

بررسی نقش دوگانه رسانه های جمعی

در پیشگیری و وقوع جرایم

تاریخ دریافت: ۸۸/۴/۳۰

تاریخ پذیرش: ۸۸/۶/۲

اصحاب حبیب زاده^۱، دکتر حسین افخمی^۲، محمد رضا نادریور^۳

چکیده

مسئله و هدف: در عصر حاضر - که به عصر ارتباطات و اطلاعات معروف است - مهمترین ابزار فعالیت های فرهنگی، رسانه های جمعی است که نقش آنها در پیشگیری از جرم مورد توجه جرم شناسان، حقوق دانان، جامعه شناسان و متولیان نظم و امنیت اجتماعی قرار گرفته است. جرم شناسان، وسایل ارتباط جمعی را در ذیل عوامل اجتماعی یا محیط انتخابی یا اتفاقی جرم بررسی کرده، بر نقش های دوگانه آن در وقوع جرم یا پیشگیری از آن تأکید دارند و معتقدند این ابزار در پرورش یا انحراف افکار عمومی نقش مهمی را ایفا می کند و بهترین وسیله برای روشن شدن اذهان و تنویر افکار عمومی و عقاید هستند. بنابراین ماهیت رسانه های جمعی به گونه ای است که برای جذب مخاطب ناگزیرند مفاهیم مورد نظر و واقعیات را اغراق آمیز یا تحریف آمیز ارائه دهند و رسانه ها با انتخاب موضوع حوادث و چگونگی انتقال مفاهیم و پیام ها به مردم، نقش مؤثر در تعیین اشکال و محدوده جرم و انحرافات اجتماعی بر عهده دارند. هدف این مقاله شناخت آثار مثبت و منفی رسانه های جمعی در پیشگیری از وقوع جرم، باشد که و استفاده بهینه از آنها است که می تواند عامل مؤثری در کاهش جرم و جنایت در جامعه باشد.

روش: این مطالعه از نوع مفهومی مروری (روش اسنادی و کتابخانه ای) است و از طریق فیش برداری و مطالعه کتابخانه ای تعاریف، تحلیل ها و نظر پردازی هادر مورد مفاهیم پیشگیری از جرم و رسانه و رابطه بین آنها از کتب و منابع علمی استخراج شد. و در برخی موارد از روش قیاسی و استقرا نظری به مسئله رابطه جمعی و پیشگیری از جرم پرداخته شد.

یافته ها و نتایج: نتایج نشان می دهد که رسانه های جمعی از یک طرف (بسته به نحوه انعکاس حوادث و اخبار) توانایی تشدید احساس ناامنی، ترویج بزهکاری و تشویق افراد مستعد به ارتکاب جرم را دارند و از سوی دیگر با ایفای نقش اطلاع رسانی و ترویج الگوهای زندگی سالم، می توانند در کاهش وقوع جرم و افزایش احساس امنیت مؤثر باشند. همچنین رسانه می تواند نقش روان درمانی داشته باشد. به طور کلی، طرز نگرش و نگاه مردم به جرم به آنچه که از طریق رسانه های جمعی چاپ و پخش می شود، بستگی دارد.

کلید واژه ها

پلیس / خشونت / رسانه های جمعی / جرم / ترس از جرم / تصویر پلیس / پیشگیری از جرم

۱- مربی دانشگاه علوم انتظامی

۲- مربی دانشگاه علوم انتظامی

۳- استادیار دانشگاه علامه طباطبایی

مطالعات انجام شده حاکی از آن است که اخبار و رویدادهای جنایی بخش عمده‌ای از محتوای تمامی رسانه‌های گروهی را به خود اختصاص داده است. برای مثال، تحلیل اخبار روزنامه‌ها نشان می‌دهد که اخبار جنایی حداقل ۴ درصد، حداکثر ۲۸ درصد و به طور متوسط ۷ درصد از محتوای روزنامه‌ها را تشکیل می‌دهد. این نسبت در مورد رسانه‌های دیداری و شنیداری درصد متفاوتی بین ۱۰ تا ۱۳ درصد را براساس دوره‌های زمانی و محیط‌های جغرافیایی مختلف به خود اختصاص داده است (شرزن^۱: ۱۹۷۸: ۲۰۸ و فرجیها، ۵۸: ۱۳۸۵). اگر چه در ایران هنوز اراده جدی برای گردآوری چنین آمارهایی وجود ندارد^۲، اما بخش قابل ملاحظه‌ای از روزنامه‌خوان‌ها علاقه خاصی به صفحات حوادث، بویژه رخدادهای جنایی دارند.

رسانه‌ها با انعکاس اخبار مربوط به پدیده‌های جنایی، نه تنها نگرش خاصی را به مخاطبان القاء کرده، بینش‌های مردم را تحت تأثیر می‌گذارند (گیدنز، ۱۳۷۳: ۸۷)، بلکه چگونگی قضاوت و داوری آنان درباره جرم و نظام عدالت‌گیری را سازمان می‌دهند. بنابراین می‌توان ادعا کرد که بخش عمده‌ای از برداشت ما از جرم و عدالت محصول تأثیر رسانه‌هاست. به طور کلی، رسانه‌ها از زمان‌های دور تا کنون مفاهیم و، انگاره‌های خود را در قالب خوب در برابر بد، زشت در مقابل زیبا، قهرمان در برابر شرور به مخاطبان نشان داده‌اند (باراک^۳، ۱۹۹۴). جرم و عدالت نیز به خوبی در این گونه قالب‌های اطلاع‌رسانی رسانه‌ای قرار می‌گیرد و همواره سیاست‌ها و خط مشی و جهت‌گیری اصلی رسانه و برنامه‌های تلویزیونی است. بدین ترتیب رسانه‌ها از یک سو توانایی تشدید احساس ناامنی، ترویج بزهکاری و تشویق افراد مستعد ارتکاب جرم را دارند و از سوی دیگر با ایفای نقش اطلاع‌رسانی مسئولانه و ترویج الگوهای زندگی سالم می‌توانند در کاهش وقوع جرم و تأمین احساس امنیت مؤثر باشند. دیدگاه دیگر که آن به دیدگاه سلبی یاد می‌کنند، معتقد است که رسانه‌های دیداری، شنیداری و نوشتاری با انعکاس اخبار و رویدادهای جنایی، قبح و زشتی رفتارهای مجرمانه را در جامعه از

1-Sherzen

2. <http://www.iranculture.org/research/unidb/contents.php?f=so&s=re&u=yahttp://www.hccmr.com/search.aspx> * <http://iscs.ir/Default.aspx?lng=fa> * <http://spdb.uswr.ac.ir/> * <http://www.yahyae.com/archive/>

3-Barak, 1994

بین می‌برند و وقوع جرم را امری عادی و طبیعی نشان می‌دهند. در این شرایط، اجتماع پس از مدتی به این زشتی‌ها عادت می‌کند و زمینه سقوط برخی ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی را فراهم می‌سازد. برخی از طرفداران این دیدگاه به عدم انتشار اخبار جنایی در رسانه‌ها به طور مطلق معتقدند و برخی دیگر به پوشش خبری حوادث جنایی به طور محتاطانه باور دارند (رحمانیان، ۱۳۷۷: ۷۸ - ۶۲ و فرجی‌ها، ۱۳۸۵: ۵۹).

رابطه رسانه‌ها و عموم مردم و نهادهای مدنی همانند آن‌جی. اوها^۱، که به پدیده جرم و عدالت توجه دارند را می‌توان نوعی همزیستی دانست (بیلی و هیل^۲، ۱۹۹۳). رسانه‌ها نیازمند وقوع حوادث جذاب و سرگرم‌کننده و تصاویر جذاب و دیدنی هستند و سازمان‌های مسئول رسیدگی به جرایم و برقراری عدالت و نظم (مانند پلیس) نیز مجبورند که این حوادث و وقایع را به گونه‌ای منعکس نمایند که تاییدات عامه مخاطبان را به همراه داشته باشند.

در قرن بیست و یکم نقش رسانه‌های جمعی و فناوری‌های نوین ارتباطی و فناوری‌های ارتباطی دو چندان شده است. در حال حاضر فعالیت‌های کاری رسانه‌ها، دیگر از مرزهای کتاب، مطبوعات (مجله و روزنامه ...)، فیلم، رادیو، تلویزیون گذشته و وارد دنیایی جدید با انواع بازی‌های رایانه‌ای، لوح‌های فشرده موسیقی، دی‌وی‌دی، تبلیغات عامه پسند و شبکه‌های ماهواره‌ای شده است.

امروزه به اعتقاد بسیاری از اندیشمندان، رسانه‌های جمعی نقش مؤثری در تحریک و آموزش افرادی که آمادگی ارتکاب جرم را دارند، ایفا می‌کنند. از طرف دیگر، رسانه‌ها مضامینی را در جامعه ارائه می‌دهند بی‌آنکه زمینه‌ها و بسترهای لازم برای درک آن مضامین در آن جامعه فراهم باشد. بنابراین رسانه‌های جمعی با این رویکرد آثار زبان‌باری بر جامعه بر جای خواهد گذاشت. به هر حال، رسانه‌ها به عنوان پدیده‌ای که روز به روز در حال تغییر و تحول هستند، برای جوامع بشری و نیز اداره‌کنندگان جامعه فواید بیشتری دارند. بنابراین رسانه‌ها به علت داشتن نقش آموزشی می‌توانند شهروندان را در زمینه پیشگیری از جرم که از طریق رسانه‌ها به سهولت صورت

1 - N.G.O
2 - Billy Vehil

می‌گیرد و از طرف دیگر نهاد های عدالت کیفری به‌ویژه پلیس با کمک رسانه هاست که می‌توانند مشارکت و همکاری شهروندان را در پیشگیری از جرم و بزهکاری جلب کنند یا تصویری مثبت از عملکرد نهاد های پیشگیری کننده از جرم در افکار عمومی جامعه ایجاد کنند.

هدف اصلی این مقاله تبیین نقش دوگانه رسانه‌های جمعی در پیشگیری و وقوع جرم است و از طرف دیگر، بررسی فرآیندهای تأثیر رسانه‌های جمعی بر نگرش‌ها، باورها و اعتقادات مخاطبان هدف دیگر این نوشتار است، به این صورت که با بیان کارکردهای مثبت و منفی رسانه های جمعی، زمینه استفاده بهینه از این ابزارها در مراحل مختلف پیشگیری، ارتکاب جرم و پیامدهای پس از آن فراهم شود.

ادبیات و پیشینه موضوع

نقش و وظائف اجتماعی وسایل ارتباط جمعی

از آنجا که نیاز های بشری گوناگون است و پیچیدگی های جامعه انسانی روز افزون می‌باشد، نقش وسایل ارتباطی اشکال و جنبه های مختلفی به خود می‌گیرد. همچنان که جامعه از سادگی به پیچیدگی می‌رود، مسئله ارتباطات و مبادله اطلاعات نیز اهمیت بیشتری می‌یابد و نظام ارتباطی بغرنج تر می‌شود و بدین گونه نقش های گوناگونی پدید می‌آید.

درباره نقش های وسایل ارتباط جمعی، مفهوم نقش پیچیدگی کمتری دارد؛ زیرا پژوهشگران براساس نیاز های جامعه، الگوهای رفتاری این وسایل را مشخص کرده اند. بنابراین، وسایل ارتباط جمعی با موقعیت و پایگاهی که در جامعه دارند، باید تا حد امکان با فعالیت های خود در حوزه های سیاسی، اجتماعی و تفریحی، انتظارات مخاطبان را برآورده سازند و به آنها پاسخ دهند (دادگران، ۱۳۸۲: ۱۰۶). امروزه نقشی که وسایل ارتباط جمعی بر عهده دارند، عبارت است از: فرهنگ پذیری، آموزش، اطلاع رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی.

