

بررسی نقش رسانه ها در ارتکاب جرایم

(تاریخ دریافت ۱۳۹۵/۱۱/۵ - تاریخ تصویب ۱۳۹۶/۱/۲۵)

علی رزمان

کارشناسی ارشد حقوق جزا و جرم شناسی و مدرس دانشگاه

چکیده

برخی بر این عقیده‌اند که رسانه‌های گروهی دارای چنان قدرتی هستند که می‌توانند نسلی تازه در تاریخ انسان پدید آورند نسلی که با نسل‌های پیشین بسیار متفاوت است. وسایل ارتباط جمعی ابزاری بسیار نیرومند هستند که می‌توان از آنها هم در راه درست و هم نادرست استفاده کرد و اگر کنترل مطلوب روی آنها وجود نداشته باشد امکان استفاده از این وسایل در راه دوم بیشتر است. وسایل ارتباط جمعی در ذهن و فکر مردم، عقاید و ارزشها و هنجارهای خاصی را توسعه داده یا تثبیت می‌کنند و معمولاً انسان‌ها آن چه را می‌بینند، می‌شنوند و می‌خوانند پس از مدتی دوست خواهند داشت. بنابراین وسایل ارتباطی به طور مستقیم و غیر مستقیم بر افکار افراد تاثیر گذاشته، گاه نیازهای کاذبی را در ذهن بوجود می‌آورد و انسانها را تحت عناوین نوگرایی و تجدد خواهی چنان بار می‌آورد که هر لحظه به دنبال چیزی می‌باشند. انسان امروزی اسیر تکنولوژی و صنعت خود شده، مصرف گرایی و اسراف که بر پایه نیازهای کاذب بنا می‌شود، اراده و اختیار او را سلب می‌کند. معتاد شدن به معنی عام کلمه از اثرات منفی این پدیده است بخصوص این امر در کودکان بیشتر دیده می‌شود، کودک چنان به برنامه های مورد علاقه خود گرایش پیدا می‌کند که ضروری‌ترین کارها را از یاد می‌برد.

واژگان کلیدی: رسانه - تلویزیون - ارتکاب جرم - بزه - رسانه های گروهی



بخش اول: تعریف رسانه و جایگاه آن

به طور کلی منظور از رسانه‌های گروهی یا به عبارت دیگر وسایل ارتباط جمعی آن دسته از وسایل ارتباطی است که در تمدن‌های جدید بوجود آمده و مورد استفاده قرار گرفته شده و ویژگی اصلی آنان قدرت و توانایی زیاد و شعاع عمل وسیع است. بنابراین هیچ تردیدی نیست که شبکه رادیویی و تلویزیونی و سینما و..... را باید در ردیف آنها قرار داد. اگر بنا باشد یک تعریف جامع‌تری از رسانه‌های گروهی داشته باشیم شاید بتوان آن را مجموعه موسسات مطبوعاتی، هنری، خبرگزاری، آژانس‌های عکس و عکاسی و هر گونه موسسه یا سازمانی که به کار انتشار یا انعکاس اخبار و اطلاعات اشغال داشته و مقر اصلی آنها داخل یا خارج از کشور باشد، تعریف کرد البته وقتی بخواهیم بحث رسانه‌ها را در جا مع خود یعنی جمهوری اسلامی ایران بررسی کنیم باید به نکات خاصی توجه داشته باشیم. حساسیت بحث از یکسو و ماهیت فعالیت رسانه‌ای از سوی دیگر به ایدئولوژیک بودن نظام جمهوری اسلامی ایران بر می‌گردد، این امر چالش‌های بحث رابطه جرم و رسانه را در ایران دو چندان کرده است. رسانه‌های ارتباط جمعی، پایگاه‌های اطلاع‌رسانی هستند که برای فعالیت موثر به امکانات سخت افزاری و نیروی انسانی ماهر نیاز دارند که تامین هر دو این‌ها می‌تواند زمینه را برای نقش آفرینی صحیح آن فراهم کند. رسانه‌ها قبل از هر چیز به مدیریت توانمند و آشنا به جدیدترین مسائل حوزه فعالیت خود نیازمندند تا با هدایت درست به تولید پیام و اطلاعات که وظیفه اصلی یک رسانه است پردازند. نکته دیگری که در رابطه با رسانه حائز اهمیت است اهداف موسسان آنهاست. برخی از سرمایه‌گذاران فقط به منظور کسب سود وارد این حوزه می‌شوند. بدیهی است با در نظر داشتن کارکرد تجاری صرف، نمی‌توان کاملاً به مصالح عمومی وفادار ماند. برخی از رسانه‌ها برای انتشار پیام‌های خاصی به جامعه تاسیس می‌شوند و بعضی می‌خواهند ضمن حضور در حوزه عمومی، فعالیت انتفاعی نیز داشته باشند، بخش عظیمی از منابع مالی بسیاری از رسانه‌ها را انتشار آگهی‌های تبلیغاتی تامین می‌کند، بطور کلی بسته به این که هزینه فعالیت رسانه‌ها از چه منبعی تامین شود، پیام‌ها محتوا و رنگ و بوی خاصی می‌گیرند که ممکن است در تعارض و تقابل با منافع عمومی و ملی قرار گیرند. نظام جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر پیوند دینی و سیاست است که احیای ارزش‌های دینی را در زندگی اجتماعی مدنظر دارد، در این نظام‌ها چرخه اطلاعات و تبادل آرا و عقاید، تحت کنترل و نظارت دولت قرار دارد، رادیو و تلویزیون به عنوان فراگیرترین رسانه‌های ارتباط جمعی دولتی است و بر فعالیت مطبوعات و پایگاه‌های اطلاع‌رسانی الکترونیکی نیز نظارت



می‌شود با توجه به ویژگی‌های فوق‌الذکر، بحث ارتباط جرم و رسانه در کشورها دامنه وسیع‌تری می‌یابد چرا که ضمن اینکه از جرم علیه منافع ملی تعریف خاصی ارائه می‌شود، جرایمی چون جرایم علیه مقدسات و ارزشهای دینی نیز موضوعیت پیدا می‌کند، مضافاً این که قابلیت رسانه‌ها برای پیشبرد اهداف نظام نیز مورد عنایت است. اما آن چه که تا به این جا بیان شد تمام پیچیدگی بحث را نمی‌نمایاند، چرا که با وقوع انقلاب الکترونیکی و پیشرفت روز افزون تکنولوژی ارتباطات، ضمن اینکه دریافت تصاویر شبکه‌های تلویزیونی جهانی از طریق ماهواره در سراسر جهان امکان پذیر شده، قابلیت فعالیت جهانی کلیه رسانه‌ها با اتصال به شبکه اینترنت نیز فراهم شده است. بنابراین مسائل جدیدی در حوزه رابطه جرم و رسانه از منظر دولت پدید آمده است. گسترش ارتباطات و فرآیندی که اندیشمندان علوم اجتماعی تحت عنوان "جهانی شدن" از آن یاد می‌کنند، قدرت دولت - ملت را کاهش داده و اعتبار پارادایم‌های علوم اجتماعی را زیر سوال برده است از این رو باید‌ها و نیاید‌ها واضحی که در نظریه‌های مدرنیستی جرم‌شناسی و جامعه‌شناسی در خصوص رابطه جرم و رسانه وجود دارد و از دید سیاستگذاران جنایی و فرهنگی کشور نیز دور نمانده است، در عمل نتایج رضایتبخش به بار نیاورده است.

