

نقش رسانه‌های جمعی در ایجاد امنیت شهروندان

جواد محلوچی^۱

چکیده

امروزه بحث امنیت به عنوان یکی از عمده‌ترین اولویت‌های فراروی دولت‌ها مطرح بوده و بالا بردن ضریب آن از طریق شناسایی و رفع تهدیدهای موجود یکی از دغدغه‌های نخبگان و حاکمان سیاسی در جوامع مختلف به شمار می‌رود. عوامل تهدیدزا علیه امنیت اجتماعی و روانی شهروندان را می‌توان در طیف وسیعی از عوامل و تهدیدهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری دسته‌بندی و تجزیه و تحلیل کرد. در میان عواملی که به روش نرم‌افزاری بر امنیت تأثیر می‌گذارد عملکرد رسانه‌ها به طور اعم، و مطبوعات به طور اخص از برجستگی خاصی برخوردار است. به عبارت دیگر یکی از مهمترین نقش‌های اجتماعی که رسانه‌های جمعی در جوامع در حال گذار بر عهده دارند چگونگی مشارکت آنها در فرآیند ایجاد و حفظ امنیت و فرهنگ‌سازی آن در جامعه می‌باشد. رسانه‌های جمعی می‌توانند به تناسب سیاست‌ها و راهبردهایی که در انطباق یا گسستگی با هدف‌های توسعه ملی انتخاب می‌کنند، به پایداری یا تغییر ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی کمک کنند. حتی می‌توان چنین ادعا کرد که رسانه‌ها می‌توانند نقش مهمی در سمت و سو دادن به نگرش مردم برحسب نوع و پوشش خبری و تحلیلی بر عملکرد نیروی انتظامی داشته باشند، از این نیرو درصد میزان و نوع پوشش عملکرد ناجا در رسانه‌ها می‌تواند اهمیت یابد. بر این اساس هدف اصلی این پژوهش نقش رسانه‌های جمعی در امنیت روانی و اجتماعی شهروندان می‌باشد. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی-تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات، کتابخانه‌ای می‌باشد.

در این مقاله پس از تعریف امنیت و رسانه‌های جمعی و ابعاد مفهومی و نظری آنها، به بررسی نقش رسانه پلیس در فرهنگ‌سازی امنیت اجتماعی و روانی جامعه به عنوان یکی از مهمترین وظایف پلیس در جمهوری اسلامی ایران پرداخته می‌شود. و در پایان راهکارها و پیشنهاداتی در این خصوص ارائه می‌شود.

کلیدواژه: پلیس، امنیت، رسانه، فرهنگ‌سازی.

مقدمه

امروزه فلسفه وجودی پلیس را حفظ نظم و امنیت شهروندان می‌دانند. در حقیقت، مسأله نظم و امنیت و ارتباط آن با پلیس، در دنیای امروز موضوعی بس حساس می‌باشد، چنان که در کشورهای توسعه‌یافته یکی از شعارهای اصلی احزاب مسأله مبارزه با ناامنی است. بنابراین، این واقعیت را نمی‌توان انکار کرد که در فضای کنونی جامعه ایران نیز این مباحث ضرورتی آشکار یافته است. به ویژه در سالهای اخیر که برخی از آمارهای مربوط به بزهکاری و تبهکاری و ناامنی در سطح جامعه افزایش پیدا کرده و متعاقب آن جامعه ما با خشونت‌های اجتماعی تازه‌ای مواجه شده است. مسئولان قضایی نیز بارها طبق آمارهایی افزایش جرایم را در جامعه گوشزد کرده‌اند، جرایمی چون قتل، سرقت، گروگان‌گیری، آزار و اذیت زنان و ... این جرایم متأسفانه قدری در جامعه افزایش یافته‌اند که می‌طلبد برای مقابله با این روند برنامه‌های ویژه‌ای طراحی و اجرا شوند.

در این بین رسانه‌های جمعی نقش برجسته‌ای در ایجاد نظم و امنیت توسط پلیس ایفا می‌کنند. اکنون در قرن بیست و یکم نقش رسانه‌ها را نمی‌توان کم اهمیت دانست. رسانه‌ها جایگاه ویژه‌ای در تکوین و گسترش فرهنگ و اندیشه در میان جوامع دارند. در واقع این رسانه‌ها هستند که می‌توانند با همگن‌سازی سلیقه‌ها، خواسته‌ها و انتظارات افراد جامعه را شکل بخشد و به وفاق و همبستگی جامعه کمک کنند. اساساً از رسانه‌ها به عنوان رکن چهارم دموکراسی یاد می‌شود رکنی که از یک طرف با مردم و از طرف دیگر با حکومت در ارتباط است. امروزه در عصر ارتباطات که به دهکده جهانی معروف شده تمامی جوانب زندگی مردم تحت تأثیر رسانه‌ها قرار گرفته است بر همین اساس می‌توان گفت که رسانه‌ها در مقوله نظم و امنیت اجتماعی و روانی افراد جامعه نیز نقش اساسی ایفا می‌کنند.

با توجه به اهمیت نقش رسانه‌ها در دنیای امروز به نظر می‌رسد که داشتن یک رسانه جمعی توسط پلیس می‌تواند نقش بسزایی در فرهنگ‌سازی مقوله امنیت داشته باشد. حال این رسانه ممکن است یک روزنامه‌ی سراسری در سطح کشور باشد یا یک روزنامه‌ی محلی در سطح یک استان. یا اینکه یک شبکه تلویزیونی در سطح ملی یا محلی به عنوان شبکه پلیس کشور باشد.

با توجه به چنین پیشینه‌ای، اهداف ذیل در این پژوهش مد نظر است:

- تبیین مفهوم امنیت و انواع آن.
- تبیین مفهوم رسانه‌های جمعی و ابعاد آن.
- تبیین نقش رسانه‌های جمعی در امنیت اجتماعی و روانی شهروندان.
- تبیین نقش رسانه پلیس در فرهنگ‌سازی امنیت در جامعه.

