

رسانه‌های جمعی و پیشگیری از جرم (با تأکید بر برنامه‌های تلویزیونی پلیسی)

محمد قاسمی^۱

سیده رویا بارسلطان^۲

تاریخ پذیرش: ۹۰/۴/۲۹

تاریخ وصول: ۹۰/۲/۲

چکیده

یکی از وظایف اصلی قوه قضائیه و به تبع آن پلیس به عنوان ضابط قضایی و هم چنین سایر نهادها و ارگان‌ها پیشگیری از جرم است که باید علاوه بر مأموریت‌های معمول خود، آن را نیز محقق سازد و انجام این امر با آگاه سازی مردم امکان پذیر خواهد بود.

در این راستا رسانه‌های گروهی به خصوص تلویزیون، نقش بسیار مهمی در بستر سازی افکار جمعی و تأمین امنیت عمومی و پیشگیری از وقوع جرم دارد.

امروزه رسانه‌های جمعی با کارکردهای مشخص و تعیین شده خود، جایگاه ویژه‌ای یافته‌اند. به نحوی که بارزترین عامل نظم، امنیت اجتماعی، همبستگی و مشارکت مردمی تبدیل شده‌اند. هم چنین رسانه‌های جمعی نقش بسیار مهمی در اجرای برنامه‌های سیاسی، امنیتی و تقویت مشارکت مردمی برای تأمین امنیت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم ایفا می‌کنند.

نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران براساس بند ۱۸ ماده ۴ قانون تشکیل ناجا، در راستای پیشگیری از جرم اقدام به تهیه برنامه‌های تلویزیونی پلیسی به منظور مشارکت شهروندان تهرانی نموده است.

بنابراین با توجه به اهمیت و ضرورت چنین مسأله‌ای، مقاله حاضر با هدف سنجش میزان تأثیر برنامه‌های پلیسی در جهت پیشگیری از جرم نگاشته شده است.

۱- مربی هیئت علمی پژوهشی سازمان تحقیقات و مطالعات ناجا

۲- مربی هیئت علمی پژوهشی سازمان تحقیقات و مطالعات ناجا

جامعه آماری، افراد بالای ۱۵ سال و حجم نمونه، ۱۲۰۰ نفر انتخاب شده و از روش نمونه گیری طبقه ای استفاده گردیده است.

نتایج به دست آمده حاکی از آن است پاسخگویان، موفق ترین برنامه های پلیسی در پیشگیری از جرم را به ترتیب پخش گزارش های خبری از قبیل برنامه در شهر، حوادث رانندگی و ...، پخش تیزرهای تبلیغاتی (مثل سیا ساکتی)، تهیه و پخش برنامه های آموزشی مثل پلیس بزرگراه، پخش گزارش های خبری از دستگیری مجرمان مثل دستگیری سارقان خودرو، کیف قاپان و ... اعلام نموده اند و بیشترین دلیل استفاده خود از رسانه ها را پر کردن اوقات فراغت و استفاده از برنامه های طنز و سرگرم کننده و هم چنین افزایش آگاهی و اطلاع اعلام نموده اند.

واژگان کلیدی: پیشگیری از جرم، وسایل ارتباط جمعی، آموزش همگانی، برنامه های تلویزیونی، پلیس.

بیان مسئله

مسئله جرم و مصادیق آن یکی از پدیده های مهم اجتماعی است که امروزه در تمامی بحران های موجود در دنیا سایه سهمگینی انداخته است. در واقع می توان گفت که هم اکنون جرم به منزله سرمنشأ تمامی هرج و مرج ها و بحران ها محسوب می شود.

شکی نیست که در عصر فناوری و ارتباطات، پلیس در هیچ جامعه ای به تنهایی قادر به کنترل و پیشگیری از جرم نیست مگر آنکه مشارکت مردمی را به کمک بطلبد و مشارکت مردمی نیز جامعه عمل نخواهد پوشید مگر از راه آگاه سازی از طریق رسانه ها به خصوص تلویزیون که در دسترس عموم خانواده ها می باشد. «در سایه اطلاع رسانی است که پلیس می تواند رفتارها و کردارهای قانونمند را به عنوان ارزش در جامعه به عموم معرفی نماید تا افراد با عمل نمودن به آنها به عنوان عضوی مؤثر و فعال در جامعه پذیرفته شوند» (بیلی، ۱۳۷۹: ۷۸).



بدون رسانه‌ها، پیشگیری از ارتکاب و وقوع جرم، نتیجه مثبت نخواهد داشت به خصوص در رابطه با جرایمی مثل کلاهبرداری و جعل، مردم می‌توانند از طریق دریافت پیام و هشدار پلیس و انعکاس آن در تمام ادارات، از به دام افتادن نجات یابند.

یکی از وظایف اصلی پلیس، قوه قضاییه و سایر ارگان‌ها، پیشگیری از وقوع جرم است و آنها باید به جزء مأموریت‌های معمول خود، از وقوع جرم نیز پیشگیری کنند که این امر با آگاهی دادن به مردم امکان‌پذیر خواهد بود.

در این راستا رسانه‌های جمعی (راديو، تلویزیون، مطبوعات و...) نقش بسیار مهمی در بسترسازی افکار عمومی و تأمین امنیت عمومی و پیشگیری از وقوع جرم ایفا می‌کنند. آنچه مسلم است رسانه‌ها با توجه به توسعه کمی و کیفی که یافته‌اند در عمل می‌توانند هم فرصت و هم تهدیدی برای دوام و قوام امنیت اجتماعی باشند. رسانه‌ها از آغاز زندگی انسان تا پایان حیات در کنار او نقش یک همزاد را بازی می‌کنند و انسان را در خزانه بی-پایان اطلاعات قرار می‌دهند.

امروزه رسانه‌های جمعی با کارکردهای مشخص و تعیین شده خود، جایگاه ویژه‌ای یافته‌اند. ایفای نقش اثرگذار رسانه‌ها، آنها را به عنوان اثرگذارترین عامل نظم، امنیت اجتماعی، وفاق، همبستگی و مشارکت مردمی تبدیل کرده است. همچنین رسانه‌های جمعی نقش بسیار مهمی در ارائه و اجرای برنامه‌های سیاسی، امنیتی و برانگیختن مشارکت مردمی در تأمین امنیت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم دارند.

رسانه‌ها در برقراری ارتباط عقلانی و گسترش فضاهای عمومی به همراه تبیین اهمیت و ضرورت یک موضوع نقش به‌سزایی دارند. بر همین اساس، رسانه‌ها با پوشش خبری و اطلاع‌رسانی وقایع امنیتی و جنایی به شیوه‌های مطلوب و ارائه برنامه‌های آموزشی مناسب درخصوص ضرورت امنیت اجتماعی در جامعه و پیشگیری از بزه و حتی آموزش چگونگی حفاظت از مال، جان و ناموس خود، زمینه مساعدی را برای این همکاری و مشارکت مردمی به وجود می‌آورند.