بند اول: کارکرد های مثبت رسانه

۱- اطلاع رسانی و هشدار: یکی از کارکردهای اساسی رسانه‌ها اطلاع رسانی از وقایع است که در محیط اجتماعی واقع می‌شود. پیشرفت بهت‌انگیز وسائل ارتباط جمعی در قرن حاضر جهان را به دهکده کوچکی تبدیل کرده است که انسان‌ها امکان اطلاع‌یابی از همه وقایع و حوادث جهان را به طور سریع و جامع دارند. در عصر ارتباطات هیچ حادثه‌ای هر چند در دورترین مناطق جهانی باشد منحصر به یک منطقه جغرافیایی نیست و از این رو سه ویژگی، فرا زمانی، فرا مکانی و سرعت فوق‌العاده از خصیصه‌های وسایل ارتباط جمعی است. امروزه تمامی ابعاد زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها در رسانه‌ها رسوخ کرده و از خصوصی‌ترین رفتار انسان‌ها تا بزرگترین تغییرات نهادهای اجتماعی و ساختارهای فرهنگی و سیاسی از طریق رسانه‌ها ارائه می‌شود. رسانه‌های جمعی اعم از روزنامه‌ها، مجلات، رادیو و تلویزیون، گاه از انحرافات اجتماعی، نظیر تجاوز، خشونت، قتل و ... پرده‌بر می‌دارند و زوایای پنهان داستان‌های عشقی و جنایی را برای مخاطبان خود آشکار می‌سازند و انواع دام‌هایی را که بر سر راه جوانان قرار دارد، به آنان گوشزد می‌نمایند و راه‌های لغزش دیگران را



برای مخاطبان ترسیم می کنند و با اطلاع رسانی به موقع و مناسب برای اعضای جامعه، در پیشگیری از انحرافات اجتماعی نقش موثری ایفا می کنند.

طبیعی است، هر گاه که ارزش‌ها و باورهای جامعه مصون بماند، وفاق و همبستگی اجتماعی بیشتر تضمین خواهد شد، زیرا ارزش‌ها و باورها از مهم‌ترین عوامل همبستگی اجتماعی کنش مخاطبان اجتماعی محسوب می‌شوند و چنانچه هر روز، به بهانه‌ای خاص یکی از ارزش‌های عام به طور بی‌رحمانه از سوی خرده فرهنگ‌های کجرو مورد هجوم قرار گیرد، بنیان‌های وفاق و همبستگی اجتماعی تضعیف شده و جامعه تا هنگامه شکل‌گیری هنجارها و ارزش‌های نوین، آسیب‌های فراوانی خواهد دید. بنابراین رسانه‌های با تبیین ابعاد انحرافات، وفاق و همبستگی اجتماعی را بیشتر خواهند کرد.

صفحه حوادث روزنامه‌ها هشدار می‌دهد به مردم است تا بدون توجه و آگاهی به هر کسی و هر چیزی اعتماد نداشته باشند، نقل این حادثه که: دختر جوانی به علت تاخیر مجبور می‌شود از وسائل نقلیه شخصی استفاده کند و راننده که آدم ربای حرفه‌ای بوده است به بهانه این که راه اصلی ترافیک است، از راه‌های فرعی دختر را می‌رباید می‌تواند دختران جوان جامعه را نسبت به این خطرات هشیار نماید و نوعی زیرکی و دقت را در روابط اجتماعی افراد آموزش دهد.

۲- قانون شناسی و کیفر شناسی: قوانین در هر جامعه‌ای مبنای اصلی نظم اجتماعی محسوب می‌شوند، به طوری که بدون وجود قوانین، نظم و انتظام اجتماعی میان افراد، سازمان‌ها و نهادهای مدنی غیر ممکن خواهد بود، قانون جایگاه هر فرد را در نظام قشر بندی، معین ساخته و توقعات و انتظارات را در جهت منطقی هدایت می‌کند، قانون نه تنها رابطه میان مخاطبان را تعریف می‌کند، بلکه رابطه میان نهادها و گروه‌های اجتماعی را نیز در سطح کلان مشخص نموده و برای کسانی که از آن تخطی می‌کنند، کیفر و مجازاتی را معلوم کرده است. کارکرد مهم رسانه‌ها در این زمینه، شناساندن قانون و کیفر آن به مخاطبان اجتماعی جهت کاهش میزان ارتکاب جرائم می‌باشد. وجود قانون در کتب قانونی، نظم اجتماعی را به ارمغان نمی‌آورد، تبیین و انتقال فرهنگ قانون‌گرایی به عاملین اجتماعی، آنان را هنگام مواجهه با جرم و زمینه‌های آن واکسینه می‌کند.

وسائل ارتباط جمعی می‌بایست با ارائه فوائد و منافع قانونی، روحیه قانون‌گرایی را ترویج نمایند و نشان دهند که به عنوان ایدئولوژی توجیه‌گرا برای عملکرد قدرتمندان و حاکمان عمل نمی‌کنند، بلکه تذکرات قانونی را به عنوان مبنای نظم اجتماعی مطرح می‌نمایند. ارائه گزارشی از ضوابطی که قانون

عرضه می‌کند و کیفری که قانون برای متخلفان معین ساخته است، کارکرد ارزشمندی است که رسانه‌ها در عصر ارتباطات بر عهده دارند. رسانه‌های جمعی از طریق تبیین قانون و مقررات می‌کوشند تا رفتارهای افراد را در مسیر هنجارهای تعریف شده جامعه رهبری نمایند و به افراد بیاموزند که هر گاه فرد رفتارهای خود را براساس هنجارها و قواعد اجتماعی تنظیم نماید از طرف جامعه پاداش داده می‌شود؛ بالطبع مخاطبان اجتماعی نیز در می‌یابند برای رسیدن به خواسته‌های خود می‌بایست به رفتارها و هنجارهایی روی بیاورند که قانون معین کرده است. رویه آموزش غیر مستقیم قانون، همچنین می‌تواند احترام درونی به قانون و احساس تقدس نسبت به قانون را در بین اعضای جامعه ایجاد کند، به طوری که قانون را به عنوان امری مقدس و غیر قابل تخلف تصور نمایند. به عبارت دیگر رسانه‌ها، از طریق اقناع و رسوخ به ذهن انسان‌ها، به درونی سازی، جذب و پذیرش قلبی هنجارها می‌پردازند. رسانه‌ها با نمایش کیفرهایی که برای مجرمان در برابر تخلف و تخطی از قانون در نظر گرفته شده است، می‌توانند در کاهش جرم تاثیر گذار باشند. تا هنگامی که مجرم، از مجازات‌های قانونی هنجارشکنی تصور روشنی در ذهن خود نداشته باشد و تنها به منافع و مزایای تخطی از مقررات بیندیشد، انگیزه ارتکاب جرم در او تشدید می‌شود، بدین لحاظ رسانه‌ها موظفند که شناخت همه جانبه‌ای از مضرات و زیان‌ها و عواقب جرم را در اختیار اعضای جامعه بگذارند و به این وسیله، انگیزه ارتکاب جرم را کاهش دهند.

برای عینیت بخشیدن به کارکرد فوق، بهترین راه ارائه الگوهای جذاب، امروزی و متناسب با نیازهای انسان معاصر است. رسانه می‌تواند از طریق نشان دادن عواقب انسان‌های مجرمی که دچار کجروی شدند، زشتی و قبح گناه و جرم را در ذهن مخاطبان ترسیم نماید و مایه عبرت‌آموزی انسان‌ها باشد.