مفهوم امنیت و انواع آن

امنیت در قاموسهای فارسی به معنی «آزادی، آرامش، فقدان ترس و عدم هجوم دیگران آمده است» (کوچکی، ۱۳۶۸: ۱۰). در فرهنگ علوم رفتاری دو معنا از این واژه ارائه شده است: ۱- حالتی که در آن، ارضای احتیاجات و خواسته‌های شخصی انجام می‌پذیرد. ۲- احساس ارزش شخصی، اطمینان خاطر، اعتماد به نفس و پذیرشی که نهایتاً از سوی طبقات اجتماعی نسبت به فرد اعمال می‌شود (شعاری نژاد، ۱۳۷۸: ۴۱۷). امنیت همچنین عبارت است از: رهایی از تردید، آزادی از اضطراب و بیمناکی و داشتن اعتماد و اطمینان موجه و مستند. امنیت، خواه فردی، ملی یا بین‌المللی، در زمره مسایلی است که انسان با آن مواجه می‌باشد. امنیت به صورت وسیع، در مفهومی به کار گرفته شده که به صلح، آزادی، اعتماد، سلامتی و دیگر شرایطی اشاره می‌کند که فرد و یا گروهی از مردم، احساس آزادی از نگرانی، ترس، خطر یا تهدیدات ناشی از داخل یا خارج را داشته باشند. هر چند آن گونه که بوزان استدلال می‌کند، مفهوم امنیت فی نفسه در کاربرد عامی که در روابط بین‌الملل و دیگر رشته‌ها دارد به نظر می‌رسد که به عنوان یک مفهوم سازمان یافته محوری از سوی سیاستمداران و محققان مورد پذیرش قرار گرفته باشد، با ادبیات شدیداً نامنسجمی روبروست. به همین دلیل، امنیت بر محوریت هنجاری تمرکز یافت (میرعرب و سجادی، ۱۳۷۹: ۱۳۳).

دومین گام برای تعریف امنیت، توسط ولفرز برداشته شد. او امنیت را به عنوان نماد مبهمی که احتمالاً در کل هیچ معنای منسجمی ندارد تعریف می‌کند. او اظهار داشت که امنیت، به درجه ای از حفاظت ارزش‌های موجود اشاره دارد. از دیدگاه وی امنیت، در معنای عینی، فقدان تهدید در برابر ارزش‌های کسب شده را مشخص کرده و در معنای ذهنی، فقدان ترس و وحشت از حمله علیه ارزش‌ها را معین می‌کند بر اساس نقل لیپمن، ولفرز متذکر می‌شود که: یک ملت زمانی امنیت دارد که بتواند بدون خطر، از ارزش‌های اساسی خود حفاظت کند، از جنگ اجتناب نماید و بتواند در هنگام چالش، ارزش‌های خود را با موفقیت حفظ نماید. و امروز امنیت را عبارت از آزادی نسبی از تهدیدهای خطرناک می‌داند (میرعرب و سجادی، ۱۳۷۹: ۱۳۴).

جمعی دیگر با رویکرد ساختاری و نهادی به امنیت نگریسته و می‌گویند: نظم و امنیت عمومی، خصوصیت یا وضعیتی است که جامعه در عین برخورداری از برکات آن متقابلاً در برابرش وظایف و تعهداتی دارد که می‌بایست به آنها وفادار باشد (پورنجاتی، ۱۳۷۸، ۵۰).

رهایی از ترس و رهایی از نیاز دو جزء مهم امنیت محسوب می‌شوند. در سال ۱۹۴۵ سازمان ملل متحد گزارش محرمانه‌ای در اختیار دولتها قرار داد که نتایج کنفرانس سانفرانسیسکو بود که توسط سازمان ملل برگزار شد. گزارش مذکور به طور خاص بر

این نکته تاکید کرده بود که: «جنگ برای صلح باید در دو جبهه پیش رود: اول جبهه امنیت، که پیروزی در آن متضمن رهایی از ترس است. دوم جبهه اقتصاد و جامعه که معنای آن رهایی از نیاز است. فقط پیروزی در این دو جبهه دوام صلح را در دنیا بیمه می‌کند... هیچ یک از شروط نوشته شده در منشور ملل متحد، شورای امنیت را قادر به ساختن دنیایی ایمن از جنگ نمی‌سازد مگر این که مردان و زنان در خانه و محل کار خود امنیت داشته باشند» (مدنی، ۱۳۸۱: ۴۸). در مورد انواع امنیت تقسیم بندیهای گوناگونی صورت گرفته است: امنیت ملی، امنیت بین‌المللی، امنیت اجتماعی، امنیت اقتصادی، امنیت سیاسی، امنیت فرهنگی، امنیت عمومی، امنیت ذهنی، امنیت عینی و ... بدین ترتیب امنیت روانی را می‌توان در ردیف امنیت ذهنی و امنیت اجتماعی را در ردیف امنیت عینی قرار داد.

مفهوم رسانه های جمعی و ابعاد آن

رسانه وسیله‌ای است که فرستنده به کمک آن معنا و مفهوم مورد نظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می‌کند. به عبارت دیگر، رسانه، وسیله حامل پیام از فرستنده به گیرنده است. کتاب، روزنامه، مجله، عکس، فیلم، نوار صوتی و تصویری، رادیو، تلویزیون، ماهواره و... نمونه‌هایی از رسانه هستند (امیر تیموری، ۱۳۷۷: ۱۶). به عبارت دیگر منظور از رسانه‌ها در اینجا سائلی است که پیام، معلومات و اطلاعات را به گروه کثیری از افراد می‌رسانند.

به طور کلی منظور از رسانه های جمعی، آن دسته وسایل ارتباطی است که در تمدن های جدید بوجود آمده و مورد استفاده اند و ویژگی اصلی آنها قدرت و توانایی زیاد و شعاع عمل وسیع است (کازنو، ۱۳۶۷: ۴). رسانه‌ها در زمینه های مختلف فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و آموزشی نقش بسیار خطیری ایفا می‌کنند اما در زمینه آموزش، نقش رسانه‌ها نقشی دشوار و حساس است که در انجام آن باید بسیار دقت داشت. گذر از مرحله سنتی و زیست در فضای مدرن، زمینه تاثیر پذیری مخاطبان از محرک های تاثیرگذار را تقویت نموده است. امروزه رسانه‌ها از جمله نیروهای محرک در درون یک جامعه هستند که می‌توانند زیر ساختهای فکری - فرهنگی آحاد جامعه را در زمینه های مناسب از قبیل ایجاد کار گروهی، فرهنگ تفکر، فرهنگ سیاسی مشارکتی و سالم، فرهنگ کار آفرینی، آینده نگری، فرهنگ نظم و امنیت و حساسگری و غیره را تحت تاثیر خود قرار دهند.

از رسانه‌های جمعی تقسیم بندی های متفاوتی ارائه شده است. به عنوان نمونه رسانه‌ها را به تند و کند تقسیم بندی کرده اند. رسانه های کند که پیام توسط آنها با تأخیر قابل توجهی به مخاطب منتقل می‌شود مثل کتاب یا مجله و رسانه‌های تند که با سرعت قابل قبولی پیام را به مخاطب منتقل می‌کنند مثل رادیو و تلویزیون (جمعی از

نویسندگان، ۱۳۷۷:۸).

