رسانه‌های جمعی باید به نوع رسانه و ویژگی‌های هر یک از آن‌ها توجه کرد. فلذا با توجه به موضوع پژوهش، ویژگی دو رسانه‌ی تلویزیون و روزنامه تشریح می‌گردد.

۱. تلویزیون

تلویزیون یکی از گسترده‌ترین صورت‌های رسانه است که از نیمه‌ی دوم قرن بیستم میلادی با سرعت جوامع بشری را تحت نفوذ خود درآورده است. شروع کار تلویزیون به سال ۱۹۳۶ کشور انگلستان برمی‌گردد. با این حال این وسیله‌ی ارتباطی در اوایل نیمه‌ی دوم قرن بیستم کانون بحث و نظر پژوهشگران ارتباطی آمریکا می‌شود. به ویژه کسانی که به دنبال مطالعه‌ی اثرات رسانه‌ها بودند. گربنر و همکارانش نوشته‌اند: دستگاه تلویزیون یک عضو اصلی خانواده شده است، کسی که بیشتر اوقات داستان‌ها را می‌گوید. برای بیشتر مردم رسانه‌ی درجه‌ی یک تلویزیون است که معمولاً به صورت خانوادگی به تماشایش می‌نشینند و رابطه‌ی تنگاتنگ با کنش متقابل خانوادگی دارد (مک کوایل، ۱۳۸۵).

جامعه‌شناسان بر قدرت بیشتر تلویزیون در مقابل سایر رسانه‌ها تأکید می‌ورزند و در برخی موارد، از تلویزیون به عنوان پرقدرت‌ترین رسانه نام می‌برند (اعزازی، ۱۳۷۳).

۲. روزنامه

این واژه، نام عمومی نشریاتی است که برای انتشار اخبار، آرا و نظرها، اعلانات، و دیگر اطلاعات مورد توجه مردم در فواصل زمانی منظم (اغلب روزانه)، در صبح یا عصر یا هر دو نوبت انتشار می‌یابد؛ درباره موضوع‌های روز به بحث می‌پردازد؛ و مخاطب آن ممکن است ساکنان شهری کوچک یا بزرگ، استان، کشور، و حتی یک قاره یا کل کره زمین باشد. به دلیل فوریت طرح مسائل و نیز وسعت بازتاب اجتماعی، روزنامه‌ها همواره وسیله‌ای سبک‌تر و سریع‌تر نسبت به کتاب بوده‌اند. امروزه روزنامه‌ها، علاوه بر ارائه گزارش وقایع، دیگر مطالب مورد توجه عموم را نیز در بردارند.

مفهوم احساس امنیت: امنیت از جمله مفاهیمی است که به دشواری می‌توان تعریفی جامع را از آن ارائه نمود مگر آنکه به واسطه نامنی تعریف شود. و لفرز امنیت را در مفهوم عینی خود، فقدان تهدید در برابر ارزش‌های کسب شده دانسته و در معنای

ذهنی فقدان ترس و وحشت در برابر آن‌ها. امنیت از نظر لارونی مارتین، عبارت است از تضمین رفاه آتی و از نظر جان‌ئی مورز امنیت یعنی «رهایی نسبی از تهدیدات زیان‌بخش». همچنین امنیت از دیدگاه روان‌شناسی عبارت است از «احساس اعتماد، آرامش و رهایی از اضطراب و ترس در رابطه با برآورده شدن نیازهای خود در حال و آینده» (بوزان^۵، ۲۰۰۶).

پر واضح است که بر اساس این تعریف امنیت واجد دو ویژگی می‌تواند باشد؛ اول یک احساس درونی است و دوم اینکه چنین احساسی به رفع نیازهای فردی مربوط می‌باشد. بر این اساس امنیت احساسی درونی و روانی است و نه یک واقعیت خارجی ثابت. امنیت از ریشه لاتین securus است که در لغت به معنای «نداشتن دلهره و دغدغه» است. بنابراین معنای لغوی امنیت، "رهایی از خطر، تهدید، آسیب، اضطراب، هراس، ترس، نگرانی یا وجود آرامش، اطمینان، آسایش، اعتماد، تأمین، ضامن است" (ماندل^۶، ۲۰۰۷). در واقع، "امنیت یعنی رفع خطر و رفع خطر یعنی استفاده بهینه از فرصت. بنابراین باید چنین نتیجه گرفت که امنیت دارای دو عنصر اساسی تهدید و فرصت است و برقراری امنیت منوط به رهایی نسبی از تهدید و بهره‌گیری بهینه از فرصت‌هاست" (خلیلی، ۱۳۸۱).