۳- کنترل اجتماعی: هر نظام اجتماعی برای حفظ ارزش‌ها و هنجارهایش مکانیسم‌هایی را تعبیه می‌کند، تا کنش‌گران اجتماعی بدون هیچ احساس فشاری نسبت به هنجارهای اجتماعی پایبند شده و از معیارهای پذیرفته شده جامعه عدول نکنند. در تعریف کنترل اجتماعی گفته‌اند: کنترل اجتماعی به مجموعه شیوه‌ها، تدابیر و وسایلی اطلاق می‌شود که یک جامعه یا یک گروه در راه تحقق اهداف خود و هدایت افرادش به رعایت آداب، شعائر، مناسک و هنجارهای پذیرفته به کار می‌گیرد. کنترل اجتماعی به دو شیوه انجام می‌شود: یکی از طریق فشارهای اجتماعی که ابزار آن همان "قوانین و ضمانت اجرای" آن است و دیگری از طریق "اقناع" می‌باشد که افراد را به رعایت هنجارها ملزم



می‌کند. امر به معروف و نهی از منکر در اسلام یکی از مهم‌ترین ابزارهای کنترل اجتماعی می‌باشد. با این نگاه جامعه شناختی، رسانه‌های همگانی نیز، دارای کارکرد کنترل اجتماعی هستند. رسانه‌ها با درج و انعکاس نابهنجاری‌های اجتماعی و عواقب شومی که در انتظار افراد کجرو قرار دارد، به طور غیر محسوس، اقدام به کنترل و پیشگیری از نابهنجاری‌ها در جامعه می‌کنند. رسانه‌ها عمدتاً از طریق اقتناع‌پذیری بهتر می‌توانند در کنترل اجتماعی موثر باشند.

وقتی که چنین خبری در مطبوعات درج می‌شود که: مدیر عامل یک شرکت تجاری بین‌المللی به اتهام قاچاق تجهیزات پزشکی به جزای نقدی محکوم شد، سایر مدیران اقتصادی که در معرض فسادهای مالی قرار گرفته‌اند، حداقل در موارد یاد شده احتیاط بیشتری خواهند کرد.

۴- پیشگیری از جرم: عملکرد رسانه‌ها در شکل دادن به عواقب جرم و کجروی، نقش آنها را در ایجاد تغییرات قانونی و تقویت انواع خاص از راهکارهای عملیاتی پلیس، به نقش بسیار موثری بدل می‌کند، به طور مثال می‌توان به وضع قوانین مربوط به منع عبور و مرور جوانان و اتخاذ شیوه‌هایی جهت کنترل اماکن خاص اشاره نمود.

بند دوم: کارکردهای منفی رسانه

۱- تحدید مفهوم جدید: رسانه‌های تأثیر بسزایی بر تصویر کلی از جرم در جامعه دارند تا آنجا که تصورات و پنداره‌های موجود درباره جرم عمدتاً محصول رسانه‌هاست. رسانه‌ها معمولاً جرم را در قالب نوعی جرم خیابانی معرفی می‌کنند، مفهومی که با ایجاد رعب و وحشت در میان افراد جامعه گره خورده است و خشونت رکن عمده آن می‌باشد بدین ترتیب جرائم دیگری نظیر تخریب محیط زیست، حیف و میل عمومی، جرائم مربوط به بهداشت و امنیت غذایی و... کمتر مطرح می‌شود.

۲- ایجاد امواج جرم: رسانه‌ها اغلب جرم را در قالب موج‌هایی برجسته و متمایز و به تعبیر نویسندگان، امواج جرم به تصویر می‌کشند، بدین شکل که با ارائه گزارش‌های مکرر از ارتکاب برخی اشکال خاص جرم شامل جرم خیابانی مانند ضرب و شتم، تجاوز به عنف و قتل، موجب می‌شوند که توجه افکار عمومی با شدت بیشتری، به این دسته از جرائم جلب شود. نکته جالب توجه آن است که برای تحقق مفهوم امواج جرم، ضرورتی وجود ندارد که موارد وقوع یک رفتار مجرمانه در عمل نیز افزایش داشته باشد، بلکه کافی است که در افکار عمومی این تلقی ایجاد شود که این موارد با شدتی توجه برانگیز رو به فزونی است.

۳- عادی سازی هنجار شکنی: تا زمانی که ناهنجاری در نظر مخاطبان اجتماعی، امری زشت و غیر منطقی جلوه کند، ارتکاب انحراف اجتماعی و خروج از هنجارهای اجتماعی کاهش خواهد یافت. انعکاس کجروی‌های اجتماعی در رسانه‌ها در کاهش نفرت از انحرافات و عادی شدن نابهنجاری در جامعه تاثیر بسزایی دارد، زیرا فرد ضمن اطلاع از نقض هنجارها توسط رسانه‌ها، در می‌یابد که هنجارهای اجتماعی که به نظر وی غیر قابل تخطی بودند، قابل شکستن و تخلف هستند، لذا انگیزه ارتکاب جرم در فرد تقویت می‌شود و این یکی از کارکردهای منفی بیان کجروی‌ها و انحرافات اجتماعی در رسانه‌ها است. به طور نمونه دختر شهرستانی که از پدیده فرار دختران از خانه اطلاع چندانی ندارد، با شنیدن یا دیدن خبر مربوط به فرار دختران متوجه می‌شود که این کار می‌تواند یکی از راههای رهایی او از برخی مشکلات و تضادهای خانوادگی باشد و هنگامی که در کانون خانواده، احساس ناامیدی و سرخوردگی و خلأ عاطفی به او دست می‌دهد، ممکن است همان راهی را برگزیند که برخی دختران برای رهایی از رنج‌های خانوادگی کرده بودند.

۴- گسترش خشونت و پرخاشگری: ژان کازنو، صاحب‌نظر در علوم ارتباطات در خصوص برداشت از مفهوم خشونت می‌گوید: از دیدگاه ما عمل خشونت آمیز، عملی خواهد بود که با رفتار تهاجمی به خصوص از نظر "جسمانی" و یا حداقل "بیانی" همراه گردد.

امروزه خشونت و پرخاشگری در میان جوانان شایع شده است که معلول علل و عوامل متعددی است.



مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که رسانه‌های جمعی در این زمینه تاثیر بسیاری داشته‌اند، زیرا رسانه‌ها با تبلیغات کالاهای رنگارنگ، زندگی مرفه را آرمان و هدف مخاطبان ترسیم می‌کنند، در حالی که این هدف با شغل و درآمد مخاطبان قابل دسترسی نیست، در نتیجه میان اهداف و ابزار مشروع دستیابی به این اهداف فاصله ایجاد می‌شود، (یعنی فرد احساس محرومیت می‌نماید) این وضعیت منجر به خشونت و پرخاشگری در میان افراد می‌گردد. به عبارت دیگر رسانه‌ها موجب می‌شوند که میل به مصرف کالاهای لوکس در بین مردم افزایش یابد، اما وقتی این میل و تقاضا امکان ارضاء ندارد، در نتیجه به خشونت تبدیل می‌شود و یا فرد را به انجام عملی غیرقانونی نظیر سرقت جهت دستیابی به کالاهای تبلیغی ترغیب می‌نماید نمایش فیلم‌های جنایی نیز از سوی دیگر روحیه خشونت، تند خویی و ارتکاب جرم را به مخاطبان خود القاء می‌نماید و موجب بروز رفتارهای خشونت آمیز می‌گردد. انتشار اخبار مربوط به قتل و بیان راهها و شیوه‌های ارتکاب این جنایات موجب

بدآموزی، گسترش و نهادینه شدن این روش‌ها در جامعه می‌شود. محتوای خشونت بار رسانه‌ها به بروز رفتارهای خشن در افراد جامعه دامن می‌زند و ممنوعیت‌های اخلاقی و اجتماعی بکارگیری خشونت را کمرنگ می‌کند. صاحب‌نظران ارتباطات ساز و کارهای تحریک کننده خشونت را شامل بازداری زدایی (کاهش خودداری بینندگان و قبول خشونت) و برانگیختگی زایی می‌دانند. آنها معتقدند که رسانه‌ها قادرند فنون ارتکاب جرائم را آموزش دهند، جرائم را مهیج و لذت بخش جلوه دهند، ارضاشدنی آنی را ترویج دهند و فرد را به همانند سازی با مجرم ترغیب کنند، البته جرم زایی رسانه‌ها به تعامل محصولات رسانه‌ای (خصوصیات جرائم و مجرمان آن) بافت رسانه‌ها (مقدار پوشش رسانه‌ای، شبکه‌های ارائه، حمایت از ارتکاب جرائم) و بافت اجتماعی (هنجارهای فرهنگی موجود، گرایش‌های مصرف کنندگان، فرصت‌های ارتکاب جرم و تعداد خلافکاران موجود) بستگی تام دارد.

