

بررسی رابطه محتوای خبری رسانه ها بر امنیت اجتماعی (با تأکید بر اخبار شبکه ی ۱ و ۲ سیما)

عصمت فاطمه بهرامی^۱، دکتر منیژه نویدنیا^۲

موضوع این پژوهش "بررسی محتوای خبری رسانه بر امنیت اجتماعی" می باشد. هدف از انجام این پژوهش دستیابی به میزان تأثیر محتوای خبری رسانه ها بر امنیت اجتماعی است. در این پژوهش از روش تحلیل محتوای استفاده شده است و جامعه آماری شامل اخبار ارائه شده در تلویزیون شبکه ۱ و ۲ به مدت ۱ ماه (خرداد) می باشد مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. حجم نمونه بر اساس ۹۰ محتوای خبری که در ۱ ماه جمع آوری شده، محاسبه گردیده است. تجزیه و تحلیل یافته ها در دو سطح توصیفی و استنباطی صورت گرفته است. نتایج بدست آمده نشان داد بررسی رابطه متغیر «زمان

۱. دانش آموخته ی کارشناسی ارشد جامعه شناسی، گروه جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد گرمسار، گرمسار، ایران.

۲. استاد یار، گروه جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد گرمسار، گرمسار، ایران.

خبر» با امنیت اجتماعی، بیانگر وجود رابطه‌ی معنی داری بین این دو متغیر با ضریب همبستگی $V = 0/59$ می باشد که حاکی از رابطه ای با شدت متوسط بود. همچنین بررسی رابطه متغیر " نوع خبر " با امنیت اجتماعی، نشان داد بین این دو متغیر، رابطه معنی دار در سطح اطمینان ۹۵٪ درصد می باشد. میزان همبستگی این دو متغیر $V = 0/73$ بدست آمد که همبستگی بسیار قوی بین دو متغیر را نشان می داد. بدین معنا که میان نوع خبر و امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد. از آنجایی که این رابطه در سطح معناداری ۹۵٪ درصد معنادار است قابلیت تعمیم به جمعیت آماری را نیز دارا می باشد. در نهایت سومین فرضیه نیز مورد آزمون آماری قرار گرفت که بر اساس آن رابطه متغیر «تأکیدات خبری» با متغیر امنیت اجتماعی نشان داد با توجه به این که سطح معناداری کوچکتر از سطح خطا است لذا فرض صفر رد می شود. به عبارتی دیگر در سطح اطمینان ۹۵٪ درصد می توان گفت که داده های نمونه دلالت کافی برای تأیید فرض صفر را ندارد و بنابراین با ۹۵٪ درصد اطمینان می توان گفت بین متغیر تأکیدات خبری و امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد. میزان همبستگی این دو متغیر $V = 0/69$ بدست آمد.

کلید واژه ها : امنیت اجتماعی، رسانه، خبر، محتوای خبری

مقدمه

در جهان امروز، رسانه های جمعی با انتقال اطلاعات و معلومات جدید و مبادله افکار و عقاید عمومی، در راه پیشرفت فرهنگ و تمدن بشری نقش بزرگی بر عهده گرفته اند. رسانه های جمعی (راديو، تلویزیون، مطبوعات) نقش بسیار مهمی در ارائه و اجرای برنامه های سیاسی - امنیتی و بسترسازی افکار عمومی و تأمین امنیت عمومی و اجتماعی ایفا می کنند. رسانه ها می توانند مردم را با انواع خطراتی که امنیت اجتماعی را تهدید می کنند آشنا سازند، مراقبت های لازم را به آنها بیاموزند و افراد را برای حفظ و تأمین امنیت اجتماعی ترغیب و راهنمایی کنند. این در حالیست که برخی معتقدند رسانه ها تأثیر معنی داری بر تصویر کلی جرم در جامعه دارند. آنها تأکید دارند که گستره ی این تأثیر تا آنجاست که می توان گفت انگاره هایی که بر آگاهی عمومی مردم درباره جرم سایه افکنده است، بطور عمده محصول رسانه هاست. حال با تأکید بر اخبار موجود در رسانه ها که هم می تواند

تنش زا و هم تنش زدا باشد، پژوهش حاضر نقش محتوای خبری رسانه ها در امنیت سازی با تأکید بر اخبار تنش زا و تنش زدا را مورد بررسی قرار دهد.

امنیت اجتماعی را از حیث شمولیت و فراگیری می توان جزء امنیت عمومی نیز تلقی نمود، که حوزه های امنیت فردی، امنیت جمعی و گروهی را می تواند تحت پوشش قرار دهد. ویورامنیت اجتماعی را توانمندی جامعه برای مراقبت از خصوصیات و ویژگی های بنیادی خود، در شرایط تغییر و تهدیدهای عینی و احتمالی تعریف کرده و بر ارتباط نزدیک میان هویت جامعه و امنیت تأکید داشته و خاطر نشان می کند که جامعه، امنیت هویتی اش را طلب می کند (نویدنیا، ۱۳۸۲). امنیت اجتماعی و ماهیت تا حد بکر آن و دقدقه های امنیت در جامعه، ضرورت و اهمیت انجام پژوهش در این حوزه را به وضوح آشکار می سازد. بر کسی پوشیده نیست که امنیت اجتماعی بستر هرگونه توسعه و پیشرفت می باشد. همچنین رشد و شکوفایی استعدادها، خلاقیت ها و فعالیت های ارزشمند در یک جامعه بدون وجود امنیت امکان پذیر نخواهد بود. در این میان رسانه های جمعی که از آن به عنوان یک نهاد اجتماعی یاد می شود، در کنار سایر نهادها تأثیر انکارناپذیری بر امنیت اجتماعی دارد. تحقیقات نشان داده است که قتل و جنایت، سرقت و درگیری از جمله موضوعاتی هستند که به سرعت مورد توجه مردم و رسانه ها قرار می گیرند. گرچه ممکن است انعکاس اخبار و حوادث که از تحلیل کارشناسی لازم برخوردار نباشد و یا با استفاده از تاکتیک های رسانه ای تنها برخی از جنبه های حادثه مورد توجه قرار گیرد، به خودی خود بر میزان احساس امنیت اجتماعی مخاطبان تأثیر گذار باشد اما آیا در این میان تنها رسانه ها عامل اصلی احساس ناامنی هستند یا این که احساس امنیت اجتماعی را باید در متغیرهای دیگر نیز در نظر گرفت. این تحقیق از آن رو ضرورت دارد که نشان دهد در مساله مهمی چون امنیت اجتماعی باید همی برای هرگونه حرکت، پیشرفت، ارتقای اجتماعی، مجموعه ای از عملکرد رسانه ها و برخی از زمینه های اجتماعی و اقتصادی در به وجود آوردن امنیت اجتماعی تأثیر دارد.