مرتن^۱ و لازارسفلد^۲ در کتاب «ارتباط، سلیقه مردم و عمل اجتماعی سازمان یافته» وظایفی را برای وسایل ارتباط جمعی قائل شده اند که عبارت اند از: ۱-وظیفه اخلاقی (حمایت از هنجارهای اجتماعی)؛ ۲-امکان اعطای پایگاه اجتماعی؛ ۳-برخی وظایف نامطلوب (مانند تخدیر اجتماع با ایجاد نوعی مشارکت خیالی در واقعیت) (ساروخانی، ۱۳۷۵: ۸۳-۸۴).

«هارولد لاسول^۳» اندیشمند ارتباطات اجتماعی در مقاله ای تحت عنوان «ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه» سه نقش مشخص را تعریف کرد.

۱- نظارت بر محیط (نقش خبری): ضرورت هماهنگی افراد با دگرگونی های جامعه و لزوم انتشار در جامعه را توجیه می کند.

۲- ایجاد و توسعه همبستگی های اجتماعی افراد (نقش راهنمایی): نقش رهبری کننده وسایل ارتباطی و تأثیر آنها در بیداری و ارشاد افکار عمومی، اکنون بر هیچ کس پوشیده نیست و روز به روز نیز بر اهمیت آن افزوده می شود

۳- انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی): در این نقش معیارهای خاصی برای انتقال میراث فرهنگی طرف توجه قرار می گیرد این معیارها و ارزش ها علاوه بر جوامع محل انتقال به جوامع دیگر هم انتقال می یابند،

اهمیت وظیفه آموزشی وسایل ارتباط جمعی در جوامع معاصر به حدی است که بعضی از جامعه شناسان برای آنها نقش «آموزش موازی» یا «آموزش دائمی» قائل هستند. (معمد نژاد، ۱۳۸۵: ۱۳-۱۴) به طور کلی درباره نقش اساسی رسانه های همگانی در جامعه، دو پیش فرض را در نظر می گیرند. اول اینکه رسانه ها با عملی که در تولید، تکثیر و توزیع دانش و اطلاعات در جامعه انجام می دهند، به ایجاد ذهنیت و تجربیات مشترک در جامعه کمک می کنند و دوم اینکه رسانه های همگانی یک نقش واسطه ای را بین واقعیت های عینی اجتماعی و تجربه های شخصی ایفا می کنند.

1-Morton

2 -Lazarsfeld

3-Harold Lasol

نظریه کاشت (تأثیر قدرتمند رسانه ها)

به مرور نقدهایی بر نظریه کاشت جرج گربرنر^۱ وارد شد که باعث شد وی با پذیرفتن این نقدها دست به اصلاح تئوری خود بزند و دو مفهوم بنیادی «متداول سازی»^۲ و «تشدید»^۳ را به تئوری خود اضافه کند. از جمله منتقدان وی Cetto Lysie.Pingree.Howkins می باشند، و معتقدند که تقسیم بندی بینندگان بر اساس تعداد ساعت های تماشای تلویزیونی نارسا ست. از جمله منتقدان دیگر گربرنر، پل هیرش^۴ ۱۹۸۰ است. وی معتقد است که یک رابطه آشکار بین محتوای نمایش داده شده از تلویزیون و ترس از جنایت می تواند به وسیله امنیت محیط زندگی بینندگان، قابل توجیه باشد. یعنی اینکه بر عکس آنهایی که در محیط امن زندگی می کنند، کسانی که در محیط های جنایت خیز زندگی می کنند، به دلیل ناامن بودن محیط اطرافشان، بیشتر سعی می کنند در خانه هایشان بمانند و به همین دلیل بیشتر تلویزیون می بینند. (در واقع این ها نه تحت تأثیر تماشای برنامه های تلویزیونی بلکه تحت تأثیر محیط ناامن اطراف زندگیشان احساس ترس و وحشت می کنند). وی نشان داد که اگر متغیرهای دیگری غیر از ساعات تماشای تلویزیون را نیز کنترل کنند تغییر باقیمانده که بتوان آن را به تلویزیون نسبت داد، خیلی کم است (Hisch- 1980).

در مجموع می توان چنین نتیجه گرفت که بر خلاف تصویری که گربرنر از مخاطب تلویزیونی ارائه داده است، بینندگان تلویزیونی لزوماً آنچه را می بینند به عنوان واقعیت نمی پذیرند. (حالت منفعل ندارند) و تحت تأثیر فاکتورهای متعدد؛ هر بیننده ممکن است تفسیر خاص خود را از آنچه که تلویزیون نشان می دهد شکل دهد. (Shrum, ۲۰۰۱: ۱۹۳)^۵ این فاکتورها که ابتداء توسط هیرش مطرح و بعداً توسط «رابین»^۶، شرام^۷، پرس^۸ و تیلور^۹ مورد توجه و توسعه قرار گرفت عبارت اند از: سن، جنس، نژاد، پایگاه اجتماعی، تعلیم و تربیت، محرک های مختلف محیط اجتماعی

1- Georg Gerbner
2- Mainstreaming
3- Resonance
4- Pol Hirsch
5- Shrum
6- Rabin
7- Shrum
8- Pers
9- Tilver

بینندگان و پیش فرض‌ها و پیش زمینه‌های آنان، تجربیات مستقیم شخصی آنها، تأثیر سایر رسانه‌ها (بجز تلویزیون) واقع‌گرایی متصور در مورد محتوای تلویزیون و قصد تماشا (برنامه ریزی برای تماشای تلویزیون) (همان منبع).

گربرنر دو مفهوم «متداول سازی» و «تشدید» را به نظریه‌اش اضافه کرده که عبارتند از:

متداول سازی^۱: تماشای زیاد تلویزیون منجر می‌شود که بینندگان عقاید مشابه و یکسان و نزدیک به هم پیدا کنند حتی اگر از لحاظ وضعیت اقتصادی و تربیت خانوادگی به یک سطح اجتماعی تعلق نداشته باشند حال آنکه افرادی که کمتر تلویزیون می‌بینند، عقایدشان مختلف و متفاوت است. برای مثال، بینندگان پرمصرف در هر دو طبقه پر درآمد و کم درآمد در این نظریه شریکند که ترس از جنایت مشکل جدی است. در حالی که بینندگان پرمصرف پر درآمد این نظریه که ترس مشکل شخصی و جدی است را قبول ندارند ولی بینندگان کم مصرف کم درآمد با این نظریه موافق‌اند (سورین^۲ و تانکارد^۳، ۱۳۸۴: ۳۹۱-۳۹۲).

تشدید^۴: هر چه محیط زندگی واقعی بینندگان شبیه و نزدیک به آن چیزی باشد که از تلویزیون نمایش داده می‌شود، اثرات کاشت تشدید می‌شود و بینندگان به سمتی می‌روند که پاسخ‌های واقعی آنان بر پایه ذهنیات شکل گرفته از تلویزیون باشد. به عبارتی هر چه مشابه و مصداق جرم و جنایتی که از تلویزیون پخش می‌شود، در محیط زندگی واقعی تماشاگر اتفاق بیفتد، اثرات کاشت، تشدید می‌شود. (Gerbner، ۱۹۹۴: ۲۷)

رسانه‌ها بر حسب دگردیسی کارکردی، تعاریف جدیدی یافته‌اند که با تعارف سنتی تا حد قابل توجهی متمایز است. یکی از جدیدترین تعاریفی که اندیشمندان و صاحب‌نظران رسانه‌های جمعی با تأکید بر موضوع و هدف رسانه‌ها مطرح کرده‌اند عبارت است از: انتقال اطلاعات، اندیشه‌ها، نگرش‌ها یا عواطف از یک شخصی یا گروهی به دیگری یا دیگران که عمدتاً از طریق نمادها صورت می‌گیرد (بی نام، ۱۳۸۷: ۴۲).

1- Mainstreaming
2- Sorin
3- Tankard
4- Resonance

رسانه های جمعی به تمام ابزارهای غیر شخصی ارتباط گفته می شود که به وسیله آن، پیام های دیداری یا شنیداری به طور مستقیم به مخاطبان انتقال می یابند، تلویزیون، رادیو، سینما، اینترنت، ماهواره و مجلات، کتب و... در زمره رسانه های جمعی محسوب می شوند (گولد^۱، ۱۳۷۶: ۴۳۶).

”ژودیت لازار^۲“ در مورد اهمیت و نقش رسانه ها می گوید: رسانه ها نقش های متعددی را در حیات اجتماعی به عهده دارند؛ از جمله اینکه صحنه ای را ایجاد می کنند که حیات سیاسی در آن به نمایش گذاشته می شود، فرهنگ بال می گستراند، مدها جولان می دهند، سبک های تازه و هنجارهای زندگی رخ می نمایند. (لازار، ۱۳۸۰: ۱۳۶).

رسانه ها در دنیای کنونی بسیار پیچیده اند و در عین تنوع از پیچیدگی خاصی برخوردارند و بسان یک شمشیر دو لبه هستند که هم می توانند کارکرد مثبت داشته باشند و هم کارکرد منفی، بر این اساس رسانه ها در روند تثبیت یا وفاق و امنیت عمومی و مشارکت همه جانبه مردم در تامین امنیت عمومی و شرکت در نظام عدالت کیفری با نقش ها و کارکردهای مختلفی، نمود می یابند؛ کارکردهایی که برآمده از توجه یا بی توجهی به ساختار فرهنگی جامعه و شدت و شتاب تغییرات آن است (لرنی و مصلحتی، ۱۳۸۵: ۹۹).

به عبارت دیگر، رسانه های جمعی در فرآیند تداخل ضروریات اجتماعی و فرهنگی که از شتابزدگی تاریخ در عصر ما نشات می گیرد می توانند نقش های سازنده یا ویرانگر داشته باشند. امروزه مهم ترین کارکرد رسانه ها در حوزه مورد مطالعه این موضوع را می توان به شرح زیر مورد بررسی قرار داد:

کارکردهای مثبت رسانه ها

بیان انحرافات اجتماعی از رسانه ها آثار و کارکردهای اجتماعی مثبتی دارد که به برخی از آنها اشاره می شود:

1- Gold
2- Judit Lazard

الف - اطلاع رسانی و هشدار

یکی از کارکردهای اساسی رسانه ها اطلاع رسانی از وقایع است که در محیط اجتماعی واقع می شود. پیشرفت بهت انگیز وسائل ارتباط جمعی در قرن حاضر جهان را به دهکده کوچکی تبدیل کرده است که انسان ها امکان اطلاع یابی از همه وقایع و حوادث جهان را به طور سریع و جامع دارند. در عصر ارتباطات هیچ حادثه ای هر چند در دورترین مناطق جهانی باشد - منحصر به یک منطقه جغرافیایی نیست (ساروخانی، ۱۳۷۳: ۷۲). از این رو، ویژگی های فرا زمانی، فرا مکانی و سرعت انتقال اطلاعات و... از خصیصه های وسائل ارتباط جمعی است. امروزه تمامی ابعاد زندگی فردی و اجتماعی انسان ها در رسانه ها رسوخ کرده و از خصوصی ترین رفتار انسان ها تا بزرگترین تغییرات نهادهای اجتماعی وساختارهای فرهنگی و سیاسی از طریق رسانه ها ارائه می شود.