۵- اشاعه فحشا و بی‌بند و باری: یکی از کارکردهای رسانه‌های جمعی، مفهوم سازی و به تبع آن، شکل دادن به هنجارهای مناسب با آن مفهوم می‌باشد بر این اساس ارائه تصاویر مستهجن و مبتذل و خلاف عفت عمومی از طریق رسانه‌های جمعی و نگارش متون خلاف اخلاق و پورنوگرافی می‌تواند منجر به گسترش جرائم به ویژه از نوع جرائم جنسی گردد.

قرآن کریم در مورد خطر اشاعه زشتی‌ها در جامعه اسلامی هشدار داده و می‌فرماید: " ان الذین یحبون ان تشیع الفاحشه فی الذین امنوا لهم عذاب الیم فی الدنیا و الاخره و الله یعلم و انتم لا تعلمون " کسانی که دوست دارند زشتی‌ها در میان مردم با ایمان شیوع یابد، عذاب دردناکی برای آنها در دنیا و آخرت است و خداوند می‌داند و شما نمی‌دانید."

گسترش فحشا در این آیه شریفه مورد مورد مذمت قرار گرفته است، البته در قرآن کریم، واژه فحشا در خصوص انحرافات جنسی استفاده شده است، اما از نظر مفهوم لغوی، "فحشا" به معنی هر گونه رفتار و گفتاری است که زشتی آن بزرگ باشد.

پس از دیدگاه منطبق قرآن، بازگو کردن زشتی‌ها و ترویج و ارائه آنها، مورد نهی قرار گرفته است، زیرا موجب آشکار سازی زشتی‌ها و برملا کردن آنها می‌شود. امام رضا (ع) می‌فرمایند: " المذبح بالسیئه مخذول و المستتر بالسیئه مفعوله " آن کس که گناه را نشر دهد، مطرود است و آن کس که گناه را پنهان می‌دارد، مشمول آمرزش الهی است."

پیامبر اسلام (ص) می‌فرماید: "من اذاع فاحشه کان کمبتدئها" کسی که کار زشتی را نشر دهد ، همانند کسی است که آن را در آغاز انجام داده است."

۶- تضعیف اعتماد اجتماعی: اعتماد اعضای جامعه به یکدیگر ، سرمایه اصلی تعامل اجتماعی است ؛ تعاملی است که برای رفع نیازهای زیستی و اجتماعی اعضای جامعه صورت می‌گیرد ، لذا تضعیف این اعتماد مشکلات عدیده ای را در مراودات اجتماعی و تامین خواسته‌های افراد ایجاد خواهد کرد . اما در هر صورت ممکن است اعتماد اجتماعی تضعیف شود که یکی از عوامل آن ، ترویج انحرافات اجتماعی از طریق رسانه‌ها است . زیرا ذکر انواع انحرافات از رسانه‌ها و اعلام رشد سرسام آور آن ، منجر به ایجاد روحیه سوء ظن و شک نسبت به سایر افراد جامعه می‌شود و احتمال وقوع این انحرافات را از سوی تک تک اعضای جامعه تقویت می‌نماید و روحیه اعتماد عمومی را تضعیف می‌کند ، در نتیجه تعامل اجتماعی دچار اختلال می‌شود . انعکاس انحرافات اجتماعی علاوه بر سست کردن اعتماد اجتماعی ، موجب عدم احساس تعلق جمعی می‌شود و روابط اجتماعی افراد را دچار مشکل می‌کند . رسانه‌ای کردن جرائم بر نهاد خانواده نیز اثرات مخربی دارد ، به طور نمونه پدران و مادران را نسبت به رفتار فرزندان بدبین می‌کند چرا که والدین احتمال می‌دهند که انجام این انحرافات اجتماعی که از طریق رسانه منعکس شده است ، در مورد فرزندان جوان خانواده وجود دارد ، این نگرش منجر به تضاد و ناسازگاری‌های خانوادگی خواهد شد . رسانه‌ها گاه با انعکاس آمار و ارقام اغراق آمیز جرائم ، می‌توانند اعتماد اجتماعی را نسبت به نظام سیاسی تضعیف نمایند به طور نمونه انعکاس پرونده‌های کلان اختلاس‌های عمومی و یا پرونده‌های مربوط به رابطه میان حاکمیت و مردم می‌تواند منجر به سلب اعتماد گردد. هر چند نمی‌توان ضرورت برخورد قوی با متخلفان را در هر سطح و نهادی انکار نمود ، اما رسانه‌ای کردن این گونه حوادث به بی‌اعتمادی مردم از حکومت منجر شده و اقتدار و مشروعیت مدیران صالح نظام را نیز از بین برده و در نتیجه نظام سیاسی کشور ، کارکرد کنترلی و پویایی خود را از دست خواهد داد .

۷- شکستن حریم خصوصی افراد: هر چند افراد جامعه بر اثر داشتن ارتباطات اجتماعی وسیع با یکدیگر دارای وجوه مشترک رفتاری هستند ، اما هریک از آنها دارای حریم خصوصی می‌باشند که مربوط به امور شخصی و خانوادگی و روابط میان فردی است . تمام اعضای جامعه تلاش می‌کنند این حریم (نظیر میزان علاقه به همسر و فرزند ، اختلافات خانوادگی روابط ، سلاطی ، رفت و آمدها ، میزان درآمد و سفرها و....) را از تیررس دیگران دور نگاه دارند . از سوی دیگر مطبوعات به جهت وظیفه خبر رسانی و اطلاع رسانی با ورود به اسرار خصوصی افراد ، به ناچار اصل ممنوعیت ورود به این



حریم را نقض می‌کنند. امروزه رسانه‌ها قدرت بی‌سابقه‌ای برای در نور دیدن حریم خصوصی افراد دارند، مانند انتشار خبر کشتن یک کودک توسط والدینش، کشتن همسر به بهانه عشق با دیگری و... ورود در حریم خصوصی افراد از نظر بازخوردهای اجتماعی و کارکردهایی که در شکستن مرزهای خصوصی مردم دارد، دارای اهمیت فوق‌العاده‌ای است. به گونه‌ای که تجسس و افشای زوایای پنهان زندگی مردم برای دستیابی به اطلاعات جزئی از آنان، به شدت در متون دینی نهی و مذمت شده است. به تعبیر دیگر اسلام می‌خواهد مردم در زندگی خصوصی خود از هر نظر در امنیت باشند. بدیهی است اگر اجازه داده شود که هر کس به تجسس درباره دیگران برخیزد، حیثیت و آبروی مردم بر باد می‌رود و جهنمی به وجود می‌آید که همه افراد اجتماع در آن عذاب خواهند بود. به هر حال همین مرزبندی حریم خصوصی از حریم عمومی جامعه می‌بایست به طور مشخص تعریف شود و به وسیله قانون، ضمانت اجرا داشته باشد و رسانه‌ها نیز خود را موظف به رعایت آن موازین بدانند. بررسی‌های گذشته نشان داد که رسانه‌های جمعی کارکردهای مثبت و منفی در ارتباط با تبیین انحرافات اجتماعی دارند. اینک این پرسش مطرح می‌شود که آیا رسانه‌ها مجازند تحت عنوان طرح حوادث، انحرافات اجتماعی را به ذهنیت جامعه منتقل نمایند؟ یا آنکه رسانه‌ها فقط می‌بایست نمایشگر کنش‌های مثبت مردم باشند و از انحرافات آنان سخن نگویند؟