ادبیات تحقیق

الف) امنیت اجتماعی

امنیت در لغت به معنی نداشتن دلهره و دغدغه می باشد. از نظر ماهوی امنیت به معنای رهایی از خطر، تهدید، آسیب، اضطراب، هراس، نگرانی یا وجود آرامش، اطمینان، آسایش، اعتماد، تأمین و ضامن است.

امنیت اجتماعی زیربنای امنیت ملی محسوب می شود، به گونه ای که ابتدایی ترین وظایف دولت ها، برقراری امنیت اجتماعی است. « (ربیع، ۱۳۸۴) در نتیجه امنیت اجتماعی به معنای « برقراری و حفظ شرایطی است که در آن نیل به اهداف دو مطلوب های اجتماعی، بدون هر نوع تهدید و هراس باشد. دو جزء مهم امنیت، رهایی از خوف و ترس است، نکته ای که در آیه ۴ سوره قریش بر آن تکیه شده است. « (امیری، ۱۳۸۷)

امنیت اجتماعی در یک جامعه به درک شهروندان از میزان وجود یا عدم وجود امنیت در آن ناشی می شود.

از این نظر امنیت اجتماعی دارای ۴ شاخص کلی است (اشلقی و دیگران، ۱۳۸۹): امنیت جانی، امنیت مالی، امنیت اخلاقی، امنیت عاطفی.

- **امنیت جانی**: تضمین جسم و جان در مقابل خطرات و آسیب هایی که مانع حیات می شود.

- **امنیت مالی**: به تضمین ثروت و سرمایه نظر دارد و بخشی از امنیت اقتصادی است. امنیت مالی عبارت است از تضمین دارایی ها از سرقت و اطمینان خاطر که از تأمین نیازهای مادی و مالی حاصل می شود.

- **امنیت اخلاقی**: عبارت است از اصول و الگوهای اخلاقی در مناسبات افراد مانند اعتماد، صداقت، حسن نیت، سعه صدر، خیرخواهی و غیره.

- **امنیت عاطفی**: یعنی اطمینان از این که دیگران ما را دوست دارند و نبود یا بودنمان برایشان اهمیت دارد. دردها و مصائب ما آنان را نیز دچار غم و اندوه می کند و مسائلی از این قبیل که در جهان احساس و عاطفه قرار می گیرد.

گفتمان های امنیت اجتماعی

- گفتمان سلبی

در این دیدگاه، امنیت در نبود تهدید نظامی معنا می شود و بنابراین سیاست امنیتی متوجه دستیابی به حداکثر توان نظامی برای تفوق بر دشمنان داخلی و خارجی کسب امنیت است.

- گفتمان ایجابی

در این رویکرد امنیت به نبود تهدید تعریف نمی شود، بلکه با وجود تهدید در سطح جامعه، وجود شرایط مطلوب برای تحقق اهداف و درخواست های اجتماعی مد نظر قرار می گیرد.

گفتمان ایجابی را باید گفتمانی تازه در حوزه مطالعات امنیتی به شمار آورد که بیش از دو دهه از عمر آن نمی گذرد.» (نویسنده، ۱۳۸۸: ۲۷)

ب) رسانه (خبرگزاری ها)

۱. رسانه :

شاید بسیار آسان بتوان گفت "هر وسیله ای که پیامی را منتقل کند، رسانه است" اما این، ساده سازی است و نمی تواند ابعاد مختلف رسانه را نشان دهد. اگر هم بگوییم "رادیو و تلویزیون و مطبوعات و کتاب و سینما و حتی اینترنت، رسانه هستند" باز هم بخشی از این مفهوم را نادیده گرفته ایم و به ویژه فرهنگ بومی، سنتی و حتی اسلامی خود را نادیده انگاشته ایم. بنابر این، رسانه را این گونه تعریف می کنیم: ((رسانه، موجود زنده ای است که پیامی را از یک پیام ساز به یک پیام گیر (مخاطب) منتقل می کند.))