ابعاد احساس امنیت: امنیت از جمله مفاهیمی است که برای آن جنبه‌ها و ابعاد گوناگونی را بیان نموده‌اند و دسته‌بندی‌های مختلفی ارائه شده است که برخی از آن‌ها بیان می‌گردد:

۱- امنیت فردی؛ ۲- امنیت اجتماعی؛ ۳- امنیت ملی؛ ۴- امنیت سیاسی؛ ۵- امنیت اقتصادی

۶- امنیت حقوقی (قضایی)؛ ۷- امنیت زیست محیطی؛ ۸- امنیت در جهان

باورهای فراشناختی: میل به دانستن و تلاش برای دانستن و فهمیدن از ویژگی‌های جدایی‌ناپذیر وجود آدمی است. از این رو، ذهن انسان همواره درگیر انبوهی از پرسش‌ها بوده است. در این میان، این پرسش اساسی که فرد درباره دانستن چه می‌داند، و چگونه و تا چه حد می‌داند جایگاه خاص خود را داشته است. پرسش‌هایی از این گونه ما را به سمت مفهومی هدایت می‌کند که امروزه در روان‌شناسی یادگیری، فراشناخت نامیده می‌شود. اصطلاح فراشناخت را اولین بار فلاول در سال ۱۹۷۶ مورد استفاده قرار داد تا با آن دانش شخص را در مورد فرآیندها و تولیدات شناختی یا هر چیز مربوط به آن توصیف کند. از فراشناخت تعاریف گوناگونی ارائه شده است: آگاهی شخص از فرآیندها و راهبردهای شناختی (مسترز^۷، ۱۹۸۱، فلاول، ۱۹۸۵)؛ تفکر درباره تفکر (براون، ۱۹۸۴؛ گلاور^۸ و برونینگ^۹، ۱۹۹۰)؛ دانش و کنترلی که در مورد تفکر و فعالیت‌های یادگیری اعمال می‌شود (کراس^{۱۰} و پاریس^{۱۱}، ۱۹۸۸)؛ دانش درباره دانستن (میلر، ۲۰۰۲؛ عطارنامه، ۱۳۸۸) و دانش فرد درباره چگونگی یادگیری خودش (اسلاوین، ۲۰۰۶؛ سیف، ۱۳۸۶). فراشناخت کلیدی است برای توانایی شناختی، که به افراد اجازه می‌دهد تا افکارشان را کنترل و بازسازی کنند و نقش اساسی در یادگیری ایفا می‌کند (گاس و ویلی، ۲۰۰۷).

فراشناخت با مفهومی که در روان‌شناسی شناختی جدید مطرح شده است به عنوان یکی از مؤلفه‌های مهم شناخت و همچنین رابطه آن با یادگیری و پیشرفت تحصیلی، همواره توجه پژوهشگران را به خود جلب کرده و به تدریج برخی مفاهیم مرتبط با آن نیز پا به عرصه متغیرهای پژوهشی در تحقیقات مربوط به آموزش و یادگیری نهاده‌اند.

5- Bouzan
6- Mandel
7-Masters
8-Glover
9-Bruning
10-Cross
11-Paris

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع توصیفی / همبستگی است. پرسش‌نامه نیز رایج‌ترین تکنیک مورد استفاده در تحقیق توصیفی / همبستگی است، هرچند ضرورتاً پیوندی بین تحقیق توصیفی / همبستگی و پرسش‌نامه وجود ندارد و فنونی از قبیل مصاحبه، مشاهده، تحلیل محتوا و جز این‌ها نیز به کار می‌روند. شیوه گردآوری داده‌ها و روش تحلیل آن‌ها از ویژگی‌های بارز پیمایش می‌باشند.