در این راستا، در سال‌های اخیر با توجه به توان رسانه‌ها در شکل‌دهی به هنجارها، ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای مخاطبان، نقش رسانه‌های گروهی در آموزش شهروندی

تأکید شده است. با بهره‌گیری از ظرفیت‌های این رسانه‌ها راهبردهای اثربخشی برای افزایش مهارت شهروندی، رفتارهای مدنی، مشارکت‌های اجتماعی و گسترش دخالت افراد در سرنوشت جامعه ارائه می‌شود.

نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران و به طبع آن فرماندهی انتظامی تهران بزرگ نیز با آگاهی از این نقش و توان رسانه‌ها اقدام به ارائه برنامه‌هایی برای ارتقای سطح آگاهی عمومی مردم شهر تهران در جهت پیشگیری از جرایم نموده است. اما اینکه این اقدامات تا چه اندازه توانسته مؤثر واقع شود سؤال است که پاسخ به آن همچنان مغفول مانده است. براین اساس، اهتمام پژوهش حاضر براین تعلق گرفته است تا با بهره‌گیری از روش پیمایشی به این سؤال پاسخ دهد. بنابراین مسئله و سؤال اساسی تحقیق حاضر این است که برنامه‌های پلیسی تلویزیونی در پیشگیری از جرایم چه تأثیری داشته اند؟

اهداف تحقیق

الف) هدف اصلی

سنجش میزان تأثیر برنامه‌های ارائه شده پلیسی از طریق تلویزیون در ارتقای سطح آگاهی عمومی مردم شهر تهران در جهت پیشگیری از جرایم.

ب) اهداف جزئی:

الف) بررسی میزان بهره‌برداری مردم شهر تهران از برنامه‌های ارائه شده پلیسی از طریق تلویزیون در جهت پیشگیری از جرایم؛

ب) تعیین میزان اثربخشی هر یک از برنامه‌های پلیسی تلویزیون در پیشگیری از جرایم؛

ج) تعیین زمان مناسب برای ارائه برنامه‌های آموزشی در جهت اثربخشی بیشتر این برنامه‌ها در پیشگیری از جرایم؛

د) ارائه راهکار مناسب برای ارائه برنامه‌های آموزشی پلیسی از طریق تلویزیون در ارتقای سطح آگاهی عمومی مردم شهر تهران در پیشگیری از جرایم.



تعریف کلیدواژه‌های تحقیق

پیشگیری: در فرهنگ معین، پیشگیری این گونه تعریف شده است: «پیشگیری^۱ در لغت به معنای جلوگیری، دفع، منع سرایت از پیش، صیانت، جلوی مرض گرفتن آمده است» (معین: ۹۳۳).

از نظر ریشه‌شناسی کلمه پیشگیری دارای بعدی مضاعف است «پیشگیری کردن» «جلو رفتن» و «آگهی دادن». در جرم‌شناسی «پیشگیری» به معنای اول کلمه گرفته شده و آن عبارت است از: «به جلوی تبهکاری رفتن» با استفاده از روش‌های گوناگون، مداخله به منظور ممانعت از وقوع بزه کاری است.

«پیشگیری از جرم به مجموعه اقداماتی گفته می‌شود که برای جلوگیری از فعل و انفعال زیان‌آور محتمل برای فرد یا گروه و یا هر دو به عمل می‌آید. مثل پیشگیری از جرایم جوانان و پیشگیری از حوادث در جاده‌ها» (رجبی پور، ۱۳۸۲: ۱۵).

وسایل ارتباط جمعی^۲: به مجموعه وسایل غیرشخصی اطلاق می‌شود که انتقال پیام سمعی و بصری و یا هر دو را به سوی مردمی بسیار و در مناطق دوردست موجب می‌شود شاخص این وسایل، ارتباط آن با جمع است بدینسان رسانه‌های همگانی، وسایل ابزاری هستند که بین جمع و جمع یا فرد و جمع ایجاد ارتباط می‌نماید (ساروخانی، ۱۳۸۰: ۴۷۱).

رسانه‌های جمعی: به تمام ابزارهای غیرشخصی ارتباط گفته می‌شود که به وسیله آن، پیام‌های دیداری و یا شنیداری به طور مستقیم به مخاطبان انتقال می‌یابند، تلویزیون، رادیو، سینما، اینترنت، ماهواره، مجلات، کتب و... در زمره رسانه‌های جمعی محسوب می‌شوند. اما در این تحقیق منظور از رسانه فقط تلویزیون می‌باشد.

آموزش همگانی: منظور از آموزش همگانی فعالیت از پیش طرح‌ریزی شده‌ای است که توسط معاونت اجتماعی و ارشاد نیروی انتظامی با هدف افزایش امنیت فردی و اجتماعی و ارتقای آگاهی عمومی مردم نسبت به قواعد رفتاری صورت می‌گیرد. ابزار

1. prevention
2. Communication Media Of Mass



مورد استفاده برای آموزش همگانی (ارتقای سطح آگاهی مردم شهر تهران در جهت پیشگیری از جرایم) در این پژوهش فقط تلویزیون می‌باشد.

برنامه‌های تلویزیونی: منظور از برنامه‌های تلویزیونی، فیلم‌ها و سریال‌های پلیسی و حتی غیر پلیسی مرتبط با پلیس، تهیه و پخش برنامه‌های آموزشی مثل پلیس بزرگراه، پخش تیزرهای تبلیغاتی مثل سیا ساکتی، برنامه در شهر، زیرنویس‌های تلویزیونی، مصاحبه‌های مسئولان نیروی انتظامی، پخش گزارش‌های خبری از دستگیری اراذل و اوباش، سارقان، کیف‌قاپان، قاچاقچیان کالا، موادمخدر، گزارش‌ها و اخبار مستند پلیس، اعلام توانمندی‌های پلیسی مثل حضور سریع پلیس ۱۱۰، اعلام اجرای طرح‌های مختلف مثل انضباط اجتماعی و... می‌باشد.

نقش‌های آموزش همگانی

واعظی‌نژاد (۱۳۷۸: ۱۰۹) در مقاله‌ای تحت عنوان نقش آموزش همگانی در ایجاد امنیت فردی با اظهار اینکه آموزش همگانی در ایجاد امنیت فردی و اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌ای دارد به چند مورد از مهم‌ترین نقش‌های آموزش همگانی اشاره نموده است:



۱- پیشگیری از وقوع جرایم و تخلفات اجتماعی؛
۲- جلب اعتماد و مشارکت همگانی؛
۳- ارتقای سطح رفتارهای انتظامی و بهداشتی؛
۴- رفع ابهام و خنثی سازی عملیات روانی دشمن و تقویت حس اعتماد نسبت به عملکرد مسئولان کشور؛
۵- افزایش آگاهی های عمومی از مجموعه قوانین و مقررات؛
۶- تأمین آسایش عمومی و تضمین سلامت روانی؛
۷- رشد پیش و استحکام کانون خانواده؛
۸- افزایش سطح دانش اجتماعی؛



