

## امکان‌سنجی نقش وسایل ارتباط جمعی در پیشگیری یا تسهیل وقوع جرم

نوشته

محسن غلامی\*

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۰۳

### چکیده

رسانه‌ها، نمایشگر جریان اطلاعاتی جامعه هستند و به عنوان سپهر ارتباطی میان افراد و کنش و واکنش آنان قرار می‌گیرند. وسایل ارتباط جمعی، بیشتر در پی ایجاد بستر آرام اطلاعاتی برای جامعه است، گرچه گاه در برخورد با پدیده‌ها، مستقیم یا غیر مستقیم کارکرد منفی می‌گیرد که مصداق بارز آن نیز، در انعکاس جرم و جنایت رخ می‌دهد. رسانه، نسبت به این سوژه باید فعل پیشگیرانه برگزیند، اما به دلیل کج‌روی از فطرت خود، چه بسا عملش منفی هم می‌شود و فضا را جرم‌خیز می‌کند. این مقاله تلاش دارد، کاشفی باشد بر ارتباط میان کنش رسانه در مواجهه با جرم که این را در میان نظریه‌ها، توصیف‌ها و تحلیل به جست‌وجو می‌نشیند. استفاده اسنادی از شگردهای محققان و استنتاجی مقایسه‌ای و حتی الامکان استقرایی خواهد داشت تا به احتمال دریابد تنها وضع قوانین و اعمال آن توسط سیستم قضایی، هر چند لازم است، اما کفایت نمی‌کند. پژوهش فعلی، به این تحلیل رسید که رسانه، به عنوان محرک افکار مردمی، در رجوع به خبرهای جنایی، باید جذابیت را بعد از مصلحت جامعه بگذارد تا نقطه ثقل عملی آن منع عادی‌انگاری ارتکاب جرم و ایجاد حس امنیت روانی و اجتماعی برای اجتماع باشد.

کلیدواژه: بازتاب جرایم، رسانه‌های جمعی، کارکرد خبری، بازنمایی جرم، جرم و رسانه.

\* دانشجوی دکتری حقوق بین‌الملل عمومی، گروه حقوق بین‌الملل، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قم (نویسنده مسئول)، قم، ایران [gholami.m314@gmail.com](mailto:gholami.m314@gmail.com)

## مقدمه

رسانه‌های امروزی، به دلیل تکثر در شکل و محتوا، می‌توانند در زمره بازاری تعریف شوند که از هر نظر در تلاش‌اند تا بهترین کارکردها را به نمایش بگذارند؛ از این بابت که هم مخاطب را جذب و هم آنها را نسبت به اهدافی که در پشت زمینه دارند، ارضاء کنند. بنابراین، رسانه‌های جمعی در کنار کارکرد اقتصادی، بُعد سرگرمی و به‌خصوص اطلاع‌رسانی‌شان را همچنان پررنگ‌تر نگه می‌دارند، به‌ویژه اینکه روی اخباری متمرکز می‌شوند که مخاطب‌پذیر و حساسیت‌برانگیزتر است. این نیز وظیفه رسانه و همچنین چارچوب‌های نظارتی بر آنها را حساس‌تر می‌کند.

نمی‌توان منکر این واقعیت شد که حق مخاطب برای دریافت اخبار و اطلاعات و داده‌های درست، از ضرورت‌های زندگی در جوامع جدید است که در قلمرو حقوقی، نقش این حق با مسئولیت‌های کیفری یا مدنی مواجه می‌شود (قاضی شریعت‌پناهی، ۱۳۷۷: ۱۶۳). رسانه هدایت‌کننده افکار عمومی است، اما همواره، کارکردش نتیجه مثبت ندارد؛ چنانکه امروز اخبار مربوط به جرم و انحرافات، نقطه‌ای مهم بسیاری از رسانه‌هاست و در این بین، بعضی آموزش جرم‌شناسی را با جرم‌زایی مشتبه می‌گیرند و به جای تصحیح، مروج انحراف می‌شوند.

پس رسانه‌ها، اگرچه عهده‌دار نقش روشنگری در جامعه و اسباب بیداری افکار عمومی هستند، نباید با برخورد‌های احساسی، رویکرد عقلایی به اتفاق‌های جامعه را مخدوش سازند؛ از جمله برخورد احساسی رسانه‌ها، قضاوت شتاب‌زده و غیرمستند آنان در قبال وقایع جنایی است. در این رابطه، کارکرد اصلی ارائه اخبار در رسانه‌ها، پاسخ به تشنگی جامعه برای دستیابی به آگاهی است. از این رو، هرچه پایه‌های مستند و منطقی این اخبار بیشتر باشد، این وظیفه درست‌تر انجام خواهد گرفت (شایگان، ۱۳۸۹: ۹۲). این نکته را هم باید مد نظر قرار داد، رسانه محل انعکاس تضارب آراء و چندصدایی است که منجر به گفت‌وگو یا کژتابی و انحراف افکار عمومی می‌شود، اما بالاخره تصورات عامه مردم، بازتاب همان تفکری است که رسانه‌ها خود، مبلغ و مروج آن هستند.

رسانه‌های جمعی، به سبب توده عظیمی از مخاطب که پشت سرشان دارند، باید در جهت‌دهی محتوایی و رجوع‌شان به خبرهای مرتبط با جرایم، دست به انتخابگری مستدل و منطقی زده و البته پوشش‌دهی آنان نیز متکی بر پیشگیری از جرم‌زایی باشد نه احیاناً تبلیغ جرم، عادی‌سازی و یا آموزش ناخواسته آن. این پژوهش، با طرح سؤال‌هایی بر چرایی و نحوه انعکاس جرم در رسانه‌ها، تحلیلی بر نظرهای مطروحه به روش اسنادی و کتابخانه‌ای دارد و سراغ همبستگی میان کارکرد رسانه‌ها و بازتاب این بخش در جامعه می‌رود تا نگاهی مبتنی بر قیاس نسبت به ابعاد جامعه‌شناختی - ارتباطی حاصل از رسالت اطلاع‌رسانی جرایم داشته باشد.

## پیشینه موضوعی

در مقاله‌ای که پاییز ۱۳۹۱ با عنوان «تأثیر رسانه‌های جمعی بر ایجاد امنیت» به قلم عظیمی و همکاران منتشر شد، آمده است که رسانه‌ها نه تنها در تقابل با امنیت عمومی و ملی نیستند، بلکه مکمل و عامل اصلی تقویت آن هستند. در این رابطه، با منع هرگونه تهدید، باید رسانه‌ها را تقویت کرد. پژوهشگران، امنیت را در گرو توسعه اعتماد اجتماعی و رسانه‌ها را، مهم‌ترین عامل ایجاد و توسعه اعتماد دانسته‌اند.

شایگان در سال ۱۳۸۹، نقش آموزش جرم در رسانه‌ها را واکاوی می‌کند و در پژوهش «رسانه و آموزش جرم» با تحلیل کمی صفحه‌ حوادث روزنامه جام‌جم، نتیجه می‌گیرد بیشتر محتوای حوادث روزنامه مربوط است به جرایم که سرقت، قتل و کلاهبرداری، به ترتیب بیشترین آمار را داشته‌اند. همچنین محتوای حوادث، به میزان کمی به آموزش جرم پرداخته، میزان ترسانندگی و بازدارندگی نیز کافی نبوده است. در این حوادث، چهره مثبت و موفق از پلیس تصویر شده که مؤثر در پیشگیری از جرم توسط خواننده بوده است.

«بررسی نقش دوگانه رسانه‌های جمعی در پیشگیری و وقوع جرم» در سال ۱۳۸۸، به همت حبیب‌زاده و همکاران، با استفاده از روش مروری و اسنادی در تحلیل خود و با تأکید بر نقش روان‌درمانی رسانه، به این نتیجه می‌رسند که رسانه‌های جمعی، توانایی تشدید احساس ناامنی، ترویج بزهکاری و تشویق افراد مستعد به ارتکاب جرم را دارند. همچنین با ایفای نقش اطلاع‌رسانی و ترویج الگوهای زندگی سالم، قادر به کاهش وقوع جرم و در افزایش احساس امنیت مؤثر هستند.