جامعه آماری

جامعه آماری مجموعه‌ای از افراد و اشیاء است که حداقل در یک صفت مشترک باشند. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مردان ۳۵ تا ۶۰ ساله شهر بوشهر می‌باشند. که ۳۷ هزار نفر را شامل می‌شود.

حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

روش به کار گرفته شده در این تحقیق به صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش کلیه مردان ۳۵ تا ۶۰ ساله شهر بوشهر انتخاب شد. آزمودنی‌ها به صورت تصادفی انتخاب و حجم نمونه ۳۷۰ نفر می‌باشد. برای انتخاب محله‌ها از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و برای انتخاب افراد از روش نمونه‌گیری اتفاقی استفاده شده است. دریافت قدیم شهر محله‌های: کوتی، صلح آباد و بهبهانی انتخاب شد و دریافت جدید شهر محله‌های: بی‌سیم، ابوشهر، بهمنی (دواس)، عالیشهر فاز یک و شهرک چغادک انتخاب شد.

ابزار جمع‌آوری اطلاعات

الف) پرسشنامه فراشناخت

فرم کوتاه پرسشنامه به منظور سنجش باورهای فراشناختی ساخته شده است. این پرسشنامه ۳۰ آیتم دارد و هر آزمودنی به آیتم‌ها به صورت چهار گزینه‌ای (از موافق نیستم تا خیلی موافقم) پاسخ می‌دهد. این پرسشنامه پنج مؤلفه اعتماد شناختی، باورهای مثبت در مورد نگرانی، خودآگاهی شناختی، باورهای منفی در مورد کنترل ناپذیری افکار و خطر و باورهایی در مورد نیاز به کنترل افکار را می‌سنجد.

شیرین زاده این پرسشنامه را برای جمعیت ایران ترجمه و آماده نموده است ضریب آلفای کرونباخ کل مقیاس در نمونه ایرانی ۰/۹۱ گزارش شده است و برای خرده مقیاس‌های کنترل ناپذیری، باورهای مثبت، خود هشیاری شناختی، اطمینان شناختی، و نیاز به کنترل افکار منفی به ترتیب در نمونه ایرانی ۰/۸۷ و ۰/۸۶ و ۰/۸۱ و ۰/۸۰ و ۰/۷۱ گزارش شده است.

در بررسی روایی سازه‌ای آن که با استفاده از تحلیل عاملی صورت گرفته بود، مورد تأیید قرار داده‌اند و پایایی آن را با آلفای کرونباخ برای کل و زیر مقیاس‌ها ما بین ۰/۷۶ الی ۰/۹۳ گزارش کرده‌اند و همچنین روایی و اعتبار این پرسشنامه به وسیله دو روانشناس بالینی و یک روان‌پزشک بررسی و به منظور سنجش انسجام درونی از طریق روش دو نیمه کردن و از طریق روش آلفای کرونباخ ضریب ۰/۷۹ به دست آمده همچنین به منظور اعتبار (پایایی) پرسشنامه فراشناخت مقیاس روی ۵۲ نفر اجرا گردیده و ضریب پایایی آن ۰/۸۸ است (یوسفی و همکاران، ۱۳۸۵).

ب) آزمون برای بررسی وضعیت روانی

پرسشنامه آزمون امنیت روانی توسط مزلو در سال ۱۹۵۲ ساخته شده است استفاده گردید. این آزمون بر اساس مطالعات وسیع نظری و بالینی در زمینه احساس ایمنی تهیه شده است و برای شناختن و سنجش آن دسته از خصوصیات فردی که احساس ایمنی و نایمنی به وجود می‌آورد و تشخیص افرادی که نایمنی هیجانی و روانی دارند قابل استفاده است. با توجه به نظریه‌های موجود در

زمینه امنیت روانی می‌توان آن‌ها را به دو دسته الف: نظریه‌های مربوط به ایمنی و ب: نظریه‌های مربوط به نایمنی تقسیم‌بندی کرد (آزاد حسین، ۱۳۷۶).