رسانه های جمعی اعم از روزنامه ها، مجلات، رادیو و تلویزیون، گاه از انحرافات اجتماعی، نظیر تجاوز، خشونت، قتل و... پرده برمی دارند و زوایای پنهان داستان های عشقی و جنایی را برای مخاطبان خود آشکار می سازند و انواع دام هایی را که بر سر راه جوانان قرار دارد، به آنان گوشزد می نمایند 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 مؤثری ایفا می کنند. رسانه های جمعی با شناخت آسیب های مختلف اجتماعی و گزارش آن به کنشگران اجتماعی، نسبت به گسترش نابهنجاری های اجتماعی هشدار می دهند و بدین ترتیب کنشگران اجتماعی را از نوع رفتارها و خرده فرهنگ های کجرو آگاه می کنند تا بر اساس ارزش ها و هنجارهای مورد پذیرش جامعه حرکت کنند و در دام این گونه خرده فرهنگ ها قرار نگیرند. لذا رسالت رسانه ها ایجاب می کند که ابعاد، نوع و کیفیت شکسته شدن هنجارها و ارزش های اجتماعی را منعکس نمایند تا اعضای جامعه بتوانند، با درک همه جانبه آنها ضمن حفظ خود از ارتکاب انحرافات اجتماعی، از شکسته شدن هنجارهای مقبول جامعه جلوگیری نمایند.

ب- قانون شناسی و کیفرشناسی

قوانین در هر جامعه ای مبنای اصلی نظم و انضباط اجتماعی محسوب می شوند، به طوری که بدون وجود قوانین، نظم و انتظام اجتماعی میان افراد، سازمان ها و نهادهای مدنی غیرممکن خواهد بود، قانون، جایگاه هر فرد را در نظام قشربندی، معین ساخته و توقعات و انتظارات را در جهت منطقی هدایت می کند، قانون نه تنها رابطه میان کنش گران را تعریف می کند، بلکه روابط میان نهادها و گروه‌های اجتماعی را نیز در سطح کلان مشخص کرده، برای کسانی که از آن تخطی می کنند، کیفر و مجازاتی را معلوم کرده است. کارکرد مهم رسانه ها در این زمینه، شناساندن قانون و کیفر آن به کنشگران اجتماعی برای کاهش میزان ارتکاب جرائم است. وجود قانون در کتب قانون، نظم اجتماعی را به ارمغان نمی آورد، تبیین و انتقال فرهنگ قانون گرایی به عاملان اجتماعی، آنان را هنگام مواجهه با جرم و زمینه های آن واکنش می کند.

وسایل ارتباط جمعی می بایست با ارائه فواید و منافع قانون، روحیه قانون گرایی را ترویج نمایند و نشان دهند که به عنوان ایدئولوژی توجیه گرا برای عملکرد قدرتمندان و حاکمان عمل نمی کنند، بلکه تذکرات قانونی را به عنوان مبنای نظم اجتماعی مطرح می نمایند.

رسانه های جمعی از طریق تبیین قانون و مقررات می کوشند تا رفتارهای افراد را در مسیر هنجارهای تعریف شده جامعه رهبری نمایند و به افراد بیاموزند که هر گاه فرد رفتارهای خود را بر اساس هنجارها و قواعد اجتماعی تنظیم نماید، از طرف جامعه پاداش داده می شود؛ بالطبع کنشگران اجتماعی نیز در می یابند برای رسیدن به خواسته های خود باید به رفتارها و هنجارهایی روی بیاورند که قانون معین کرده است. به عبارت دیگر رسانه ها، از طریق اقناع و رسوخ به ذهن انسان ها، به درونی سازی، جذب و پذیرش قلبی هنجارها می پردازند.

رسانه ها با نمایش کیفرهایی که برای مجرمان در برابر تخلف و تخطی از قانون در نظر گرفته شده است، می توانند در کاهش جرم تأثیرگذار باشند. تا هنگامی که مجرم، از مجازات های 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 می شود، بدین لحاظ رسانه ها موظفند که شناخت همه جانبه ای از مضرات و زیان ها و عواقب

جرم را در اختیار اعضای جامعه بگذارند و به این وسیله، انگیزه ارتکاب جرم را کاهش دهند. (بی نام، ۱۳۸۸).

۱۱۷

برای عینیت بخشیدن به دو کارکرد فوق، بهترین راه، ارائه الگوهای جذاب، امروزی و متناسب با نیازهای انسان معاصر است. رسانه می تواند از طریق نشان دادن عواقب انسان های مجرمی که دچار کجروی شدند، زشتی و قبح گناه و جرم را در ذهن مخاطبان ترسیم نماید و مایه عبرت آموزی انسان ها باشد، بررسی شواهد تجربی زیر، این کارکرد اجتماعی رسانه ها را بهتر تبیین می کند:

* ۶ تن از ارادل و اوباش محله یافت آباد که پس از کشاندن یک دختر ۱۳ ساله به منزل مسکونی شان وی را مورد آزار و اذیت جنسی قرار داده بودند، با رأی قاضی مجتمع قضایی شهید مطهری به ۴۵ ضربه شلاق در ملا عام محکوم شدند (روزنامه انتخاب، آذر ۱۳۸۳، ش ۱۰۵۶).

* زن جوانی که به خاطر انتقام جویی از همسرش وی را با ضربات متعدد چاقو به قتل رسانده بود، پس از برگزاری چندین جلسه محاکمه به قصاص نفس محکوم شد. (همان، ۲۰ آذر ۸۱، ش ۱۰۴۹).

* متهمان اختلاس ۲۰ میلیارد ریالی از بانک مسکن روز گذشته محاکمه شدند. (همان، ۱۹ آبان ۸۱، شماره ۱۰۲۴).

انعکاس و بازتاب این گونه انحرافات اجتماعی، موجب می شود تا جامعه با کیفر مجرمان در قانون آشنا شده و نیز عواقب انحرافات اجتماعی را با دقت بیشتری نظاره کند.

ج- کنترل اجتماعی

رسانه های همگانی نیز، دارای کارکرد کنترل اجتماعی هستند. رسانه ها با درج و انعکاس نابهنجارهای اجتماعی و عواقب شومی که در انتظار افراد کجرو قرار دارد، به طور غیر محسوس، اقدام به کنترل و پیشگیری از نابهنجاری ها در جامعه می کنند. رسانه ها عمدتاً از طریق اقناع پذیری بهتر می توانند در کنترل اجتماعی مؤثر باشند.

وقتی که چنین خبری در مطبوعات درج می شود که: مدیرعامل یک شرکت تجاری بین المللی به اتهام قاچاق تجهیزات پزشکی به جزای نقدی محکوم شد،

(انتخاب، ۱۷ آذر ۸۱، ش ۱۰۶۴). سایر مدیران اقتصادی که در معرض فسادهای مالی قرار گرفته‌اند، حداقل در موارد یاد شده احتیاط بیشتری خواهند کرد.

د) پیشگیری از جرم

عملکرد رسانه‌ها در شکل دادن به تعریف جرم و کجروی، نقش آنها را در ایجاد تغییرات قانونی و تقویت انواع خاص از راهکارهای عملیاتی پلیس، به نقش بسیار مؤثری بدل می‌کند، برای مثال، می‌توان به وضع قوانین مربوط به منع عبور و مرور جوانان و اتخاذ شیوه‌هایی جهت کنترل اماکن خاص اشاره کرد (سلیمی و داوری، ۱۳۸۵: ۱۶۰).

و- نقش جستجوگری

رسانه‌ها در سال‌های اخیر در کنار نقش‌های اطلاع‌رسانی، کنترل اجتماعی، آموزشی و... رسالت دیگری را برعهده گرفته‌اند و آن نقش جستجوگری و تفتیشی است. برای این اساس رسانه‌ها با افشاگری‌های خود، سکوت مراجع دولتی و رسمی را می‌شکنند و آن‌را جبران می‌کنند و از طریق مطلع کردن افکار عمومی، به دولت‌ها فشار می‌آورند تا در موارد نقض شدید هنجارها و ارتکاب جرایم شدید، واکنش‌های متناسب از خود نشان دهند و از روش‌های ملامت‌آمیز و چشم‌پوشانه خودداری کنند (دل‌ماس مارتی، ۱۳۸۱: ۵-۳۰۴ و فرجی‌ها، ۱۳۸۵: ۷۳).

کارکرد های منفی رسانه‌ها

کارکردهای منفی وسایل ارتباط جمعی می‌توانند در ارائه و عرضه انحرافات اجتماعی، کارکردهای منفی و اثرات مخربی را برای جامعه داشته باشند که در زیر به برخی از آنها اشاره می‌شود:

الف- تحدید مفهوم جدید

رسانه‌ها 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 است. (سلیمی و داوری، ۱۳۸۵، ۱۵۸-۱۵۹). بدین ترتیب جرائم دیگری نظیر تخریب محیط زیست، حیف و میل اموال عمومی، جرایم مربوط به بهداشت و امنیت غذایی و... کمتر مطرح می‌شود.

ب- 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 جرایم 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 (همان منبع، ۱۵۹-۱۶۰).

ج- عادی سازی هنجارشکنی

تا زمانی که ناهنجاری در نظر کنشگران اجتماعی، امری زشت و غیرمنطقی جلوه کند، میزان 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 تأثیر بسزایی دارد، زیرا فرد ضمن اطلاع از نقض هنجارها توسط رسانه‌ها، درمی‌یابد که هنجارهای اجتماعی که به نظر وی غیرقابل 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.

د- بروز و بسط خشونت و ناامنی

برخی پژوهشگران بر این عقیده‌اند که رسانه‌ها موجبات بروز و توسعه خشونت را فراهم آورده و جهانی خشن، ناامن و پرمخاطره را تکوین بخشیده‌اند. آنچه آشکار است

این که رسانه‌ها همان طور که در ایجاد مشارکت و امنیت نقش ایفا می‌کنند امکان دارد که با تنزل قدرت انتخاب مخاطبان و تضعیف روند نهادی شدن ارزش‌های اجتماعی و انتقال تصویرها و انگاره‌های ازهم‌گسیخته، افراد جامعه را دچار تعارض‌ها و چندگانگی‌های فرهنگی و اجتماعی کرده وفاق، مشارکت و همدلی را به نفاق، جدایی و خشم و خصومت تبدیل کنند. در چنین شرایطی تنش، تعارض و خشونت پدیدار می‌شوند و هنجارها و ارزش‌های پسندیده جامعه رنگ می‌بازند (عبدالملکی، ۱۳۸۸).

ه- انتقال شگردهای جرم و جنایت

امروزه رسانه‌ها با تولید انبوه فیلم‌های جنایی و نشر وسیع اخبار جرم و جنایت، خشونت و ناامنی، سبب انتقال تجارب و فنون و به عبارت بهتر شگردهای جنایی به کل مردم می‌شوند. بر این اساس شاید بتوان گفت که رسانه‌ها به نوعی به طور مستقیم خودآگاه یا غیرمستقیم و غیرعمد در ایجاد خشونت، جرم و جنایت و انحرافات اجتماعی و... دخیل هستند (همان منبع).

و- تحمیل و تبلیغ اندیشه‌ها و کالاها

امروزه رسانه‌ها می‌توانند زمینه را برای تحمیل هر گونه نظری فراهم آورند و با ابزارهای تبلیغات، از نفوذ و قدرت مطلق بر انسان‌ها برخوردار شوند. بر همین اساس می‌توان گفت که رسانه‌ها با شیوه‌های خاص از طریق تبلیغات می‌کوشند به تحمیل کالاها، اندیشه‌ها و بسط شبکه نیازهای انسان‌ها بپردازند. (لرنی و مصلحتی، ۱۳۸۵: ۱۰۳) از دیگر آثار منفی کارکردهای رسانه‌ها می‌توان به موارد دیگری اشاره کرد: ایجاد اختلاف و تجزیه، ایجاد وابستگی اطلاعاتی جریان یکسویه اطلاعات و مرکزیت ابررسانه‌ها، ایجاد گسست فرهنگی و تبلیغ الگوهای جامعه مشتری^۱ مبتنی بر ارزش‌های جامعه مصرفی. (بی نام، ۱۳۷۸: ۴۳) بدون شک ارگان‌ها و سازمان‌های امنیتی و انتظامی کشور نیازمند جلب اعتماد و مشارکت مردم در تحقق برنامه‌ها و اهداف خود هستند که نقش رسانه‌ها در این زمینه بسیار مهم و مؤثر است. امروز جرم، جنایت، بدحجابی و بی‌عفتی و انواع بزهکاری در کنار معضلات دیگر اجتماعی به یکی از منابع گسترش و توسعه احساس ناامنی در جامعه تبدیل شده تا جایی که اعمال

1- customer society

کیفری، زندان و حبس‌های طولانی و خیلی از برنامه‌ها و سرمایه‌گذاری‌های سنگین در این زمینه نتایج مطلوبی به همراه نداشته است.