به نظر می‌رسد منابع شناخت مردم از حوادث و مسائل اجتماعی منحصر به رسانه‌ها نیست و آنان از راه‌های مختلفی از جمله مشاهده عینی و ارتباطات کلامی با دیگران از حوادث تلخ و انحرافات اجتماعی آگاهی می‌یابند، از این رو تصور اینکه چشم و گوش مردم تنها از دریچه وسائل ارتباط جمعی با دنیای حوادث و انحرافات باز می‌شود، خیالی بیش نیست. لذا گزارش این گونه انحرافات اجتماعی توسط رسانه‌ها چنانچه با تحلیل و تبیین آسیب‌های آنها و به منظور حفظ جامعه از گسترش انحرافات صورت گیرد، امری مفید، بلکه ضروری است که ضمن افزایش آگاهی مخاطبین رسانه‌ها، موجب می‌شود که رفتار اجتماعی خود را بر این اساس تنظیم نمایند و از پیامدهای کجروی اجتماعی در امان باشند قرآن کریم بارها با بیان سرگذشت اقوام گذشته از انواع آلودگی‌ها و انحرافات اجتماعی سخن به میان آورده است و مقصود از بیان آنها را عبرت آموزی و پیشگیری از وقوع و تکرار آنها در بین امت اسلامی برشمرده است. قرآن کریم در سوره یوسف داستان عشق و شیفتگی زلیخا به یوسف را با تمام جزئیات و تفصیل آن بیان کرده و انحرافات اخلاقی زلیخا را با انواع مکرها و ترفندهای آن تشریح نموده است، ولی بی‌تردید مقصود از ارائه این گزارش‌ها تقویت جنبه معنوی بشر می‌باشد. خداوند می‌فرماید: "و آن زن که یوسف در خانه او بود، از او تمنای کامجویی کرد، درها را بست و

گفت: بیا به سوی آنچه برای تو مهیاست گفت: به خدا پناه می‌برم. او صاحب نعمت من است، مقام من را گرامی داشته، مسلماً ظالمان رستگار نمی‌شوند.

آن زن قصد او کرد و او نیز اگر برهان پروردگار را نمی‌دید - قصد وی می‌نمود، این چنین کردیم تا بدی و فحشاء را از او دور سازیم، چرا که او از بندگان مخلص ما بود."

در این آیات هر چند خداوند از انحرافات اخلاقی زن عزیز مصر، سخن به میان آورده و آن را برای همه مردم بیان کرده است، اما این اطلاع رسانی را با تحلیل، تذکر و شیوه معنوی رهایی از انحرافات اجتماعی توأم ساخته است. قرآن کریم در هنگام بیان تاریخ قوم لوط، به اعمال ناشایست آنها اشاره کرده و می‌فرماید: "قوم لوط فرستادگان را تکذیب کردند، هنگامی که برادرشان لوط به آنان گفت: آیا تقوا پیشه نمی‌کنید؟.... یا در میان جهانیان، شما به سراغ جنس ذکور می‌روید و همسرانی را که پروردگارتان برای شما آفریده رها می‌کنید؟"

قرآن کریم انحرافات اجتماعی آن قوم را ذکر کرده، ولی در ضمن بیان این انحرافات جنسی، به راه درمان آن (یعنی ازدواج) اشاره می‌کند. همچنین موارد دیگری همانند قتل هابیل توسط قابیل در قرآن ذکر شده است، ولی به جهت اینکه در کنار نقل این خبر، مضرات و پیامدهای آن انحراف تحلیل و تبیین می‌شود، از اشاعه فحشاء، شکستن قبح گناه... و سایر کارکردهای منفی که در این رابطه وجود دارد، جلوگیری می‌شود.

با توجه به مطالب گفته شده ملاک نقل و گزارش انحرافات به طور گسترده مشخص می‌شود. این ملاک همان طور که در مورد قرآن وجود دارد، در مورد رسانه‌های جمعی هم محقق است و آنها باید در کنار ذکر حوادث، به جنبه عبرت آموزی حوادث جهت پیشگیری از وقوع انحراف توجه داشته باشند و در این راستا، به تحلیل انحرافات و راههای مبارزه با آن و شیوه‌های جایگزینی مثبت آنها اشاره نمایند و اگر به صرف نقل و ذکر انحرافات اکتفا شود، افزایش دامنه و نوع کارکردهای منفی رسانه‌ها دور از انتظار نخواهد بود.

بخش دوم: تاثیر رسانه ها بر جرائم

بند اول: نقش رسانه های گروهی در افزایش جرم

نقش رسانه‌های گروهی در افزایش جرم در جامعه یکی از موضوعاتی که از منظر افزایش جرم در جامعه مورد توجه جرم شناسان و جامعه شناسان قرار گرفته، انعکاس مستقیم خشونت در برنامه‌ها و مطالب رسانه‌هاست.

در تعریف خشونت رسانه‌ای چنین گفته شده است: "اگر خشونت را هر گونه هجمه به هنجارهای اجتماعی اعم از قانونی تعریف کنیم، کلیه فیلم‌ها، نمایش‌ها و برنامه‌هایی که اعمال جنایی، قتل، دزدی و به طور کلی نقض قوانین را به نمایش می‌گذارد و همچنین فیلم‌ها و برنامه‌هایی که با هدف به ابتدال کشاندن زندگی جوانان و القای این مطلب که ارزش گذاری برای لحظات زندگی امری بیهوده است. به ارائه تصاویر و موضوعات سکس و هرزگی می‌پردازند و یا رفتارهای ناهنجاری نظیر اعتیاد به سیگار و سایر مواد مخدر را تبلیغ می‌کنند، همگی در حوزه خشونت رسانه‌ای قرار می‌گیرند."

مطبوعات و بویژه سینما و تلویزیون از این منظر مورد انتقاد جرم شناسان قرار گرفته است. سزار لومبروزو و نوشته است: «مطبوعات پست فقط برای خالی کردن جیب مردم و فروش کثیف‌ترین متاع، قلم خود را در گنبدیده‌ترین زخمهای پوسیده اجتماعی فرو می‌برند و اشتباهی خطرناک و فساد انگیز و گمراه کننده کنجاوی پست‌ترین طبقه می‌کنند».

به نوشته گیدنز: «رواج خشونت در برنامه‌های تلویزیونی کاملاً مستند است. مطالعات بسیار گسترده‌ای انجام شده که برنامه‌های تلویزیون در پر بیننده‌ترین اوقات و روزهای آخر هفته را در همه شبکه‌های عمده تلویزیون آمریکا از سال ۱۹۶۷ تا کنون تحلیل کرده‌اند.... به طور متوسط ۸۰ درصد اینگونه برنامه‌ها در بردارنده خشونت است و ۷/۵ ماجرای خشن در هر ساعت تصویر شده است. در برنامه‌های کودکان سطح خشونت حتی از این هم بالاتر است، گرچه کشتن معمولاً کمتر نشان داده می‌شود، کارتونها بیشتر از هر نوع برنامه تلویزیونی حاوی اعمال و ماجراهای خشن هستند».

به اعتقاد پژوهشگران مسائل اجتماعی «.....عدم شناخت نقش رسانه‌ها، فرآیند تصمیم سازی و سیاستگذاری را در سطح کلان با مشکل مواجه می‌سازد و سبب سترون شدن نهادهای متولی نظم آفرینی و افزایش دامنه آسیب پذیری‌های اجتماعی و جرم و جنایت در جامعه می‌شود».