فرم کوتاه آزمون امنیت روانی از روش تحلیل واریماکس و تحلیل مؤلفه‌های اصلی استفاده شده است. در این روش سؤال‌هایی که با آزمون ضریب همبستگی ۴۰٪ داشتند انتخاب شدند. برای به دست آوردن پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. این پرسشنامه ۵ مؤلفه اعتقاد و اطمینان به خود، احساس ناخشنودی، ناسازگاری محیطی، دید مردم نسبت به فرد و امنیت روانی را می‌سنجد.

ج) پرسشنامه تاثیر رسانه‌ها در احساس امنیت

این پرسشنامه دارای ۲۴ سوال و در گویه‌های خیلی زیاد، زیاد، تا حدودی، کم، خیلی کم تنظیم شده است. انجام پیش آزمون و سنجش پایایی و روایی پرسشنامه جهت رفع نارسایی‌ها و ابهامات موجود در پرسشنامه، یکی از روش‌های معمول است. در این پژوهش قبل از تنظیم نهایی و تکثیر پرسشنامه، به منظور اعتبارسنجی پرسشنامه از روش اعتبار محتوایی استفاده شده است، بدین گونه که به منظور تعیین اولیه شاخص‌های مربوط به فرضیه‌های تحقیق ابتدا از منابع کتابخانه‌ای استفاده شده و سپس پرسشنامه در اختیار چند نفر کارشناس قرار گرفته و پس از اخذ نظرات آنان از طریق تحلیل محتوا، پایایی پرسشنامه مورد سنجش قرار گرفته است.

جدول ۱: ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه اخبار انتظامی در رسانه‌ها

مقیاس	تعداد سؤال	مقدار آلفا
اخبار انتظامی	۱۵	۰/۷۴

نتایج محاسبه ضریب آلفای کرونباخ نشان می‌دهد که پرسشنامه اخبار انتظامی در رسانه‌ها از پایایی خوبی برخوردار است. همچنین به منظور سنجش روایی ابتدا پرسشنامه را بر روی ۲۰ نفر از جامعه آماری به صورت اتفاقی آزمون شده است. سپس برای ارزیابی گویه‌ها و همبستگی هر گویه با سایر گویه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است، مقدار این کمیت ۸۱٪ بوده که نشانگر اعتبار مطلوب پرسشنامه می‌باشد. پس از پیش آزمون و سنجش اعتبار و روایی شاخص‌ها و رفع نارسایی‌ها و ابهاماتی که در سؤالات و گویه‌ها به نظر می‌رسید. پرسشنامه نهایی تنظیم و تکثیر شده است تا برای جمع‌آوری داده‌ها مورد استفاده قرار گیرد.

روش‌های آماری و تحلیل داده‌ها

در پژوهش حاضر، جهت بررسی داده‌ها، ابتدا از آمار توصیفی جهت بررسی میانگین‌ها و انحراف استاندارد و نمودار و ... استفاده شد و سپس جهت بررسی مفروضه‌های استفاده از تحلیل مانکوا (تحلیل کوواریانس چندمتغیری) از مون کولموگراف اسمیرنوف و آزمون لوین و M,Box استفاده شد و جهت بررسی فرضیه‌ها از روش «تحلیل کوواریانس چندمتغیری (Mancova)» استفاده شده است.

یافته‌های توصیفی تحقیق

در این بخش داده‌های پژوهش با استفاده از روش‌های علمی مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌گیرد. هدف از جمع‌آوری اطلاعات به دست آمده از سؤالات و طبقه‌بندی آن‌ها، شناخت کامل متغیرها و روابط بین آن‌ها است تا بتوان متناسب با اهداف پژوهش جمع‌بندی و نتیجه‌گیری نمود. تجزیه و تحلیل یافته‌ها در دو بخش انجام می‌شود که در بخش اول داده‌های جمع‌آوری شده توصیف می‌شوند. ابتدا آمار توصیفی جهت مرتب کردن اطلاعات استفاده شده است، بر این مبنا داده‌های حاصل از پژوهش در جداول مربوطه نشان داده می‌شود. بخش دوم تحلیل داده‌ها مبتنی بر استنباط آماری صورت می‌گیرد. در این پژوهش این تحلیل‌ها به وسیله نرم‌افزار (SPSS) انجام گرفته است.