لوهان وسایل ارتباط را به سرد و گرم تقسیم می‌کند. در این نگاه وسایل ارتباط سرد، شامل آن ابزار یا وسایلی است که موجبات مشارکت کثیر انسانی را فراهم می‌سازد مانند سمینار یا جلسات بحث. اما لوهان، رادیو، سینما و کتاب را در زمره وسایل ارتباطی گرم به حساب می‌آورد که زمینه مشارکت کمتری را فراهم می‌آورد (ساروخانی، ۱۳۷۲:۴۵). در یک تقسیم بندی جامع وایوین معتقد است که رسانه های جمعی سه دسته اند: چاپی، الکترونیکی و تصویری، و رسانه‌های جمعی چاپی را شامل کتاب، مجله، روزنامه و رسانه های الکترونیکی را شامل تلویزیون، رادیو و ضبط صوت صدا و اخیراً فضای وب می‌داند. همچنین رسانه جمعی تصویری نیز شامل صنعت فیلم و (Vivian, 2002:5) می‌باشد

آنچه مهم می‌نماید، آن است که با توجه به تقسیم بندی وایوین رسانه های جمعی خاصه رسانه های الکترونیکی می‌توانند مبنای خودشناسی مخاطبان را دگرگون سازند و در ذهنیت سازی و مدیریت ادراکات تأثیر چشمگیری داشته باشند. به عبارتی رسانه ها با بهره گیری از حالت همبستگی و تعامل بین ذهنی انگاره ها یا مفاهیمی را می‌توانند به مخاطب القاء کنند. کلاپر معتقد است که رسانه های دیداری- شنیداری سه نوع دگرگونی اساسی را می‌توانند در ذهنیت مخاطبان ایجاد می‌کنند که عبارتند از تغییر عقیده، تقویت یک وضعیت مشخص و تغییر وضع موجود (امینی، ۱۳۸۴:۶۲). پس رسانه های جمعی از طریق فرآیندهای مداخله در ساختار آگاهی مخاطبان می‌توانند نسبت به همسویی یا همنوایی آنها در راستای مقوله‌ای خاص مبادرت ورزند و یا بلعکس در واگرایی و ایجاد ذهنیت دوگانه نسبت به واقعیت اقدام نمایند. مطبوعات و رسانه های جمعی چه چاپی و چه تصویری در جهت آگاهی افکار عامه نقش بس مهم را ایفا می‌نمایند، تا جایی که حتی به اعتقاد بعضی از دانشمندان «قوه چهارم» در یک دولت به شمار می‌رود، همچنین بعضی از اندیشمندان معتقدند که پیشرفت و تکامل در یک جامعه از سیر تکامل مطبوعات در آن هویدا می‌گردد و مطبوعات وسیله گفت و شنود توده ها است. وسایل ارتباط جمعی به جامعه و افراد آن کمک می‌کند تا در مسیر و خط مشی معین خود موفق تر و با آگاهی و اطلاعات بیشتری حرکت کند، در چگونگی تعامل متقابل شهروندان تأثیر می‌گذارد و کنش ها و واکنش ها را جهت دار و متناسب با دیگر ابعاد جامعه می‌سازد. نهادهای اجتماعی را برجسته ساخته و گسترش می‌دهد و میان شهروندان احساسات عاطفی و روانی مشترکی می‌سازد (اساس، ۱۳۸۵). به دلیل اهمیت سیاسی مطبوعات بود که لیپمن روزنامه را «کتاب مقدس دموکراسی» نامید. به گفته رانی در همه کشورهای دارای تکنولوژی ارتباطات جمعی، رسانه‌ها در سمت گیری های نیروهای اصلی و نیز افکار

خاص بیشترین مردم نقش مستقیمی دارند. پای نیز تأکید می‌کند که رسانه‌های جمعی مناسب‌ترین روش برای جامعه‌پذیری است و عامل قاطع‌نوسازی به شمار می‌رود (عالم، ۱۳۸۲: ۳۶۹). هر آنچه که ما در باره جامعه و جهانی که در آن زندگی می‌کنیم می‌دانیم از طریق رسانه‌های جمعی است. (Luhmann, 2000:2)

به اعتقاد دانشمندان علوم اجتماعی، یکی از ابزارهای مؤثر و مفید در زمینه آگاهی بخشی و شناساندن ارزش‌ها و هنجارهای حاکم بر جامعه، «رسانه‌های جمعی» هستند، به گونه‌ای که آن‌ها را در ردیف عوامل شخصیت‌ساز قرار داده‌اند و بر این باورند که رسانه‌های جمعی می‌توانند هنجارهای اجتماعی را تقویت یا تضعیف سازند.

از طرف دیگر نقش رسانه‌های اجتماعی در ترویج فرهنگ نظم و امنیت توسط پلیس نیز مورد توجه اکثر اندیشمندان قرار گرفته است. نظریه‌پردازان علوم اجتماعی و سیاسی از رویکردهای متفاوتی برای تبیین امنیت استفاده کرده‌اند. براساس این تئوری‌ها، امنیت در حوزه اصلی و بنیادی امنیت ملی مورد شرح و تفسیر قرار گرفته و با مفاهیمی چون قدرت، حاکمیت، مشروعیت، منافع و تهدیدات در هم آمیخته است. در این راستا، مفهوم امنیت اجتماعی نیز مستثنی نبوده و بستر شکل‌گیری و طرح آن در حوزه ادبیات امنیت ملی سامان یافته است. از این رو، با طیف متنوعی از دیدگاه‌ها و نظریه‌ها مواجهیم که در این صورت برای ترسیم مدل نظری و ساختار مفهومی از امنیت اجتماعی، مطالعه رویکردهای مختلف در باب وجوه متنوع امنیت اجتناب‌پذیر می‌نماید. بنابراین پلیس به عنوان عامل برقراری امنیت عمومی، وظیفه و مقابله با جرایم و آسیب‌های اجتماعی چون سرقت، قتل و اعتیاد را برعهده دارد و برقراری نظم و قانون به منظور تحقق امنیت، هدف اصلی آن است. حیطه امنیت عمومی نیز به تبع نیازهای امروز، گسترده شده و از کشف جرم و مقابله با جرایم به حوزه‌هایی چون پیشگیری از جرم، مشاوره و مددکاری کشانده شده است. همچنین در کنار پلیس دولتی، محله، پلیس خصوصی، پلیس خوداتکا غیره شکل گرفته‌اند (نوید نیا، ۱۳۸۴: ۵۷). به این ترتیب، با پررنگ شدن حضور پلیس در بخش‌های مختلف جامعه، شهروندان از ضریب ایمنی بالاتری برخوردار گشته‌اند.