۱- آیا خشونت رسانه‌ای واقعاً موجب افزایش جرم در جامعه می‌شود؟

در این خصوص دیدگاههای متفاوتی وجود دارد. تحقیقات انجام شده در خصوص رابطه خشونت رسانه‌ای و پرخاشگری اجتماعی در ابتدا بر دو فرضیه رقیب تخلیه هیجانی و تحریک کنندگی متمرکز بود. به موجب فرضیه تخلیه هیجانی، تماشای صحیح اعمال خشن درمان بخش است و موجب تخلیه عصبانیت و نفرت از خود افرادی می‌شود که فرصت یا امکان بروز احساسات و رفتار خشن را ندارد. اما در فرضیه تحریک کنندگی نظر بر این است که تماشای مستمر رفتارهای خشن تاثیر مخربی بر شخصیت و نگرش انسان دارد. این دو فرضیه منشأ مناقشاتی درباره رابطه جرم و رسانه

در بین جرم شناسان شده است، اما هیچ یک از آن دو کاملاً رد یا پذیرفته نشده است نظریه تخلیه هیجانی ظاهراً توسط طرفداران فروید مطرح شده که «گفته‌اند سینما به منزله "ملین" یا "مسهل" روانی است که به کودک اجازه می‌دهد که در خلال تماشای تصویر، خود را از فشارها و محرک پرخاشگری‌های بی‌بخشد».

دکتر کی‌نیا در ارزیابی این نظریه می‌نویسد: «بدون انکار تمام ارزش این نظریه روانکاوی باید در وضع کنونی فیلم‌شناسی با احتیاط قسمتی از این نظریه را پذیرفت. اگر فیلم‌های پرزد و خورد و صحنه‌های خشونت‌آمیز، روحیه پرخاشگری کودک یا نوجوان را تسکین می‌دهد و آنان را سبکبار می‌سازد، فیلم‌های جنسی برعکس، برهیجان آنان می‌افزاید و راه کج و انحراف و تجاوز را به سوی آنان می‌گشاید. البته فیلم‌هایی که به دقت بررسی شود و دارای پیامدهای مفید و آموزنده باشد می‌تواند به مثابه یک تصویر روان‌درمانی برای نوجوانان تماشاگر شفا بخش تلقی گردد.»

در ارزیابی فوق سه نکته قابل توجه است:

- ۱- کل نظریه رد یا قبول نشده است.
- ۲- برتاثیر درمان بخش فیلم‌های خشن، در درمان روحیه پرخاشگری کودکان یا نوجوانان صحنه گذاشته شده است.
- ۳- از هیجان‌زایی، نه هیجان‌زدایی فیلم‌های جنسی و در نتیجه تاثیر سوء و مخرب آن بر رفتار مخاطب یاد شده است.

با این حال دکتر کی‌نیا در این خصوص که تصاویر خشن (صحنه‌های زد و خورد) بر رفتار مخاطبانی که بیمار نیستند و روحیه پرخاشگری ندارند، چه تاثیری دارد، سکوت کرده است. اگر خشونت رسانه‌ای طبق نظریه طرفداران فروید، موجب تخلیه هیجانی مخاطبان متمایل خشونت‌شود، ممکن است در سایر مخاطبان موجب بدآموزی و ترویج خشونت و آن‌طور که طرفداران نظریه تحریک‌کنندگی، مدعی‌اند رسانه‌ها از طریق ساز و کارهای ذیل باعث پرخاشگری در جامعه می‌شوند:

- ۱- یادگیری اجتماعی و تقلید و الگوبرداری از ارزش‌ها، هنجارها و فنون پرخاشگری و خشونت.
- ۲- بازداری‌زدایی به معنای کاهش خودداری بینندگان از انجام اعمال پرخاشگرانه.
- ۳- حساسیت‌زدایی به معنای افزایش تحمل بینندگان و قبول خشونت و پرخاشگری دیگران.
- ۴- برانگیختگی روانی یعنی افزایش برانگیختگی کلی فرد و تقویت پرخاشگری در او.



همچنین موارد ذیل را می‌توان به عنوان عوامل تاثیر گذار بر افزایش پرخاشگری ناشی از خشونت رسانه‌ای تصویری برشمرد :

- ۱- پاداش گرفتن یا تنبیه نشدن فرد خشن و مهاجم .
- ۲- توجیه خشونت نمایش داده شده با رفتار قربانی .
- ۳- شباهت بین جزئیات خشونت نمایش داده شده و شرایط زندگی واقعی بیننده مثل هم نام بودن قربانی با فردی که بیننده تصاویر با او دشمنی دارد .
- ۴- شباهت مهاجم و شخص خشن با بیننده .
- ۵- نمایش رفتار خشنی که نیت مبهمی دارد و انگیزه‌اش بیشتر آزار دادن و صدمه رساندن به دیگران است .

۶- نمایش عواقب خشونت به شیوه‌ای که نفرت آور نباشد یا ترک این رفتارها را ترویج نکند .

۷- نمایش خشونت به صورت صحنه‌های واقعی نه صحنه‌های خیالی در فیلم .

۸- نمایش خشونت بدون تفسیر انتقادی آن .

۹- نمایش خشونتی که موجب لذت بردن بیننده می‌شود .

۱۰- نمایش خشونت و هر موضوعی که باعث شود بیننده کماکان در حالت مزبور بماند .

۱۱- عصبانی بودن یا خشمناک بودن بیننده پیش از تماشای تصاویر خشن .

۱۲- احساس ناکامی بینندگان پس از تماشای صحنه‌های خشن .

۱۳- حضور همسالان پرخاشگری که نقش الگو را بازی می‌کنند .

۱۴- حضور بزرگسالانی که بر خشونت در رسانه‌ها صحنه می‌گذارند .

۱۵- توجه انتخابی و واکنش‌های هیجانی بیننده .

۱۶- ضعف عزت نفس بیننده .

نتایج یک پژوهش دانشگاهی در پنسیلوانیا در آمریکا در سال ۱۹۷۲ نیز حاکی از تفاوت معنادار رفتار کودکان پس از تماشای برنامه‌های خشن و برنامه‌های مروج حس همکاری و روحیه تعاون بود . نتیجه‌ی کلی نشان داد کودکانی که در اصل کمی پرخاشگر بودند ، در اثر تماشای کارتون‌های ضد اجتماعی که دیده بودند ، حس همکاری قابل ملاحظه‌ای نسبت به دیگران پیدا کردند و حاضر شدند اسباب بازیهای خود را در اختیار کودکان دیگر بگذارند و به آنها کمک کنند .

۲- نحوه تاثیر گذاری رسانه ها بر افزایش جرم: در خصوص نحوه تاثیری گذاری رسانه ها بر افزایش جرم در جامعه اتفاق نظر وجود ندارد ، به عبارت دیگر با وجود اینکه فرضیه تحریک کنندگی نسبت به فرضیه تخلیه هیجانی با استقبال بهتری از سوی جرم شناسان مواجه شده است ، هنوز مناقشات بسیاری در این خصوص وجود دارد .