در این قسمت به بررسی متغیرهای جمعیت شناختی از لحاظ سن، شغل و میزان تحصیلات در نمونه مورد مطالعه پرداخته شده است که نتایج آن در جداول ذیل نشان داده شده است:

جدول ۲: توزیع فراوانی و درصدی پاسخگویان بر حسب تحصیلات

درصد	فراوانی	آماره تحصیلات
۱۹/۷	۷۵	دیپلم و زیر دیپلم
۱۴/۲	۵۴	فوق دیپلم
۲۸/۷	۱۰۶	لیسانس
۲۷/۹	۱۰۶	فوق لیسانس
۹/۵	۳۶	دکتر
۱۰۰	۳۸۰	کل

نتایج جدول فوق نشان می‌دهد که ۱۹/۷ درصد از پاسخگویان مورد مطالعه دارای تحصیلات دیپلم و زیر دیپلم، ۱۴/۲ درصد تحصیلات فوق دیپلم، ۲۸/۷ درصد لیسانس، ۲۷/۹ درصد تحصیلات فوق لیسانس و ۹/۵ درصد تحصیلات دکتری بوده‌اند.

یافته‌های تحقیق

فرضیه تحقیق: بین اخبار انتظامی در رسانه‌ها، باورهای فراشناختی و احساس امنیت روان‌شناختی رابطه معنی‌دار وجود دارد.

جهت پاسخگویی به این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد که نتایج آن در جدول ذیل نشان داده شده است:

جدول ۳: ماتریس همبستگی بین اخبار انتظامی در رسانه‌ها، باورهای فراشناختی و احساس امنیت روان‌شناختی

متغیر	متغیر	۱	۲	۳	۴
احساس امنیت روان‌شناختی	ضریب همبستگی	۱			
	سطح معنی‌داری				
اخبار انتظامی در رسانه‌ها	ضریب همبستگی	۰/۳۳**	۱		

			۰/۰۰۱	سطح معنی‌داری	
	۱	۰/۲۶**	۰/۲۱**	ضریب همبستگی	باورهای فراشناختی
		۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	سطح معنی‌داری	

نتایج نشان می‌دهد، بین اخبار انتظامی در رسانه‌ها و احساس امنیت روان‌شناختی رابطه مثبت معنی‌دار وجود دارد ضریب تعیین نشان می‌دهد که حدود ۱۰/۸ درصد واریانس احساس امنیت روان‌شناختی توسط اخبار انتظامی در رسانه‌ها قابل تبیین است. بین باورهای فراشناختی و احساس امنیت روان‌شناختی رابطه مثبت معنی‌دار وجود دارد ضریب تعیین نشان می‌دهد که حدود ۴/۴ درصد واریانس احساس امنیت روان‌شناختی توسط باورهای فراشناختی قابل تبیین است. بین باورهای فراشناختی و اخبار انتظامی در رسانه‌ها رابطه مثبت معنی‌دار وجود دارد ضریب تعیین نشان می‌دهد که حدود ۶/۸ درصد واریانس باورهای فراشناختی توسط اخبار انتظامی در رسانه قابل تبیین است.