بنابراین، به رغم گستردگی عملکرد پلیس، امنیت شهروندان در مفهوم عدم تشویق و نگرانی برای زندگی، زمانی تأمین می‌گردد که مشکلات گریبانگیر افراد نیز متولی داشته و توسط سازمانهای جامعه حل و فصل شود. بیکاری و عدم امکان تأمین معاش به دلیل بیماری، از جمله مواردی است که آرامش و آسودگی خیال را از افراد سلب نموده، مانع زندگی متعارف شده و زمینه‌های جرم‌زایی و آسیب‌پذیری را رقم می‌زنند. بوزان و ویور با آگاهی از چنین شرایطی، ضرورت پردازش جنبه دیگری از امنیت را مورد توجه قرار داده و به طرح امنیت اجتماعی مبادرت نمودند. آنان موضوع امنیت اجتماعی را «هویت» و پاسداری از هویت را هدف امنیت اجتماعی دانسته‌اند (Boyne,

95:2003). امنیت اجتماعی در صدد تأمین امنیت برای گروه‌های مختلفی است که به هویت‌های گوناگون منتسب می‌باشند.

نقش و کارکرد رسانه‌های جمعی در امنیت اجتماعی و روانی شهروندان

جامعه‌شناسان، سیاست‌مداران و روان‌شناسان، نیاز به امنیت را به عنوان یکی از نیازهای اولیه‌ی انسان‌ها در نظر می‌گیرند و معتقدند در صورتی که این نیاز به صورت مناسب ارضا نشود، تبعاتی برای فرد و جامعه به همراه خواهد داشت. امنیت که در داخل جامعه در سطوح متفاوت، از فرد تا قبیله، شهر، جامعه‌ی ملی و بالاخره نظام جهانی مطرح است، ابعاد متفاوتی دارد که از آن جمله می‌توان به امنیت سیاسی، امنیت قضایی، امنیت شغلی، امنیت روانی، امنیت فرهنگی، امنیت اجتماعی و امنیت اقتصادی اشاره کرد. امروزه، تهدیدکننده‌های اجتماعی چندان گسترده و پیچیده شده‌اند که توجه به آن‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این تهدیدکننده‌ها باعث از هم گسیختگی گروه‌ها و دسته‌های اجتماعی می‌شوند که در علم جامعه‌شناسی در مورد آن‌ها بحث می‌شود.

امنیت نه تنها برای انسان‌هایی که در جامعه زندگی، کار و تلاش می‌کنند، لازم است، بلکه برای همه‌ی جانداران نیز ضروری به نظر می‌رسد. در زندگی انسان، امنیت روانی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

تأمین امنیت روانی خصوصاً روانی اجتماعی، در سایه‌ی توجه به ابعاد اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جامعه حاصل می‌آید، به گونه‌ای که از قلمروها به عنوان نیروهای مولد امنیت اجتماعی یاد می‌شود. امنیت اجتماعی مقوله‌ای است که افراد، گروه‌های اجتماعی و دولت به همراه یکدیگر در تأمین آن سهیم هستند. تأمین امنیت نیازمند رفع عوامل تهدیدکننده‌ی آن است. عوامل تهدیدکننده‌ی امنیت اجتماعی دامنه‌ی وسیعی را در بر می‌گیرند. مهاجرت بیش از حد، توسعه‌ی حاشیه‌نشینی، افزایش بی‌رویه‌ی جمعیت شهرها، افزایش طلاق، بی‌کاری، اعتیاد، فحشا، دزدی، قتل و جنایت و... از جمله عواملی هستند که امنیت اجتماعی و روانی را به خطر می‌اندازند (ذبیحی، ۱۳۸۵: ۴۱).

در این میان، نشر و توزیع خبرهای مرتبط با عملکرد نیروی انتظامی می‌تواند از زوایای گوناگونی مورد بررسی قرار گیرد که مرور و تحلیل اخبار منتشره از سوی رسانه‌های مکتوب یکی از این روش‌ها است. از آنجا که مقوله ایجاد احساس امنیت در جامعه توسط اصحاب رسانه یکی از نکات قابل توجه در این عرصه می‌باشد لازم است تا همواره تعامل مستقیم و مستمری بین رسانه‌ها و پلیس فراهم گردد که این تعامل مفید می‌تواند بد آموزی‌ها را به آموزش‌های صحیح و احساس ناامنی را به احساس امنیت تبدیل نماید. رسانه‌ها در حوزه‌های مختلف، کارکرد متفاوت دارد با

استفاده از رسانه‌ها می‌توان در جامعه انگیزه و حرکت ایجاد کرد و یا فرهنگ عمومی را پایه‌ریزی و گسترش داد و همینطور افکار عمومی را در رابطه با موضوع خاصی تبیین کرد. رسانه می‌تواند ارتباط دوسویه را بین افراد یک جامعه و حتی جامعه جهانی برقرار کند. رسانه نه به مثابه علل جرایم بلکه به عنوان عاملی که می‌تواند دو نقش فرصت‌زا و تهدیدزا را به همراه خود داشته باشد و با تخمین فرصت‌ها و برآورد تهدیدها به احصای این دو نقش و چگونگی آنها در حوزه امنیت اجتماعی و روانی بپردازد. یکی از مهمترین انتظارات نیروی انتظامی از رسانه‌ها ایجاد احساس امنیت در جامعه می‌باشد که این مهم می‌تواند در دو حوزه رسانه‌ها یعنی صدا و سیما و مطبوعات متجلی شود که در بحث صدا و سیما با پرداختن به اخبار و رویداد‌های انتظامی به صورت شفاف و جلوگیری از شایعه‌پراکنی می‌باشد. مطبوعات نیز با انتخاب تیترهای مناسب و پرداختن به توصیه‌های هشدار پلیس و اطلاع‌رسانی شفاف بدون غوغاگری در جهت ایجاد احساس امنیت و آگاه کردن مردم برای مقابله با جرایم گام بردارند. با توجه به ماهیت اجتماعی و رویکرد جامعه‌محوری نیروی انتظامی و تعبیر مقام معظم رهبری از ناجا بعنوان نیروی مسلح اجتماعی، پلیس بیش از هر سازمان دیگری نیازمند جلب آرای عمومی بوده و بهترین راه دستیابی به پشتیبانی عمومی نیز ایجاد تعامل و ارتباط از راه اطلاع‌رسانی و دریافت نظرات مردم می‌باشد که در این چرخه بایستی جایگاه ویژه‌ای برای ارتباط جمعی در نظر گرفت زیرا رسانه‌های گروهی حلقه ارتباط نیروی انتظامی و گروه‌های اجتماعی هستند.