نقش های آموزش همگانی

ابزارهای مهم آموزش همگانی

رسانه‌های گروهی را می‌توان در ردیف مهم‌ترین ابزارهای آموزش همگانی در عصر حاضر نام برد. رادیو، تلویزیون، سینما، روزنامه، ... نقش بزرگی را در راه پیشرفت فرهنگ و تمدن بشری از طریق انتقال اطلاعات و معلومات جدید و مبادله افکار و عقاید عمومی به عهده گرفته‌اند؛ به گونه‌ای که بسیاری از دانشمندان، عصر کنونی زندگی انسان را عصر ارتباطات نام نهاده‌اند. نقش آموزشی و پرورشی وسایل ارتباط جمعی را می‌توان در انتشار اطلاعات عینی و ارائه روش‌های صحیح زندگی معرفی کرد. وسایل ارتباط جمعی با تهیه و

انتشار خبرهای گوناگون، علمی، فرهنگی و اجتماعی می‌توانند معلومات جدید و اکتشافات تازه را در اختیار افراد بگذارند، افق دید آنها را گسترش دهند و تأمین نیازهای آنها را تسهیل و تسریع نمایند. این نقش آموزشی و سائل ارتباط جمعی در جوامع معاصر به حدی است که بعضی از جامعه‌شناسان برای مطبوعات، رادیو، تلویزیون و سینما نقش «آموزش موازی» یا «آموزش دایمی» قایل هستند. جامعه‌شناسان معتقدند که وسایل ارتباط جمعی با پخش اطلاعات و معلومات جدید به موازات کوشش معلمان و استادان، وظیفه آموزشی انجام می‌دهند (معمد نژاد، ۱۳۷۱: ۱۵).

در میان تمام وسایل ارتباط جمعی وسایلی که بیش از همه جایگاه ویژه‌ای دارد رادیو و تلویزیون است. صرف نظر از خصوصیت سرگرم‌کنندگی رادیو و تلویزیون، این وسایل به علت این که می‌توانند پوشش جغرافیایی بسیار زیادی را دربرگیرند، یکی از بهترین وسایل آموزشی می‌باشند. این وسائل که هم اکنون در تمامی کشورها و جوامع مختلف جای خاصی در زمینه مسائل آموزشی باز نموده‌اند، علاوه بر آموزش مواد درسی، استفاده‌های ثمربخش دیگری نیز در زمینه آموزش غیررسمی دارند. به این ترتیب رادیو و تلویزیون به شکل گسترده‌ای سراسر زندگی عموم مردم را در برمی‌گیرد و در کنار سایر برنامه‌های سرگرم‌کننده و حتی برنامه‌های آموزشی درسی، برنامه‌هایی نیز برای ارتقای سطح دانستی‌ها، معلومات عموم و اعتلای سطح دانش فنی و مهارت قشرهای معینی از جامعه پخش می‌کند.

برای آشنایی بیشتر با ابزارهای مختلف آموزشی که می‌تواند در راستای برنامه‌های آموزش همگانی فعالیتی مثرتر داشته باشد تقسیم‌بندی ذیل تحت عنوان ابزارهای آموزش همگانی ارائه می‌شود: ۱- تلویزیون؛ ۲- رادیو؛ ۳- سینما؛ ۴- مطبوعات؛ ۵- تریبون‌های نماز جمعه؛ ۶- شوراهای صنفی و اتحادیه‌های کارگری و کارمندی؛ ۷- میدان‌های ورزشی و ورزشگاه‌ها؛ ۸- پوسترها و تابلوهای عمومی.

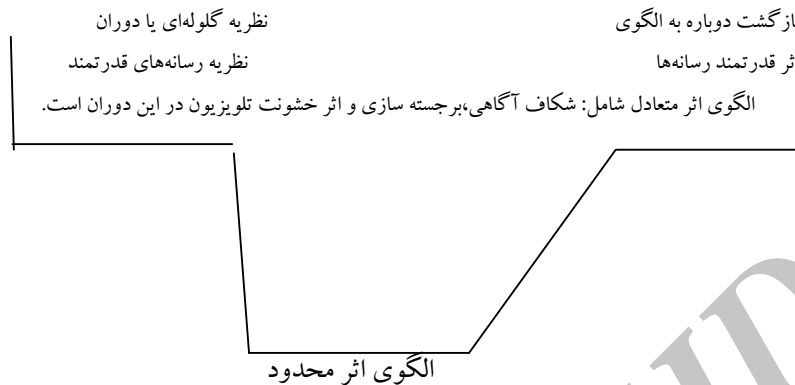


سیر تاریخی نظرات درباره اثرات وسایل ارتباط جمعی

نکته قابل توجه این است که در بیشتر موارد، تاریخ تحقیق ارتباطات، تاریخ تحقیق در اثر آن است که خود نشان دهنده اهمیت این تأثیرها، در مطالعات ارتباط جمعی می‌باشد. در طول سال‌ها مفهوم‌سازی از تأثیرها تغییر کرده است. می‌توان گفت تحول تفکر در باب رسانه‌ها، دارای یک تاریخ طبیعی است زیرا این تفکر محصول اوضاع زمان و مکان و تحت تأثیر عوامل محیطی مانند: منافع حکومت‌ها و قانون‌گذاران، نیازهای صنایع، فعالیت‌های گروه‌های فشار، اهداف تبلیغات تجاری و سیاسی، علایق و افکار عمومی در لحظه مورد نظر، گرایش‌های روز علوم اجتماعی قرار داشته است، با وجود این در تاریخ تحقیق و نظریه‌پردازی درباره تأثیر وسایل ارتباط جمعی فراز و نشیب‌های زیادی بوده است (دنيس مك كوانل، ۱۳۸۳: ۳۵۵).

«کری» درباره روند شکل‌گیری نظریه‌ها راجع به تأثیر رسانه‌ها می‌گوید: می‌توان چنین استدلال کرد که عمده‌ترین دلیل تغییر دیدگاه‌ها درباره نظریه‌های تأثیر رسانه‌ها از قوی به تأثیر محدود و بازگشت مجدد به نظریه‌های بسیار قوی، را می‌توان دگرگونی‌های جهان اجتماعی طی این دوره به حساب آورد. در دهه ۱۹۳۰، ارتباط جمعی را دارای تأثیر قوی می‌دانستند، زیرا رکود و جریان‌های سیاسی حول و حوش جنگ، زمینه مناسبی را برای انواع خاصی از اثرگذاری فراهم کرده بود. به همین نحو شرایط عادی دهه‌های ۱۹۴۰ و ۱۹۵۰ منجر به مطرح شدن نظریه‌های، تأثیر محدود شد. اما اواخر دهه ۱۹۶۰ که با دوران جنگ و کشاکش سیاسی و تورم، توأمان بود که این اوضاع شیوه‌های رادیکالی پیش روی ساختار اجتماعی می‌گذارد و به دوران رسانه‌ها نیز تراوش کرد (همان منبع: ۳۵۸-۳۶۰). به این ترتیب در طول تاریخ این رشته می‌توان مراحل چندی را تشخیص داد که نشانگر شکلی از پیشرفت منظم و متراکم شونده در دانش هستند.