نتیجه‌گیری

در جامعه جدید رسانه‌های همگانی نقش مهمی در توسعه یافته فرهنگی دارند، از میان آن‌ها نقش رسانه‌ها اعم از نوشتاری و دیجیتالی از سایر رسانه‌های همگانی بیشتر است. پیام‌های این رسانه‌ها، بیشتر بازگوکننده وقایع تازه‌ای است که خصلت گذرا دارد. در مقابل، فرهنگ چیزی است پایدار و ماندنی که باعث رشد فکری شده و ذهن را با دانسته‌های گوناگون آرایش می‌دهد، رسانه‌ها به ویژه روزنامه‌ها و مجلات نقش مهمی در ساخت فرهنگ یک جامعه به عهده دارند و به همین اندازه بر احساس امنیت تأثیر می‌گذارند بر اساس نظریه وابستگی رویارویی بلندمدت مخاطبان با محتوای خشونت‌بار و یا دارای برخوردهای کلامی رسانه‌ها بی‌حسی یا تأثیرپذیری مخاطبان را به دنبال دارد و بی‌عاطفگی و فقدان علاقه برای کمک به دیگران را سبب می‌شود و احساس نگرانی و عدم امنیت مردم را در حد بالایی افزایش می‌دهد. بر اساس نظریه کاشت تلویزیون می‌تواند با آثار محدود ولی مداوم بر دیدگاه‌ها اثر بگذارد. تلویزیون و سایر رسانه‌ها در چگونگی مشاهده جهان توسط مردم نقش بسیار اساسی دارند. در جامعه امروز یا اغلب مردم، اطلاعات خود را بیشتر از منابع واسطه‌ای به دست می‌آورند تا اینکه حاصل تجربه مستقیم باشد. بنابراین منابع واسطه‌ای قادرند احساس شخص از واقعیت را شکل بدهند. خصوصاً در رابطه با مسئله خشونت این چنین است. مشاهده‌ی زیاد تلویزیون پرورش‌دهنده‌ی این احساس است که جهان مکانی پر خشونت هست. تماشاگران نمایش‌های حادثه‌ای و مهیج راجع به امنیت خود بیشتر احساس نگرانی می‌کنند. همچنین تماشاگران پرمصرف تلویزیون حس شدیدتری از خطر و ناامنی، از تلویزیون دریافت می‌کنند.

رویکرد دوم تأثیر رسانه را منطبق با زمینه‌های روانی و اجتماعی مخاطب دانسته و استفاده از محتوای خاصی از رسانه را برای تأمین نیازهای مخاطب می‌داند که در این خصوص نیز به نظریه استفاده و خشنودی توجه گردیده است. ازسویی دیگر نظریه‌ی استفاده و خشنودی معتقد است وسایل ارتباط جمعی علی‌الاصول نمی‌توانند اثری بر فرد نهند که با زمینه‌های روانی و اجتماعی او قابل انطباق نباشد. در طرح مسئله‌ی کاربرد رسانه‌ها باید پذیرفت که ارزش‌ها، منافع، گروه‌ها و نقش‌های اجتماعی اشخاص اهمیت ویژه دارند و افراد آنچه را می‌بینند یا می‌شنوند با احتیاجات خود منطبق می‌سازند. افراد مخاطب کم و بیش به صورت فعال به دنبال محتوایی هستند که بیش‌ترین خشنودی را فراهم کند و در راستای نیاز خود از رسانه استفاده می‌کند. این نیازها شامل نیازهای شناختی (کسب اطلاعات، آگاهی و شناخت)، نیازهای عاطفی، نیازهای انسجام بخش شخصی (تقویت اعتبار، اعتماد، ثبات و پویاگاه) و نیازهای گریز از تنش (فراغت و آسایش) هست. در ادامه به بررسی هر یک از فرضیه‌های تحقیق به صورت جداگانه خواهیم پرداخت:

➤ فرضیه تحقیق: بین اخبار انتظامی در رسانه‌ها، باورهای فراشناختی و احساس امنیت روان‌شناختی رابطه معنی‌دار وجود دارد.

ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین اخبار انتظامی در رسانه‌ها و احساس امنیت روان‌شناختی رابطه مثبت معنی‌دار وجود دارد ضریب تعیین نشان می‌دهد که حدود ۱۰/۸ درصد واریانس احساس امنیت روان‌شناختی توسط اخبار انتظامی در رسانه‌ها قابل تبیین است. بین باورهای فراشناختی و احساس امنیت روان‌شناختی رابطه مثبت معنی‌دار وجود دارد ضریب تعیین نشان می‌دهد که حدود ۴/۴ درصد واریانس احساس امنیت روان‌شناختی توسط باورهای فراشناختی قابل تبیین است. بین باورهای فراشناختی و اخبار انتظامی در رسانه‌ها رابطه مثبت معنی‌دار وجود دارد ضریب تعیین نشان می‌دهد که حدود ۶/۸ درصد واریانس باورهای فراشناختی توسط اخبار انتظامی در رسانه قابل تبیین است این یافته همسو با یافته‌های آقایی (۱۳۸۶) با عنوان «بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی» که نشان داد بین میزان توجه و اعتماد به رسانه‌های داخلی و ابعاد مختلف احساس امنیت اجتماعی رابطه مثبت و بالایی برقرار است ... در تبیین این یافته همان‌گونه که ساروخانی (۱۳۶۷) بیان می‌دارد رسانه‌های جمعی در شکل‌دهی افکار، نگرش‌ها و رفتار افراد، مطالعات مختلفی را در مورد سنجش میزان و نوع تأثیرات رسانه‌ها انجام می‌دهند. وسایل ارتباط جمعی قادرند با کارکردهای منفی و تخطی از اخلاق رسانه‌ای، سلامت فکری و اخلاقی آحاد جامعه را تهدید کنند و الگوهای ناهنجار رفتاری را در جامعه تثبیت نمایند و از سوی دیگر می‌توانند با توجه به کارایی و توان رسانه‌ها، نرخ وقوع انحرافات اجتماعی را کاهش دهند. نباید فراموش کرد که افزایش آگاهی شهروندان از تهدیداتی که احتمالاً در زندگی روزمره ایشان پدید خواهد آمد هم بسیار حائز اهمیت است. در این خصوص باید گفت همان‌طور که انتشار اخبار حوادث و جرائم اجتماعی از سوی مخالفین این امر به دلیل آگاه نمودن مجرمین مورد نقد است، آگاه‌سازی شهروندان از شیوه‌های وقوع جرم و چگونگی مقابله با آن از ثمرات انتشار این گونه اخبار محسوب می‌شود بر این اساس و با این منطبق است که سال‌هاست اخبار حوادث و جرائم در نشریات منعکس می‌شوند هر چند کارکرد جذب مشتری را نیز نباید نادیده گرفت اما به جرئت می‌توان گفت اگر دولت‌مردان به یک نتیجه قطعی در خصوص عدم ایفای نقش مثبت یک رسانه می‌رسیدند بدون شک قوانین جدید و لازم‌الاجرائی در این خصوص وضع می‌نمودند.

پیشنهاد‌های پژوهش

- ۱- با توجه به اینکه این پژوهش فقط به مردان ۳۵ تا ۶۰ سال شهر بوشهر را مورد سنجش قرار داد پیشنهاد می‌گردد در دیگر شهرهای استان و سایر گروه‌های سنی نیز اجرا گردد.
- ۲- از آنجا که سنجش از طریق پرسشنامه اشکالات و خطاهای خاص خود را دارد پیشنهاد می‌گردد نگرش افراد جامعه نسبت به اخبار انتظامی از طریق مصاحبه نیز سنجیده شود.
- ۳- از آنجا که این پژوهش در تعدادی از محلات شهر بوشهر انجام شده پیشنهاد می‌گردد در محلاتی که انجام نشده نیز اجرا گردد.
- ۴- مجری تحقیق حاضر ادعا نمی‌کند که به طور کامل رابطه بین اخبار انتظامی، باورهای فراشناختی و احساس امنیت روان‌شناختی را بررسی قرار داده است و در واقع هدف این تحقیق نیز این نبوده است که کلیه متغیرها بررسی

شوند چرا که در یک تحقیق هرچند به گستردگی تحقیق حاضر نیز باشد امکان بررسی تمام متغیرها نیست لذا پیشنهاد می‌شود جهت دستیابی به مدل‌های نظری بیشتر به بررسی نقش عوامل زمینه‌ای از جمله اوضاع سیاسی و اقتصادی کشور، موقعیت جغرافیایی، سوابق تاریخی، نقش احزاب، دسترسی به منابع و اطلاعات علمی، نقش خانواده، ارزش‌های جامعه و فرهنگ نیز در این بررسی مورد توجه قرار گیرد.