لذا با توجه به اینکه نیاز به امنیت یکی از نیازهای اساسی بشر به شمار می‌رود به گونه‌ای که رفع سایر نیازهای مهم آدمی حتی نیازهای زیستی او نیز به نوعی تابع میزان امنیت است، احساس امنیت و امنیت روانی در یک جامعه به همان اندازه مهم است که وجود امنیت در آن جامعه، به گونه‌ای که برخی از کارشناسان وجود احساس امنیت را مهمتر از وجود امنیت در آن جامعه می‌دانند. اما احساس امنیت در یک جامعه به احساس روانی شهروندان از میزان وجود یا عدم وجود جرم و شرایط جرم‌خیز در آن جامعه باز می‌گردد و هر مقدار فراوانی جرم و شرایط جرم‌خیز بالاتر باشد احساس امنیت شهروندان پائین‌تر است. ولی این احساس ناامنی صرفاً منبعث از عدم وجود امنیت در آن جامعه نخواهد بود. ممکن است در جامعه‌ای امنیت وجود داشته باشد لکن شهروندان آن احساس امنیت نکنند و بالعکس. پس می‌توان نتیجه گرفت که احساس امنیت اگر چه با میزان جرائم و شرایط جرم‌خیز در جامعه ارتباط دارد ولی به عوامل دیگری همچون توانایی و عملکرد نهادهای تأمین‌کننده امنیت خصوصاً نیروی انتظامی و قوه قضائیه نیز بستگی دارد.

به طور کلی انتظارات پلیس از رسانه‌های جمعی را می‌توان در موارد ذیل خلاصه نمود:

۱. ارتباط و تعامل بیشتر با پلیس در راستای درج اخبار و هشدارهای انتظامی در جهت اطلاع‌رسانی و آموزش همگانی؛
۲. عدم استفاده از تیرهای تنش‌زا در راستای ایجاد احساس امنیت عمومی،
۳. همراهی با پلیس در اجرای طرح‌های انتظامی و امنیتی با اطلاع‌رسانی شفاف به عموم شهروندان؛
۴. برقراری ایجاد احساس امنیت روانی در بین شهروندان از طریق تحلیل‌های اجتماعی - انتظامی در مقاله‌ها و گزارش‌های خود؛
۵. اطلاع‌رسانی به موقع و سریع در خصوص طرح‌های امنیتی و ترافیکی که به مناسبت‌های ویژه در سطح کشور اجرا می‌شود؛
۶. ارتباط و تعامل با مرکز اطلاع‌رسانی به عنوان پل ارتباطی بین پلیس و رسانه.

نقش رسانه پلیس در فرهنگ‌سازی امنیت در جامعه

فرهنگ بنا به تعریف گیرتس « بر الگوی معناهای نهفته در نمادها که به صورت تاریخی انتقال یافته است، دلالت می‌کند و نظامی از برداشت‌های به ارث رسیده می‌باشد که با صورت‌های نمادین بیان شده است» (Geertz, 1973:89).

فرهنگ نه تنها به ما کمک می‌کند که خودمان را تعریف کنیم بلکه در عین حال وسیله‌ای است که آدمی از طریق آن شناخت خود را از زندگی و نگرش‌های مربوط به آن مبادله می‌کند و تداوم و توسعه می‌بخشد (نوازنی، ۱۳۸۲: ۶۸). برخلاف مارکسیست‌ها که فرهنگ را روبنای جامعه می‌دانند می‌توان فرهنگ را زیربنا و اساس یک جامعه دانست. لذا هرگونه تغییر و تحولی در هر جامعه از طریق بخش فرهنگی آن جامعه ممکن می‌باشد.

ارتباط نه تنها یکی از عناصر مهم و اساسی زندگی گروهی انسان است، بلکه سنگ‌بنای جامعه و هسته اصلی تشکیل ساختمان اجتماعی است؛ چه اینکه بدون ارتباط، هرگز فرهنگ پدیدار نمی‌گشت و بدون فرهنگ، جامعه لباس وجود بر تن نمی‌کرد. از این‌رو، در نظام‌های اجتماعی کوچک و بزرگ همانند خانواده، اجتماعات روستایی، شهری، کشوری و بین‌المللی، ارتباط در انتقال دانش‌ها و مهارت‌ها و نگرش‌ها و باورها و ارزش‌ها، نقش برجسته داشته است و می‌تواند به شکل‌گیری و تغییر شناخت‌ها، عقاید، ارزش‌ها و رفتار انسان منجر گردد. به همین دلیل، ارتباط به عنوان یکی از ابزارهای اصلی تغییرات اجتماعی و سیاسی مطرح است (امیرتیموری، ۱۳۷۷: ۱۰).

روشن است که ارتباط خود به خود صورت نمی‌گیرد، بلکه نیاز به ابزار است. رسانه را ابزار ارتباط دانسته‌اند.

رسانه‌های جمعی نقش ویژه‌ای در فرآیند جامعه‌پذیری و آموزش و یادگیری

هنجارهای فرهنگی و اجتماعی و سیاسی دارند و به عنوان ابزارهای کنترلی و نظارتی و ناقل ارزشهای فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، اقتصادی یک جامعه، محورهای ارزشی و قانونی را از یک نسل به نسل دیگر انتقال داده و به بقای سیستم و جلوگیری از انقطاع نسلی و طی نمودن مراحل جامعه‌پذیری کمک می‌نمایند. رسانه‌های گروهی در شکل‌دهی به گرایشها و ارزشهای متداول در یک جامعه و تعلیم رفتارهای اجتماعی مطلوب و نامطلوب نقش مهمی ایفا می‌نمایند، با افزایش نقش رسانه‌های ارتباط جمعی در چند دهه اخیر از نقش پرورشی خانواده و مدرسه کاسته شده و این نهادها بخشی از کارکرد و نقشهای خود را به رسانه‌ها واگذار نموده‌اند. این امر بر اهمیت آموزشی این وسایل افزوده است. از طرفی نقش رسانه‌های جمعی در فرهنگ‌سازی موضوعات گوناگون در جامعه نیز بر اهمیت بیش از پیش آن افزوده است (جهان‌بین، ۱۳۸۲: ۹۷).

در واقع می‌توان گفت عرصه فرهنگی، ساحتی برای بهره‌بردن از همه ابزارها و ساز و کارهاست و در تعامل فرهنگ‌ها نیز فرهنگی برتر است که با مدیریتی توانمند به ساماندهی همه ابزارها و رسانه‌ها و کارها در راستای اهداف خویش همت گمارد. همه فرهیختگان و کارشناسان معتقدند که هدفمند کردن جامعه فرهنگی و نیز اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی، شایسته مطبوعات آگاهند و نیک می‌دانند که همان‌گونه که طبیعت برای بقا به جریان زلال آب نیازمند است، جامعه نیز برای پویایی، تحرک و به روز شدن، نیازمند جریان سالم اطلاع‌رسانی است و در چنین نظامی همه نیازهای او اعم از اجتماعی، فرهنگی، دینی، سیاسی، حقوقی، اقتصادی، بهداشتی و... به موقع و شفاف اجابت می‌شود. بر این اساس، فرهنگ‌سازی رسانه‌ها زمانی میسر است که با شناخت درست نیازها و جان‌مایه و درون‌مایه‌های فرهنگی اقدام به اشاعه و ترویج فرهنگ موضوعی مورد نظر نماییم.