آنتونی گیدنز با اشاره به نتایج برخی از مطالعات انجام شده در خصوص تاثیر رسانه ها بر افزایش جرم در جامعه نوشته است: « بیشتر این تحقیقات از نظر استنباطاتشان قطعی نیستند . به عنوان مثال ، هنوز توافق نشده که تا چه اندازه نمایش خشونت ، رفتار پر خاشگرانه را در میان کودکان تشویق می کند ، اما نمی توان تردید کرد که رسانه ها ، نگرشها و بینش های مردم را عمیقاً تحت تاثیر قرار می دهند . وی همچنین با اشاره به نتایج پژوهشهایی که « موضوعات عدالت و کیفر نهفته در نمایشهای جنایی » را برجسته می کنند ، می نویسد: « لزوماً نمی توان نتیجه گیری کرد که میزان زیاد نمایش خشونت به طور مستقیم در میان تماشاگران الگویی برای تقلید پدید می آورد که شاید بیشتر تحت تاثیر مضامین اخلاقی نهفته در آن قرار گیرند . » یکی از عواملی که باعث شده جرم شناسان در ارزیابی نقش رسانه های گروهی در ارتکاب جرم احتیاط به خرج دهند ، تفکیک عوامل شخصیتی و محیطی موثر در بزهکاری و تحلیل نقش رسانه ها به عنوان یک عامل محیطی است . ژان سزال ، جرم شناس فرانسوی می نویسد: « ما به ندرت به سوء کنش سینما برخوردیم ، ولی همیشه این تاثیر نا مطلوب در افرادی مشاهده شده که نقایص مربوط به منش یا ادراک آنان موجب آمادگی برای تلقین پذیری یا تحریک بوسیله تصویر شده است . »

به اعتقاد این گروه از صاحب نظران ، افراد با توجه به زمینه های شخصیتی و تربیتی ، برنامه های رسانه های گروهی را « انتخاب » می کنند ، لذا اظهار نظر در این مورد که آیا رسانه ها فی نفسه جرم خیزند یا فقط در افراد مستعد جرم ، تاثیر می گذارند ، دشوار است .

در پژوهشی که رفتار ۵۰۰ بزهکار و بزه نکرده آمریکایی را مورد بررسی و مقایسه قرار داد ، مشخص شد که تقریباً نیمی از بزهکاران (۴۴/۹ درصد) هفته ای سه بار و گاهی بیشتر به سینما می رفتند ، حال آن که ۱۱ درصد بزه نکردهگان در چنین وضعی قرار داشتند . [اما از آنجا که] درباره توجیه و دلیل وجود چنین پدیده ای توافق وجود ندارد ، محققان آن را نتیجه قهری عطش مخصوص برای ماجرا جوئی در بزهکاران می پندارند . تحقیق دیگری که در " دانشگاه لی ستر " انگلستان انجام شده بود ، نیز نشان داد که تلویزیون در زندگی بزهکاران جایی بیشتر از بزه نکردهگان ندارد ، بزهکاران بیشتر به



تماشای برنامه‌های محرک و عامل انگیزش هیجانی تمایل دارند و بزه‌نکردگان نیز از تلویزیون به عنوان وسیله آسایش و تفریح استفاده می‌کنند.

به اعتقاد محققان « افراد تحت تاثیر عوامل فردی (جسمی یا روانی)، عوامل مستعد (وراثت) عوامل آماده‌کننده (الکلیسم) و عوامل ایجاد و عملی‌کننده (محیط) و یا عواملی که نقش تعیین‌کننده دارند به طرف ارتکاب جرم کشانده می‌شوند، این امر که یک عامل به تنهایی و صد در صد در وقوع جرم نقش داشته باشد نادر است بلکه بر اثر جمع شدن عوامل مختلف فردی و جمعی بزه به وقوع می‌پیوندد

«هیچیک از جرم‌شناسان اعتقاد ندارند که رسانه‌های گروهی به تنهایی بتوانند عامل اصلی و تنها عامل ارتکاب بزه باشد. بلکه معتقدند که برنامه‌های خشونت بار و جنایتی تلویزیون یا دیگر رسانه‌های گروهی فقط آمادگی و استعداد جنایی را از قوه به فعل تبدیل می‌کنند.» به اعتقاد آنان ریشه‌های بزهکاری را باید در شخصیت بزهکاران، روابط خانوادگی و محیط اجتماعی جستجو کرد:

تلقی متفاوت از تاثیرپذیری مخاطب از رسانه‌ها نیز از عوامل اختلاف نظر در مورد آثار خشونت رسانه‌ای است:

از این منظر، دیدگاههایی که نقش خشونت رسانه‌ای را در گرایش به بزهکاری پررنگ می‌بینند، به این متهم شده‌اند که مخاطبان را در تماشای برنامه‌ها، منفعل فرض می‌کنند و تاثیر عوامل و روابط اجتماعی بازدارنده از ارتکاب جرم را بر افراد نادیده می‌گیرند. به نوشته دکتر کی‌نیا « این تصویر مبالغه‌آمیز است که کودکان و نوجوانان را چون موم نقش‌پذیر انگاریم و تلویزیون را به تنهایی عاملی نیرومند بشناسیم که بتواند بر آنان هر نقشی که بخواهد برجا گذارد... تاثیر سایر عوامل و روابط اجتماعی مانند رفتار پدر، مادر، برادران، خواهران، دیگر اعضای خانواده و همسالان و همکلاسی‌های مدرسه، مذهب و شعایر و سنتهای اجتماعی را نایده انگاریم.»

گیدنز نیز به نتایج تحقیقات رابرت هاج و دیوید تریپ اشاره می‌کند که معتقدند «واکنشهای کودکان نسبت به تلویزیون متضمن تفسیر آنچه می‌بینید است و نه فقط ثبت محتوای برنامه‌ها» و اینکه «کودکان برنامه‌ها را با ربط دادن آنها به سایر نظامهای معنادار زندگی روزانه تفسیر می‌کنند» لذا با اینکه تعیین دقیق نقش خشونت رسانه‌ای در ارتکاب جرم در جامعه دشوار به نظر می‌رسد در نفس تاثیر آن اختلاف نظر وجود ندارد، مهم نیست که رسانه‌ای در ارتکاب جرم در جامعه دشوار به نظر می‌رسد در نفس تاثیر آن اختلاف نظر وجود ندارد، مهم نیست که رسانه‌ها به تنهایی باعث وقوع جرم

می‌شوند یا نه، مهم این است که در شرایط مستعد بر افراد مستعد تاثیر می‌گذارند و احیاناً وقوع جرم را تسریع می‌کنند.

بند دوم: راهکارهای مقابله با جرم زایی رسانه‌های گروهی :

از آنجا که کنترل کامل شرایط و زمینه‌های اجتماعی و انسانی و انگیزه‌ها و ویژگی‌های روانی وقوع جرم امکان پذیر نیست، برای اهداف پیشگیری از وقوع جرم در جامعه باید با تحریک کنندگی و جرم خیزی احتمالی رسانه‌ها مقابله شود، گو اینکه کنترل کامل رسانه‌ها نیز نه ممکن و نه مطلوب است ترسیم خط مشی انعکاس حوادث و مسائل خشن در رسانه‌های گروهی و تعیین مکانیسم‌های اجرایی و نظارتی برای پیاده شدن آن قدم اول برای مقابله با جرم زایی رسانه‌ها به نظر می‌رسد. این خط مشی باید محصول هم اندیشی جرم شناسان، کارشناسان رسانه، روانشناسان، جامعه شناسان و صاحب‌نظران سیاست باشد.

بازبینی محتوای برنامه‌ها و مطالب رسانه‌های صوتی، تصویری و نوشتاری نیز به منظور اصلاح برنامه‌های موجود و توقف رویه‌های غیر قابل اصلاح باید مورد توجه قرار گیرد.

در این بررسی می‌توان از شاخصهای بدآموزی اخلاقی و امنیتی در اطلاع رسانی، قهرمان سازی از مجرمان، ناامن جلوه دادن جامعه، جو سازی و بزرگنمایی حوادث، بی‌اعتنایی به آسیب شناسی و ریشه یابی مسائل و بهره جست.