رسانه ها از طریق ارائه هنجارهای خاص اجتماعی به صورت مثبت به افراد تلقین می کنند که رفتار ارائه شده در رسانه، رفتار مناسب اجتماعی است. به این ترتیب، رسانه با ارائه رفتار مناسب اجتماعی باعث ایجاد همنوایی در افراد می شود. از طریق ارائه رفتار مورد قبول رسانه ها، همنوایی رفتاری نیز در جامعه تبلیغ و تشویق می شود. (پورنوروز، ۱۳۸۳: ۲۲۳)

لاسلور در مقاله‌ی معروف خود «ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه» (۱۹۴۸) این گونه تصریح می کند که کارکردهای ارتباطات اجتماعی به سه دسته ذیل تقسیم می شوند

الف - نظارت

ب - همبستگی

پ - جامعه پذیری

۲. خبرگزاریها

این سازمانهای خبری که تولید کننده اطلاعات و اخبار هستند، با رشد رسانه‌های جمعی پا به عرصه فعالیت‌های جهانی نهاده‌اند و خدمات اطلاع رسانی وسیعی را به مطبوعات، رادیوها و تلویزیونها ارائه می دهند. در عرصه جهانی پنج خبرگزاری بزرگ بین‌المللی فعالیت دارند: آژانس فرانس پرس (فرانسه)، یونایتد پرس اینترنشنال و آسوشیتد پرس (ایالات متحده آمریکا)، رویتر (انگلستان)، تاس (اتحاد شوروی سابق) و همچنین خبرگزاری کیودو (ژاپن) در آسیا فعالیت دارد.

- خبر: مهم‌ترین نقش و کارکرد وسایل ارتباط جمعی ، پی جویی و گردآوری اطلاعات در مورد حوادث و رویدادهای ملی و فرا ملی و انتقال آنها به عموم مردم بدون در نظر گرفتن سلسله مراتب گروهی است . تاکنون از طرف اندیشمندان تعاریف متعدد و گوناگونی از خبر در چارچوب دیدگاه های متفاوت مطرح شده است.
- در کتاب وسایل ارتباط جمعی ، خبر اینچنین تعریف شده است :
- "خبر، اعلام و بیان وقایع زندگی اجتماعی و نقل عقاید و افکار عمومی است" (معمد نژاد ۱۳۶۸: ۲).
- بدیعی نیز خبر را اینچنین تعریف کرده است :
- "خبر گزارشی از رویدادهای واقعی و عینی است که می تواند دارای یک یا چند ارزش خبری باشد ، (بدیعی ۱۳۶۸).

پیشینه تحقیقات انجام شده

سید جلال صادقیان (۱۳۸۸) تحقیقی را تحت عنوان بررسی نقش کارکردی رسانه ها در امنیت ملی و عمومی انجام داده است. محقق در این تحقیق اشاره کرده است که در جهان امروز رسانه های جمعی با انتقال اطلاعات و معلومات جدید و مبادله افکار و عقاید عمومی در راه پیشرفت فرهنگ و تمدن بشری نقش بزرگی را بر عهده گرفته اند.

دهرویه (۱۳۸۷) در پایان نامه خود با عنوان « بررسی تأثیر استفاده از رسانه‌ها بر میزان احساس امنیت شهروندان تهرانی با تأکید بر فعالیت‌های پلیسی در سال ۱۳۸۷» نشان داد که تفاوت معناداری بین میزان توجه به برنامه‌ها و اخبار پلیسی تلویزیون و احساس امنیت وجود دارد و هرچه میزان استفاده از این برنامه‌ها بیشتر باشد ، میزان احساس امنیت کمتر است.

آقای تاجمن (۱۹۹۶) تحقیقی را تحت عنوان بررسی ارتباط بین رسانه ها و جوامع از بعد اجتماعی انجام داده است. جامعه آماری این تحقیق شهر نیویورک در نظر گرفته شده است. یافته های این تحقیق نشان از ارتباط مستقیم و معنی داری بین نقش رسانه ها و امنیت جوامع از بعد اجتماعی است.

آقای محمد قاسمی (۱۳۸۹) پژوهشی را تحت عنوان بررسی نقش رسانه ها در ایجاد همگرایی ملی و امنیت پایدار انجام داده اند. این تحقیق با اشاره به اینکه رسانه های جمعی نقشی دوگانه در خصوص جوامع دارند ، از طرفی با دستکاری و تحریک به تغییر و تهدید بافت اجتماعی یک جامعه

مبادرت می ورزند و نابسامانی های اجتماعی را دامن می زنند و از طرفی دیگر می توانند با مدیریت صحیح از ایجاد شکاف های اجتماعی جلوگیری کنند.

سالک (۱۳۷۸) در پژوهشی با عنوان ((بررسی میزان اعتماد مردم به منابع ارتباطی با تأکید بر تلویزیون و مطبوعات)) به این نتیجه دست یافت که به نظر میرسد مطبوعات در ارائه دیدگاههای مختلف جامعه در مسائل بحث انگیز و طرح مشکلات مختلف جامعه بر سایر کارکردهای حرفه ای اعتبار بخش خود پیشی گرفته اند .

آقای هدنیسن (۲۰۰۰) تحقیقی را تحت عنوان رسانه ها و اثرات آن بر امنیت جوامع انجام داده است. در این پژوهش بر تأثیرگذاری و اهمیت رسانه ها اعم از دیداری و شنیداری اشاره گردیده است و سپس به تأثیر گذاری رسانه ها بر امنیت اجتماعی و اخلاقی جامعه اشاره گردیده است.

نظریه پردازان امنیت اجتماعی چون گیدنز ، بوزان ، مولار و ویور هویت را به مثابه ی روح جامعه قلمداد کرده اند که در تبیین امنیت و امنیت اجتماعی مورد توجه قرار می گیرد.