مودن‌زادگان و افشاری در مقاله «نقش رسانه در پیشگیری از جرم در سیاست جنایی ایران» که زمستان ۱۳۹۲ منتشر شده، مؤکد این مطلب‌اند که با اتخاذ سیاست‌های کارآمد تقنینی، قضایی و مشارکتی می‌توان از رسانه به عنوان ابزار مؤثری در پیشگیری از بزهکاری استفاده کرد. با این حال، هنوز مقنن نتوانسته از طریق جلب سیاست جنایی مشارکتی، امر به معروف و نهی از منکر و اتخاذ آموزش همگانی به وسیله رسانه‌ها، در پیشگیری از وقوع جرم توفیقی حاصل کند، یا حداقل تأثیر آن ملموس نیست. در سیاست جنایی قضائی نیز، همانند سیاست جنایی تقنینی و مشارکتی، استفاده از رسانه در امر پیشگیری از وقوع جرم، جدی تلقی نشده و برنامه‌ریزی خاصی در این راستا مشهود نیست.

تحقیقات دیگری از جمله «بازتاب رسانه‌ای جرم» توسط فرجی‌ها در سال ۱۳۸۵، «نقش رسانه در پیشگیری از جرم» نوشته بیابانی در سال ۱۳۹۲ و یا قبل‌تر در سال ۱۳۷۸ «تأثیر رسانه‌های گروهی بر پیشگیری از جرم» به همت رحمانیان انجام شده و ارتباط رسانه و جرم را کنکاش کرده‌اند. هر چند تحقیق‌های بسیاری در این زمینه انجام شده، با توجه به هم‌نوایی رسانه و سوژه پرمخاطب جرم، همچنان نیاز به درک پژوهشی متقابل این دو با یکدیگر وجود دارد.

## مدیریت رسانه در دایره جرم‌شناسی

### ۱. مانور رسانه‌ای مجرمانه

مفهوم پیشگیری از جرم، طبق آنچه که سازمان ملل ارائه می‌دهد، عبارت است از مجموعه اقدام‌ها و راهبردهایی که به منظور کاستن از خطر ارتکاب جرم و کاهش تأثیرهای زیان‌بار آن بر افراد و جامعه، همانند ترس از جرم، انجام می‌شود و بر عوامل ایجادکننده جرایم تأثیر می‌گذارد (جوان جعفری و سیدزاده ثانی، ۱۳۹۱: ۳۷) اینجاست که نقش ابزارهای حاکمیتی، در تحقق این تعریف، کاربردی می‌شود و چه ابزاری متقن‌تر و کاراتر از وسایل ارتباط جمعی که مردم به آن وابسته‌اند.

همچنان‌که جامعه‌شناسان معتقدند وسایل ارتباطی با پخش اطلاعات و معلومات جدید، به موازات کوشش معلمان و استادان، وظیفه آموزشی انجام داده و بر این اساس دانستنی‌های عملی، فرهنگی و اجتماعی دانش‌آموزان و دانشجویان را تکمیل می‌کنند (معلم‌نژاد، ۱۳۹۱: ۵). با این حال، در مقاطع حساس‌تر خبری و به‌ویژه مانور رسانه‌ای مجرمانه، مخاطبان رسانه‌های جمعی از این منظر که امروز، دسترسی ارزان و آسانی به جمع مختلفی از ابزارهای خبری و سرگرم‌کننده دارند، ممکن است اسیر جذابیت خبرهای رسانه‌ای شوند و در واکنش به مطالب پرجاذبه حوادث، رویکردشان کج و متفاوت شود. جدا از رویکرد منفی یا مثبت به این نوع پوشش‌دهی خبری، کشش این اخبار، زمینه‌ساز رجوع گروه‌های سنی حساس و رسوخ افعال مخاطره‌آمیز در ذات و روان مخاطب خواهد بود؛ در همین ایستگاه است که حقوق مخاطب عینی‌تر معنا می‌یابد.

### ۲. ساده‌سازی خبری مفاد جنایی برای مخاطب

باید پذیرفت عناوین روزنامه‌ها، برای جلب توجه ما به داستان‌های مجرمانه که سعی در مبهوت کردن، ترساندن و لذت و سرگرمی دارند، طراحی می‌شوند. سیاستمداران فعال حوزه نظم و قانون نیز، مشکلات پیچیده جرایم را در حد خوراک مصرفی صوتی در اختیار آیت‌های خبری، به‌ویژه برای رادیو و تلویزیون ساده‌سازی می‌کنند (جوکر، ۱۳۹۴: ۱۱). این نکته را در نظر بگیریم که قوانین مدون در قانون مجازات اسلامی و کیفری، تفسیری مضیق از جرایم دارند.

این امر، در کنار تحلیل موسع رسانه‌ها از خبرهای جنایی، حالت انفعالی را در دستور کار وسایل ارتباط جمعی می‌گذارد، بدین معنی که رسانه، در بازنمایی و بازتاب جرایم و بزهکاری‌ها، غیر عمد و شاید خودخواسته و برای اهداف درونی و نه مشتری‌مداری، جذابیت کاذب هم ایجاد کند تا در رقابت رسانه‌های صوتی و تصویری از بقیه عقب نماند.

### ۳. تهدیدی بر تحدید جرایم

رسانه‌ها، تأثیر بسزایی بر تصویر کلی جامعه، نسبت به ماهیت جرایم دارند به نحوی که پنداره‌ها

و تصورات آنان درباره جرم یا بزه، بیشتر محصول رسانه‌هاست. مثلاً رسانه‌ها، معمولاً جرم را در قالب نوعی جرم خیابانی معرفی می‌کنند؛ یعنی مفهومی که با ایجاد رعب و وحشت در میان افراد جامعه گره خورده و خشونت نیز رکن عمده آن تلقی می‌شود (رزمان، ۱۳۹۶: ۱۲۴). پس به سبب غلظت در پرداخت به این نوع اخبار جنایی، توسط وسایل ارتباط جمعی که گاه با تحریف همراه است، اعتماد اجتماعی رنگ می‌بازد.

تمرکز هیجانی، بر یک‌سری اخبار جنایی، به خاطر درجه تازگی و درگیری مخاطبان، در همه رقابت رسانه‌ها در تزیق سوژه‌های جدید از تجاوز گرفته تا قتل و غیره، تا جایی پیش می‌رود که دسته‌ای از این اعمال، به دلیل کثرت و تکرار، حتی عادی‌انگاری می‌شود. در حالی که بزه‌های دیگر، مثل تخریب محیط زیست یا موضوع‌های بهداشتی و جز آن که عمومیت را در بر می‌گیرد، از دایره گزارش‌های تحقیقی خبری کنار می‌روند.

بنابراین سؤال‌هایی بیشتر حول این محور مطرح می‌شود که آیا انعکاس جرم در رسانه‌ها، باعث آگاهی مخاطب و در نتیجه کاهش جرایم می‌شود؟ آیا رسانه در بازتاب جرایم، باید خود را مقید به توصیف صرف پدیده بزه و بزهکاری کند؟ چرا مخاطب این قدر شیفته جرم و خشونت است؟ و باید پرسید این اتکای محض رسانه بر ارزش خبری و جذابیت‌زایی، روان مخاطب را به سمت ترس، جرم‌خیزی و غیره سوق نمی‌دهد؟

## رویکرد نظری رسانه در تلاقی با جرم‌شناسی

رسانه، هرچند کارکردهای متفاوتی دارد، اما در تلاقی با رشته‌های میدانی-تحقیقی مثل جرم‌شناسی، چارچوب فعالیت آن انتزاعی و تخصصی‌تر می‌شود، چراکه هردوی اینها در تقابل با جرم، کارایی فعال و عینی دارند. پس باید سراغ نظریه‌های هر دو رفت و در رهیافت‌ها به این نتیجه رسید که رسانه چگونه در خدمت پیشگیری از انحرافات توده‌عام خواهد بود و چه بسا ممکن است حتی منتهی به جرم‌زایی ایشان شود.