نظریه‌ها یا رویکردهای پژوهشی متعددی که طی حدود نیم قرن پژوهش در مورد ارتباط جمعی ارائه شده‌اند، پاسخ‌های متفاوتی برای اندازه اثرهای ارتباط جمعی فراهم کرده‌اند. این اثرها را می‌توان در یک نمودار زمانی به شرح زیر عرضه کرد.



۱۹۲۰ ۱۹۳۰ ۱۹۴۰ ۱۹۵۰ ۱۹۶۰ ۱۹۷۰ ۱۹۸۰ ۱۹۹۰

نمودار زمانی دوران‌های مختلف نظریه پردازی درباره اثر رسانه‌ها (سورین، ۱۳۸۰: ۴۹).

رسانه‌ها و موضوع یکپارچگی

یکی از موضوع‌های اساسی که از دیرباز جامعه‌شناسان به آن توجه داشته‌اند، موضوع حفظ نظم اجتماعی است، به ویژه این مسئله که نظم اجتماعی چگونه حفظ می‌شود و تحت چه شرایطی فرو می‌ریزد. همچنین این مسئله مورد علاقه کارشناسان ارتباط جمعی نیز قرار داشته است. در این زمینه دو دسته نظریه ارائه شده است. دسته نخست، نظری‌هایی هستند که نقش تأثیر رسانه‌ها را در یکپارچگی جامعه مثبت ارزیابی می‌کنند و به نظریه‌های خوش بینانه شهرت دارند. دسته دیگر، مجموعه نظریه‌هایی هستند که تأثیر رسانه‌ها را بر یکپارچگی جامعه چندان مثبت ارزیابی نمی‌کنند و از این جهت به نظریه‌های بدبینانه معروف می‌شوند.

نظریه‌های خوش بینانه: این مجموعه از نظریه‌ها، رابطه بین رسانه‌های همگانی و یکپارچگی اجتماعی را مثبت ارزیابی می‌کنند. آنها بر اساس خصوصیت رسانه‌های همگانی معتقدند که رسانه‌ها در ایجاد همبستگی میان افراد پراکنده و متفرق در درون مخاطبان گسترده، یا مهاجرانی که به تازگی وارد مناطق شهری می‌شوند، ارزش‌ها، ایده‌ها،



اطلاعات، ذهنیت‌ها و تصاویر مشترکی را درباره جهان و محیط اطراف به آنان منتقل می‌سازند و از این طریق به یکپارچگی اجتماعی کمک می‌کنند.

نظریه‌های بدبینانه: این دیدگاه، رسانه‌های همگانی را عاملی در ایجاد مشکلات اجتماعی ناشی از گسترش سریع شهرنشینی، پویایی اجتماعی، و تضعیف اجتماعات سنتی می‌دانند، به ویژه اینکه رسانه‌ها به مسائلی چون جابه‌جایی اجتماعی و افزایش رفتارهای غیراخلاقی در افراد، جرایم و بی‌نظمی اجتماعی مربوط می‌شوند. رسانه‌های همگانی غالباً فردی و غیر شخصی تصور می‌شوند و در عین حال ارزش‌های سنتی را در پیام‌گیران تضعیف می‌کنند و در نتیجه سبب از بین رفتن کنترل اجتماعی و همبستگی می‌شوند.

براساس اطلاعات موجود، از اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم به ویژه در آلمان تحقیق‌های فراوانی درباره نقش مطبوعات در یکپارچگی اجتماعی انجام شد. چنین بررسی‌هایی را می‌توان در آثار «کینز»^۱، «بلوخر»^۲، «تونیس»^۳، و «وبر»^۴ مشاهده نمود.^۵ در این تحقیق‌ها، از کارکردهای مهم مطبوعات در جامعه نام برده شده است که از آن جمله می‌توان به: پیوستن اجزای جامعه به یکدیگر، رهبری افکار عمومی، کمک به ایجاد افکار عمومی، ایجاد شرایط لازم برای تبادل ایده‌ها بین رهبران و توده‌ها، برطرف کردن نیازهای اطلاعاتی، آینه‌ای که جامعه خود را در آن منعکس می‌یابد و یا مظهر وجدان جامعه نام برد.

از نظر مک کورمک شواهدی وجود دارد که رسانه‌ها قادرند هویت گروه‌های قومی و اقلیت‌ها را، چون یک دیگ ذوبی، در هم بیامیزند و در مقاطع بحران‌های اجتماعی با ظرافت و خلاقیت عمل کنند. حجم چشمگیری از ادبیاتی که درباره نوسازی، توسعه و ملت‌سازی در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم نوشته شده است، تأکید فراوانی را بر

1. Knies
2. Blucher
3. Tonnies
4. weber

۵- برای آگاهی کامل از تحقیقات انجام شده در این زمینه از اوایل قرن بیستم تاکنون به کتاب زیر مراجعه شود:

Hardt, Hanno. Social theories of the press.. Early german and american perspectives. Beverly hills, sage publication, 1969.

نقش کمک کننده رسانه‌ها در ایجاد یک هویت ملی از میان هویت‌های قومی - فرهنگی فرعی دارند (YE, 1963).

روش تحقیق

در پژوهش حاضر به منظور بررسی تأثیر هر یک از برنامه‌های پلیسی بر ارتقای سطح آگاهی عمومی مردم شهر تهران در پیشگیری از جرایم از روش پیمایشی استفاده شده است.

در این پژوهش، اثر متغیرهای مستقل (برنامه‌های پلیسی ارائه شده) بر متغیر وابسته (پیشگیری از جرایم) بررسی شده است. به این منظور در وهله اول، برنامه‌های پلیسی ارائه شده از طریق تلویزیون مشخص گردیده و سپس از طریق پرسشنامه، میزان تأثیر هر یک از این برنامه‌ها بر ارتقای سطح آگاهی عمومی مردم شهر تهران در پیشگیری از جرایم مشخص خواهد شد.

در این تحقیق، پس از مطالعه کتب، متون، اسناد، مدارک و همچنین نظرخواهی از خبرگان و کارشناسان مربوطه، نسبت به تهیه پرسشنامه محقق ساخته برای جمع‌آوری داده‌ها از جامعه‌ی نمونه‌ی تحقیق استفاده شده است.

جامعه آماری پژوهش حاضر، افراد ۱۵ سال به بالا و ساکن شهر تهران است که براساس نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن انجام شده در سال ۱۳۸۵، حدود ۶,۴۶۹,۷۳۰ نفر را شامل می‌شود. حداقل حجم نمونه لازم ۱۰۶۷ نفر می‌باشد، که برای اطمینان بیشتر، از ۱۲۰۰ نفر نمونه‌گیری شده است که پس از بررسی پرسشنامه‌های تکمیل شده، و حذف پرسشنامه‌هایی که دارای نواقصی بودند، در نهایت، تعداد ۱۱۰۲ پرسشنامه، جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات استفاده شدند. به منظور نمونه‌گیری از جامعه‌ی آماری از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای استفاده گردیده و به لحاظ مکانی، این تحقیق در شهر تهران صورت گرفته است.