در نظر گیدنز خطر و امنیت دو روی سکه را تشکیل می دهند به گونه ای که وقتی روی امنیت در دست است خطر رخت بر بسته است و بالعکس زمانی که با خطر دست و پنجه نرم می کنیم، امنیت مخشوش و پنهان است.» (غفاری، ۱۳۹۰: ۱۲۰)

مولار امنیت را به سه شکل امنیت ملی ، امنیت انسانی و امنیت اجتماعی تقسیم می کند. « از نظر او در امنیت ملی ، مرجع امنیت دولت است و تهدیداتی که حاکمیت و قلمرو سرزمینی آن را با خطر مواجهه می سازد ، تهدید امنیتی است. در امنیت انسانی مرجع امنیت فرد است و هر چیزی را نیز آن شکل از امنیت می داند که مرجع آن گروه های اجتماعی است.» (غفاری، ۱۳۹۰: ۱۲۱)

امنیت مورد نظر بوزان، بیشتر دولت محور است او پیشنهاد می کند که امنیت اجتماعی هم تراز با امنیت زیست محیطی ، امنیت سیاسی و امنیت اقتصادی نیست ، بلکه این مفهوم هم سنگ امنیت ملی است.» (ربیعی، ۱۳۸۴: ۱۴۹)

از دید مارکس امنیت به عنوان زیر بنا به شکل ایجابی از درون روابط اقتصادی می روید. (افتخاری ، ۱۳۸۰: ۲۶ از نظر مارکس تنها حمایت از نیرو های تولید و برخورداری آنان از امنیت شغلی می تواند امنیت بخش جامعه باشد . زمانی که افراد هراس و اضطرابی از تأمین مایحتاج زندگی نداشته باشند ، جامعه در امان خواهد بود (مارکس ، به نقل از نویدنیا ، ۱۳۸۵: ۳۹)

متغیر تاکیدات خبری از نظریه برجسته سازی در رسانه ها استفاده شده است . منظور از برجسته سازی این است که رسانه ها به ویژه در اخبار و گزارش های خبری این قدرت را دارند که توجه عموم را به مجموعه ای از مسائل و موضوعات معین و محدود معطوف سازند و از مسائل و

موضوعات دیگر چشم پوشی کنند. حاصل کار این می‌شود که برخی از مسائل خاص توسط بسیاری از مردم و خارج از قلمرو رسانه‌ها به بحث گذاشته می‌شود، در حالی که به مسائل و موضوعات دیگر توجه نمی‌شود. (به نقل از مهدی زاده، ۵۹، سولیوان، هارتلی، ساندرز و فیسک، ۱۳۸۵، ۲۶) فرایند برجسته سازی از سه اولویت رسانه، اولویت عموم، اولویت سیاسی و رابطه‌ی بین این سه شکل می‌گیرد.

مدل تحقیق:



فرضیه اصلی:

به نظر می‌رسد بین محتوای خبری رسانه‌ها و امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی:

۱. به نظر می‌رسد بین نوع اخبار و امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.
۲. به نظر می‌رسد بین میزان اخبار و امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.
۳. به نظر می‌رسد بین تأکیدات خبری و امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

در این پژوهش از روش تحلیل محتوای اسمی استفاده شده است. کرلنر بر این باور است که تحلیل محتوا دارای ویژگی‌های زیر می‌باشد: الف) تحلیل محتوا روشی نظام‌مند است؛ به این معنا محتوایی که قرار است مورد ارزیابی قرار گیرد، باید براساس قواعد روشن و ثابتی برگزیده شود.

ب) تحلیل محتوا روشی عینی است. بنابراین، ساخته‌های ذهنی پژوهشگر نباید در آن دخالت داشته باشد.

ج) از آنجایی که تحلیل محتوا کمی است، هدف اصلی تحلیل محتوا بازنمایی دقیق مجموعه ای از پیام می‌باشد.

الف) جامعه آماری

جامعه آماری عبارت است از همه اعضای واقعی یا فرضی که علاقه مند هستیم یافته های پژوهش را به آنها تعمیم دهیم یا به عبارت بهتر، جامعه آماری عبارت است از تعدادی عناصر مطلوب مورد نظر که حداقل دارای یک صفت مشخصه باشند (آذر مؤمنی، ۱۳۷۷، ۵). جامعه آماری عبارتست از اخبار ارائه شده در تلویزیون کانال یک و دو در ماه خرداد ۱۳۹۳.

ب) حجم نمونه و روش اندازه گیری

نمونه گیری یعنی انتخاب تعدادی از افراد، حوادث و اشیاء از یک جامعه تعریف شده به عنوان آن جامعه، در واقع نمونه گیری عبارت است از انتخاب درصدی از یک جامعه به عنوان نماینده آن جامعه (دلاور، ۱۳۷۴: ۳۵۶).

از اخبار هر روز یک محتوای خبری به طور تصادفی برگزیده شده است و آن محتوای خبری روزانه ملاک نمونه گیری قرار گرفته است بنابراین حجم نمونه برابر است با ۹۰ محتوای خبری که در یک ماهه ی اول سال ۱۳۹۳ جمع آوری شده است .

ج) ابزار گردآوری اطلاعات پژوهش

ابزار گردآوری اطلاعات پژوهش در این پایان نامه عبارتست از محتوای خبری ارائه شده در تلویزیون .