### ۱. راهبری رسانه مطلع در میدان جرم

سورین و تانکارد<sup>۱</sup> (۱۳۸۶) عملکرد رسانه را در حفظ اجتماع، منوط به رفتار معقول و صحیح می‌دانند و راهکارهایی در این زمینه ارائه می‌کنند از جمله بهره‌مندی از اطلاعات کافی و لازم درباره جرم و طرق پیشگیری و رغبت متولیان نهادهای نظارتی و کنترل‌کننده جهت پیشگیری از جرایم به وسیله بهره‌گیری از رسانه. آنها با اشاره به جایگاه تأثیرگذار رسانه بر جامعه، حفاظت از اجتماع را توسط رسانه، قابل تحقق می‌دانند. ضمن اینکه عملیات پیش‌بینی جرم را نیازمند پیش‌بینی وقایع فرض می‌کنند که لزوماً بی‌نقص هم نخواهد بود (کلارک و اک،

۱۳۸۸: ۲۱۳). بالاخره این ادعا وجود دارد که ورود رسانه به میدان جرایم، همیشه رویکرد مثبتی نیست، گرچه باید مدعی بود که به هر حال نقش راهبری آن قابل توقع است. جرم‌شناسی، با تعمق در شخصیت فرد، علل و عوامل جرم‌زا را در جامعه و میزان خطرناکی بزهکار و قابلیت بازپذیری اجتماعی وی را مطالعه کرده و با انجام راهکارهای اصلاحی و تربیتی سعی در بازگرداندن، بازپذیری و آشتی مجدد وی با خانواده و جامعه دارد (بیگ‌زاده، ۱۳۸۷). این علم، با انشعاب از شاخه جامعه‌شناسی و حقوق، به عملیات پیشگیری در قالب دسته‌بندی جرایم می‌پردازد و از چند زاویه به تحلیل آن می‌نشیند. پیشگیری‌های چندگانه شامل «اولیه، ثانویه و ثالث»، «عمومی و اختصاصی»، «انفعالی و فعال»، «وضع‌ی و اجتماعی»، «دفاعی و راهی‌بخش»، «تنبیهی و اصلاحی»، «مکانیکی و علی» و ... از انواع این طبقه‌بندی‌هاست. از طرفی رسانه، در ماهیت خود قادر است روند جرم‌زدایی را تسریع و جرم‌زایی را تسهیل کند. در تعریف کارکردهای اجتماعی رسانه‌ها، چنین دسته‌بندی می‌کنند: اطلاعات، همبستگی، تداوم، سرگرمی و بسیج (مک‌کوایل، ۲۰۰۶: ۹۷-۹۸). پس، تبیین آیت‌های محتوایی و خبری بزهکاری را می‌توان در تکالیف رسانه جست‌وجو کرد. گرچه این مقوله، در رسانه‌ها، جایگاه متضادی دارد، همان‌طور هم که بعضی آن را در ورطه اطلاعات و برخی دیگر در طیف سرگرمی می‌گمارند. بنابراین در نتیجه‌دهی، عملکرد رسانه‌ها گاه به سمت جرم‌زدایی و گاه محرک جرم‌زایی می‌شود.

## ۲. رویکرد سلبی به رسانه در توزیع اخبار جنایی

استفاده از وسایل ارتباط جمعی و خبری، در راه انتشار اخبار و راهنمایی افراد و پرورش و گسترش افکار عمومی، سبب پیشرفت آزادگی می‌شود و بهره‌برداری از آن‌ها به عنوان وسایل تبلیغاتی و اعتقادی مغرضانه، به بردگی منتهی می‌شود (معمدندزاد، ۱۳۹۱: ۱۳). با توجه به اینکه شرط بقای جامعه، وجود یگانگی اجتماعی است (کوئن، ۱۳۷۲: ۱۵)، در پوشش خبری بزهکاری و جرم نیز، رویکرد نقادانه‌ای به عملکرد رسانه‌ها در تأمین امنیت فردی و اجتماعی وجود دارد؛ به‌ویژه این اعتقاد که رسانه‌ها، از مکتوب گرفته تا دیداری و شنیداری، گاه برای جذب مخاطب، در رویکرد به بزهکاری دچار اشتباه می‌شوند.

عده‌ای معتقدند رسانه‌ها، اعم از دیداری، شنیداری و نوشتاری، با بازتاب اخبار جنایی، زشتی رفتار مجرمانه را میان مردم از بین برده و جرم را امری عادی نمایش می‌دهند. با این روند، جامعه بالتبع به این زشتی‌ها عادت کرده و در ادامه، زمینه سقوط ارزش‌های اجتماعی و هنجارهای زندگی سالم را ممکن می‌سازد. بنابراین طرفداران این نظریه، به عدم انتشار اخبار جنایی در رسانه، به‌طور مطلق اعتقاد دارند و جمعی دیگر، پوشش خبری حوادث جنایی را، به‌طور محتاطانه مد نظر قرار می‌دهند (رحمانیان، ۱۳۷۸: ۶۲-۷۸). این نوع از رویکرد به رسانه‌ها و نظر‌ها را، باید در دسته انتقادی و نگاه سلبی جای داد.

## نماسازی بزه در افکار عمومی

در بازتاب رسانه‌ای جرم، باید سراغ روش‌های بینامتنی رفت تا بتوان رسانه را، در زوم‌کردن بر جرایم و نمایش آن، مقایسه و کیفیت عملکردش را ارزیابی کرد. در میان نظریه‌های مختلف علم جرم‌شناسی آن‌هایی مهم‌تر است که می‌توان در لابه‌لای مفاهیم آن، برای بهبود شرایط، نقش کارکردی نیز به رسانه داد.

یکی از معروف‌ترین تقسیم‌بندی‌ها مربوط به «کاپلان<sup>۱</sup>» است که مراحل پیشگیری از جرم را در سه مرحله تشریح می‌کند: اولیه، ثانویه و ثالث. در پیشگیری سطح اولیه، هدف آن است تا با بهبود شرایط زندگی افراد، از بزهکاری جلوگیری شود. پیشگیری سطح دوم، به دنبال آن است که با به‌کارگیری تدابیر مناسب و با مواجهه‌های زود هنگام، از وقوع جرم افرادی پیشگیری کند که در شرایط بحرانی به سر می‌برند و احتمال بزهکاری از سوی آنها وجود دارد.

پیشگیری سطح سوم نیز، سعی دارد با مداخله در بازسازی و اصلاح مجرمانی که مرتکب جرم و محکوم شده‌اند، از تکرار جلوگیری کند (رجبی‌پور، ۱۳۸۳: ۲۰). با توجه به این سطح‌بندی، متولیان امر، از قوای تصمیم‌ساز گرفته تا نهادهای نظارتی و کنترل‌کننده، می‌توانند در فراگرد پدیده جرم، به کنش‌های مناسب به فعل بزه پردازانند. بازیگر اصلی این جریان نیز می‌تواند رسانه باشد تا هدایتگر رفتار و ذهنیت جامعه در چگونگی برخورد با بزه معرفی شود. به هر ترتیب، نقش رهبری‌کننده وسایل ارتباطی و آثارشان در بیداری و ارشاد افکار عمومی، امری واضح بوده و روزبه‌روز بر اهمیت آن افزوده می‌شود. در نظام‌های دموکراسی، وسایل ارتباط جمعی می‌توانند در راه گسترش ارتباط میان رهبری‌کنندگان و رهبری‌شوندگان، خدمات مهمی را انجام داده و در قامت آیینۀ تمام‌نمای افکار عمومی در جلب همکاری مردم و مشارکت دادن آنها در امور اجتماعی، تأثیر فراوانی برجای بگذارند (کریمی، ۱۳۸۲: ۱۲۲-۲۴).

## کارکردهای اعتبارسنجی وسایل ارتباط جمعی

«هارولد آدامز اینیس<sup>۲</sup>» رسانه را، عصارۀ تمدن می‌شناسد و معتقد است رسانه‌ها، تاریخ را در هر عصر و زمانی هدایت می‌کنند. وی رسانه‌ها را، توسعه‌دهن ذهن انسان می‌داند و می‌گوید رسانه، آنچه را که در یک دوره تاریخی اتفاق می‌افتد و با اهمیت به نظر می‌رسد، تعیین می‌کند (لتیل جان، ۱۳۸۴: ۷۳۰) گرچه مشکل اساسی وسایل ارتباط جمعی، به‌خصوص رادیو، تلویزیون و روزنامه، برای تحقق کارگزینش، در نهایت سرعت است (ساروخانی، ۱۳۸۷: ۷۲)؛ به‌خصوص در مورد داده‌های خبری حساسیت‌برانگیز، به‌ویژه تصویر جرایم که در نظر مخاطب، جذاب و گیرا است. در نظام جمهوری اسلامی ایران تنقیح، اصلاح و رفع خلأهای قوانین نسبت به جرایم، بر

1. Kaplan
2. Harold Adams Innis

گردن سیستم قضایی است، با این حال انجام این رسالت، مبتنی بر به‌کارگیری ابزارهای قوی است که توان نظارت، مکاشفه و قدرت حل مسئله را داشته باشند؛ یعنی همان چیزی که از وسیله ارتباط جمعی امروزی با همه تنوع و کارایی موسع، انتظار می‌رود.