منابع

الف فارسی

- ۱- آدامز، پاول، (۲۰۰۸)، رسانه‌های تصویری تلویزیون، انتشارات سمت.
- ۲- آقازاده، محرم، احدیان، محمد، (۱۳۷۷)، مبانی نظری و کاربردهای آموزشی نظریه فرا شناخت، تهران انتشارات پیوند.
- ۳- آقایی، زهرا، (۱۳۸۶)، بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه علوم اجتماعی.
- ۴- آلبر، پیرو فرناندترو، (۱۳۶۳)، تاریخ مطبوعات جهان، ترجمه هوشنگ فرجسته، تهران: انتشارات پاسارگاد.
- ۵- آلبر، پیروژان تودسک، (۱۳۶۸)، تاریخچه رادیو و تلویزیون، ترجمه جمشید ارجمند، تهران: سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، مجموعه «چه می‌دانم».
- ۶- اخوان کاظمی، بهرام، (۱۳۸۶)، امنیت در نظام سیاسی اسلام، مرکز پژوهش‌های نیروی انتظامی.
- ۷- استونز، راب، (۱۳۷۹)، متفکران بزرگ جامعه‌شناسی، ترجمه مهرداد میردامادی، نشر مرکز، تهران، اسماعیلی.
- ۸- اعزازی، علی، (۱۳۷۳)، جامعه‌شناسی کجروی، تهران، انتشارات حوزه و دانشگاه.
- ۹- افروغ، عماد، افتخاری، علی اصغر، (۱۳۸۱)، جامعه‌شناسی امنیت، مؤلفه‌ها و ریشه‌های تاریخی، مجله راهبرد، شماره ۲۶، ص ۲۶۳-۲۴۰.
- ۱۰- امیرکافی، مهدی، (۱۳۸۸)، «بررسی احساس امنیت و عوامل مؤثر بر آن (مورد مطالعه: شهر تهران)، فصلنامه تحقیقات علوم اجتماعی ایران، شماره اول، پاییز.
- ۱۱- اولسون، دیوید، (۱۳۷۷)، رسانه‌ها و نماد: صورت‌های بیان، ارتباط و آموزش، ترجمه محبوبه مهاجر، تهران: انتشارات سروش.

ب) غیر فارسی

- 1- Asalandere, D. A., (1998), Risk factors for child psychological abuse, Aggression and Violent Behavior, 6, 189-201.
- 2- Brawne, E., (1987), Girls' sexual development in the inner city: From compelled childhood sexual contact to sex-forthings exchanges, Journal of Child Sexual Abuse, 12(2), 73-96.
- 3- Claoper, P., Menchon, I., Mataixols, D., Pifarre, J., Urretaviz, M., Jimenez, S., (1960), Perceived parental rearing style in obsessive-compulsive disorder: Relation to symptom dimension, Psychiatry Research, 127, 267-278.

- 4- DISORT, D., Royres, A., (2006), Parenting characteristics of women reporting a history of childhood sexual abuse, *Child Maltreatment*, 8(4), 319–333.
- 5- Efkaldzesh, T., Fincham, F., (2001), Research on the nature and determinants of marital satisfaction, *Journal of Marriage & Family*, 62, 964-980.
- 6- Eshpilberg, L. M., (1975), Income, family characteristics, and physical violence toward children, *Child Abuse & Neglect*, 29, 107-33
- 7- Kar, J., Buehler, M., (1998), In the eyes of the beholder: Cognitive appraisals as mediators of the association between interparental conflict and youth maladjustment, *Journal of Family Psychology*, 19, 376-384.
- 8- kraoss Medical Association, (1998), Diagnostic and treatment guidelines on child sexual abuse, Retrieved August 18, 2007, from [http:// www.ama-assn.org/pub/upload/mm/386/childsexabuse.pdf](http://www.ama-assn.org/pub/upload/mm/386/childsexabuse.pdf)
- 9- Miller, K., (2002), The effect of chronic obstructive pulmonary disease on quality of Life , *Res Nurs Health*.
- 10- Haded, Nicholas., (1972), An historical perspective on family violence and child abuse: Comment on Moloney et al, Allegations of Family Violence, 12 June 2007, *Journal of Family Studies* 14: 271-278.