د) اعتبار و پایایی ابزار تحقیق

اعتبار ابزار اندازه‌گیری به این موضوع اشاره دارد که آیا محتوا و سئوالات ابزار اندازه‌گیری (پرسشنامه) همان مفهوم و موضوعی را می‌سنجد که مد نظر تحقیق است. قابلیت اعتبار یا روایی ابزار اندازه‌گیری که به تناسب سئوالات با موضوع راجع است، به چندین شیوه قابل بررسی و اندازه‌گیری می‌باشد. در این تحقیق، سنجش میزان اعتبار ابزار اندازه‌گیری از طریق روش اعتبار محتوا (اعتبار صوری) انجام گرفته است. بدین معنی که در این روش، مقوله ها پس از تدوین اولیه با استاد راهنما طرح و تنی چند از کارشناسان و محققان موضوعی درمیان گذاشته شد و سپس پس از بازخورد و اعمال نظرات آنان، شاخص ها و معرف ها اصلاح گردید.

همچنین، در این تحقیق برای سنجش میزان اعتماد و پایایی ابزار اندازه‌گیری (که بر تکرارپذیری و تعمیم‌پذیری شاخص‌ها و این نکته صحه می‌گذارد که آیا چنان‌چه این تحقیق در شرایط مشابه تکرار شود، نتایج مشابهی به‌دست خواهد داد یا خیر) از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. در این روش، به سنجش میزان هم‌سازی گویه‌ها در راستای بررسی مقیاس یا معرف‌های مورد نظر پرداخته شده است.

تحلیل داده‌ها

فرضیه اول: به نظر می‌رسد بین زمان اخبار و امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۱. جدول تقاطعی اخبار مربوط به هریک از ابعاد امنیت اجتماعی برحسب زمان

نتیجه	آزمون کای اسکوئر	جمع		ساعت ۲۰:۳۰		ساعت ۱۴		ساعت ۸ صبح		زمان ابعاد	
		د	ف	د	ف	د	ف	د	ف*		
رابطه‌ای قوی میان دو متغیر	Sig (سطح معناداری)= ۰/۰۰ ضریب همبستگی V کرامر=۰/۶۹	۵۱/۱	۴۶	۲۴/۴	۲۲	۱۵/۶	۱۴	۱۱/۱	۱۰	امنیت جانی	۱
عدم وجود رابطه میان دو متغیر	Sig (سطح معناداری)= ۰/۰۶۲ ضریب همبستگی V کرامر=۰/۳۷	۲۱/۱	۱۹	۶/۷	۶	۶/۷	۶	۷/۸	۷	امنیت مالی	۲
رابطه‌ای متوسط میان دو متغیر	Sig (سطح معناداری)=۰/۰۱ ضریب همبستگی V کرامر=۰/۶۰	۲۰	۱۸	۸/۹	۸	۶/۷	۶	۴/۴	۴	امنیت اخلاقی	۳
رابطه‌ای قوی میان دو متغیر	Sig (سطح معناداری)= ۰/۰۰ ضریب همبستگی V کرامر=۰/۶۹	۷/۸	۷	۲/۲	۲	۴/۴	۴	۱/۱	۱	امنیت عاطفی	۴
		۱۰۰	۹۰	۴۲/۳	۳۸	۳۲/۲	۲۹	۲۴/۵	۲۲	جمع	

* ف = فراوانی د = درصد

طبق داده‌های حاصله در جدول فوق، بیشترین اخبار امنیت جانی مورد بررسی در این پژوهش در خبر ساعت ۲۰:۳۰ و کمترین آن در خبر ساعت ۸ صبح بوده است همچنین بین اخبار امنیت جانی

و زمان پخش خبر رابطه معنی دار قوی با ضریب همبستگی $V=0/69$ برقرار است. اما بین اخبار امنیت مالی و زمان پخش خبر رابطه معنی داری وجود نداشت.

بیشترین اخبار امنیت اخلاقی مورد بررسی در این پژوهش در خبر ساعت ۲۰:۳۰ و کمترین آن در خبر ساعت ۸ صبح بوده است و بین اخبار امنیت اخلاقی و زمان پخش خبر رابطه معنی دار با شدت متوسط با ضریب همبستگی $V=0/60$ برقرار است. و اما بیشترین اخبار امنیت عاطفی مورد بررسی در این پژوهش در خبر ساعت ۱۴ و کمترین آن در خبر ساعت ۸ صبح بوده است و بین اخبار امنیت عاطفی و زمان پخش خبر رابطه معنی دار قوی با ضریب همبستگی $V=0/69$ برقرار است. طبق داده‌های حاصله در جدول فوق، بطور کلی بین امنیت اجتماعی و زمان پخش خبر رابطه معنی دار با شدت متوسط با ضریب همبستگی $V=0/61$ برقرار است.

جدول شماره ۲. جدول تقاطعی اخبار مربوط به امنیت اجتماعی بر حسب زمان

زمان	ساعت ۸ صبح		ساعت ۱۴		ساعت ۲۰:۳۰		جمع		
	د	ف*	د	ف	د	ف	د	ف	
امنیت اجتماعی	۲۲	۲۴/۵	۲۹	۳۲/۲	۳۸	۴۲/۳	۹۰	۱۰۰	
Sig (سطح معناداری) = ۰/۰۰		ضریب همبستگی V کرامر = ۰/۶۱		رابطه‌ای متوسط میان دو متغیر					

طبق داده‌های حاصله در جدول فوق، بطور کلی بین امنیت اجتماعی و زمان پخش خبر رابطه معنی دار با شدت متوسط با ضریب همبستگی $V=0/61$ برقرار است.