### ۱. وظایف ارتباط فکری

از وظایف رسانه‌ها، «اطلاع و آگاهی» شامل نقل جریان وقایع، اقدام‌ها و عقاید در زمینه‌های مختلف و وضع زندگی دسته‌جمعی با حفظ جنبه خبری می‌شود. «پرورش» نیز، اعم از کوشش‌های آموزشی همراه با نقل و تشریح خبرهای جاری است و «بیان» رسانه، دربرگیرنده کمک به ایجاد ارزش و نقش‌های اجتماعی و مساعی لازم در جهت معرفی فرهنگ و تمدن خواهد بود. همچنین «اجبار» که بر تحمیل نامرئی روش و رفتارهای اجتماعی و تغییر غیر مستقیم روحيات و اعتقادات عمومی دلالت دارد (کلوس، ۱۹۷۶: ۱۸-۲۴). امر اطلاع‌رسانی، با قید صحت در اطلاعات از اولویت‌های واردشده بر نقش رسانه در حقوق شهروندی محسوب می‌شود.

### ۲. کارکرد نظارتی

از مهم‌ترین کارکردهای رسانه خبری، نقش نظارت بر محیط است. کارکرد نظارت و حراست از محیط، شامل رساندن اخبار به وسیله رسانه‌ها می‌شود که برای اقتصاد و جامعه ضروری است؛ مانند گزارش اوضاع سهام، ترافیک، شرایط آب و هوایی و ... (سورین و تانکارد، ۱۳۸۶: ۴۵۰-۵۱).

### ۳. آگاه‌سازی

این وظیفه از طرفی، به آموزش و از جهتی دیگر به خبررسانی نزدیک است، اما وظیفه‌ای متمایز از آن دو است چراکه وسایل ارتباط جمعی، نه تنها باید به انتقال و پخش اطلاعات، بلکه تحلیل درست اخبار و تشریح آنان پردازند. تحلیل علی پدیده‌های خبری و آگاه‌سازی از این علل، زمینه تغییر در جهان بینی انسان‌ها را فراهم می‌سازد. بدین سان تنها وسایل ارتباط جمعی، باید به آگاه‌سازی انسان از ضروریات زندگی پردازند (ساروخانی، ۱۳۸۷: ۹۱). چنین رکنی را می‌توان ممزوج در اوج و فرود رسانه‌ها و رقابت آنان دانست.

### ۴. راهنمایی، راهبری و کنترل

از وسایل ارتباط جمعی، به‌خاطر حضور حتمی‌شان در جوامع پیچیده مدرن، انتظار می‌رود



جایگاه ضروری در فرایندهای راهنمایی و کنترل اجتماعی عهده‌دار شوند. البته نوع نقش و شکل اجرای آن، به موازات جوامع، متفاوت است (مک‌کوایل، ۱۳۸۸: ۱۲۷).

## ۵. خبری و آموزشی

شبکه‌های وسیع ارتباطی، تمام مدت شبانه‌روز در فعالیت خود، به هرکس آنچه را که مایل است و حتی خیلی بیشتر از آن آموزش می‌دهد. وظیفه و نقش اصلی وسایل ارتباط جمعی، انتشار جریان رویدادهای اجتماع است. اهمیت وظیفه آموزشی این وسایل، به قدری است که بعضی جامعه‌شناسان برای مطبوعات، رادیو، تلویزیون و سینما نقش آموزش محوری یا آموزش دائمی قائل می‌شوند (معمد نژاد، ۱۳۹۱: ۳-۵). به خصوص در دوران کنونی که فضای مجازی با اصالت تعاملی‌اش، به سبب جذب سهل و سریع مخاطب فراگیر، این نقش را جدی‌تر دنبال می‌کند.

## ۶. ابزار تفریح و سرگرمی

وسایل ارتباط جمعی، مهم‌ترین ابزار تفریحی و سرگرمی افراد تلقی می‌شوند که با پخش و انتشار برنامه‌های سرگرم‌کننده، بر الگوی رفتار اوقات فراغت انسانی اثرهایی تعیین‌کننده دارند و از این طریق، فرد از تنهایی و زندگی سخت روزمره‌اش رهایی یافته و با محیط بیرونی تماس برقرار می‌کند (دادگران، ۱۳۸۵: ۱۲۶). اینجا نیز به دلیل عدم دروازه‌بانی داده‌ها، در ورود به رسانه‌های تعاملی و مجازی، شمایل تفریحات، چنان متغیر می‌شود که ناهنجاری‌ها، بیشتر در معرض خودنمایی هستند.

## ۷. همگن‌سازی

«دنيس مک‌کوایل» در تعاریف مختلفی که برای رسانه تصور کرده، با تعبیر از کلمه بسیج اشاره به تبلیغ و ترویج اهداف جامعه در زمینه سیاست، جنگ، توسعه اقتصادی، کار و گاه مذهب دارد. در نقطه‌ای دیگر، به همبستگی متوسل می‌شود که بر کارکرد رسانه در زمینه ارائه فرهنگ مسلط و به رسمیت شناختن خرده‌فرهنگ‌ها و تحول‌های جدید فرهنگی و همچنین تحکیم و حفظ ارزش‌های مشترک استوار است (مک‌کوایل، ۱۳۸۸: ۱۰۹-۱۱۰). در عین اینکه نظریه پردازان جامعه‌شناسی ارتباطات معتقدند، مخاطبان را باید توده‌های عظیم انسان‌های پراکنده با ویژگی‌های ناشناخته فرض کرد که هیچ‌گونه پیوندی ندارند و اشتراکشان متأثر از اثری است که از رسانه می‌گیرند، رسانه‌ها، عامل پیونددهنده انسان‌ها بوده و به آنها هویت جمعی می‌دهند. کارکرد اصلی وسایل ارتباط جمعی، همان مخاطب قرار دادن توده‌ها و نه گروه‌های خاص است. به بیان «ژان کازنو» رسانه‌ها به توده‌سازی می‌پردازند (آشنا، ۱۳۸۰: ۱۹-۲۰).

## جرایم رسانه‌ای در قوانین مصرح قضایی

در قوانین بارشده داخلی جمهوری اسلامی ایران، پیشگیری از جرم از اصول لازم و انجام آن، وظیفه اصلی قوه قضائیه است، چنان‌که در بند ۵ اصل ۱۵۶ قانون اساسی، به صراحت به "اقدام مناسب برای پیشگیری از وقوع جرم و اصلاح مجرمین" اشاره می‌کند. مطابق با این بند، تدابیر آموزشی، همان بازوی اجرایی قانون اعلامی است، یعنی نقش رسانه جدی تر می‌شود. پس قوه قضائیه می‌تواند آموزش را، به وسیله رسانه‌های جمعی و بیشتر از جانب صداوسیما، وارد فرهنگ عامه و از مجرای رسانه‌های خبری مجازی، به توده مخاطب پراکنده تر بکشد. البته مطبوعات و مکتوبات نیز بخش‌های دیگری با قابلیت آموزشی هستند که مخاطبان خاص خود را دارند.

این نکته را هم باید در نظر گرفت که اصل ۱۷۵ قانون اساسی، در تفسیر دستورالعمل رسانه فراگیر صداوسیما، بر آزادی انتشار و تبلیغ طبق موازین اسلامی تأکید و اشاره می‌کند: "در صداوسیما جمهوری اسلامی، آزادی بیان و نشر افکار با رعایت موازین اسلامی و مصالح کشور باید تأمین گردد". پس عملکرد رسانه‌ها در بازنمایی جرایم، مبتنی بر آزادی بیان است، به شرطی که رعایت حقوق فردی و جمعی محفوظ باشد؛ بنابراین حق پیگیری مخاطب بزه‌دیده و شنونده بزه برایشان موجود است. با این حساب، رسانه باید چارچوب آموزشی را، حول اخبار و مطالب جنایی قابل انعکاس بچیند و بی‌جهت و از سر تفنن که برای جدایت‌آفرینی است، در نمایش جرایم افراط نکنند.

باید دقت کرد، مواد قانونی متعددی، همانند اصل ۱۶۹ قانون اساسی و ماده ۲ قانون مجازات اسلامی از لزوم قانونی بودن جرایم سخن گفته و اصل ۱۳۶ قانون اساسی نیز، بر الزام قانونی بودن مجازات‌ها تأکید دارد. این اصول می‌تواند برای جرایم، تعریف مشخصی داشته باشد تا مانع شود که رسانه، هر آنچه را جرم می‌پندارد، با برچسب جرم منعکس کند.

رسانه‌ها، کارکردی امنیت‌ساز دارند و در ایجاد امنیت از نقش مؤثری برخوردارند، اما آن زمان که در کارکردی منفی نقش وارونه عهده‌دار شوند، فضای اطلاعاتی جامعه را آلوده، مبهم و تاریک خواهند ساخت (بیابانی، ۱۳۸۴: ۷۷). همین موضوع نیز، بارها مد نظر قانون صریح و مدون جامعه داخلی و دیگر معاهده‌های بین‌المللی است. از این رهگذر، همین کلیدواژه‌ها، پیش از این نیز، معیار نظریه‌های متفکران جرم‌شناسی بوده است. رسانه بسته به عملکرد خود، از مخابره صرف جرایم گرفته تا تبیین و تفسیر در بازتاب آن، باید حرمت مخاطب را حفظ کند.