پیشینه موضوع

در سال‌های اخیر، اگر چه پژوهش‌ها و تألیفات متعددی در مورد تأثیر وسایل ارتباط جمعی به خصوص رسانه‌های صوتی - تصویری بر خشونت، پرخاشگری و بزهکاری و پیشگیری در کشورهای مختلف به خصوص ایران به رشته تحریر در آمده است ولی در خصوص رابطه رسانه‌های جمعی با پیشگیری انتظامی تحقیقی انجام نشده است یا اگر هم انجام شده به صورت موردی بوده است. بنابراین در این رابطه پژوهش‌ها و مقالات داخلی و خارجی به عنوان پیشینه موضوع مورد بررسی قرار می‌گیرد:

مارش در مقاله‌ای با عنوان بررسی تطبیقی پوشش خبری جرم در روزنامه‌های ایالات متحده و دیگر کشورها با تحلیل محتوای ۳۶ روزنامه امریکایی و بررسی ۲۰ پژوهش دیگر در ۱۴ کشور جهان در دهه‌های هفتاد و هشتاد، به این نتیجه دست یافت که جرم‌های خشونت‌آمیز بیشتر از آنچه در آمارهای رسمی آمده، در روزنامه‌ها با زتاب داشته است. ولی در عوض درصد گزارش جرم‌های علیه اموال در روزنامه‌ها بسیار کمتر از میزان ارتکاب آن بوده است. به عبارت دقیق‌تر، نسبت گزارش‌های مربوط به جرم‌های خشونت‌آمیز به جرم‌های علیه اموال در این روزنامه‌ها ۸ به ۲ بوده است؛ یعنی سهم گزارش‌های مربوط به جرم‌های علیه اموال یک چهارم جرم‌های خشونت‌آمیز بوده، در حالی که در طول دوره مورد مطالعه، براساس آمارهای رسمی جرم‌های علیه اموال ۹ برابر بیشتر از جرم‌های خشونت‌آمیز بوده است (فرجیها، ۱۳۸۵: ۷۰).

باراک و همکارانش (۱۹۹۴) در کتاب «رسانه، فرآیند و ساختار اجتماعی جرم» به بررسی و حل معمای مرغ و تخم‌مرغ مربوط به رابطه رسانه‌ها و جرم در جامعه پرداخت. معما این بود: آیا رسانه‌ها باعث افزایش بروز جرم و خشونت در جامعه می‌شوند یا اینکه رسانه‌ها تنها بازتابی از جرم و خشونت در جامعه است؟ وی و همکارانش به این نتیجه رسیدند که تمایل رسانه‌ها به ارائه گزارش‌ها و وقایع غیر واقعی، احساسی و نیز ناتوانی رسانه‌ها در قرار دادن اخبار در بسترهای واقعی خود و ارائه آن به مخاطبان

باعث اطلاع‌رسانی غلط به مخاطبان و ایجاد ترس از جرم و خشونت در جامعه شده است. از دیگر نتایجی که وی و همکارانش در تحقیق و بررسی خود بدان دست یافتند می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- رسانه‌های عمومی باعث ایجاد ماهیتی اجتماعی از جرم شده است که حامی الگوی «مبارزه با جرایم» است. از ویژگی‌های این الگو، بی‌اعتمادی، بدبینی، بیگانگی، احساس وجود تهدید و جرم در جامعه است (ص ۲۱)؛
- رسانه‌ها باعث ایجاد جوی در جامعه شده‌اند که حاکی از آن است که «جهان از کنترل خارج شده است» (ص ۲۳)؛
- رسانه‌های جمعی مایلند توجهات فردی را به توجهات اجتماعی و فرهنگی از جرم ترجیح دهند (ص ۲۶) که این امر باعث شده است مشکلات اجتماعی و فرهنگی مربوط به جرایم تقریباً نادیده گرفته شود؛
- رسانه‌ها حجم بسیار بالایی از مطالب خود را صرف پرداختن به مسئله جرم می‌کنند؛ به طوری که با نگاهی تحلیلی می‌توان دید که بیش از نیمی از مفاهیم و مطالب مطرح شده در جرایم، رادیو و تلویزیون آمریکا به اخبار و وقایع مجرمانه می‌پردازد.

فرجیه‌ها (۱۳۸۵) در مقاله‌ای به بررسی "بازتاب رسانه‌ای جرم" در مطبوعات در ایران پرداخت. مسئله اصلی این مقاله شناسایی معیارهای گزینش اخبار جنایی، تحلیل محتوای گزارش‌های جنایی و نیز کشف ارتباط متقابل و پیچیده بین محتوای گزارش‌های جنایی و دیگر ابعاد ساختار اجتماعی در شکل‌گیری رفتار مجرمانه است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد: الف) خبرنگاران و دبیران سرویس روزنامه‌ها و مدیران تنظیم یا گزینش اخبار جنایی و تعیین چگونگی بازتاب پدیده‌های جنایی در رسانه‌ها نقش مؤثری در شکل‌گیری افکار عمومی در مورد جرم و عدالت ایفا می‌کنند؛ ب) فقدان جنبه‌های تحلیلی و تأکید بر توصیف پدیده‌های جنایی در اخبار و رویداد‌های جنایی منع ایجاد درک و بینش صحیح نسبت به عوامل وقوع جرم و راه‌های کنترل آن در مخاطبان شده است؛ ج) گزینش اخبار جنایی بر مبنای شاخصهای تعیین‌کننده "ارزش‌های خبری" پی‌آمدهای بی‌شماری از جمله بزرگ‌نمایی جرم‌های خشونت‌آمیز و افزایش احساس ناامنی در اجتماع را به دنبال دارد.

حبیب زاده و قاسمی (۱۳۸۸) به بررسی رابطه استفاده از رسانه های صوتی - تصویری با بزهکاری نوجوانان ۱۳ تا ۱۸ پرداخته اند. مسئله اصلی تحقیق این است که آیا وسایل صوتی و تصویری بر بزهکاری نوجوانان تأثیر دارد و در صورت تأثیر، میزان و نوع تأثیر هر کدام چقدر است. تحقیق با روش پیمایشی انجام گرفت. نوجوانان بزهکار شامل ۱۷۰ نفر کسانی بودند که با تشخیص دادگاه، بزهکار شناخته شده بودند. نوجوانان غیربزهکار نیز ۲۶۰ نفر از افرادی بودند که اولاً سابقه بزهکاری نداشته و ثانیاً از نظر مذهب، گروه سنی (۱۸-۱۳ سال) و جنس مشابه افراد بودند.

یافته های پژوهش نشان می دهد میزان استفاده بیش از ۵ ساعت از تلویزیون نوجوانان غیربزهکار ۲۱/۵ درصد و این میزان در گروه نوجوانان بزهکار ۳۳ درصد بود ($P > 0.01$). عدم استفاده از اینترنت در گروه غیربزهکار ۳۹/۶ درصد و در گروه بزهکار این میزان ۶۷/۶ درصد بود. ($p > 0.000$) میزان استفاده از فیلم های ویدیویی و سی دی بیش از یک ساعت در روز در گروه غیربزهکار ۴۹/۲ درصد و در گروه مورد ۸۳/۵ درصد بود ($P < 0.001$). میزان استفاده از ماهواره با بروز بزهکاری ارتباط معناداری نداشت.

نتایج پژوهش حاکی از آن است که از بین وسایل صوتی - تصویری (تلویزیون، ماهواره، اینترنت، نوار و سی دی و سینما) بین میزان استفاده نوجوانان بزهکار و غیربزهکار از تلویزیون و ماهواره تفاوت معنی داری وجود ندارد. اما بین میزان استفاده از اینترنت بین نوجوانان بزهکار و غیربزهکار تفاوت معنی داری وجود دارد به این ترتیب که نوجوانان بزهکار کمتر از نوجوانان غیربزهکار از اینترنت استفاده می کنند. به طور کلی، به نظر می رسد استفاده طولانی مدت از تلویزیون، عدم استفاده از اینترنت، استفاده زیاد روزانه از فیلم های ویدیویی و سی دی احتمال بروز بزهکاری در نوجوانان را افزایش می دهد.

ابهری (۱۳۸۳) تحلیل و ارزیابی چگونگی نمایش بزه و ناهنجاری در سریال های ایرانی، پریگیر (۱۳۸۱) رسانه های گروهی: عامل باز دارنده یا تشدید کننده جرم، رحمانیان (۱۳۷۸) تأثیر رسانه های گروهی بر پیشگیری از جرم، فرهمند فر (۱۳۸۰) جایگاه رسانه های گروهی در سیاست جنایی و ... از دیگر پژوهش های مرتبط با موضوع مقاله بودند.

روش تحقیق

این مطالعه از نوع مفهومی و مروری (روش اسنادی و کتابخانه ای) است و از طریق فیش برداری و مطالعه کتابخانه‌ای تعاریف، تحلیل‌ها و نظریه‌پردازی‌ها در مورد مفاهیم جرم و رسانه و رابطه بین آنها از کتب و منابع علمی استخراج شد و در برخی موارد از روش قیاسی و روش استقراء نظری به مسئله رابطه جرم و رسانه جمعی پرداخته شد. اما از نظرات اساتید جرم شناسی و جامعه شناسی نیز استفاده شده است. همچنین نظرات و دیدگاه‌های نویسندگان داخل و خارج کشور از طریق اینترنت مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت. علاوه بر این در این مقاله سعی شده است رابطه رسانه‌های جمعی در پنج حوزه‌ای که بیشترین توجهات را از سوی محققان به خود جلب کرده، «خشونت»، «وحشت معنوی»، «تصویر پلیس»، «ترس از جرم» و «جوانان» مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد.

فرضیه تحقیق

به نظرمی رسد که رسانه‌های جمعی به علت ویژگی‌های منحصر به فردی که دارند می‌توانند نقشی دو گانه در ارتباط با مسئله جرم و ارتکاب جرم داشته باشند بدین معنی که می‌توان آنها را هم به عنوان عاملی در جهت ترویج و انتقال شگرد های ارتکاب جرم و نیز اخلال در امور دستگاه عدالت کیفری دانست و هم عاملی برای پیشگیری از وقوع جرم و تقویت کننده دستگاه عدالت کیفری محسوب کرد.

مفاهیم و اصطلاحات

جرم

جرم دارای دو تعریف اثباتی و اجتماعی است. در تعریف اثباتی، هر فعل یا ترک فعلی که به موجب قانون برای آن مجازات تعیین شده باشد، جرم محسوب می‌شود (قانون مجازات اسلامی - ماده ۲، مصوب ۱۳۷۰). در تعریف اجتماعی، جرم به فعل یا ترک فعلی می‌گویند که مرتکب آن از طرف مردم و جامعه طرد می‌شود (ستوده، ۱۳۸۴: ۳۹). مکاتب حقوق کیفری هر یک جرم را به گونه‌ای تعریف کرده‌اند. برای نمونه، مکتب

عدالت مطلق، جرم را «هر فعل مغایر اخلاق و عدالت» تعریف می‌کند. همچنین از نظر گاروفالو، یکی از بنیانگذاران علم جرم‌شناسی، جرم عبارت است از تعرض به احساس اخلاقی بشر یعنی «جریحه‌دار کردن آن بخش از حس اخلاقی که احساسات بنیادی نوع خواهانه یعنی شفقت و درستکاری را شامل می‌شود» (اردبیلی، ۱۳۸: ۱۱۹).^۱ همچنین کارارا جرم را «نقض یکی از قوانین دولت ناشی از فعل خارجی انسان که ایفای وظیفه یا اعمال حقی آن را تجویز نکند و مستوجب کیفر باشد» تعریف می‌کند (همان منبع). از دیدگاه اسلام، افعالی جرم تلقی می‌شود که مغایر با احکام یا اوامر و نواهی باری تعالی باشد. طبق ماده ۲ قانون مجازات اسلامی (مصوب ۸ مرداد ۱۳۷۰) جرم عبارت است از: «هر فعل یا ترک فعلی که در قانون برای آن مجازات تعیین شده باشد». بر اساس تعاریف فوق می‌توان جرایم را بر اساس سه گونه از عناصر (دینی، اخلاقی و حقوقی) تعریف کرد که لزوماً در یک قالب قرار نمی‌گیرند.