فرضیه دوم: به نظر می رسد بین نوع اخبار و امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۳. جدول تقاطعی اخبار مربوط به هریک از ابعاد امنیت اجتماعی بر حسب نوع خبر

نتیجه	آزمون کای اسکوتر	جمع		گفتگو		تحلیل و تفسیر		خبر		گزارش		نوع خبر	
		د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف
وجود رابطه بسیار قوی میان دو متغیر	Sig (سطح معناداری) = ۰/۰۰۰ ضریب همبستگی V کرامر = ۰/۸۲	۵۱/۱	۴۶	۰	۰	۴/۴	۴	۳۹	۳۵	۷/۷	۷	امنیت جانی	۱
وجود رابطه قوی میان دو متغیر	Sig (سطح معناداری) = ۰/۰۰۰ ضریب همبستگی V کرامر = ۰/۷۰	۲۱/۱	۱۹	۱/۱	۱	۳/۴	۳	۱۰	۹	۶/۶	۶	امنیت مالی	۲
وجود رابطه نسبتاً قوی میان دو متغیر	Sig (سطح معناداری) = ۰/۰۰۰ ضریب همبستگی V کرامر = ۰/۶۸	۲۰	۱۸	۲/۲	۲	۵/۵	۵	۸/۸	۸	۳/۳	۳	امنیت اخلاقی	۳
وجود رابطه متوسط میان دو متغیر	Sig (سطح معناداری) = ۰/۰۲۱ ضریب همبستگی V کرامر = ۰/۵۳	۷/۸	۷	۱/۱	۱	۳/۴	۳	۲/۲	۲	۱/۱	۱	امنیت عاطفی	۴
		۱۰۰	۹۰	۴/۴	۴	۱۶/۷	۱۵	۶۰	۵۴	۱۸/۹	۱۷	جمع	

بر اساس داده‌های بدست آمده در جدول فوق، اخبار مربوط به امنیت جانی بیشتر در غالب خبر بوده است و اصلاً به صورت گفتگو به آن نپرداخته اند و بین اخبار امنیت جانی و نوع خبر رابطه معنی دار با شدت بسیار قوی با ضریب همبستگی $V = ۰/۸۲$ برقرار است. اخبار مربوط به امنیت مالی بیشتر در

غالب خبر بوده است و کمتر به صورت گفتگو به آن پرداخته اند و بین اخبار امنیت مالی و نوع خبر رابطه معنی دار با شدت قوی با ضریب همبستگی $V=0/70$ برقرار است. همچنین اخبار مربوط به امنیت اخلاقی بیشتر در غالب خبر بوده است و کمتر به صورت گفتگو به آن پرداخته اند و بین اخبار امنیت اخلاقی و نوع خبر رابطه معنی دار با شدت نسبتاً قوی با ضریب همبستگی $V=0/68$ برقرار است. و اما اخبار مربوط به امنیت عاطفی بیشتر در غالب تحلیل و تفسیر بوده است و کمتر به صورت گفتگو و گزارش به آن پرداخته اند و بین اخبار امنیت عاطفی و نوع خبر رابطه معنی دار با شدت متوسط با ضریب همبستگی $V=0/53$ برقرار است.

جدول شماره ۴. جدول تقاطعی اخبار مربوط به امنیت اجتماعی برحسب نوع خبر

جمع		گفتگو		تحلیل و تفسیر		خبر		گزارش		نوع خبر	
						د	ف	د	ف		
د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف		
۱۰۰	۹۰	۴/۴	۴	۱۶/۷	۱۵	۶۰	۵۴	۱۸/۹	۱۷	امنیت اجتماعی	
وجود رابطه بسیار قوی میان دو متغیر				ضریب همبستگی V کرامر = $0/73$				Sig (سطح معناداری) = $0/000$			

بر اساس داده‌های بدست آمده در جدول فوق، بطور کلی رابطه متغیر "نوع خبر" با امنیت اجتماعی، گویای وجود رابطه معنی دار در سطح اطمینان ۹۵٪ درصد است. میزان همبستگی این دو متغیر $V=0/73$ می باشد که نشانگر همبستگی بسیار قوی است. بدین معنا که میان نوع خبر و امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد. از آنجایی که این رابطه در سطح معناداری ۹۵٪ درصد معنادار است قابلیت تعمیم به جمعیت آماری را نیز داراست.

فرضیه سوم: به نظر می رسد بین تاکیدات خبری و امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۵. جدول تقاطعی اخبار مربوط به هریک از ابعاد امنیت اجتماعی بر حسب تاکیدات خبری

نتیجه	آزمون کای اسکوئر	جمع		تاکید نشده		کم		متوسط		زیاد		میزان تاکیدات	
		د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف
وجود رابطه قوی میان دو متغیر	Sig (سطح معناداری) = ۰/۰۰۰ ضریب همبستگی V کرامر=۰/۷۲	۵۱/۱	۴۶	۴/۵	۴	۱۰	۹	۲۶/۷	۲۴	۱۰	۹	امنیت جانی	۱
وجود رابطه قوی میان دو متغیر	Sig (سطح معناداری) = ۰/۰۰۰ ضریب همبستگی V کرامر=۰/۶۹	۲۱/۱	۱۹	۳/۳	۳	۱۰	۹	۴/۴	۴	۳/۳	۳	امنیت مالی	۲
وجود رابطه قوی میان دو متغیر	Sig (سطح معناداری) = ۰۰۰۰ ضریب همبستگی V کرامر=۰/۷۰	۲۰	۱۸	۳/۳	۳	۴.۵	۴	۱/۱	۱	۱۱/۲	۱۰	امنیت اخلاقی	۳
وجود رابطه متوسط میان دو متغیر	Sig (سطح معناداری) = ۰۰۰۰ ضریب همبستگی V کرامر=۰/۵۳	۷/۸	۷	۱/۱	۱	۳/۳	۳	۲/۲	۲	۱/۱	۱	امنیت عاطفی	۴
		۱۰۰	۹۰	۱۲/۲	۱۱	۲۷/۸	۲۵	۳۴/۴	۳۱	۲۵/۶	۲۳	جمع	

طبق نتایج حاصله در جدول فوق، اکثر خبرهای مربوط به امنیت جانی (۲۶/۷ درصد) دارای تاکیدات متوسط، اکثر خبرهای مربوط به امنیت مالی (۱۰ درصد) دارای تاکیدات کم و اکثر خبرهای مربوط به امنیت اخلاقی (۱۱/۲ درصد) دارای تاکیدات زیاد و همچنین اکثر خبرهای مربوط به امنیت عاطفی (۳/۳ درصد) دارای تاکیدات کم می باشد.