نتایج تحقیق

۴۴/۱ درصد از پاسخگویان را زنان و ۵۵/۹ درصد را مردان تشکیل داده‌اند. ۹/۹ درصد از پاسخگویان، زیر ۲۰ سال، ۵۳/۲ درصد بین ۲۰ تا ۳۰ سال، ۲۳/۲ درصد بین ۳۰ تا ۴۰ سال، ۹/۷ درصد بین ۴۰ تا ۵۰ سال و ۴ درصد از آنها ۵۰ سال به بالا سن داشته‌اند.

جدول ۱. توزیع پاسخگویان از نظر شغل

درصد	تعداد	شغل
۲۱/۴	۲۳۲	دولتی
۲۷/۵	۲۹۸	آزاد
۱۷/۲	۱۸۶	خانه‌دار
۲۵/۶	۲۷۷	محصل یا دانشجو
۸/۴	۹۱	بیکار
۱۰۰	۱۰۸۴	مجموع

۱۸ نفر از افراد نمونه به این سؤال پاسخ ندادند.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود ۲۳۲ نفر (۲۱/۴ درصد) از پاسخگویان، دارای شغل دولتی، ۲۹۸ نفر (۲۷/۵ درصد) دارای شغل آزاد، ۱۸۶ نفر (۱۷/۲ درصد) خانه‌دار، ۲۷۷ نفر (۲۵/۶ درصد) محصل یا دانشجو و ۹۱ نفر (۸/۴ درصد) بیکار بوده‌اند.

جدول ۲. توزیع پاسخگویان از نظر محل سکونت

درصد	تعداد	محل سکونت
۳۰/۷	۳۲۱	مناطق شمالی
۴۱/۴	۴۳۳	مناطق مرکزی
۲۸/۰	۲۹۳	مناطق جنوبی
۱۰۰	۱۰۴۷	مجموع

۵۵ نفر از افراد نمونه به این سؤال پاسخ ندادند.

از پاسخگویان خواسته شد منطقه‌ای که در آن سکونت دارند را مشخص نمایند که با توجه به نتایج به دست آمده ۳۲۱ نفر (۳۰/۷ درصد) از پاسخگویان، در مناطق شمالی (مناطق ۱، ۲، ۳، ۴ و ۵)، ۴۳۳ نفر (۴۱/۴ درصد) در مناطق مرکزی (مناطق ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۲۱ و ۲۲) و ۲۹۳ نفر (۲۸ درصد) در مناطق جنوبی (مناطق ۱۲، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ و ۲۰) سکونت داشته‌اند.

جدول ۳. توزیع پاسخگویان از نظر میزان تحصیلات

تحصیلات	تعداد	درصد
ابتدایی	۶	۰/۵
راهنمایی	۴۰	۳/۷
دیپلم	۴۵۰	۴۱/۲
فوق دیپلم	۲۳۸	۲۱/۸
لیسانس	۲۸۰	۲۵/۶
فوق لیسانس	۵۸	۵/۳
دکتری	۲۱	۱/۹
مجموع	۱۰۹۳	۱۰۰

۹ نفر از افراد نمونه به این سؤال پاسخ نداده‌اند.

همان طور که ملاحظه می‌شود ۶ نفر (۰/۵ درصد) از پاسخگویان، دارای تحصیلات ابتدایی، ۴۰ نفر (۳/۷ درصد) دارای تحصیلات راهنمایی، ۴۵۰ نفر (۴۱/۲ درصد) دارای مدرک تحصیلی دیپلم، ۲۳۸ نفر (۲۱/۸ درصد) فوق دیپلم، ۲۸۰ نفر (۲۵/۶ درصد) لیسانس، ۵۸ نفر (۵/۳ درصد) فوق لیسانس و ۲۱ نفر (۱/۹ درصد) دارای مدرک تحصیلی دکتری بوده‌اند.



جدول ۴. توزیع پاسخگویان از نظر متوسط استفاده از برنامه‌های تلویزیون در شبانه روز

متوسط استفاده	تعداد	درصد
کمتر از ۱ ساعت	۲۳۶	۲۱/۵
۱ تا ۳ ساعت	۳۹۴	۳۵/۹
۳ تا ۵ ساعت	۳۱۹	۲۹/۱
بیشتر از ۵ ساعت	۱۴۹	۱۳/۶
مجموع	۱۰۹۸	۱۰۰

۴ نفر از افراد نمونه به این سؤال پاسخ نداده‌اند.

همان طور که ملاحظه می‌شود متوسط استفاده ۲۳۶ نفر (۲۱/۵ درصد) از پاسخگویان از تلویزیون، کمتر از ۱ ساعت در شبانه روز بوده، این مقدار برای ۳۹۴ نفر (۳۵/۹ درصد) از پاسخگویان بین ۱ تا ۳ ساعت، برای ۳۱۹ نفر (۲۹/۱ درصد) از پاسخگویان بین ۳ تا ۵ ساعت و برای ۱۴۹ نفر (۱۳/۶ درصد) از پاسخگویان بیشتر از ۵ ساعت در شبانه روز بوده است.

جدول ۵. توزیع پاسخگویان از نظر ساعات استفاده از برنامه‌های تلویزیون

ساعات استفاده	تعداد	درصد
بین ۶ تا ۱۰ صبح	۲۳	۲/۱
۱۰ صبح تا ۲ بعدازظهر	۵۱	۴/۷
۲ تا ۶ بعدازظهر	۱۴۲	۱۳/۰
۶ بعدازظهر تا ۱۰ شب	۵۳۲	۴۸/۹
۱۰ شب به بعد	۳۴۰	۳۱/۲
مجموع	۱۰۸۹	۱۰۰

۱۳ نفر از افراد نمونه به این سؤال پاسخ نداده‌اند.

۲۳ نفر (۲/۱ درصد) از پاسخگویان از تلویزیون، بیشتر بین ساعات ۶ تا ۱۰ صبح، ۵۱ نفر (۴/۷ درصد) بین ۱۰ صبح تا ۲ بعدازظهر، ۱۴۲ نفر (۱۳ درصد) بین ۲ تا ۴ بعدازظهر، ۵۳۲ نفر (۴۸/۹ درصد) بین ۶ بعدازظهر تا ۱۰ شب و ۳۴۰ نفر (۳۱/۲ درصد) از پاسخگویان نیز از ساعت ۱۰ شب به بعد، بیشتر به تماشای برنامه‌های تلویزیون می‌پردازند. همان طور



که ملاحظه می شود اکثریت پاسخگویان بین ساعات ۶ بعد از ظهر تا ۱۰ شب و ۱۰ شب به بعد، از تلویزیون استفاده می کنند.

جدول ۶. توزیع پاسخگویان از نظر مهم ترین دلیل استفاده از تلویزیون

درصد	تعداد	دلایل استفاده از تلویزیون
۳۲/۴	۳۴۶	پر کردن اوقات فراغت
۳۱/۲	۳۳۳	افزایش آگاهی و اطلاع
۱۷/۷	۱۸۹	استفاده از برنامه های طنز و سرگرم کننده
۹/۴	۱۰۰	استفاده از برنامه اکشن
۴/۳	۴۶	شناسایی محیط و افراد
۳/۰	۳۲	استفاده از برنامه های فرهنگی و مذهبی
۲/۰	۲۱	استفاده از برنامه های آموزشی
۱۰۰	۱۰۶۷	مجموع

۳۵ نفر از افراد نمونه به این سؤال پاسخ نداده اند.