خشونت

در علوم اجتماعی «خشونت و پرخاشگری» به رفتاری اطلاق می‌شود که هدف آن صدمه زدن به خود و دیگران است (کریمی، ۱۳۸۰). گلزواستراس خشونت را «رفتاری با قصد و نیت آشکار (یا رفتاری با قصد و نیت، پنهان اما قابل درک) برای وارد آوردن آسیب فیزیکی به فرد دیگر می‌داند (اعزازی، ۱۳۸۰: ۲۴ و حاج بیگی و مسعودی، ۱۳۸۵: ۷۷). ژان کازنو، عمل خشونت‌آمیز را در معنای وسیع خود به کار می‌برد و می‌گوید: «... عمل خشونت‌آمیز به هر نوع سوء استفاده از قدرت فیزیکی یا اعمال فشار اطلاق می‌شود (کازنو، ۱۳۷۳: ۱۱۶).

سازمان پلیس

فرض مقاله آن است که خواننده با مفاهیم پلیس آشناست. اما جهت یادآوری، پلیس را می‌توان سازمان عصر مدرنی دانست (ایان، ۱۳۸۱: ۶۱۷) که اساساً برای برقراری و حفظ نظم و امنیت (نجفی ابرنآبادی، ۱۳۸۰) و نیز پیشگیری از بروز جرایم در جامعه (مورگان و نیوبرن ۱۳۸۰: شاکری ۱۳۸۱: ۱۵) از سوی نظام سیاسی ایجاد می‌شود.

۱- نیز نگاه کنید به دورکیم، ۱۳۶۲.

رسانه‌های جمعی

رسانه‌های جمعی (از مطبوعات، سینما، رادیو و تلویزیون گرفته تا بازبهای رایانه‌ای، لوح‌های فشرده موسیقی، دی‌وی‌دی، اینترنت، و شبکه‌های ماهواره‌ای) ابزاری هستند که در یک جامعه از آن برای ابلاغ پیام‌ها، بیان افکار و انتقال مفاهیم به دیگران استفاده می‌شود (ستوده، ۱۳۸۴: ۵۸). از نظر مک لوهان «رسانه، همان پیام است» (مک لوهان، ۱۳۷۷: ۲۵۸) به عقیده وی، وسیله، رسانه نه تنها از محتوای پیام خود جدا نیست، بلکه به مراتب مهم‌تر از خود پیام نیز هست و بر آن تأثیری چشمگیر دارد (دادگران، ۱۳۸۲: ۹۰).

یافته‌های تحقیق

در این پژوهش یافته‌های تحقیق با بهره‌گیری از سایر تحقیقات و مطالعات انجام شده در پنج حوزه‌ای که بیشترین توجهات را از سوی محققان ارتباطی، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی به خود جلب کرده، «خشونت»، «وحشت معنوی»، «تصویر پلیس»، «ترس از جرم» و «جوانان» مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته است:

خشونت و رسانه

دغدغه‌های مربوط به تأثیر تصاویر خشونت‌آمیز بر افکار عمومی را می‌توان به سال‌های ابتدایی ظهور فیلم و سینما نسبت داد. در سال ۱۹۳۰ میلادی «مقررات مربوط به تولید تصاویر متحرک» در آمریکا وضع شد که به واسطه آن مفاهیم رسانه‌ای که به طور مستقیم مسئول پیشبرد اخلاقیات، تبیین اصول اجتماعی و تفکر صحیح هستند، باید در قالب چارچوبی تعیین شده عمل کنند. بر اساس مقررات مزبور صحنه‌های «کشتار بی‌رحمانه را نباید به تصویر کشید»؛ صحنه‌هایی همچون به دار آویختن مجرمان، اعدام مجرمان با صندلی الکتریکی و خشونت نسبت به کودکان و حیوانات.

سپس در سال ۱۹۶۸ میلادی محدودیت‌های سنی برای فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیونی اعمال شد. از دهه هفتاد به بعد خشونت و ابعاد آن در رسانه‌های تصویری افزایش یافت و بیش از هزار مطالعه و تحقیق انجام شد که نتایج آنها حاکی از وجود ارتباطی میان دیدن صحنه‌های خشونت‌آمیز و بروز رفتارهای پرخاشگرانه بود

(دیکدبای دکید...، ۲۰۰۴؛ تحقیق درباره ... ژف ۲۰۰۴؛ میدیسکوپ...، ۲۰۰۴ تیرمن، ۲۰۰۴).

۱۲۷

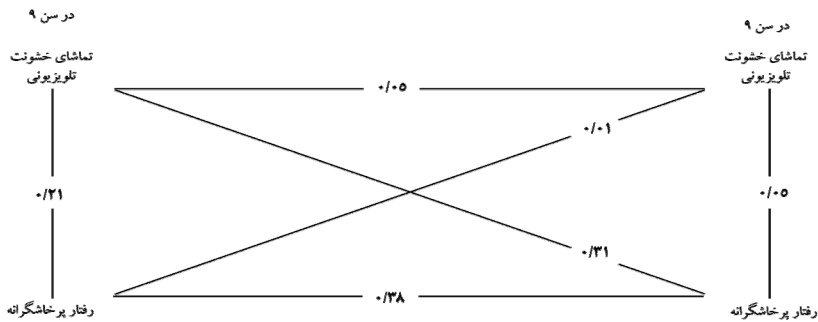
بررسی نقش دوگانه رسانه‌های جمعی در پیشگیری و وقوع جرایم

گرچه ادله ومدارک حاکی از نبود رابطه‌ای مستقیم بین مشاهده رفتارها و صحنه‌های خشونت‌آمیز و جرایم خشونت‌آمیز است، به نظر می‌رسد مشاهده تصاویر خشونت بار تأثیری مهم ومعنادار بر گروه‌های خاص دارد؛ گروه‌هایی همچون جوانان پرخاشگر، افرادی که از نظر هیجانی بی‌ثبات هستند و جوانانی که بیش از حد به تماشای تلویزیون می‌پردازند. با تحلیل محتوایی برنامه‌های تلویزیون غرب می‌توان دید که خشونت امروزه پایه و اساس برنامه‌های تلویزیونی است. نتایج بررسی خشونت تلویزیونی در آمریکا که در سال ۱۹۹۷ انجام شده نشان می‌دهد ۶۱ درصد برنامه‌ها حاوی درون مایه‌های خشونت‌آمیز است؛ ۴۴ درصد برنامه‌ها حاوی درون مایه‌هایی است که مجرمان را با چهره‌ای جذاب به تصویر می‌کشد؛ ۴۳ درصد صحنه‌های خشونت‌آمیز حاوی درون مایه‌های طنز است؛ ۷۵ درصد برنامه‌ها هیچ مجازات و عقوبتی را برای مجرمان به تصویر نمی‌کشد و در ۴۰ درصد برنامه‌ها شخصیت‌های خبیث هرگز برای ارتکاب رفتارهای پرخاشگرانه مجازات نمی‌شوند.

برخی محققان نیز جوامعی را که از مشاهده تلویزیون بهره‌مند بوده‌اند با جوامعی که از دیدن تصاویر تلویزیونی محروم بوده‌اند مقایسه کرده و دریافته‌اند ورود تلویزیون به جوامع با افزایش خشونت در آنها ارتباطی مستقیم داشته است (رایت، ۲۰۰۵). برخی دیگر از محققان خود به این نتیجه رسیده‌اند که خشونت رسانه‌ای باعث مقبولیت خشونت در جوامع می‌شود و ارزش‌های جامعه را تغییر می‌دهد؛ درحالی که دیگر محققان بر این باورند که به تصویر کشاندن خشونت ممکن است مردم را از وجود خشونت و ابعاد مخرب آن آگاه کند و موجبات پیشگیری از خشونت را در جامعه فراهم آورد (رایت، ۲۰۰۵).

افسانه ترویج خشونت در پوشش جدید، تا کنون منبع بزرگ‌ترین پژوهش‌هایی بوده که هدف آن درک تأثیر وسایل ارتباط جمعی در ترویج و نشر خشونت است. وسایل ارتباط جمعی به صورت هدفی مشخص و سهل الوصول برای سرزنش درآمده‌اند؛ بنابراین جای هیچ گونه تعجبی نیست که چرا مردم در اواخر دهه ۱۹۶۰، تلویزیون را

به عنوان منبع افزایش جنایت، خشونت شدید، تغییرات و دگرگونی ارزش‌های اعتقادی جوانان، تلقی می‌کردند (دوفلور و دنیس، ۱۳۸۳، ۶۰۷ و ۶۰۸). یکی از روشن‌ترین این مطالعات، آزمایش والترزولیلین - توماس (۱۹۹۳) است که نشان دادند آزمودنی‌هایی که نمایش یک قسمت خشونت‌آمیز فیلم را تماشا کردند (صحنه مبارزه با چاقو)، بیشتر احتمال داشت سطوح شوکی را که به شخص دیگر خواهند داد افزایش دهند تا آزمودنی‌هایی که یک بخش غیر خشن فیلم را دیده بودند (نوجوانانی که بازی می‌کردند) این یافته‌ها، فرضیه ناپرهیزی را تأیید می‌کند؛ زیرا نوع پرخاش با آنچه که در فیلم به تصویر درآمده بود مشابه نبود.



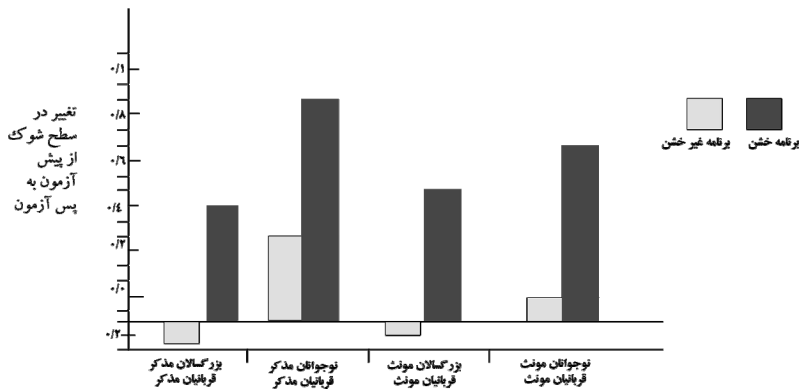
شکل شماره یک - همبستگی تقاطعی طی ۱۰ سال میان میزان تماشای تلویزیون و میزان رفتار پرخاشگرانه ۲۱۱ نفر مذکر

مطالعه لفکو وتیز، ارون، والد و هیوزمان (۱۹۲۷) در خصوص پرخاشگری جوانان انجام دادند نشان می‌دهد که اطلاعات همبستگی نقاطی برای پسرها، همان روابطی را که در بیشتر تجارب آزمایشگاهی دیده شده بود، در زندگی واقعی نیز نشان داد: تماشای خشونت تلویزیون به رفتار پرخاشگرانه افراد منجر می‌شود. در واقع بهترین متغیر این مطالعه برای پیش‌بینی رفتار پرخاشگرانه در سن ۱۹ سال، تماشای خشونت تلویزیونی در سال سوم بود.