بر این اساس از جمله ابزارهای بسیار مهم و تأثیرگذار برای فرهنگ‌سازی یک موضوع در جامعه رسانه‌های جمعی هستند. رسانه‌های جمعی به عنوان عللی که بیانگر افکار عمومی می‌باشند می‌توانند نقش ساخت‌بخشنده و محرک داشته باشند، این پدیده از چنان قابلیتی برخوردار است که می‌تواند حادثه‌ای را که در حقیقت در سرنوشت افراد جامعه تأثیرات جدی ندارد، چنان جلوه‌گر نماید که افکار عمومی را بشدت تحت تأثیر قرار داده و آن حادثه را به عنوان رویداد مهم و مؤثر مدتها در ذهن و دل مردم جای دهد و حواس آنها را نسبت به سایر مسائل مهمتر و اساسی‌تر زندگی منحرف سازد. و یا واقعه‌ای بس مهم را چنان خوار و زشت و پیش‌پا افتاده سازد که کسی متوجه ارزش و اهمیت آن نگردد (کی‌نیا، ۱۳۷۳: ۵۰).

مرکز اطلاع رسانی پلیس ماموریت دارد با استفاده از امکانات موجود و ایجاد هماهنگی های لازم با سایر دستگاه ها از جمله مطبوعات و صدا و سیما، زمینه لازم را جهت اطلاع رسانی تاکتیکی، ارائه هشدارهای انتظامی و انجام عملیات روانی به منظور آگاه سازی افکار عمومی، جلوگیری از بروز شایعات و بستر سازی اجرای ماموریت های انتظامی فراهم آورد و طی دو سال اخیر با راه اندازی پایگاه مجازی اطلاع رسانی پلیس و درج اخبار در آن به آدرس www.news.police.ir دسترسی مطبوعات و رسانه‌ها به اخبار نیروی انتظامی سهل و آسان شده است. هر چند این رسانه نمی تواند به عنوان رسانه پلیس کافی باشد زیرا اکثر مردم جامعه ما هنوز از فضای مجازی و به عبارتی اینترنت به عنوان رسانه اصلی استفاده نمی کنند و اینترنت بیشتر توسط جامعه علمی و دانشگاهی کشور مورد استفاده قرار می گیرد تا عامه مردم.

لذا نیروی انتظامی با توجه به اهمیت و جایگاه رسانه نوشتاری و مکتوب در اطلاع رسانی شفاف و صریح به مردم و همچنین به عنوان رسانه سخنگوی پلیس لازم است اقدام به انتشار رسانه های چاپی از قبیل روزنامه، هفته نامه، ماهنامه و فصلنامه نموده تا نویسندگان و محققان کشور آثار علمی - پژوهشی خود را در موضوعات مربوط به نظم و امنیت و به طور کلی راهبردی های کاربردی در این زمینه ارسال نموده تا مورد استفاده پلیس قرار گیرد. از طرف دیگر با توجه به گستردگی و اهمیت رسانه های الکترونیکی در عصر حاضر به خصوص تلویزیون لازم است شبکه مستقلی به نام «شبکه ملی پلیس» تأسیس شده تا افراد جامعه در خصوص مباحث مربوط به نظم و امنیت دچار سرگردانی و پراکندگی مطالب و همچنین شایعه پراکنی نشوند و به شبکه پلیس به عنوان رسانه ملی مورد اعتماد خود به آن مراجعه نمایند. زیرا پرمخاطب ترین رسانه در جهان، تلویزیون است و این آمار در ایران به مراتب بیشتر است و این تنوع و کثرت مخاطب به دلیل وجود صدا و تصویر به طور هم زمان است و در سال های اخیر شاهد توانایی پخش مستقیم و زنده نیز بر این جذابیت افزوده است. تلویزیون گر چه در بدو ورود به ایران چندان مورد توجه قرار نگرفت و حتی برخی آن را نامحرمی در محیط خانوادگی محسوب می کردند، اما با گذشت زمان جای خود را در خانواده های ایرانی باز کرد بطوری که برنامه های نیمه وقت صدا و سیما ایران به برنامه های ۲۴ ساعته و از ۲ شبکه به ۸ شبکه ارتقاء یافت. تلویزیون به علت قابلیت استفاده از تصویر در تمام حیطه ها جذابیت مخصوص به خود دارد. تلویزیون قابلیت تغییر فرهنگ جامعه و به عبارتی فرهنگ سازی را داراست و به همین علت است که صدا و سیما جمهوری اسلامی زیر نظر رهبری جامعه اسلامی اداره می شود تا این که مورد سوء استفاده جناح ها و گروه ها و دسته ها قرار نگیرد. امروزه طبقه متوسط و مذهبی جامعه که توانایی اتصال به شبکه های ماهواره ای را ندارند از تلویزیون به عنوان بهترین رسانه جمعی استفاده می کنند و همواره نقد و نظر درباره این رسانه

بیشتر و پرچنگال‌تر از بقیه رسانه‌ها بوده است و حتی رسانه‌هایی چون روزنامه‌ها و مجلات برای جذب مخاطبان خود به تلویزیون و جذابیت‌های آن متوسل می‌شوند (فولادی، ۱۳۸۱: ۴۸).

از طرف دیگر از نخبگان و دانشگاهیان و کارشناسان پلیس لازم است در شبکه ملی پلیس (شبکه سیمای پلیس) دعوت به عمل آمده و آگاهی لازم را در مورد امنیت و ابعاد و انواع آن به اطلاع شهروندان رسانده و اعتماد لازم و کافی نسبت به نیروی حافظ امنیت، ایجاد شود. اخباری که در مورد جرایم از این رسانه پخش می‌شوند به درستی و با کار کارشناسی مورد موشکافی قرار بگیرد یعنی این اخبار نباید راه‌های شیوع جرایم را آموزش دهند و یا با نوع نادرست بیان، خشونت و جرم را عادی تلقی نمایند. در جهان امروز رسانه‌ها در فرآیند تبهکاری و انعکاس وقایع جنایی از اهمیت و قدرت فوق‌العاده‌ای برخوردارند. از این رو هیچ عالم علوم اجتماعی نمی‌تواند نسبت به نقش این پدیده بی‌تفاوت باشد و به راحتی از کنار آن بگذرد و این امر ریشه در سازوکار دو وجهی «امنیت برانداز» و «امنیت گستر» رسانه‌های ارتباط جمعی دارد. رسانه‌ها می‌توانند نقش و مرز بین واقعیت و غیر واقعیت را کدر نموده و اطلاعات را به زیر پرده کشیده و چهره‌ای مشوش و مخدوش از جرم، مجرم و جنایت، بزهکاری، واکنش اجتماعی، امنیت اجتماعی به نمایش گذارند، اذهان و ابدان را به سخره گرفته و دنیای تنیده شده از پنهانکاری و وانموده در برابر مردم به تصویر کشند، و از چنان قابلیت‌ی برخوردارند که با ساختن فضای مه‌آلود «نیست‌ها» را «هست» و «هست‌ها» را «نیست»، صادق را «کاذب»، «فراوانی» را «کمبود» و «امنیت» را «ناامنی» جلوه دهند (تاجیک، ۱۳۷۹: ۱۴).