جدول شماره ۶. جدول تقاطعی اخبار مربوط به امنیت اجتماعی برحسب تاکیدات خبری

میزان تاکیدات		زیاد		متوسط		کم		تاکید نشده		جمع	
		د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف
امنیت اجتماعی		۲۳	۲۵/۶	۳۱	۳۴/۴	۲۵	۲۷/۸	۱۱	۱۲/۲	۹۰	۱۰۰
Sig (سطح معناداری) = ۰/۰۰۰		وجود رابطه قوی میان دو متغیر									
کرامر=۰/۶۹		ضریب همبستگی V									

بطور کلی رابطه متغیر "تاکیدات خبر" با امنیت اجتماعی، گویای وجود رابطه معنی دار در سطح اطمینان ۹۵٪ درصد است. میزان همبستگی این دو متغیر $V=0/69$ می باشد که نشانگر همبستگی قوی است. بدین معنا که میان اخبار امنیت اجتماعی و میزان تاکید بر آنان رابطه وجود دارد. از آنجایی که این رابطه در سطح معناداری ۹۵٪ درصد معنادار است قابلیت تعمیم به جمعیت آماری را نیز داراست.

جدول شماره ۷. بررسی رابطه رسانه و امنیت اجتماعی

نتیجه	امنیت اجتماعی خبر (رسانه) *	
	وجود رابطه قوی میان دو متغیر	Sig (سطح معناداری) = ۰/۰۰۰
	ضریب همبستگی V کرامر=۰/۶۸	

بر اساس آزمون متغیرهای اصلی تحقیق، همانطور که نتایج بدست آمده در جدول فوق نشان می دهد، بین متغیر رسانه خبری و مفهوم امنیت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. میزان همبستگی این دو متغیر $V=0/68$ می باشد که نشانگر همبستگی قوی است. از آنجایی که این رابطه در سطح معناداری ۹۵٪ درصد معنادار است، قابلیت تعمیم به جمعیت آماری را نیز داراست.

نتیجه گیری

نتایج بدست آمده در فصل چهارم نشان داد، طبق بیشترین اخبار امنیت اجتماعی در خبر ساعت ۲۰:۳۰ و کمترین آن، درخبر ساعت ۸ صبح در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است بر این اساس مشخص گردید اخبار مربوط به امنیت جانی با (۵۱.۱٪) دارای بیشترین فراوانی و اخبار مربوط به امنیت عاطفی با (۲۱.۱٪) دارای کمترین فراوانی در بین اخبار پخش شده در خردادماه بوده است. اما در بررسی نوع اخبار، نتایج بدست آمده نشان داد بیشترین نوع اخبار پخش شده درباره امنیت اجتماعی، از نوع خبر (۶۰٪)، گزارش (۱۸.۹٪)، تحلیل و تفسیر (۱۶.۷٪) و گفتگو (۴.۴) می باشد. همچنین در بررسی میزان تاکیدات خبری مشخص شد که به ترتیب تاکیدات خبری متوسط (۳۴.۴٪)، تاکیدات خبری کم (۲۷.۸٪)، تاکیدات خبری زیاد (۲۵.۶٪)، و موارد که تاکید خبری نداشتند نیز (۱۲.۲٪) بوده است.

اما در تجزیه تحلیل داده ها در سطح آمار استنباطی، به آزمون فرضیات تحقیق پرداخته شد که این نتایج را در پی داشت:

نتایج بدست آمده نشان داد بررسی رابطه متغیر «زمان خبر» با امنیت اجتماعی، بیانگر وجود رابطه معنی داری بین این دو متغیر با ضریب همبستگی $V=0.61$ می باشد که حاکی از رابطه ای با شدت متوسط بود.

همچنین بررسی رابطه متغیر " نوع خبر " با امنیت اجتماعی، نشان داد بین این دو متغیر، رابطه معنی دار در سطح اطمینان ۹۵٪ درصد می باشد. میزان همبستگی این دو متغیر $V=0.73$ بدست آمد که همبستگی بسیار قوی بین دو متغیر را نشان می داد. بدین معنا که میان نوع خبر و امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد. از آنجایی که این رابطه در سطح معناداری ۹۵٪ درصد معنادار است قابلیت تعمیم به جمعیت آماری را نیز دارا می باشد.

در نهایت سومین فرضیه نیز مورد آزمون آماری قرار گرفت که بر اساس آن رابطه متغیر «تاکیدات خبری» با متغیر امنیت اجتماعی نشان داد با ۹۵٪ درصد اطمینان می توان گفت بین متغیر تاکیدات خبری و امنیت اجتماعی رابطه وجود دارد. میزان همبستگی این دو متغیر $V=0.69$ بدست آمد.