اغلب تصور می‌شود محیط خانه برای این که آیا شخص خشن می‌شود یا خیر اثر دارد. در این مطالعه لفکووتیز و همکارانش در پی چند ویژگی محیط خانه بودند که احتمال داشت به پرخاشگری بعدی مرتبط باشند، ویژگی‌هایی نظیر میزان عدم توافق

میان والدین، تمایل والدین به تنبیه بچه‌ها و نظم حضور والدین در کلیسا، هیچ یک از این موارد در زمانی که پسرها در سال سوم بودند، به اندازه تماشای خشونت تلویزیونی در سال سوم، رفتار پرخاشگرانه در سن ۱۹ سالگی را پیش‌بینی می‌کند.

۱۲۹



شکل شماره دو - همبستگی تقاطعی ۱۰ سال میان میزان تماشای تلویزیون و میزان رفتار پرخاشگرانه ۲۱۱ نفر مذکر (سورین وتانگارد، ۱۳۸۴ : ۴۰۳).

مطالعه تحلیل محتوای خشونت در فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی که در سال ۱۳۸۴ توسط دکتر اسماعیل بیابانگرد و زیبا صالحی انجام گرفته است نشان می‌دهد که میزان نمایش اعمال خشونت آمیز در این سالها تنها یک درصد کاهش یافته است و افرادی که دست به خشونت زده‌اند بیشتر دارای نقش مثبت بوده‌اند. بنابراین، نمایش بی حد و حصر خشونت در وسایل ارتباط جمعی، بویژه تلویزیون، باعث شده خشونت در سطح بزرگسالی به دوره کودکی انتقال یابد و کودکان درحالی که مهارت‌های شناختی و ذهنی و اجتماعی لازم را برای درک، توجیه و مقابله با خشونت ندارند و تفاوت بین واقعیت و خیال را نمی‌دانند، با تهاجم انواع رفتارها، و اعمال خشونت‌بار و پرخاشگرانه رو به رو شوند. از این رو، امروزه سن ارتکاب جرایم در مقایسه با گذشته و میزان بروز آن افزایش یافته است (بیابانگرد، صالحی، ۱۳۸۵ : ۸۶).

آثار خشونت (به ویژه تلویزیونی)

یک حوزه از آثار احتمالی رسانه‌ها، خشونت در تلویزیون است. تحلیل محتوا نشان می‌دهد که انبوهی از برنامه‌هایی با محتوای خشن در تلویزیون عرضه شده است. دسته‌ای از ارقام نشان می‌دهد کودکی معمولی تا سن ۱۲ سالگی، ۱۰۱۰۰۰ صحنه خشن واز جمله ۱۳۴۰۰ صحنه مرگ را تماشا می‌کند (اشتین فلد ۱۹۷۳).^۱

درباره آثار احتمالی خشونت تلویزیونی بر رفتار انسانی چند فرضیه مختلف مطرح شده است. یکی از این فرضیه‌ها، فرضیه پرهیز است که بر طبق آن تماشای خشونت تلویزیونی از طریق ابراز جایگزین پرخاش، موجب کاهش میل به پرخاشگری می‌شود. طبق پیش‌بینی فرضیه‌های متحرک، تماشای خشونت تلویزیونی منجر به افزایش رفتار پرخاشگرانه واقعی می‌شود. یکی دیگر از این فرضیه‌ها فرضیه تقلید است که نشان دهنده آن است که افراد رفتارهای پرخاشگرانه را از تلویزیون می‌آموزند، سپس در محیط بیرونی آنها را بازتولید می‌کنند. فرضیه کمی متفاوت، فرضیه ناپرهیزی است. طبق این فرضیه تلویزیون چیزی افراد را از رفتارهای پرخاشگرانه نسبت به دیگران کاهش می‌دهد. اگر این فرضیه درست باشد، خشونت تلویزیونی می‌تواند آموزش هنجاری کلی باشد که بر طبق آن خشونت راه قابل قبولی برای ارتباط با دیگران است (سورین وتانکارد، ۴۰۱: ۱۳۸۴). در تمام مطالعات انجام شده درباره آثار خشونت تلویزیونی، تنها تعداد انگشت شماری فرضیه پرهیز را تایید کردند؛ بسیاری از مطالعات و تحقیقات فرضیه انگیزشی تقلید و ناپرهیزی را تأیید کردند.

وحشت معنوی و رسانه

واژه «وحشت معنوی» را جامعه‌شناسی به نام استانلی کوهن^۲ در سال ۱۹۷۲ به کار برد. منظور وی از این واژه عبارت است از هر فرد، گروهی از افراد یا شرایطی که تهدیدی نسبت به ارزش‌ها و علایق اجتماعی محسوب می‌شود (ص ۹). به عقیده استندز، رسانه‌ها عامل اصلی ایجاد وحشت معنوی در جامعه هستند (استندز، ۲۰۰۴)^۳؛ روزنامه‌ها با درج تیترهایی همچون «قاتل زنجیره‌ای همچنان قربانی می‌گیرد»، «جرم

1-Stein feld
2- Stanley cohen
3- Stands,2004

بیداد می‌کند» و وحشتی مخفی در جامعه ایجاد می‌کنند (استننز، ۲۰۰۴). بیشتر اوقات دست اندرکاران دستگاه عدالت کیفری به رسانه‌ها خوراک اطلاعاتی و فکری می‌دهند و رسانه‌ها نیز با اغراق مطالب، وقایع و اطلاعات دریافتی و گاهی تحریف آنها باعث ایجاد وحشت معنوی در جامعه می‌شوند.

البته، برخی اوقات همین تحریف اطلاعات و اغراق مفاهیم و مطالب موجود خوشبختانه آثاری مثبت نیز به بار می‌آورد. برای مثال، روزنامه‌های «انسلینگر وهارتس»^۱ و موسسه تصویری «ریفرمدنس»^۲ با اخبار و فیلم‌های خود درباره مواد مخدر و ارتباط آن با ارتکاب و وقوع جرایم باعث شد وحشتی عمومی در جامعه آمریکا ایجاد شود و قوانینی درباره مواد مخدر و مبارزه با آن در مجلس به تصویب برسد (کلینگبک، ۲۰۰۱).^۳

تصویر پلیس و رسانه‌ها

گر چه کلانتری‌ها و مأموران پلیس زمانی قهرمان روزنامه‌ها و داستان‌های پلیسی در آمریکا بودند، اما در عین حال رسانه‌های محلی غالباً از پلیس تصویری نامطلوب به مردم ارائه می‌داد؛ به طوری که فیلم‌های سینمایی آن زمان حتی مأموران پلیس را عناصری کودن به عامه مردم معرفی می‌کردند. تصاویر نامناسب پلیس در رسانه‌های عمومی آمریکا باعث شد تا روسای پلیس برای تدوین قوانینی در خصوص به تصویر کشیدن پلیس در رسانه‌ها تلاش کنند، که البته نتیجه هم داشت، زیرا پس از آن چارچوب‌های خاصی برای به تصویر کشاندن پلیس در رسانه‌های آمریکا تصویب شد. بنا به قوانین تصویب شده برای حفظ حرمت پلیس، «قانون را نباید به سخره گرفت» و جرم «نبايد به گونه‌ای در رسانه‌ها تصویر شود که مردم بدان گرایش یابند» (اصول تولید تصاویر متحرک، ۲۰۰۴).^۴ تا مدتی پس از تصویب این قوانین پلیس به ندرت در فیلم‌هایی که تمرکزشان بر بزهکاران و قدرت آنان بود ظاهر می‌شد. در سال ۱۹۴۸ فیلم «شهر عریان» پلیس و مأموران پلیس را عواملی مثبت و تأثیرگذار در

1-Anslinger & Hats

2-Reefer Madness

3- Killing beck,2001

4-Motion picture production code,2004

جریان کشف جرایم معرفی کرد. با افول قدرت اجرای قوانین مزبور در دهه ۶۰ رسانه‌های آمریکا دوباره به ورطه اغراق در ضعف پلیس برای مهار جرایم کشیده شد (کرافورد، ۱۹۹۹). وجود وحشت را بر جامعه آن زمان مستولی کرد.

پلیس در مقاطع مختلف زمانی به شکل‌های مختلف در رسانه‌های تصویری ظاهر می‌شد. در برخی فیلم‌ها مانند فیلم «هری کثیف» (۱۹۷۱) پلیس مظهر خشونت و قانون شکنی بود. برخی فیلم‌ها، مانند فیلم «زندگی و مرگ در لس آنجلس» (۱۹۸۵) و مجموعه‌های تلویزیونی پلیس را موجوداتی پیچیده و دقیق تصویر می‌کردند. حتی ژانر کمدی نیز پلیس را در خود جای داد و برخی کارکردهای پلیس را طنزآلود به نقد می‌کشید. با کاهش نرخ جرم در دهه ۹۰ میلادی و تغییر کانون توجه مسئولان برقراری امنیت در ایالات متحده به سمت تروریسم، رسانه‌ها تصویری روشن‌گرانه‌تر و گویاتر از پلیس به تصویر کشیدند، اما هنوز در مجموعه‌ها و فیلم‌های تلویزیونی که جنبه سرگرمی آن بر دیگر ابعاد آن غلبه داشت، پلیس هنوز درگیر بی‌احترامی‌های رسانه‌ای بود.

اجتماع ما تصاویر گوناگونی از مجریان قانون دارد؛ آن تصویر به شدت تحت تأثیر درک مردم از نظام عدالت کیفری که پلیس بخشی از آن است، قرار دارد. نظر فرد درباره پلیس مبتنی بر عوامل متعددی است؛ از جمله عوامل مؤثر بر تصویر پلیس در ذهن مردم می‌توان به برنامه‌های تلویزیونی فیلم‌های سینمایی، روزنامه‌ها، مجلات، کتاب‌ها، نظر دوستان و بستگان، میزان تحصیلات شما، محل زندگی‌تان، وضع اقتصادی، وجود و فقدان معلولیت، جنسیت، عضو اقلیت‌ها بودن واز همه مهم‌تر برخورد قبلی شما با نظام عدالت کیفری اشاره کرد.

رسانه‌ها تأثیر مهمی بر افکار عمومی جامعه می‌گذارند، تصویر پلیس در ذهن مردم متأثر از شیوه به تصویر کشیدن جرم و فعالیت‌های پلیس در تلویزیون و روزنامه‌هاست. منبع دیگر تصویر پلیس در ذهن مردم، حکایت‌های رایج در مورد تعامل شهروندان با پلیس است (ام. هس و میلر(ج)، ۱۱۹، ۱۳۸۲-۱۱۷). پلیس و رسانه‌ها سازمان‌هایی هستند که مدام با یکدیگر در تعامل اند، که به نوعی می‌توان آن را ارتباطی همزیستی

و مسالمت‌آمیز خوانند. رسانه‌ها درصددند اطلاعات مربوط به جرایم و اشکال جرایمی را که برای خوانندگان، شنوندگان و بینندگان جالب است، از پلیس گرفته به مردم برسانند. در عین حال پلیس از رسانه‌ها می‌خواهد که وجهه آنان را در جامعه مطلوب نشان دهند و جرایم مهم یا انواع جرایم را به اطلاع عموم برسانند (گافی، ۱۹۹۲: ۳۳ و ام هس و میلر (جلد دوم): ۶۰۳).