نتیجه‌گیری

امروزه دیگر نمی‌توان تهدیدات مربوط به امنیت را در چارچوب تهدیدات سخت‌افزارانه و عینی از قبیل؛ تهدیدات نظامی و اقتصادی محدود کرد. چرا که در جهان امروز در کنار تهدیدات سخت‌افزارانه‌ای که ممکن است امنیت اجتماعی و روانی جوامع را با مشکل مواجه کند، برخی تهدیدات نرم‌افزارانه و ذهنی که اغلب با ابزارهای فرهنگی مانند رسانه‌ها مطرح می‌شوند؛ ممکن است ضریب امنیت عمومی جوامع را با چالش مواجه سازند و نظام جمهوری اسلامی ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست. رسانه‌ها پل ارتباطی بین مردم و حکومت هستند و فرهنگ ساز هستند. در گذشته رسانه‌ها برد کمتری نسبت به امروز داشتند. رسانه‌های گروهی و جمعی یعنی کل رسانه‌های که در کشور قابل دریافت هستند با جذابیت‌های متفاوت وقتی وارد عرصه جامعه می‌شوند کاملاً در جهت فرهنگ‌سازی عمل می‌کنند و می‌توانند فرهنگ جامعه را

به راحتی تغییر دهند زیرا نسل جدید تأثیرپذیر هستند. در گذشته بحثی وجود داشت و گفته می‌شد موارد فرهنگ‌سازی سینه به سینه است. ولی در دهه حاضر و در قرن بیست و یکم آن فرهنگ سنتی و سینه به سینه در مقایسه با فرهنگ رسانه‌ها بسیار کمتر است یعنی در اقلیت قرار دارد. امروزه وسایل ارتباط جمعی زیادی از جمله اینترنت و ماهواره وجود دارد، این رسانه‌ها همه ابزار فرهنگ‌سازی هستند، محتوایی که در درون این رسانه‌ها ریخته و به داخل جامعه منتقل می‌شود فرهنگ آن جامعه را می‌سازد. در کل رسانه‌ها به معنای واقعی کلمه نقش بسیار تأثیرگذار در فرهنگ جامعه یا در تغییر فرهنگ جامعه دارند و این رسانه‌ها هستند که فرهنگ‌سازی می‌کنند.

کالبدشکافی حوادثی از قبیل جنایت، دزدی، قتل، فحشا و... از بعد اجتماعی و امنیتی در کنار رسیدگی قضایی برای کشف علل و عوامل بروز و ظهور آنها مقوله‌ای است که مسئولان امر باید با دقت و سرعت آن را مورد توجه قرار دهند، چرا که تکرار این نوع اتفاقات و انتشار اخبار آنها در رسانه‌ها و فضای مجازی، برخی گمانه‌زنی‌ها و بدتر از همه، رواج شایعات مختلف که هراس‌برانگیز است، امنیت روانی جامعه و شهروندان را خدشه‌دار می‌کند. امنیت روانی هر جامعه‌ای به تحقق امنیت همه‌جانبه و جامع و کامل بستگی دارد و هر تهدید و یا احساس تهدید و خطری می‌تواند امنیت روانی جامعه را مختل و یا با بحران مواجه کند و حفظ و تقویت امنیت روانی یک جامعه، نیازمند تلاش نرم‌افزاری است، چرا که امنیت روانی، امنیت فکری و ذهنی را به دنبال داشته و احساس امنیت و اعتماد، نتیجه نهایی آن خواهد بود.

و قطعاً احساس امنیت، جز با مشارکت همگانی حاصل نمی‌شود. در این میان از یک سو همه قوا، نهادها و سازمان‌های فرهنگی و رسانه‌ای عهده‌دار تکلیف هستند تا ساز و کار لازم را برای ایجاد و تداوم چنین شرایطی در سطح جامعه فراهم آورند، از سوی دیگر عموم مردم و شهروندان، مسئولیت اجتماعی دارند تا به تقویت و ارتقای امنیت عمومی کمک کنند. بنابراین ضروری است که به منظور نهادینه‌سازی امنیت اجتماعی در سطوح مختلف آن، به ویژه رسانه‌ها توجه ویژه‌ای شود، و سیاستهای مدرن رسانه‌ای تعبیه گشته و حدود و ثغور نقش رسانه‌ها در کنترل اجتماعی و پیشگیری و مبارزه با جرایم مشخص گردد تا واکنش جامعه علیه جرایم سامان‌مند و مبتنی بر قواعد سازمان‌یافته و نهادینه گردد. و با رسانه‌هایی که مخل نظم و امنیت عمومی می‌باشند برخورد قانونی شود و به نقش الگودهی رسانه‌های امنیت‌گستر توجه بیشتر شود تا احساس امنیت و آگاهی عمومی افزایش یابد، متأسفانه به دلیل ناآشنایی رسانه‌ها با حقوق و تکالیف خود در قانون اساسی، قانون مطبوعات، حقوق رسانه‌ها و ابهامات و ضعفهای قانونی مرز بین بازدارندگی از بزه و تشویق به بزهکاری دقیقاً مشخص نیست

و اگرچه حقوق و آزادی رسانه به عنوان امری پذیرفته شده و قابل احترام است اما تکلیف آنها در برابر جامعه نباید فراموش گردد تا در کنار وجود بحث آگاهی بخشی و اطلاع‌رسانی و آموزش رسانه در پیشگیری و بازدارندگی از وقوع جرم از کارکردهای منفی آنها کاسته شود و آنها بتوانند به وظایف خود در سایه تئوریهای کنترل اجتماعی بپردازند و واکنش جامعه در مقابل بزهکاری را به سمت جنبه‌های انسانی‌تر و علمی‌تر ببرند و محیط اجتماع را برای زیست جمعی مساعدتر نمایند.