بحث پیشگیری از جرم را آن دسته از حقوق‌دانان پیش کشیدند که نظام کیفری را برای کاهش اثرات جرم در جامعه کافی نمی‌دانستند، یکی از نخستین پیشگامان این وادی، جرمی بنتام (۱۸۳۲-۱۷۴۸) حقوق‌دان و فیلسوف انگلیسی بود. وی که در جستجوی راه حلی برای محو یا حتی الامکان کم کردن تعداد جرایم بود، به «ابزارهای مکمل» برای نظام کیفری اندیشیدند و «بر نقش آموزش و پرورش و به ویژه شناخت قوانین، مذهب و دولت در مراقبت از کودکانی که پدران و مادران آنان نالایقند و نیز بر فعالیتهای فرهنگی و غیره» تاکید کرد. در عصر حاضر مهمترین ابزار فعالیتهای فرهنگی، رسانه‌های گروهی است که اتفاقاً نقش آن در پیشگیری از جرم، مورد تصریح جرم شناسان و حقوق‌دانان قرار گرفته است. قانون اساسی جمهوری اسلامی نیز دولت را موظف کرده برای رسیدن به اهداف والای انسانی و اسلامی از رسانه‌های گروهی به صورت مطلوبی استفاده کند، در بند ۲ اصل ۳ قانون اساسی نیز بر «بالا بردن سطح آگاهیهای عمومی در همه زمینه‌ها با استفاده صحیح از مطبوعات و رسانه‌های گروهی و وسایل دیگر» تاکید شده است. بنابراین قوه قضائیه که مطابق بند ۵ اصل ۱۵۶



قانون اساسی به « اقدام مناسب برای پیشگیری از وقوع جرم و اصلاح مجرمین » موظف شده است ، همسو با سیاستهای ایجابی سازمان صدا و سیما و نیز مطبوعات و سایر رسانه‌ها باید از این ظرفیتهای قانونی استفاده بهینه کند ؛ بویژه با عنایت به اصل ۱۷۵ قانون اساسی که مقرر می‌دارد : « شورایی مرکب از نمایندگان رئیس‌جمهور و رئیس قوه قضائیه و مجلس شورای اسلامی (هر کدام دو نفر) نظارت بر این سازمان خواهد داشت .»

راهکارهایی در خصوص تقویت نقش رسانه‌ها در پیشگیری از وقوع جرم نظر به اهمیت نقش رسانه‌ها در پیشگیری از جرم ، کارشناسان راهکارهای متعددی را برای استفاده از این قابلیت پیشنهاد کرده‌اند :

تولید و پخش برنامه‌هایی متناسب با ذهنیت و خواست اقشار مختلف مردم ، تهیه و پخش برنامه‌های آموزشی با موضوعات مختلف فرهنگی ، تربیتی ، علمی و ... توجه به کمیت و کیفیت برنامه‌های رادیو و تلویزیونی .

آموزش قوانین به صورت ساده ، تهیه برنامه‌های داستانی به همراه تحلیلهای علمی و انجام مصاحبه تخصصی در حوزه آسیبهای اجتماعی .

اطلاع رسانی صادقانه و عالمانه با اولویت دادن به منافع عمومی ، ارتقاط سطح آگاهی و فراهم ساختن زمینه برخورد اندیشه‌ها با رعایت اصل بی‌طرفی .

پیشنهادهای فوق‌الذکر را می‌توان حول دو محور ذیل جمع‌بندی کرد :

۱- نقد و بررسی محتوای برنامه‌ها و مطالب رسانه‌ها .

۲- برنامه‌سازی و اطلاع رسانی با عنایت به روح سیاست جنایی کشور و وضعیت جرم در جامعه توجه به سیاست جنایی در تولید برنامه و اطلاعات در استفاده مستقیم از رسانه‌ها برای پیشگیری از وقوع جرم دو محور برنامه‌سازی و اطلاع رسانی باید مورد توجه قرار گیرد .

برنامه‌سازی شامل تولید فیلم داستانی ، مستند ، انیمیشن و... به منظور آموزش قوانین و مقررات به مردم ، ترویج فرهنگ احترام به قانون ، معرفی نهادهای متولی امنیت اجتماعی ، معرفی مراکز حمایت از اقشار آسیب پذیر و آسیب دیده جامعه ، ترویج کنترل اجتماعی و مشارکت مدنی در پیشگیری از وقوع جرم و افزایش امنیت جامعه ، آموزش مکانیزم‌های دفاع اجتماعی و پیشگیری از بزه دیدگی ، آموزش مهارتهای زندگی و راهبردهای حل مساله و...



نتیجه گیری

در مباحث این تحقیق به تعریف رسانه و جایگاه آن، همچنین کارکردهای مثبت و منفی و تاثیر آن بر وقوع جرایم و پیشگیری از آن پرداخته شد. از مجموع آنها می توان به جایگاه حساس و بسیار موثر رسانه در شکل دهی و هدایت جامعه به سمت خاصی که مدنظر موسسان و صاحبان آنها است پی برد، در حقیقت در عصر کنونی که عصر ارتباطات نیز نامیده می شود دیوار خانه‌ها فرو ریخته و مرزها برداشته شده است و دیگر خانواده آن محل امن و خارج از دسترس جامعه نیست و امواج رادیو، تلویزیون و سایر وسایل ارتباط جمعی مکتوب یا غیر مکتوب بدان سخت رسوخ کرده‌اند. نقش آموزشی جامعه بسیار پررنگ شده و این وظیفه با ابزار رسانه نمود اجرایی می گیرد. فارغ از تحلیل‌ها و نظریه های مختلف کارشناسان و صاحب نظران این امر که رسانه‌های گروهی بر روی افکار عمومی اثر می گذارند و قادر به جهت دهی آنها هستند مورد تردید هیچ گروهی از آنها نیست و بر درستی این مطلب صحه می گذارند. حال با توجه به این اثر گذاری گسترده باید از این ابزار در جهت درست استفاده نمود نه این که یک حالت منفعل در مقابل آن از خود بروز داد بلکه با شیوه‌های صحیح کارکردهای مثبت آن را بیش از پیش تقویت و به مرور زمان کارکردهای منفی را از بین برد یا حتی الامکان آنها را کمرنگ نمود. این امر مستلزم همکاری گروهی متخصصان رشته‌های مختلف مانند جامعه شناسان، روانشناسان، جرم شناسان و... است تا با ایجاد یک برنامه مدون به مباحث نظری این حوزه که بسیار حائز اهمیت نیز است جنبه‌ی عملی و کاربردی دهند که خود احتیاج به تحقیقات گسترده تجربی و آماری دارد تا واقعاً نتیجه مطلوب حاصل شود امید است متولیان اجرایی و مخصوصاً قضایی بیش از پیش به اهمیت این موضوع توجه و نتایج آن را در تصمیم گیری‌های خود بکار برند.



منابع و مأخذ

- ۱- کی نیا، مهدی، مبانی جرم شناسی، موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، چاپ نهم، ۱۳۸۶
- ۲- گسن، ریموند، جرم شناسی نظری، ترجمه مهدی کی نیا، مجد، تهرانی، چاپ دوم، ۱۳۸۵
- ۳- نجفی توانا، علی، جرم شناسی، آموزش و سنجش، تهران، چاپ سوم، ۱۳۸۴
- ۴- گیدنز، آنتونی، جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، نشرنی، تهران، ۱۳۷۶
- ۵- کازنو، ژان، جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، اطلاعات، تهران، ۱۳۶۵
- ۶- مک کوئیل، دنیس، مخاطب شناسی، ترجمه مهدی منتظر قائم، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه، تهران، چاپ دوم ۱۳۸۲
- ۷- سایت www.tebyan.net
- ۸- سایت www.isu.ac.ir