رسانه‌ها با القای مظاهر بی‌امنی و ناامنی در جامعه و نیز برنامه‌سازی و اطلاع‌رسانی و بهره‌گیری از قالب‌های مختلف برنامه‌سازی (فیلم‌های خانوادگی، سریال، سینمایی، مستند و...) عواقب و پیامدهای ناگوار مظاهر ناامنی خانواده‌ها و تک‌تک افراد را مورد بررسی قرار می‌دهند. در این صورت است که مخاطب اقناع می‌شود. رسانه‌ها در عین اینکه به عنوان ابزار آموزشی قدرتمندی در تلاش برای پیشگیری از وقوع جرم همکاری با پلیس داشته باشند در قالب اطلاع‌رسانی هم می‌توانند فعالیت نیروی انتظامی را به شکل ظریف و هنرمندانه پوشش و همیاری مردم را نیز به افکار عمومی القا کرده و آن را گسترش می‌دهند.

در این صورت هر یک از مردم عملکرد خود را به عنوان یک شهروند بهبود می‌بخشد و ضمن همکاری با پلیس و دستگاه قضایی در تأمین امنیت عمومی مشارکت می‌کند و مردم با کمک آموزش‌های مختلف تصمیم می‌گیرند بیشتر برای برقراری نظم و امنیت عمومی نقش ایفا کنند. به همین دلیل است که در بیشتر اعترافات مدیران ارشد انتظامی می‌بینیم که می‌گویند موفقیت این گونه طرح‌ها بدون مشارکت و همیاری و آمایش افکار عمومی هستند.

ترس از جرم

برخی از نظریه‌های مربوط به ترس از جرم بر تأثیر وسایل ارتباط جمعی در افزایش ترس از جرم تأکید ورزیده‌اند. البته عقیده بر این است که نقش وسایل ارتباط جمعی در افزایش ترس از جرم پیچیده است. وظیفه رسانه‌ها آن است که مخاطبان را از جرایم مطلع کنند، اما این امر ممکن است پیامدهای مثبت و منفی در پی داشته باشد. پیامدهای مثبت آن است که می‌توانند مخاطبان را درباره سیاهه واقعی جرایم آگاه کرده، آنان را آموزش دهند و در واقع ابزاری در جهت پیشگیری از جرم باشند. اما این

رسانه‌ها در گزارش‌های خود درباره جرایم خشونت‌آمیز ممکن است ترس را در مخاطبان افزایش دهند. حضور وسیع رسانه‌ها گزارش روزانه جرایم ممکن است این پنداشت را به وجود آورد که جرایم (بویژه آن جرایمی که مردم بیشتر از آنها می‌ترسند) بشدت در حال رشد است (علیخواه و ربیعی، ۱۳۸۵: ۱۱۸-۱۱۷).

یکی از قدیمی‌ترین یافته‌های تحقیقات در حوزه ارتباط رسانه‌ها با جرم آن بود که افرادی که اخبار روزانه خود را از رسانه‌ها دریافت می‌کنند بیش از افرادی که به تماشای رسانه‌های تصویری یا خواندن جرایم می‌پردازند و بیش از افرادی که از طریق دیگر منابع خبری همچون تحقیقات تجربه شخصی و... اخبار مربوط به جرم را دریافت می‌کنند، در هراس از قربانی جرم شدن هستند. پیامد این یافته‌ها آن بود که تحقیقات بعدی در حوزه رسانه‌ها و جرم و نظرسنجی‌ها درباره ترس از جرم را به اصلی ثابت در حوزه تحقیقات جنایی و رسانه‌ها بدل ساخت (مگویل و دربای، ۱۹۹۹؛ التید، ۲۰۰۲؛ دولر، ۲۰۰۳).^۱

استفن (۲۰۰۱) با انجام بیش از یک دهه تحقیق درباره ترس از جرم به این نتیجه رسید که ترس از جرم در بین مردم، بسیار بیشتر از صدمات و آسیب‌های عینی ناشی از جرایم است و این که ترس از جرم در میان افراد مسن و زنان، که از حتمی‌ترین گروه‌های بزه‌دیدگان جرایم شدید هستند، بیشتر از دیگر اقشار جامعه است. از دیگر یافته‌های این محقق می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: هر چه سطح تحصیلات افراد بیشتر باشد میزان ترس از جرم آنان کمتر می‌شود؛ ترس از جرم هنگامی که آمار جرایم افزایش می‌یابد در بین مردم بیشتر می‌شود؛ ترس از جرم هنگامی که رسانه‌ها حتی بدون هیچ پایه و اساس آماری و علمی اعلام می‌کنند و نشان می‌دهند که آمار جرایم رو به افزایش است، بیشتر می‌شود.

نظام‌های عدالت کیفری پیشین ترس از جرم را امری مطلوب قلمداد می‌کردند، زیرا باعث می‌شد شهروندان احتیاط بیشتری در امور خود به خرج دهند و «مسئولان رده بالا» در حوزه برقراری امنیت و در بحث مبارزه با جرایم و پیشگیری از آن تلاش بیشتری می‌کنند. اما بر اساس اصول جاری در نظام‌های عدالت کیفری جدید ترس از

1- Maguire and Weatherby, 1999. Altheide, 2002, Dowler, 2003

جرم مشکلی جدی تلقی می‌شود، زیرا باعث تضعیف و تخریب روابط اجتماعی و پیشرفت‌های اقتصادی و نیز سلامت روان شهروندان می‌شود (استفن، ۲۰۰۱).

بدیهی است رسانه‌ها منابعی هستند که از مسئله ترس از جرم می‌توانند در تولید اخبار هیجان‌انگیز و برنامه‌های تلویزیونی مخاطب‌ساز بهترین بهره را ببرند. رسانه‌ها بدین ترتیب می‌توانند تخم وحشت و ترس از جرم را در دل مخاطبان و شهروندان بکارند و این ترس می‌تواند باعث شود رویکرد و دیدگاه عامه مردم به قانون شکنان کاملاً تغییر کند و تقاضای عامه مردم برای زندانی کردن مجرمان و برخوردهای کیفری شدیدتر با قانون‌شکنان در جامعه افزایش یابد.

جوانان

گرچه می‌توان گاهی گزارش‌هایی از دستاوردهای علمی، اجتماعی و ورزشی جوانان در صفحاتی از روزنامه‌ها و بندرت در خبرهای تصویری دید، اما شواهد حاکی از آن است که رسانه‌های غرب چندان با جوانان مهربان نبوده‌اند (کلیینگ بک، ۲۰۰۱؛ هوسمان و دیگران، ۲۰۰۳؛ دورفمن و شیرالدی، ۲۰۰۴؛ شیرالدی ۲۰۰۴؛ تپرمن، ۲۰۰۴) و از همین رو صفحات اصلی جرایم و گزارش‌های اصلی رسانه‌های صوتی و تصویری غرب همواره مملو از جرایم جوانان و کودکان بوده است.

بر همین اساس روزنامه «آف بالانس» ایالات متحده در گزارشی در سال ۲۰۰۱ خاطر نشان کرد «با وجود کاهش میزان جرایم جوانان، عامه مردم در هراس از جرایم این قشر از جامعه هستند». در ادامه این گزارش آمده است «در حالی که میزان جرایم جوانان کاهشی تاریخی نشان می‌دهد، ۶۲ درصد افرادی که در نظرسنجی شرکت کردند بر این باورند که این نوع جرایم رو به فزونی است» (دورفمن و شیرالدین، ۲۰۰۴).^۱ نتایج دیگر نظرسنجی‌های انجام شده در آمریکا حاکی از آن است که بیشتر آمریکایی‌ها معتقدند جوانان مسئول بروز بیشتر جرایم خشونت‌آمیز هستند و بیشتر بزرگسالان از جوانان بویژه رنگین پوستان، در هراسند. نتایج ایجاد ترس از جرم ناشی از گزارش‌ها و اخبار رسانه‌ای چیزی جز اعمال مجازات‌های سنگین برای جوانان و اطفال بزه کار نبوده است. در یکی از نظرسنجی‌های انجام شده در ایالات متحده، ۷۰ درصد

1- Killingbeck, 2001, Huesmann et al. 2003, Dorfman and schiraldi, 2004-tepperman, 2004

2- Dorfman and schiraldi, 2004

شرکت کنندگان موافق بودند باید نوع و میزان مجازات نوجوانان و بزرگسالان یکسان باشد. حتی بسیاری از شهروندان و مقامات مسئول آمریکایی معتقد بودند باید نظام عدالت کیفری اطفال برچیده شود و نظامی واحد باید برای اطفال و بزرگسالان تدوین و اجرا شود. البته، شایان ذکر است نتایج تحقیقات انجام شده در حوزه علوم اجتماعی نشان می‌دهد کودکی و جوانی به لحاظ مسائل بیولوژیکی و ذهنی با بزرگسالان متفاوت هستند و نوع تفکرشان با بزرگسالان تفاوت دارد؛ جوانان زودتر تصمیم می‌گیرند، بیشتر متأثر از احساسات و عواطف و هیجانات خود تصمیم می‌گیرند و به پیامدهای بلند مدت مسائل فکری نمی‌کنند. همچنین برخی محققان معتقد به تأثیر عمیق وسایل ارتباط جمعی در انسان دارند و اصولاً وسایل ارتباط جمعی و تکنولوژی آن را «تصرف عدوانی» در ذهنیات انسان و تجاوز به آزادی بشر می‌دانند، برای مثال، بوکارت در سال ۱۹۵۶ بر اساس پژوهش مؤسسه گالوب در سال ۱۹۵۴ اعلام می‌کند که ۷۰ درصد از افراد بالغی که مورد سؤال قرار گرفته‌اند: دست کم بخشی از انحرافات و کجروی‌های جوانان را محصول خشونت و جنایاتی دانسته‌اند که از طریق رادیو و تلویزیون و کتاب‌های مصور کودکان و نوجوانان ارائه می‌شود (دادگران، ۱۳۸۲، ۱۴۲).

اگر چه تحقیقات دامنه داری در غرب در باره پنج حوزه مورد علاقه رسانه‌ها «خشونت»، «وحشت معنوی»، «تصویر پلیس»، «ترس از جرم» و «جوانان» صورت گرفته و می‌گیرد، اما پژوهش‌های رسانه‌ای کشورمان به مواردی چون تأثیر رسانه‌ها بر میزان آگاهی، سرگرمی و تفریح، به عنوان وسایل کمک آموزشی، آموزش بهداشت، کمک درس مدارس، تجارت و بازرگانی، توسعه سیاسی، توسعه تبلیغات جنگی، و از این قبیل بوده و کمتر در حوزه‌های یادشده می‌باشد^۱. از این رو، تحقیقات رسانه‌ای در کشورمان هنوز در ابتدای راه است.

بحث و نتیجه‌گیری

ارتباط پیچیده رسانه‌ها و جرم و عدالت را می‌توان هم از نوع تعاملی و نیز نوع همزیستی مسالمت‌آمیز دانست. زیرا رسانه‌ها مجبورند در عین اینکه برای گردآوری داده‌های مورد

1-world-news.org/Persian & <http://www.hamshahronline.ir/newspaper-arch/hamnews/1382/820311/news/ejtem.htm#s42190&http://idochp2.irandoc.ac.ir/scripts/wxis.cgi?a=1111>
<http://www.rasaneh.org/persian/index-search.asp> & <http://rcirib.ir/fa/> & <http://www.mediamanagement.ir>

نیاز برای تنظیم اخبار به موقع و تدوین برنامه‌های تلویزیونی خود به دست‌اندرکاران نظام عدالت کیفری دسترسی داشته باشند؛ دست‌اندرکاران نظام عدالت کیفری (پلیس، دادگستری و زندان‌ها) نیز نیازمند وجود رسانه‌ها هستند، تا از این طریق بتوانند نقش حساس و مهم خود را در جامعه به مردم گوشزد کنند و بتوانند به نوعی حمایت مردم و شهروندان را جلب کنند. البته، در بطن این تعامل دوگانه، مشکلاتی نیز نهفته است. برای مثال، مهم‌ترین مشکل چنین تعاملاتی همانا نوع به تصویر کشیدن و انعکاس چهره و عملکرد پلیس در رویارویی با جرایم، بی‌نظمی‌ها و مجرمان است. این تعاملات هنگامی پیچیده تر می‌شود که بدانیم، ماهیت رسانه‌ها اقتضا می‌کند ابعاد حسی و هیجانی بر دیگر جنبه‌های کاری غلبه کند که در این اثنا پلیس ممکن است متحمل بیشترین ضرر شود.