همان طور که ملاحظه می شود اکثر پاسخگویان، «پر کردن اوقات فراغت»، «افزایش آگاهی و اطلاع» و «استفاده از برنامه های طنز و سرگرم کننده» را به عنوان مهم ترین دلایل استفاده از تلویزیون عنوان نموده اند.

جدول ۷. جدول فراوانی توزیع نظر پاسخگویان در خصوص احتمال مواجهه با خشونت در خیابان ها

میانگین (از ۶ نمره)	درصد	تعداد	گزینه
۲/۳۰	۱۲/۵	۱۳۷	اصلاً
	۲۳/۹	۲۶۲	خیلی کم
	۱۹/۰	۲۰۸	کم
	۲۲/۰	۲۴۱	متوسط
	۱۳/۵	۱۴۸	زیاد
	۷/۳	۸۰	خیلی زیاد
	۱/۹	۲۱	کاملاً
	۱۰۰	۱۰۹۷	مجموع



در پاسخ به این سؤال «فکر می‌کنید، چقدر احتمال دارد وقتی در خیابان‌ها حرکت می‌کنید، دیگران با شما با خشونت رفتار کنند» ۱۲/۵ درصد از پاسخگویان به گزینه اصلاً، ۴۲/۹ درصد به گزینه‌های کم و خیلی کم، ۲۲ درصد به گزینه متوسط، ۲۰/۸ درصد به گزینه‌های زیاد و خیلی زیاد و ۱/۹ درصد به گزینه کاملاً اشاره نموده‌اند. میانگین به دست آمده ۲/۳۰ (از ۶ نمره) می‌باشد، که در مجموع می‌توان از دیدگاه پاسخگویان، احتمال مواجهه با خشونت در خیابان‌ها را در حد «مابین متوسط و کم» ارزیابی نمود. بنابر نتایج این تحقیق نظریه کاشت در کشور ایران تأیید نمی‌شود.

جدول ۸. جدول فراوانی توزیع نظر پاسخگویان در خصوص احتمال دستبرد زدن به منزل

گزینه	تعداد	درصد	میانگین (از ۶ نمره)
اصلاً	۱۱۴	۱۰/۴	۲/۳۰
خیلی کم	۲۵۷	۲۳/۴	
کم	۲۳۹	۲۱/۷	
متوسط	۲۷۹	۲۵/۴	
زیاد	۱۱۳	۱۰/۳	
خیلی زیاد	۷۸	۷/۱	
کاملاً	۲۰	۱/۸	
مجموع	۱۱۰۰	۱۰۰	

همان‌طور که ملاحظه می‌شود ۱۰/۴ درصد از پاسخگویان در پاسخ به این سؤال که «وقتی همراه خانواده از منزل بیرون می‌روید، چقدر احساس می‌کنید که ممکن است کسی به منزلتان دستبرد بزند» به گزینه اصلاً، ۴۵/۱ درصد به گزینه‌های کم و خیلی کم، ۲۵/۴ درصد به گزینه متوسط، ۱۷/۴ درصد به گزینه‌های زیاد و خیلی زیاد و ۱/۸ درصد به گزینه کاملاً اشاره نموده‌اند. میانگین به دست آمده ۲/۳۰ (از ۶ نمره) می‌باشد، که در مجموع می‌توان از دیدگاه پاسخگویان، احتمال دستبرد زدن به منزل را در حد «مابین متوسط و کم» ارزیابی نمود.



جدول ۹. فراوانی توزیع نظر پاسخگویان در خصوص میزان موفقیت برنامه‌های پلیسی ارائه شده

در کاهش جرایم

میزان موفقیت	تعداد	درصد	میانگین (از ۶ نمره)
اصلاً	۱۰۳	۹/۴	۲/۶۷
خیلی کم	۱۴۹	۱۳/۶	
کم	۱۷۹	۱۶/۴	
متوسط	۳۵۱	۳۲/۱	
زیاد	۲۰۳	۱۸/۶	
خیلی زیاد	۱۰۱	۹/۲	
کاملاً	۸	۰/۷	
مجموع	۱۰۹۴	۱۰۰	

همان‌طور که ملاحظه می‌شود ۹/۴ درصد از پاسخگویان معتقدند برنامه‌های پلیسی ارائه شده تأثیری در کاهش جرایم نداشته‌اند، ۳۰ درصد از پاسخگویان میزان موفقیت این برنامه‌ها را در این زمینه، کم و خیلی کم، ۳۲/۱ درصد متوسط و ۲۷/۸ درصد زیاد و خیلی زیاد عنوان نموده‌اند، ضمن آن که ۰/۷ درصد از پاسخگویان نیز معتقدند این برنامه‌ها در این زمینه کاملاً موفق بوده‌اند. میانگین به دست آمده ۲/۶۷ (از ۶ نمره) می‌باشد، که در مجموع می‌توان گفت برنامه‌های پلیسی ارائه شده، در حد «مابین متوسط و کم» در کاهش جرایم موفق بوده‌اند.



جدول ۱۰. فراوانی مربوط به میزان اجرای هشدارهای پلیسی در پیشگیری از سرقت یا ... از سوی پاسخگویان هنگام ترک منزل، محل کار، خودرو و ...

میزان اجراء	تعداد	درصد	میانگین (از ۶ نمره)
اصلاً	۳۹	۳/۵	۳/۶۳
خیلی کم	۵۴	۴/۹	
کم	۱۱۳	۱۰/۳	
متوسط	۲۶۶	۲۴/۲	
زیاد	۳۳۶	۳۰/۵	
خیلی زیاد	۱۷۸	۱۶/۲	
کاملاً	۱۱۴	۱۰/۴	
مجموع	۱۱۰۰	۱۰۰	

پاسخگویان معتقدند برنامه‌های پلیسی ارائه شده، در حد «مابین متوسط و کم» در کاهش جرایم موفق بوده‌اند. همچنین معتقدند هشدارهای پلیسی در پیشگیری از سرقت و ... از سوی مردم در حد «مابین متوسط و زیاد» اجرا می‌شود. میانگین میزان تأثیر «تهیه و پخش فیلم‌ها و سریال‌های پلیسی» ۲/۸۶ (از ۶ نمره) و میانگین میزان تأثیر «تهیه و پخش فیلم‌ها و سریال‌های غیر پلیسی» ۲/۳۶ (از ۶ نمره) می‌باشد، که در مجموع می‌توان میزان تأثیر تهیه و پخش این برنامه‌ها را در پیشگیری از جرایم، در حد نسبتاً متوسط، توصیف و ارزیابی نمود. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون t یک نمونه‌ای و آزمون علامت می‌توان گفت تهیه و پخش این برنامه‌ها تأثیر معنی‌داری در پیشگیری از جرایم ندارند.