حرمت حق خصوصی یا به تعبیری «حق خلوت» (اسماعیلی، ۱۳۹۱: ۲۹۶) در تمام اسناد حقوقی بین‌المللی به شکل مستقیم یا کلی دیده می‌شود. از این رهگذر یادآوری می‌شود که در ماده ۱۲ اعلامیه جهانی حقوق بشر مصوب ۱۰ دسامبر سال ۱۹۴۸ ذکر شده است:

هیچ احدی نمی‌بایست در قلمرو خصوصی، خانواده، محل زندگی یا مکاتبات شخصی، تحت مداخله و مزاحمت خودسرانه قرار گیرد. به همین سیاق شرافت و آبروی هیچ کس نباید مورد تعرض قرار گیرد. هر کسی سزاوار و معوق به حفاظت قضایی و قانونی در برابر چنین مداخلات و تعرضاتی است.

این مفاد در سایر اسناد بین‌المللی از جمله اعلامیه اسلامی حقوق بشر (قاهره) مصوبه ۱۵ مرداد سال ۱۳۶۹ منطبق با ماده ۱۸ اعلامیه و یا ماده ۱۷ میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی در کنار برخی اصول یا مواد قانونی حقوق داخلی مثل اصل ۳۹ قانون اساسی یا کلیت قانون مجازات اسلامی مورد تأکید قرار گرفته است.

## سویۀ بازتاب رسانه‌ای و کنش به ناهنجاری‌ها

«ال. ویور»<sup>۱</sup> حوزه امنیت را، برحسب نوع دوگانگی امنیت دولت و امنیت اجتماعی در نظر می‌گیرد و خاطر نشان می‌کند، افراد جامعه نمی‌توانند نسبت به چیزهایی که امنیت و هویتشان را تهدید می‌کند، احساس مسئولیت نداشته و آن‌ها را تنها به دولت واگذار کنند. ویور، بر لزوم مشارکت افراد، در تأمین اجتماعی خود و جامعه، صحنه می‌گذارد (نبوی و همکاران: ۱۳۸۹: ۸۸). بنابراین انتظار از رسانه، در قبال پرداخت خبری به جرم که سد امنیت است، لزوماً در جهت پیشگیری است، یعنی نمایش مثبت کنش رسانه به ناهنجاری‌ها، افراط و تفریط در تصویرسازی از پدیده‌ها اثر معکوس بر توده‌های جمعی می‌گذارد. بر این اساس هم، نباید متکی بر این ابزار و گردانندگان آن بود.

رسانه به دلیل ماهیت کارکردی، خنثی نیست، اما این تأثیرگذاری منوط به فعل دولت به عنوان کارگزارانی است که قرار است امنیت ایجاد کنند. آنجا است که رسانه، در جهت یکسان‌سازی اطلاعات مخاطب از فضای امن جامعه و سپس جهت‌دهی آن استفاده می‌کند. گرچه این جهت‌دهی مثل دو سر دماسنج است و از صفر تا صد آن تأثیرهای متفاوتی بر مخاطب می‌گذارد که در نهایت منجر به واکنش متفاوت و حتی متناقضی از او می‌شود.

به‌واقع وظیفه جرم‌شناسان، تجهیز اجتماع علیه بزهکاری است و اینکه اقدام‌های لازم را برای درمان بزهکاران به عمل آورند، بدین معنا که هم به مطالعه علل جرم بپردازند و هم راه‌های پیشگیری و جلوگیری و تکرار جرم را واکاوی کنند تا در نتیجه، اجتماع و افراد در برابر جرایم حفاظت شوند (گیدنز، ۱۳۷۷: ۱۲۷).

تعداد داده‌های خبری، در دنیای امروز و تعدد وسایل دستیابی بدان‌ها، باعث تسهیل در گزینش می‌شود. زمانی که حق انتخاب بیشتر و امکان گزینش بسیار می‌شود، گزینندگان در انجام رسالت خویش توفیق بیشتری می‌یابند (ساروخانی، ۱۳۸۷: ۷۲). ابزار انتقال این جریان و بنگاه خبری این فراگرد اطلاعاتی نیز، خود رسانه است که باید توقع مصرف‌کننده پیام را ابتدا جلب کرده تا دست به گزینشگری خبر بزند.

## ابعاد امنیت در الگوی نظام رسانه‌ای

### ۱. تهدید یا تقویت امنیت اجتماعی

رسانه از عوامل جدی تأمین و تقویت بُعد ملی است. در واقع نظام هماهنگ رسانه‌ای، به دنبال انسجام و پایداری توسعه و در نهایت تقویت امنیت ملی است؛ اما در مقابل و در اثر اههم‌گسیختگی رسانه‌ها، تهدید امنیت ملی قابل پیش‌بینی خواهد بود (خانیک، ۱۳۷۶: ۳۵۹). وسایل ارتباط جمعی، باید در مواجهه با جرم، ابتدا به بازتاب پدیده جرم، تورم کیفری، تکرار و انحراف‌های احتمالی ناشی از آن پردازند؛ با این حال باید القاء‌کننده حس مصونیت درونی و روانی نیز باشند.

امنیت اجتماعی به تعبیر ویور، توانایی جامعه برای نگهداری ویژگی اساسی خود، در برابر شرایط متحول و تهدیدهای واقعی یا احتمالی خواهد بود. این نوع امنیت، همچنین، برای تکامل الگوهای سنتی زبان، فرهنگ، مذهب، هویت ملی و رسوم؛ بر حفظ شرایط قابل پذیرش داخلی اتکا دارد (موتیمر، ۱۳۸۰: ۳۸۸). مسلم است که رسانه‌ها به واسطه توسعه کمی و کیفی خود، در عمل می‌توانند فرصت یا تهدیدی برای دوام و قوام احساس امنیت باشند. بدین شکل هم، قادرند مرز میان واقعیت و غیر واقعیت را کدر ساخته، اطلاعات را به زیر پرده ببرند و چهره‌های مشوش از جرم، مجرم و جنایت را به نمایش درآورند (مه‌دوی پور و شهرانی کرانی، ۱۳۹۲: ۱۵). در چنین شرایطی، باید پذیرفت که رسانه‌ها، در تقویت و پرورش نیازهای لاینفک جامعه نقش جدی دارند.

### ۲. تقطیع یا مؤثر بر زیست جرم‌زده

یکی از نیازهای ذاتی جامعه، به کلیدواژه امنیت برمی‌گردد که می‌تواند امنیت انتظامی و امنیت روانی باشد. حتی زمانی که ساختارها و به‌ویژه حاکمیت توان نظم‌دهی نداشته باشد، این رسانه است که به عنوان بازوی حاکمیتی، باید در قبال ناهنجاری‌ها اقدام مؤثری بکند و لااقل عرصه را به سمت امنیت روانی بکشاند.

«ژان کازنو»، جامعه‌شناس فرانسوی، مدعی می‌شود، رسانه‌های جمعی، باید در مشی فکری مردم، سبک زندگی خانوادگی، ابعاد فرهنگ جمعی و توسعه اجتماعی و اقتصادی، دنیای کودکان، امور جنسی و خشونت، تصورات گروه‌های اجتماعی از همدیگر، ارزش‌ها و چهره مجرمانه جوامع ایفای نقش جدی داشته باشد (کازنو، ۱۳۸۷: ۱۰۵-۲۰۹). همچنین با فرض اینکه در پژوهش‌های مخاطب‌شناسی، هنوز تلویزیون بیشترین سهم را دارد (مک‌کوایل، ۱۳۸۷: ۹۷) حداقل کار وسیله ارتباطی، به‌خصوص رسانه‌ای با ظرفیت دیداری-شنیداری تلویزیون، رونق مشارکت و همبستگی اجتماعی میان عوام است. همچنین به عنوان کارگزار، دست به تغییر محیط زده و لااقل بدبینی فکری و روانی افکار عمومی را، نسبت به فضای جرم‌زده، در اذهان به سمت بیداری ببرند.