جرم در میان مشکلات اجتماعی جوامع ممکن است در راس نباشد، اما از نظر رسانه‌ها جرم مهم‌ترین مشکل اجتماعی بیشتر است، که این امر باعث می‌شود رسانه‌ها بیش از حد و گاهی به دور از واقع‌گرایی به جرم و آثار و ابعاد آن در جامعه بپردازند. ترس از جرم در میان شهروندان و حمایت از سیاست‌ها و خط‌مشی‌های تنبیهی را می‌توان از جمله نتایج نامطلوب نوع به تصویر کشیدن پدیده جرم در رسانه‌ها و اغراق در نمایش مشکلات حاصل از وجود جرم جامعه، به ویژه رسانه‌های تصویری، دانست.

شاید بی‌اغراق نباشد اگر رسانه‌ها را یکی از بازی‌گردانگان اصلی در جهت دهی نگرش عامه مردم به جرم و عدالت دانست. علی‌الخصوص رسانه‌های جدید (همچون سایت‌های اینترنتی، وبلاگ‌ها، تلفن‌های همراه لنزدار، لوح‌های فشرده، دی‌وی‌دی‌ها)، که همه چیز را دست‌خوش تغییراتی مهم و بحث‌برانگیز کرده است. ظهور این رسانه‌ها نه تنها کمیت و کیفیت «خشونت»، «وحشت‌معنونی»، «تصویر پلیس»، «ترس از جرم» و «جوانان» را دگرگون ساخته بلکه انقلابی در دامنه و ماهیت اطلاع‌رسانی و تعامل با مخاطبان را منجر شده است. حال باید دید این گسترش دسترسی به منابع رسانه‌ای، به اطلاع‌رسانی مطلوب‌تر منجر می‌شود یا به تغییر نگرش عامه به جرم و عدالت.

منابع

- اردبیلی، محمدعلی (۱۳۸۲) حقوق جزای عمومی (جلد نخست) تهران: نشر میزان.
- اعزازی، شهلا. (۱۳۸۰) خشونت خانوادگی، تهران: نشر سالی.
- ام هس. کارن و اس. میلر، لیندا (۱۳۸۳) پلیس در جامعه (جلد دوم)، ترجمه عباس فرد قاسمی تهران، معاونت آموزش نیروی انتظامی.
- ایان، مک لین (۱۳۸۱) فرهنگ علوم سیاسی آکسفورد. حمید احمدی. تهران: میزان.
- بیابانگرد، اسماعیل و صالحی سده، زیبا (زمستان ۱۳۸۵) تحلیل محتوای خشونت (فیلم ها و سریال های تلویزیونی، فصلنامه پژوهش و سنجش صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، سال سیزدهم، شماره ۴۸، صفحات ۸۵ تا ۱۱۲).
- حاج بیگی، محمد رضا و مسعودی، احمد رضا (پاییز و زمستان ۱۳۸۵)، خشونت و پرخشگری در فوتبال و راهکارهای کنترل آن، فصلنامه امنیت، سال پنجم، شماره ۱ و ۲. صفحات ۱۱۶ تا ۷۳.
- دادگران، سید محمد (۱۳۸۲) مبانی ارتباطات جمعی، تهران: انتشارات فیروزه.
- دورکیم، امیل (۱۳۶۲) قواعد روش جامعه شناسی. علی محمد کاردان. تهران: دانشگاه تهران.
- رحمانیان، منصور (۱۳۷۸) تأثیر رسانه های گروهی بر پیشگیری از جرم «پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حقوق جزا و جرم شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق سال تحصیلی ۷۸ - ۱۳۷۷.
- ستوده، هدایت اله (۱۳۸۴) آسیب شناسی اجتماعی (جامعه شناسی انحرافات) تهران: انتشارات آوای نور.
- سورین، ورنه و تانکارد جیمز (۱۳۸۴) نظریه های ارتباطات، ترجمه دکتر علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- شاکری، رضا (۱۳۸۱) پلیس، مردم و امنیت عمومی. تهران: سازمان عقیدتی و سیاسی نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران.
- علیخواه، فردین و نجیبی ربیعی، مریم (۱۳۸۵)، زنان و ترس از جرم در فضاهای شهری، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال ششم، شماره ۲۲، صفحات ۱۳۱ تا ۱۰۹.

- فرجیها، محمد (۱۳۸۵) «بازتاب رسانه ای جرم»، تهران: فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ششم، شماره ۲۲، صفحات ۵۷ تا ۸۶.
- کارن. ام. هس. اس میلر، لیندا (۱۳۸۲) پلیس در اجتماع (جلد یک) ترجمه: محمدرضا کلهر، تهران: انتشارات معاونت پژوهش دانشگاه علوم انتظامی
- کازنو، ژان (۱۳۷۳) جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران: انتشارات مؤسسه اطلاعات.
- کریمی، یوسف (۱۳۸۰) روان شناسی اجتماعی. تهران: ارسباران.
- معتمد نژاد، کاظم (۱۳۸۵) وسایل ارتباط جمعی (جلد ۱) تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- مک لوهان، مارشال (۱۳۷۷) برای درک رسانه. سعید آذری. تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه ای صدا و سیما.
- مورگان، راد و نیوبرن، تیم (۱۳۸۰) نقش و وظیفه پلیس. راحله الیاسی. فصلنامه دانش انتظامی. شماره های ۲ و ۳ صص ۱۲۲ - ۱۴۱.
- مهرداد، هرمز (۱۳۸۰) مقدمه ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، تهران: ناشر مؤسسه فرهنگی - پژوهشی فاران.
- نجفی ابرند آبادی، علی حسین (۱۳۸۰) پیشگیری از بزهکاری و پلیس محلی. ماهنامه امنیت. سال پنجم. شماره ۲۱ و ۲۲. صص ۱۷ - ۲۱.
- سلیمی، علی و محمد. داوری (۱۳۸۵) جامعه‌شناسی کجروی انتشار پژوهشگاه حوزه و دانشگاه انتشارات زیتون.
- ساروخانی، باقر، (۱۳۸۱) نقش وسایل ارتباط جمعی در پیشگیری از وقوع بزهکاری وزارت کشور، تهران: انتشارات وزارت کشور
- بی‌نام (۱۳۷۸)، انقلاب ارتباطات در آستانه قرن ۲۱، سال بیستم، شماره ۹۳۶، تهران: انتشارات صداوسیما
- عبدالملکی جعفر (۱۳۸۸) نقش کارکردی رسانه‌های جمعی در برقراری امنیت اجتماعی، تهران: جام جم آنلاین
- فرهمند، جعفر (۱۳۸۰) جایگاه رسانه های گروهی در سیاست جنایی، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حقوق جزا و جرم شناسی، تهران: دانشگاه تهران.

- ابهری، مجید (۱۳۸۳) تحلیل و ارزیابی چگونگی نمایش بزه و نابهنجاری در سریال‌های ایرانی، تهران: کمیته اجتماعی معاونت تحقیقات و برنامه ریزی سازمان صدا و سیما.
- پریگر، هادی (۱۳۸۱) رسانه های گروهی: عامل بازدارنده یا تشدید کننده جرم، ماهنامه اصلاح و تربیت، سال اول، شماره های ۱۱ و ۱۲.
- لرنی، منوچهر و حسین مصلحتی، (۱۳۸۵) فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، سال دوم شماره ۶ و ۷ تهران: انتشارات نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران.
- روزنامه انتخاب، ۱۹، ۱۷، و ۲۰ آذر ۸۱، شماره های ۱۰۶۴-۱۰۴۹ و ۱۰۲۴.
- روزنامه انتخاب، آذر ۱۳۸۳، ش ۱۰۵۶
- معتمد نژاد، کاظم (۱۳۷۱)، وسایل ارتباط جمعی، تهران: انتشارات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.
- مهرداد، هرمز (۱۳۸۰)، مقدمه ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، تهران: موسسه فرهنگی - پژوهشی فاران.
- ستوده، هدایت الله (۱۳۸۴)، آسیب شناسی اجتماعی، تهران: انتشارات آوای نور.
- حبیب زاده، اصحاب، قاسمی، محمد (۱۳۸۸) رابطه بین استفاده از رسانه های صوتی - تصویری و بزهکاری نوجوانان. فصلنامه پژوهش های ارتباطی، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۳) «جامعه شناسی ارتباطات»، تهران: انتشارات اطلاعات.
- ساروخانی، باقر (۱۳۶۷) «دائرة المعارف علوم اجتماعی»، تهران: موسسه کیهان.
- سلیمی، علی؛ داوری، محمد (۱۳۸۰) «جامعه شناسی کجروی»، تهران: انتشارات پژوهشکده حوزه و دانشگاه.
- لازار، ژودیت (۱۳۸۰) «افکار عمومی»، ترجمه مرتضی کلینی، چاپ اول، تهران: نشر نی.
- گولد، جولیس (۱۳۷۶) «فرهنگ علوم اجتماعی»، ترجمه باقر پرهام و دیگران، تهران: انتشارات مازیار.
- بی نام (۱۳۸۸) رسانه ها و انحراف اجتماعی WWW.MAROOFYARAN.COM

- شرام، ویلبر و جک لایل، ادوین بی پارکر (۱۳۷۷) تلویزیون در زندگی کودکان ما، ترجمه محمود حقیقت کاشانی، تهران: انتشارات مرکز تحقیقات و مطالعات سنجش برنامه ای صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.

۱۴۱

-Altheide. D.L. (2002). *Creuting Fear. News and Constnation of Crists*, New Yourk. NY: aldine de Gruyter.

-Balley. F. and Hale. D. (Eds) (1993). *Pupular Culture. Crime & Justice*, Beimont, CA: Wadsworth.

-Barak. G. (Ed.) 1994. *Medin, Process. And the social Construction of Crime*. New York. NY. Garlan.

-Dorfiman. L. and Schiraldi, V. *Off Balance: Youth, Race & Crime in the News*. Available at HYPERLINK «<http://www.buildingblocksforyouth/>» [http://www.buildingblocksforyouth. Org media/media. Html](http://www.buildingblocksforyouth.Org media/media. Html). Retreved on January 17.

-Dowler, K. (2003), *Media consumption and public attitudes toward crime and justice: The relationship between fear of crime punitive attitudes, and perceived police effectiveness*. *Journal of Criminal Justice and popular culture* 10 (2)

-Huesman, L.r. (2003), *Moise Titus, J.Podlski, C. and Eron. L.D. Longitudinal reiations between children's exposure to TV violence and their aggressive and violent behavior in young adulthood: 1977-1992*. *Developmental Psychology* 39 (2)

-Killingbeck, D. (2001) *the role of televeision news in the construction of school violence as a moral panic*, *Journal of Criminal Justice and popular culture* 8(3)

-Print nad War. HYPERLINK «<http://xroads/>» <http://xroads Virginia.edu/-CLASS/am485-98/lane/media. Htm>. Retrieved January 22. 2004.

-Sands. L. Moral Panics(2004). Available at HYPERLINK

«<http://www.aber.ac.uk/media/students/ics9603>»

<http://www.aber.ac.uk/media/students/ics9603.html>. Retrieved on January 25.

- Gerbner . George,etal.(1999)cultivation Theory:cultural Indicators project».on

line.<http://nimbus.temple.edu/~ggerbner/cihtml>