میانگین میزان تأثیر «تهیه و پخش برنامه‌های آموزشی مثل پلیس بزرگراه» ۳/۵۹ (از ۶ نمره)، میانگین میزان تأثیر «پخش گزارش‌های خبری از قبیل برنامه در شهر، حوادث رانندگی و غیره» ۳/۶۹ (از ۶ نمره)، میانگین میزان تأثیر «پخش تیزرهای تبلیغاتی (مثل سیا ساکتی)» ۳/۵۷ (از ۶ نمره)، میانگین میزان تأثیر «پخش گزارش‌های خبری از دستگیری مجرمان مثل دستگیری سارقان خودرو، کیف قاپان و غیره» ۳/۵۷ (از ۶ نمره)، میانگین میزان تأثیر «پخش گزارش‌های خبری در خصوص موفقیت ناجا در کشف باندهای قاچاق از قبیل مواد مخدر، کالای قاچاق و غیره» ۳/۴۰ (از ۶ نمره)، میانگین میزان تأثیر «اعلام

نتیجه پرونده‌های جرایم مثل قصاص، اعدام و غیره» ۳/۴۰ (از ۶ نمره)، میانگین میزان تأثیر «اجرای طرح‌های مختلف مثل مبارزه با اراذل و اوباش، انضباط اجتماعی و غیره» ۳/۵۳ (از ۶ نمره)، میانگین میزان تأثیر «اعلام دستیابی به تجهیزات جدید کشف جرم مثل کنترل سرعت به وسیله دوربین و غیره» ۳/۵۲ (از ۶ نمره) و میانگین میزان تأثیر «اعلام توانمندی‌های پلیسی مثل حضور سریع پلیس ۱۱۰، پلیس راهور و غیره» ۳/۳۵ (از ۶ نمره) می‌باشد، که در مجموع می‌توان میزان تأثیر تهیه و پخش این برنامه‌ها را در پیشگیری از جرایم، در حد مابین متوسط و زیاد، توصیف و ارزیابی نمود. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون t یک نمونه‌ای و آزمون علامت، با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت تهیه و پخش این برنامه‌ها تأثیر معنی‌داری در پیشگیری از جرایم دارند.

میانگین میزان تأثیر «استفاده از زیرنویس در برنامه‌های مختلف به خصوص قبل از تعطیلات سال جدید» ۲/۸۹ (از ۶ نمره) و میانگین میزان تأثیر «اعلام برگزاری همایش‌ها و نشست‌های علمی پلیسی در جهت علمی شدن مأموریت‌های پلیس» ۲/۸۷ (از ۶ نمره) می‌باشد، که در مجموع می‌توان میزان تأثیر استفاده از این زیرنویس‌ها را در پیشگیری از جرایم، در حد نسبتاً متوسط، توصیف و ارزیابی نمود.

با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون تحلیل واریانس فریدمن، «پخش گزارش‌های خبری از قبیل برنامه در شهر، حوادث رانندگی و ...»، «تهیه و پخش برنامه‌های آموزشی مثل پلیس بزرگراه»، «پخش گزارش‌های خبری از دستگیری مجرمان مثل دستگیری سارقان خودرو، کیف قاپان و ...»، «پخش تیزرهای تبلیغاتی (مثل سیا ساکتی)»، «اجرای طرح‌های مختلف مثل مبارزه با اراذل و اوباش، انضباط اجتماعی و ...» و «اعلام دستیابی به تجهیزات جدید کشف جرم مثل کنترل سرعت به وسیله دوربین و ...»، به ترتیب، بیشترین تأثیر را بر پیشگیری از جرایم داشته، و «تهیه و پخش فیلم‌ها و سریال‌های غیر پلیسی»، «تهیه و پخش فیلم‌ها و سریال‌های پلیسی»، «اعلام برگزاری همایش‌ها و نشست‌های علمی پلیسی در جهت علمی شدن مأموریت‌های پلیس»، «استفاده از زیرنویس در برنامه‌های مختلف به خصوص قبل از تعطیلات سال جدید» و «حضور فرماندهان در برنامه‌هایی مثل تهران ۲۰، شب شیشه‌ای، اتاق شیشه‌ای و ...»، نیز به ترتیب، کمترین تأثیر را در این زمینه دارند.



پیشنهادها

با عنایت به اینکه ۸۰ درصد پاسخگویان بین ساعات ۶ بعد از ظهر تا ۱۰ شب و ۱۰ شب به بعد، از تلویزیون استفاده می‌کنند، به نظر می‌رسد زمان مناسب برای استفاده از تلویزیون جهت پخش برنامه‌های پلیسی، ساعت‌های یاد شده می‌باشد. بنابراین پیشنهاد می‌شود در صورتی که مسئولان محترم نیروی انتظامی از جمله معاونت محترم اجتماعی و ارشاد ناجا قصد دارند برنامه‌هایی را در جهت بالا بردن سطح آگاهی شهروندان تهرانی برای پیشگیری از جرم از طریق رسانه ملی (تلویزیون) ارائه نمایند، بهتر است این برنامه‌ها در ساعت‌های پر بیننده، یعنی ۶ بعد از ظهر تا ۱۰ شب و ۱۰ شب به بعد پخش شوند.

شهروندان تهرانی، مهم‌ترین دلیل استفاده‌ی خود از رسانه‌ها را پر کردن اوقات فراغت و استفاده از برنامه‌های طنز و سرگرم‌کننده و همچنین افزایش آگاهی و اطلاع‌آعلام نموده‌اند، پس استفاده از این برنامه‌ها در جهت بالا بردن سطح آگاهی شهروندان تهرانی برای پیشگیری از جرم از طریق رسانه ملی (تلویزیون) در اولویت قرار گیرد.

تعداد زیادی از شهروندان اعلام نموده‌اند که در حد زیاد و خیلی زیاد در هنگام ترک منزل، خودرو، محل کار و ... هشدارهای پلیسی را رعایت می‌کنند و این می‌تواند دال بر تأثیر هشدارهای خوب پلیسی باشد. بنابراین پیشنهاد می‌شود چنانچه برنامه‌های پلیسی در قالب هشدارهای پلیسی ارائه شود، موفق‌تر خواهد بود.

شهروندان از بین برنامه‌های پلیسی ارائه شده، موفق‌ترین برنامه‌های پلیسی در پیشگیری از جرم را به ترتیب «پخش گزارش‌های خبری از قبیل برنامه‌های در شهر، حوادث رانندگی و ...»، «پخش تیزرهای تبلیغاتی (مثل سیاستی)»، «تهیه و پخش برنامه‌های آموزشی مثل پلیس بزرگراه»، «پخش گزارش‌های خبر از دستگیری مجرمان (مثل دستگیری سارقان خودرو، کیف قاپان و ...)» اعلام نموده‌اند، پس پیشنهاد می‌گردد برای ساخت برنامه‌های پلیسی در جهت پیشگیری از جرم، ساخت برنامه‌هایی در قالب برنامه‌های یاد شده در اولویت قرار گیرد.