پس مهم‌ترین وظایف رسانه‌های جمعی بخش سرگرمی، تفریحی، اطلاع‌رسانی و همگون‌سازی اجتماعی آن‌ها نیست. ایفای نقش اثرگذار رسانه‌ها، آن‌ها را در قامت تأثیرگذارترین عامل نظم، امنیت اجتماعی، وفاق، همبستگی و مشارکت مردمی درآورده است. رسانه‌های جمعی، نقش بسیار مهمی در ارائه و اجرای برنامه‌های سیاسی، امنیتی و همچنین برانگیختن مشارکت مردمی در تأمین امنیت اجتماعی ایفا می‌کنند (مصطفوی، ۱۳۹۴: ۱۱۷-۱۸). رسانه‌ها شکل‌دهنده افکار عمومی و از طرفی منعکس‌کننده آن‌ها هستند و در یک کلام، بر ادراک ما از جهان پیرامون تأثیر می‌گذارند. جهان‌بینی انسان‌ها، به شدت تابع عملکرد رسانه‌هاست. در دنیای جدید، هیچ تصمیمی، بدون مشارکت و مشارکت‌آفرینی رسانه‌ها به سامان نمی‌رسد.

### منع وقوع پدیدارشناختی جنایت

برخی نظریه‌پردازان تلاش می‌کنند با طرح و طبقه‌بندی مفاهیم، ریل بهتری در شناسایی، تقویت و درنهایت حل یا رفع پدیدارشناسی بزه بچینند. برای طور مثال «شفت<sup>۱</sup>» از جرم‌شناسان، در رویکردی که به پیشگیری از جرم دارد، به سه روش اصلی می‌رسد.

الف. به‌کارگیری سیستم عدالت کیفری که با استفاده از قوه قاهره مثل پلیس، دادگاه، زندان و امثالهم در جهت بازدارندگی توده مردم نسبت به جرایم عملیاتی می‌شود. چه اینکه این بازدارندگی، در ممانعت از ورود به چرخه جرم باشد و چه تلاش برای خروج و جلوگیری از جرایم مکرر.

ب. نزول و کم کردن موقعیت و فرصت ارتکاب جرم؛ این نگاه متمرکز بر بعد مکانی انگلیس و آمریکای شمالی، معمولاً با طراحی ساختمان و محل‌ها شروع شد و «پیشگیری وضعی از جرم» نام گرفت.

ج. افول انگیزه ایجاد جرم؛ که با عناوینی مثل «پیشگیری از مجرمیت» یا «پیشگیری اجتماعی» از جرم نامیده شده است. (اسمعیلی و کسمایی پور، ۱۳۹۰: ۱۱۱-۱۲).

در توصیف این طبقه‌بندی، می‌توان به رسانه نقش پررنگی داد؛ کارکردهایی که قبلاً اشاره شد، چه در جهت توزیع ارزش‌های غالب به وسیله آموزش و همان چیزی که «هارولد لاسول<sup>۲</sup>» با نام وظیفه اخلاقی یا حمایت از هنجارهای اجتماعی (ساروخانی، ۱۳۸۷: ۶۹-۷۲). از آن یاد می‌کند و چه حتی برجسته‌سازی. بدین معنا که دم از افشاگری متخلفان بزند و بزهدکار را، به‌واقع هنجارشکن نشان دهد، یا با عنصر برجسته‌سازی، سراغ ترسانندگی برود و اثبات کند که مجرم به مجازات قطعی رسیده یا خواهد رسید.

1. Shaft  
2. Harold Lasswell

گرچه برداشت مردم از هیجان و وحشت، سطوح مختلفی دارد. برای افراد با عزت نفس پایین، ترس، هیجان و وحشت پایین اثربخش تر است و برای کسانی که عزت نفس بالاتری دارند، ترس و هیجان بیشتر می‌تواند تأثیرهای رفتاری بیشتری ایجاد کند. در هر حال مسئله آموزش، در راستای تأمین امنیت اجتماعی، نیاز به مخاطب‌شناسی دارد و از این رو، بهترین روش ارائه پیام در شکل ایجاد هیجان، ترس یا وحشت متوسط است تا انگیزه بیشتری را در بیشترین گروه موجب شود (عظیمی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۳۳-۳۴). پس جایگاه نمایشی وسیله ارتباط جمعی را می‌توان به سایر نظریه‌های جرم‌شناسی برچسب زد. نظریه تقلید «گابریل تارد» در تفسیری دیگر، نقطه تأکید خود را بر تقلید فرودست از فرادست می‌گذارد. به زعم نگارنده، رسانه می‌تواند نقش فرادست را در مقابل مخاطب یعنی فرودست ایفا کند.

«هرسچی»<sup>۱</sup> نیز در نظریه کنترل، بر تأثیر همبستگی و اعتقادهای ایمانی و اخلاقی در میزان وقوع جرم متمرکز می‌شود. اگر همین تعریف را با رسانه تداخل دهیم، حتی می‌توان به فعلیت درآمدن زمینه اعتقادی را از رسانه خواست به‌ویژه این قابلیت، در جوامع امروزی، کارکرد جالب‌تری به خود می‌گیرد. پس رسانه‌ها با اجرای کارویژه‌هایی همچون بررسی و نقد، تحقیق و تفحص و یا اطلاع‌رسانی مناسب می‌توانند موجب تصورات تازه‌ای از زندگی و جامعه برای افراد شوند که در ادامه، دولت‌ها را به برآورده‌سازی آن‌ها موظف کنند. بدیهی است، در صورت کاستی نظام سیاسی برای همراهی با این جریان، شکاف بین خواست‌ها و کارویژه‌ها بیشتر می‌شود و امنیت اجتماعی به مخاطره می‌افتد (آنتونی، ۱۳۶۹: ۶۵). این همان چیزی است که خطرش می‌تواند بر روان مخاطب، مخرب‌تر باشد.

## کاربست حقوقی وسیله ارتباط جمعی

### ۱. امکان رسانه در بسط خشونت

رسانه‌های خبری، مشتری همیشگی اخبار جرایم هستند، خاصه آن‌هایی که دارای ارزش خبری مضاعف برای جذب مخاطب هم باشند. بر این اساس، آن‌ها با تمرکز بر جمعی از جرایم، تمام مراحل آن را از وقوع تا اجرای حکم و مجازات مجرم با تمام جزئیات پوشش می‌دهند. با این حال، رسانه‌ها در کنار تعاریف و وظایف شخصی که دارند و در عمل هم باید در جهت مثبت باشند، کارکردهای منفی‌شان به‌ویژه در قبال جرم قابل توجه نیست. از جمله تأثیرهای منفی که در نتیجه کاربرد وسیله ارتباط جمعی، در قبال پرداخت به جرم صورت می‌گیرد، بروز و بسط خشونت است.

بنابر روایتی، رسانه‌ها، همان‌گونه که در ایجاد مشارکت و امنیت نقش ایفا می‌کنند، ممکن

1. Gabriel Tarde

2. Hirschi

است با تنزل قدرت انتخاب مخاطب و تضعیف سیر نهادی شدن ارزش‌های اجتماعی و انتقال تصورها و انگاره‌های از هم گسیخته افراد، جامعه را به تعارض و چندگانگی فرهنگی و اجتماعی سوق دهند و در ادامه وفاق، مشارکت و همدلی را به نفاق، جدایی، خشم و خصومت تبدیل سازند (کاتفورد<sup>۱</sup>، ۱۹۹۹).

اگر رسانه‌ها را عامل تحریکی بدانیم که افراد را به سوی ارتکاب بزه سوق می‌دهند، می‌توان پیام‌های رسانه‌ای متضمن تحریک به ارتکاب بزهکاری را در چهار دسته کلی قرار داد: اشاعه الگوهای تبلیغاتی انحراف‌آمیز، عدم تطابق مضامین رسانه‌ها با وضعیت مخاطبان، قهرمان‌پروری و خشونت رسانه‌ای (مرادی مدیران، ۱۳۹۱: ۶۴). این نکته را در نظر بگیریم که تحریک در لغت، به معنی برانگیختن، به حرکت درآوردن، واداشتن و نوعی ترغیب آمده است و در اصطلاح حقوقی، عبارت است از توصیه و تشویق مجذانه و تزریق افکار مجرمانه برای مصمم کردن دیگری جهت ارتکاب جرم معین (ولیدی، ۱۳۸۲: ۳۶۵). البته رسانه، بنابر اهداف ماهیتی خود، نه عملی بلکه ممکن است به اشتباه در دام نفرت‌پراکنی و خشونت‌طلبی یا بسط آن بیفتد؛ مگر اینکه گروه‌های هنجارشکن، برای دستیابی به اهداف ضدانسانی، آن را در تملک اغراض خود درآورند که این نیز دور از انتظار نیست.