بنابراین از آنجا که هدف این پژوهش ایده تأسیس یک شبکه تلویزیونی پلیس در سطح ملی می‌باشد می‌توان با توجه به مباحثی که گفته شد پی به اهمیت و ضرورت آن برد. از آنجا که تلویزیون پرمخاطب‌ترین رسانه، در ایران است می‌تواند مهمترین پل ارتباطی پلیس با مردم باشد، چرا که با دسترسی آسان و انتقال سریع اطلاعات به مردم می‌تواند پیام‌ها و هشدارهایی را که باعث ارتقای امنیت جامعه می‌شود به خوبی در اختیار افراد قرار دهند. هر چند هر روز مردم به نحوی با نیروی انتظامی مرتبط می‌شوند و از عملکرد آن در زندگی جاری خود موثر شده و حضور این نیرو را روزمره احساس می‌کنند و همین تجربه مستقیم زندگی با نیروی انتظامی نگرش آنان را شکل می‌دهد، ولی این نگرش بی‌تأثیر از عملکرد رسانه‌ها به عنوان مهمترین و عمومی‌ترین پل ارتباطی نیست. بنابراین وجود شبکه‌ای بنام شبکه سیما پلیس می‌تواند از پراکندگی و تشتت اخبار مربوط به مقوله امنیت جلوگیری کرده و اجازه ندهد شایعه‌پراکنی امنیت اجتماعی و بخصوص روانی شهروندان را به خطر اندازد.

پیشنهادات و راهکارها

با فرض تشکیل شبکه تلویزیونی پلیس به عنوان یک شبکه ملی می‌توان پیشنهاداتی را در خصوص کارکردهای آن ارائه نمود:

۱. کارکردهایی در زمینه تغییر نگرش و افکار و رفتار مخاطبان، تغییر فرهنگ عمومی، اثرگذاری بر باورهای مردم و هدایت افکار عمومی، فرهنگ‌پذیری، مهندسی فرهنگی و شکل‌دهی افکار عمومی؛
۲. رسانه پلیس با بازاندیشی در محتوای برنامه‌های خود عمیقاً متوجه مضامین امنیت عمومی و تقویت آن‌ها باشد؛
۳. رسانه پلیس از فرصتی که دارد یعنی از اعتمادی که به آن شده است، در جهت اصلاح روابط اجتماعی میان مردم و بین مردم و دولت استفاده کند؛
۴. رسانه پلیس با انعکاس خواسته‌ها و مطالبات مردم به دولتمردان و اعلام برخی دستاوردهای نهادهای انتظامی به مردم از طرف دولت، به ایجاد امنیت عمومی بپردازد؛
۵. رسانه پلیس آموزش و تبلیغ ارزش‌ها و هنجارهای رسمی کشور را برای بسترسازی

با هم بودن و ایجاد توافقات اساسی بین مردم در دستور کار خود قرار دهند. از بین نهادهای مدنی شاید هیچ‌یک به اندازه صدا و سیما و نیروی انتظامی به یکدیگر مرتبط و نیازمند نباشند. قاعده بر این است که نیروی انتظامی اخبار و اطلاعات موثق درباره اجتماع و به ویژه درباره انحرافات اجتماعی را به منظور تهیه برنامه‌های مطلوب رسانه‌ای در اختیار صدا و سیما قرار دهد؛

۶. راهکارهایی اندیشیده شود که پلیس در زمینه دادن اطلاعات و ترسیم سیمای جامعه از سوی شبکه سیمای پلیس و تهیه برنامه مرتبط و مؤثر برای کاهش انحرافات اجتماعی، ارتباطات دو جانبه بیشتری داشته باشد؛

۷. دعوت از کارشناسان و نخبگان و افسران پلیس متخصص در زمینه مسائل مربوط به امنیت روانی، اجتماعی و ... جهت واکاوی و موشکافی مسائل امنیتی روز جامعه برای آگاهی بیشتر شهروندان.

منابع و مأخذ

- اساس، زاهد (۱۳۵۸). نقش رسانه های جمعی در جهت آگاهی افکار عامه، برگرفته از سایت:

<http://www.azmoone-melli.com/content.php?number=3292>

- امینی، آرمین (۱۳۸۴). «رسانه ها و عملیات روانی»، فصلنامه عملیاتی روانی، شماره ۶، صص ۵۹-۷۱.

- امیر تیموری، محمدحسن (۱۳۷۷). رسانه‌های آموزشی، شیراز: نشر ساسان.

- پورنجاتی، احمد (۱۳۷۸)، در اعماق، تهران: دارالحدیث.

- تاجیک، محمد رضا (۱۳۷۹). مدیریت بحران، تهران: نشر گفتمان.

- جهان بین، داریوش (۱۳۸۲). نقش رسانه ها در کنترل امنیت اجتماعی، مجله حقوقی و قضائی دادگستری، شماره ۴۳، صص ۹۳ - ۱۲۰.

- جمعی از نویسندگان (۱۳۷۷). تبلیغات و جنگ روانی، ترجمه حسین حسینی، تهران: پژوهشکده علوم دفاعی (چاپ ابلاغ).

- ذبیحی، مهشید (۱۳۸۵). جایگاه خدمات مشاوره و مددکاری اجتماعی در امنیت روانی جامعه، مجله رشد مشاور مدرسه، شماره ۴، صص ۴۱-۳۶.

- ساروخانی، باقر (۱۳۷۲). جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران: اطلاعات.

- شعاری نژاد، علی اکبر (۱۳۷۸). علوم رفتاری، تهران: انتشارات امیر کبیر.

- فولادی، محمد (۱۳۸۱). «رسانه ها: فرهنگ سازی و فرهنگ سوزی»، دیدار آشنا، شماره ۲۷، صص ۳۹-۵۸.

- کوچکی، محسن (۱۳۶۸). «امنیت دسته جمعی»، پایان نامه کارشناسی ارشد معارف

- اسلامی و علوم سیاسی، دانشگاه امام صادق(ع).
 - مدنی، عباس (۱۳۸۱). «ابعاد نوین امنیت انسانی»، مجله ایران فردا، شماره ۲۱، صص ۳۱-۵۰.
 - میرعرب، مهرداد و سید عبدالقیوم سجادی (۱۳۸۲). نیم‌نگاهی به مفهوم امنیت، مجله علوم سیاسی، شماره ۹، صص ۱۴۲-۱۳۳.
 - کازنو، ژان (۱۳۶۷). جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر صبوری، تهران: انتشارات اطلاعات.
 - کی‌نیا، مهدی (۱۳۷۳). مبانی جرم‌شناسی، ج اول، تهران: دانشگاه تهران.
 - نوازی، بهرام (۱۳۸۲). جهانی شدن و پیامدهای آن برای ایران، تهران، نشر نگارش علوم.
 - نویدنیا، منیژه (۱۳۸۳). بررسی ابعاد امنیت اجتماعی، رساله دکتری، تهران، واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی.

- Boyane, R. (2003). Risk, USA, Open University Press, Buckingham, Philadelphia.

-Geertz, C. (1973). The Interpretation of Cultures, Basic, New York.

-Luhmann, N. (2000). The Reality of The Mass Media, Stanford University Press, Stanford, CA.

- Vivian, J. (2002). The Media of mass Communication, (USA, Publication).