شهروندان اعلام نموده‌اند تهیه و پخش فیلم‌ها و سریال‌های پلیسی، کمترین تأثیر را در بالا بردن سطح آگاهی آنها در جهت پیشگیری از جرم داشته است و از طرفی بر اساس

مطالعاتی که قبلاً محقق شده مشخص گردیده بعضی از مجرمان، جرایم خود را به سبک فیلم‌ها و سریال‌های پلیسی پخش شده از سیما (مثل تب سرد، خواب و بیداری، کارآگاه علوی و ...) انجام می‌دهند و هزینه‌ی ساخت آنها نسبت به دیگر برنامه‌ها بیشتر است، پس پیشنهاد می‌شود ساخت این گونه برنامه‌ها متوقف شود و یا در صورت ادامه یافتن با انجام کارهای مطالعاتی و اخذ نظر چندین کارشناس اعم از انتظامی و رسانه‌ای نسبت به تهیه آنها اقدام شود تا حداقل اگر در پیشگیری از جرم مؤثر نیستند، خود مشوق یا ارائه دهنده سبک‌های انجام جرایم نباشند.

رسانه‌ها به خصوص تلویزیون، توانمندی‌های بالایی در جهت کمک به پلیس در جهت دستیابی راحت‌تر به اهداف تعیین شده دارند و این موضوع، به نحو مطلوبی در برخی از کشورها استفاده می‌شود و در بررسی تحقیقات خارجی این موضوع به روشنی مشاهده می‌شود، بنابراین پیشنهاد می‌شود با برگزاری جلسه‌های تعامل با دست‌اندرکاران رسانه‌ها و انجام مطالعات تطبیقی از این رسانه در جهت دستیابی آسان و کاهش هزینه‌های پلیسی برای پیشگیری، کاهش و کنترل جرایم استفاده شود.

از آنجایی که شهروندان تهرانی میزان تأثیر پخش گزارش‌های خبری مثل دستگیری مجرمان، سارقان خودرو، کیف‌قاپان و ...، پخش گزارش‌های خبری در خصوص موفقیت ناجا در کشف باندهای قاچاق از قبیل مواد مخدر، کالای قاچاق و ...، اعلام نتیجه پرونده‌های جرائم مثل قصاص، اعدام و اجرای طرح‌های مختلف مثل مبارزه با اراذل و اوباش، انضباط اجتماعی و غیره را در پیشگیری از جرایم، در حد مابین متوسط و زیاد توصیف و ارزیابی نموده‌اند پیشنهاد می‌شود این گونه برنامه‌ها کماکان ادامه پیدا کند تا ضمن برجسته کردن جنبه‌های ترسانندگی مجازات‌ها به دلیل اعلام فرجام فعالیت‌های مجرمانه و ایجاد احساس بازدارندگی از انجام جرایم در بین مجرمان باعث افزایش احساس امنیت در بین شهروندان نیز گردد.

از آنجایی که شهروندان تهرانی اعلام نموده‌اند دستیابی به تجهیزات جدید کشف جرم مثل کنترل سرعت به وسیله دوربین و غیره و همچنین اعلام توانمندی‌های پلیسی مثل حضور سریع پلیس ۱۱۰، پلیس راهور و غیره در حد «مابین متوسط و زیاد» در کاهش



جرایم مؤثر هستند پیشنهاد می‌گردد در صورت هرگونه دستیابی به تجهیزات جدید، یا کاهش زمان رسیدگی یا حضور پلیس در رسانه‌ها به خصوص رسانه ملی (تلویزیون) به نحو احسن اعلام گردد تا ضمن اعلام توانمندی و سرعت عمل پلیس باعث بازدارندگی از جرم در مجرمان شود.

از آنجایی که پلیس به تنهایی نمی‌تواند در تولید امنیت و کاهش جرایم مؤثر باشد و در این راستا نیازمند به همکاری و مشارکت نهادها و سازمان‌های مختلف و همچنین همکاری و مشارکت شهروندان می‌باشد و یکی از اهداف تهیه و پخش برنامه‌های پلیسی تلویزیونی ایجاد علاقه و تقویت روحیه همکاری و مشارکت در شهروندان می‌باشد و شهروندان اعلام نموده‌اند این برنامه‌ها در حد مابین متوسط و کم در ایجاد و ارتقای این شاخص مؤثر بوده‌اند (میانگین به دست آمده ۲/۷۵ (از ۶ نمره) می‌باشد) پیشنهاد می‌شود قبل از تهیه و ارائه برنامه‌ها حتماً نظرسنجی از مردم در خصوص تهیه این گونه برنامه‌ها به عمل آید.

منابع فارسی

- توسلی، غلام عباس. (۱۳۷۱). *نظریه‌های جامعه‌شناسی*. تهران: نشر سمت.
- رئیی، رضا. (۱۳۸۲). *بررسی اثربخشی آموزش‌های همگانی پلیس در پیشگیری از سرقت منازل*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده فرماندهی و ستاد دانشگاهی علوم انتظامی.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۷۲). *جامعه‌شناسی ارتباطات*. تهران: نشر اطلاعات.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۰). *درآمدی بر دایره المعارف علوم اجتماعی*. تهران: چاپ سوم انتشارات کیهان.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۱). *نقش وسایل ارتباط جمعی در پیشگیری از وقوع بزهکاری*. تهران: وزارت کشور.
- سرمد، زهره و بازرگان، عباس و حجازی، الهه. (۱۳۷۶). *روش‌های تحقیق در علوم رفتاری*. تهران: مؤسسه انتشارات آگاه.

- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز. (۱۳۸۱). *نظریه‌های ارتباطات*. ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- قاسمی، محمد. (۱۳۸۸). *بررسی تأثیر برنامه‌های ارائه شده پلیسی تلویزیونی بر ارتقاء سطح آگاهی‌های عمومی مردم شهر تهران در پیشگیری از جرائم*. دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی تهران بزرگ.
- قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران.
- محمذنژاد، کاظم. (۱۳۷۱). *وسایل ارتباط جمعی*. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- مک کوایل، دنیس. (۱۳۸۲). *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*. ترجمه: پرویز اجاللی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
- مهرداد، هرمز. (۱۳۸۰). *مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی*. تهران: ناشر مؤسسه فرهنگی-پژوهشی فاران.

منابع لاتین

- Blumer, j.g. (1985) "*the social charater of media gratifications*", in k.e. Rosengren et al. *Media gratification research*. London, sage.
- Hardt, hanno. (1969) *social theories of the press.. Early german and american perspectives*. Beverly hills, sage publication.
- Mccormack, t. (1981) "*revolution, communication and the sense of hstory*", in katz et al. *Mass media and social change*. Beberly hills and london: sage pubication.
- Mcluhan, m. (1964) *understanding media*. London: routledge and kegan paul.
- Lazarsfeld, p.f. And berelson, b. And gaudet, h. (1944) *the peoples choice*. New york: duell, sloan and pearce.
- Lasswell, h. (1984) "*the structure and function of communication in society*", in byrson, the communication of ideas. New york: harper.
- Lasswell, harold. (1948) *power and personality*. New york, norton.