## ۲. اعتبارسنجی رسانه برای تضييع خشونت

رسانه خبری ممکن است به طور سهوی، با تصویرسازی غیر حرفه‌ای از جنایت، چه در مطبوعات و چه در آیت‌های خبری نمایشی، افراد مستعد را در معرض شگردهای ایجاد جرم قرار دهد. گرچه این از اشکال رسانه‌ای است و در قیاس با ابعاد مثبت کارکرد آن، ناچیز به نظر می‌رسد، اما همین نقایص رسانه‌ای حتی با درصد پایین نیز ممکن است دخالت در ایجاد انحراف‌های اجتماعی منجر به جنایت و خشونت باشد.

جرم‌شناسان، در این مورد اتفاق نظر دارند که آموزش جنایی رسانه‌ها، با توجه به آثار مخرب و زیان‌های جبران‌ناپذیر چند دهه قبل، باید متوقف شود. روزنامه‌ها از شرح و توسعه نحوه ارتکاب جرم خودداری کنند و حتی نوشته‌های ما، همانند صحنه علنی ارتکاب جرم به وسیله جنایتکاران نشود، رفتارهای تبهکارانه را، با جزییات و ریزه‌کاری‌های آن، در معرض دید مخاطب حریص نگذارد و بدین طریق، روح بزهکاری را پرورش ندهد (کی‌نیا، ۱۳۷۳: ۴۰۰).

در دنیای امروز جرم‌شناسی، با وارد کردن عناصر نوینی همچون قدرت به تحلیل رسانه‌ای از جرم، معتقد است که جرم، بر ساخته رسانه‌ها نیز هست، به همان نحو که می‌تواند بر ساخته سایر پدیده‌های فرهنگی هم باشد (آقایی، ۱۳۹۶: ۱). پس تکرار صرف خبرهای جنایی و حوادث مبتنی بر جرایم، بدون هرگونه اعمال محدودیت و به اصطلاح درجه‌بندی در

رسانه‌ها، به‌ویژه نحوه نگارش و توزیع آنان، به عادی‌انگاری می‌انجامد و یا آنان را در حد یک خبر جذاب تقلیل می‌دهد.

این نکته قابل‌پذیرش است که رسانه، در پوشش خبری جرایم باید دست به عصا باشد، یعنی قیود منافی ترویج جرایم را معیار پیام‌رسانی بگذارد. اینجاست که تعریف مدیریت رسانه، در تلاقی با مخاطب وسایل ارتباط‌جمعی و جرم‌شناسی، معیار اعتبارسنجی رسانه اصلح قرار می‌گیرد.

### پیامدهای بازنمایی تورم جرم

با وجود همه تقسیم‌بندی‌ها نسبت به شرح وظایف وسایل ارتباط‌جمعی، باید پذیرفت که تکیه اصلی مخاطب بر رسانه، پاسخ به کسب آگاهی است. پس هرچه روند خبری، مستند و منطبق با منطق روایی باشد، در کسب رسالتش نیز موفق‌تر خواهد بود.

مخاطب، در هر حال کنجکاو است و حتی اگر منابع رسمی، مانور دقیقی روی حوادث مجرمانه ندهد، او می‌تواند با توجه به تراکم رسانه‌های غیر رسمی، اطلاعات حاصل از حوادث را از این جریان اطلاعات دریافت کند و چه‌بسا، با تفسیرهای اشتباه مواجه شود. همین‌که جرمی وجود دارد، اما شکل پوشش رسانه‌ای آن با هرج و مرج روبه‌روست، خود‌نگرانی مضاعفی برای جامعه ایجاد می‌کند. لذا واقعیت جرایم را باید از بلندگوی متفن و فکرشده وسایل معتبر مخابره کرد.

این واقعیتی است که استفاده از رسانه، برای بیشتر مردم، یک عادت بسیار پایدار و نیز برآیند تعداد بی‌شماری از رفتارهای انگیزه‌مند و مشخص است. دیگر اینکه، مردم از نظر عاطفی به رسانه‌ای خاص وابسته هستند، گرچه نوع و میزان استفاده از رسانه‌ها از کشوری به کشور دیگر متفاوت خواهد بود (مک‌کوایل، ۱۳۸۷: ۸۰-۸۲). بنابراین رسانه، در پوشش‌دهی جزییات حوادثی که جنبه مجرمانه دارد، لازم است به سراغ شفافیت و ارائه اطلاعات به گیرنده برود؛ اما نه به شکلی که نسنجیده باشد و با روایت همه جزییات و شگردهای انجام جرم، فضا را به سمت جرم‌خیزی متکثر برده و استعداد ارتکاب را در افراد مستعد بیدار کند.

### نتیجه‌گیری

برداشت ما از اینکه چه چیزی جرم است و چه چیزی نه، به تعریف صریح قوانین مدون در متون حقوقی بستگی دارد. بنابراین قدرت تشخیص عامه مردم، نسبت به تبهکاری و بزهدار کاملاً مشخص و قابل رجوع به اسناد قانونی است. عملیاتی کردن فهم جرم نیز، می‌تواند بر عهده سازمان‌ها و نیروهای اجرایی، اعم از ضابطان، مراجع قضایی، بازداشتگاه‌ها، زندان‌ها و غیره باشد، ولی برای ممانعت یا کاهش جرایم یا فرصت‌های جرم‌زا، باید از ابزارهای قابل اتکای مردمی استفاده کرد که مهم‌ترین آن نیز، رسانه است.



بعد رسانه‌ای، در نمایش و پرداخت بزهکاری، ابزار دست حاکمیت برای جلوگیری از جرم و جنایت است، ولی در تصویرسازی از آن، گاهی غیر مستقیم به آموزش آن می‌پردازد. این نیز، به سبب ورود افراطی در ریزه‌کاری‌ها، به‌خصوص برای جلب توجه مخاطب است تا در رقابت با رسانه‌های دیگر عقب نماند. وسیله ارتباط جمعی، می‌تواند با مداخله پیشگیرانه، انجام جرم را برای مرتکبان سخت کند، به‌ویژه بخش‌های خبری در گزارش جزئیات، باید تصویرسازی حوادث جنایی را به شکل منطقی ارائه دهد. یعنی نه ایجاد ترس کند و نه ارتکاب جرم را آموزش دهد، بلکه محدوده فعالیت خود را بر آموزش توده جامعه و آگاهی افکار عمومی تعیین کند.

در این بین قطعاً، قدرت گردانندگان رسانه، در کنار حاکمیت به عنوان متصدی پیشگیری، برخورد و اصلاح امور در میدان جرم جایگاه و اهمیت ویژه‌ای دارد. بنابراین لازم است تعامل‌های آن‌ها پررنگ شود و البته سواد رسانه‌ای نیز در افکار عمومی جامعه ارتقاء یابد. همچنین گزینش اخبار جرم نیز، در ورود به رسانه‌های گروهی، که مرحله دروازه‌بانی است، باید با تطبیق و کسب اطلاعات روانی جامعه بومی صورت گیرد.

شاید سال‌های پیش، کارشناسان علوم ارتباطات نقش اندکی برای رسانه، در پیشگیری از جرم قائل می‌شدند، اما افزایش و تنوع وسایل ارتباط جمعی، مبنای نظریه‌های متعددی را فراهم آورده که به اتفاق، قائل به هدایت مداخله‌گرایانه رسانه در تمام عرصه‌ها است. با این حال در فضای پرخطر جرم، کار رسانه مانند شمشیر دولبه می‌تواند هم دافعه و هم جاذبه ایجاد کند.

فراموش نکنیم که بزهکاری، مولد تهدید و خلع امنیت است. این بزهکاری یا به فعلیت در می‌آید و یا بالقوه باقی می‌ماند؛ یعنی می‌تواند فضایی هراس‌انگیز در نظر افکار عمومی ایجاد کند. پس نقش رسانه‌ها، اعم از جمعی و مجازی که امروزه زندگی بشری را تصرف کرده است، در چگونگی بازنمایی جرایم، از آنجایی مهم می‌شود که می‌تواند با شگردهای خاص توزیع اخبار جنایی، هم دست به آموزش ناخواسته و حتی خواسته در جرم‌زایی بزند و هم رویکردش را بر اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی جامعه بگذارد. این جامعه ترکیبی از کاربران ساده و طبقه‌بندی‌نشده رسانه و نیز ضابطان حوزه جرم و جنایت خواهد بود.

آنچه ناگزیر است، جذابیت برای پوشش اخبار جنایی توسط وسایل ارتباط جمعی است که با شگردهای نمایشی و روایی این دسته از سوژه‌ها، می‌تواند مخاطبان بسیاری را جلب کند. در این بین اما می‌توان چارچوب‌های حصری، آموزشی و کنشی را بر دایره تولیدات رسانه‌ای بارگذاری کرد تا کارکردهای رسانه‌ای را به تلفیقی از مفاد جذاب در ضمن اطلاع‌رسانی صحیح تبدیل کند. بنابراین این جریان اطلاعاتی، به برنامه مدون و قانونی با ضمانت اجرایی نیاز دارد، ولی گام جدی حاکمیت متصدی جرایم، باید القای امنیت اجتماعی و روانی باشد. همچنین به شکل موازی نیز، رسانه در مقام بنگاه ارتباطی و حتی اهرم فشار بر افکار مردمی، کشش صرف مخاطب را اولویت قرار ندهد و در خبررسانی قائل به تفکیک مصلحت بر جذاب‌سازی شود.