اما بطور کلی پس از بررسی و آزمون هریک از فرضیات تحقیق، یکبار هم در مجموع متغیر رسانه خبری با مفهوم امنیت اجتماعی مورد آزمون قرار داده شد که نتایج آن نشان داد، بین این دو متغیر رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان همبستگی این دو متغیر $V=0.68$ بود که حاکی از

همبستگی قوی میان دو متغیر داشت. در نهایت می توان نتیجه گرفت از آنجایی که این رابطه در سطح معناداری ۹۵٪ درصد معنادار بود، قابلیت تعمیم به جمعیت آماری را نیز دارد.

منابع

الف (منابع فارسی

- افتخاری ، اصغر ، (۱۳۸۱) . مراحل بنیادین اندیشه در مطالعات امنیتی ، چاپ اول ، تهران : انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- بدیعی ، نعیم ، (۱۳۶۸) . تحلیل محتوای مطالب ۱۰ روزنامه تهران ، فصل نامه رسانه ، شماره ۱۴ .
- دهرویه ، محمد ، (۱۳۸۷) . بررسی تاثیر استفاده از رسانه ها بر میزان احساس امنیت اجتماعی شهروندان تهرانی با تاکید بر فعالیت های پلیسی . در سال ۱۳۸۸ ، پایان نامه کارشناسی ارشد ، دانشگاه علوم انتظامی .
- ربیعی ، علی ، (۱۳۸۴) . مطالعات امنیت ملی ، مقدمه ای بر نظریه های ملی در جهان سوم . چاپ اول ، تهران : انتشارات دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی.
- سالک ، رضا (۱۳۸۸) . بررسی میزان اعتماد مردم به منابع ارتباطی با تاکید بر تلویزیون و مطبوعات ، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها ، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۱۳۷۸/۳۰/۶ .
- سولیوان ، تام و دیگران ، (۱۳۸۴) . مفاهیم کلیدی ارتباطات ، ترجمه امیرحسن میش زاده ، تهران : فصل نو.
- صادقیان ، سید جلال ، (۱۳۸۸) . بررسی نقش کارکردی رسانه ها در امنیت ملی وعمومی ، فصلنامه ی دانش انتظامی : بهار ۱۳۸۹ ، دوره ی ۱۲ ، شماره ی ۱ (مسلسل ۴۹) .
- غفاری ، غلامرضا ، (۱۳۹۰) . سرمایه اجتماعی و امنیت انتظامی ، چاپ اول ، تهران : انتشارات جامعه شناسان . ص ۱۲۲ .
- قاسمی ، محمد ، (۱۳۸۹) . بررسی نقش رسانه ها در ایجاد همگرایی ملی و امنیت پایدار (با تاکید بر همگرایی مرزنشینان استان آذربایجان غربی) نشریه نظم و امنیت انتظامی : پاییز ۱۳۸۸ ، دوره ی ۲ ، شماره ی ۳ : از صفحه ۱۴۹ تا ۱۷۸ .
- گیدنز، انتونی ، (۱۳۸۷) . تجد و تشخص ، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، چاپ اول، تهران: نشر نی.

- معتمد نژاد ، کاظم ، (۱۳۶۸) ، کتاب وسایل ارتباط جمعی ، چاپ ششم ، جلد نخست ، تهران ، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی ، (ص ۲).
- مهدی زاده ، سید محمد ، (۱۳۸۹) . نظریه های رسانه : اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی ، تهران : نشر همشهری ، چاپ اول ۱۳۸۹ .
- مهدی زاده ، سید محمد ، (۱۳۸۹) . نظریه های رسانه : اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی ، تهران : نشر همشهری ، چاپ اول .
- مهدی زاده ، سیدمحمد ، (۱۳۹۰) . نظریه های ارتباط جمعی ، تهران ، دانشکده علوم ارتباطات ، دانشگاه علامه .
- مهدی زاده ، م ، (۱۳۸۵) . بررسی محتوایی و حرفه ای مطالب هفت خبرگزاری غیر دولتی . فصل نامه رسانه ، شماره ۳ ، ص ۲۶ .
- نویدنیا ، منیژه (۱۳۸۲) . امنیت اجتماعی ، چاپ اول ، تهران: انتشارات پژوهشکده راهبردی ، ص ۶۲ .
- نویدنیا ، منیژه (۱۳۸۲) . درآمدی بر امنیت اجتماعی ، فصل نامه مطالعات راهبردی ، شماره اول ، تهران : پژوهشکده مطالعات راهبردی ص ۶۱ قابل دسترس در www.sid.ir .
- نویدنیا ، منیژه (۱۳۸۵) . تامل نظری در امنیت اجتماعی ، فصل نامه مطالعات راهبردی ، سال ششم ، شماره اول . صص ۵۵ - ۷۶ قابل دسترس در www.sid.ir .
- هدیسنن ، باری ، (۲۰۰۰) . گفتار های قدرت از هابز تا فوکو ، ترجمه مصطفی یونسی ، تهران : شیرازه .
- Ansoogabeher ,S. and Iyen gar,.(1994).Reding the Wave and owner shipover. Issues Public Opinion Quarterly.
- Asp, K. (1986) Maktiga Massmedier, Stockholm, Akadem Littratur.
- Back (ed), Psychology and the tlevision. New York: Academic Press
- backmedium of communication and persons. Communication studies . Group: London
- Green bery, E. (1999). Factors influencing the effect of medium of communication upon preferences for television, conversation and persons. Communication studies . Group : London
- Maquail, D. (1987). Mass Communication Theory, An introduction, 2nd ed. London: Sage.

- Philips, J. & Ellerman , E . (1984). Introduction to Psychological aspects of television Use. In .J . Gacken
- Zucker , H,G. (1978). The variable nature of News Media , Year book 2, PPSS5 -240.