## منابع

- اسماعیلی، محسن. ۱۳۹۱. گفتارهایی در حقوق رسانه. تهران: موسسه نشر شهر.
- اسماعیلی، حبیبیه و وحیده کسمایی پور. ۱۳۹۰. «بررسی عوامل امنیتی جرم و نقش آنها در پیشگیری از جرم». فصلنامه پلیس آذربایجان شرقی. سال اول، شماره اول.
- آشنا، حسام‌الدین. ۱۳۸۰. «مخاطب‌شناسی رسانه». فصلنامه پژوهش و سنجش. شماره ۲۶.
- آقایی، سارا. ۱۳۹۶. «جرم و رسانه از منظر جرم‌شناسی فرهنگی». دوفصلنامه مطالعات حقوق کیفری و جرم‌شناسی. دوره ۴. شماره ۱: ۱-۳۵.
- آنتونی، اسمیت. ۱۳۶۹. ژئوپولیتیک اطلاعات. ترجمه فریدون شیروانی. تهران: سروش.
- بیابانی، غلامحسین. ۱۳۹۲. «نقش رسانه در پیشگیری از جرم». فصلنامه رسانه. دوره ۲۴. شماره ۹۲: ۳۳-۴۲.
- بیابانی، غلامحسین. ۱۳۸۴. «نقش وسایل ارتباط جمعی در امنیت اجتماعی». فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی. شماره اول.
- بیگزاده، علی محمد. ۱۳۸۷. «بررسی تفاوت‌های میان حقوق جزا و جرم‌شناسی». دو ماهنامه دادرسی. سال دوازدهم، شماره ۶۹: ۹-۱۵.
- جوان‌جعفری، عبدالرضا و سیدمهدی سیدزاده ثانی. ۱۳۹۱. رهنمودهای عملی پیشگیری از جرم سازمان ملل. تهران: نشر میزان.
- جوکر، ایون. ۱۳۹۴. رسانه و جرم. ترجمه محمدتقی نوری. تهران: مجمع علمی و فرهنگی مجد.
- حبیب‌زاده، اصحاب؛ حسین افخمی و محمدرضا نادرپور. ۱۳۸۸. «بررسی نقش دوگانه رسانه‌های جمعی در پیشگیری و وقوع جرم». فصلنامه انتظام اجتماعی. سال اول. شماره دوم: ۱۰۷-۱۴۲.
- خانیک، هادی. ۱۳۷۶. رسانه‌های جمعی و امنیتی ملی. تهران: وزارت کشور.
- دادگران، محمد. ۱۳۸۵. مبانی ارتباطات جمعی. تهران: مروارید.
- رجبی‌پور، محمود. ۱۳۸۳. «درآمدی بر پیشگیری مقتدرانه پلیس از جرم». فصلنامه پژوهش‌های دانش انتظامی. دوره ششم. شماره ۲۱: ۱۴-۳۰.
- رحمانیان، منصور. ۱۳۷۸. تأثیر رسانه‌های گروهی جرم بر پیشگیری از وقوع جرم. پایان‌نامه کارشناسی ارشد حقوق جزا و جرم‌شناسی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق.
- رزمان، علی. ۱۳۹۶. «بررسی نقش رسانه‌ها در ارتکاب جرم». فصلنامه قانون یار. دوره ۱، شماره ۱: ۱۱۹-۱۳۸.
- ساروخانی، باقر. ۱۳۸۷. جامعه‌شناسی ارتباطات. تهران: اطلاعات.
- سورین، رنر و جیمز تانکارد. ۱۳۸۶. نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: دانشگاه تهران.
- شایگان، فریبا. ۱۳۸۹. «رسانه و آموزش جرم». فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی. دوره ششم. شماره ۲۴: ۹۱-۱۱۶.
- عظیمی، حسین؛ نرگس آقاجانلو و فاطمه نجفی. ۱۳۹۱. «تأثیر رسانه‌های جمعی بر ایجاد امنیت». فصلنامه دانش انتظامی زنجان. سال اول. شماره چهارم.
- فرجی‌ها، محمد. ۱۳۸۵. «بازتاب رسانه‌ای جرم». فصلنامه رفاه اجتماعی. سال ششم، شماره ۲۲: ۵۷-۸۶.
- قاضی شریعت‌پناهی، سیدابوالفضل. ۱۳۷۷. بایسته‌های حقوق اساسی. تهران: انتشارات دادگستر.

- کازانو، ژان. ۱۳۸۷. جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی. ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی. تهران: اطلاعات.
- کریمی، سعید. ۱۳۸۲. رسانه‌ها و راه‌های تقویت مشارکت مردم در صحنه‌های سیاسی و اجتماعی. قم: بوستان کتاب.
- کوئن، بروس. ۱۳۷۲. مبانی جامعه‌شناسی. ترجمه و اقتباس غلامعباس توسلی و رضا فاضل. تهران: سمت.
- کی‌نیا، مهدی. ۱۳۷۳. پژوهشی در عوامل اجتماعی طلاق. قم: نشر قدس.
- کلارک، رونالدبی و جان اک. ۱۳۸۸. جرم‌شناسی پیشگیری. ترجمه مهدی مقیمی، مهدیه تقی‌زاده. تهران: سازمان زرد.
- گیدنز، آنتونی. ۱۳۷۷. جامعه‌شناسی. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.
- لوی برول، هانری. ۱۳۸۴. جامعه‌شناسی حقوق. ترجمه سیدابوالفضل قاضی (شریعت‌پناهی). تهران: میزان.
- لیتل جان، استیفن. ۱۳۸۴. نظریه‌های ارتباطات. ترجمه سیدمرتضی نوربخش و سیداکبر میرحسینی، تهران: انتشارات جنگل.
- مرادی مدیران، رضا. ۱۳۹۱. نقش رسانه‌ها در بزهکاری و پیشگیری از وقوع جرم. تهران: آداک.
- مصطفوی، فرحناز. ۱۳۹۴. «نقش رسانه‌ها در امنیت اجتماعی». فصلنامه دانش انتظامی پلیس پایتخت. سال هشتم. شماره ۱۴.
- معمدنژاد، کاظم. ۱۳۹۱. وسایل ارتباط جمعی. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- مک‌کوایل، دنیس. ۱۳۸۷. مخاطب‌شناسی. ترجمه مهدی منتظر قائم. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- مک‌کوایل، دنیس. ۱۳۸۸. درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی. ترجمه پرویز اجلالی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- موتیمر، دیوید. ۱۳۸۰. «فراسوی استراتژی: اندیشه انتقادی و مطالعات امنیتی نوین». ترجمه محمود عسگری. فصلنامه مطالعات راهبردی. شماره ۱۳: ۳۸۳-۳۹۶.
- مودن‌زادگان، حسنعلی و فاطمه افشاری. ۱۳۹۲. «نقش رسانه در پیشگیری از جرم در سیاست جنایی ایران». فصلنامه دیدگاه‌های حقوق قضایی. دوره شانزدهم. شماره ۶۴: ۱۳۱-۱۵۸.
- مهدوی‌پور، اعظم و نجمه شهرانی کرانی. ۱۳۹۲. «تأثیر رسانه‌های جمعی در افزایش احساس ناامنی و ایجاد رویکردهای امنیتی». فصلنامه مطالعات رسانه‌ای. دوره ۸. شماره ۲۳: ۱۵-۳۰.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد. ۱۳۸۹. نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: نشر همشهری.
- نبوی، سیدعبدالحسین؛ علی حسین حسین‌زاده و سیده‌هاجر حسینی. ۱۳۸۹. «بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر امنیت اجتماعی». فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی. سال ۲۱، شماره ۴: ۷۳-۹۶.
- ولیدی، محمدصالح. ۱۳۸۲. بایسته‌های حقوق جزای عمومی. تهران: خورشید.

## قوانین و معاهده‌ها

- اعلامیه اسلامی حقوق بشر (قاهره)
- اعلامیه جهانی حقوق بشر
- قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
- قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲
- میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی

- Catford, J. 1995. "The mass Media is dead: Long Live Multimedia". *Health Promotion International*.
- Clausse, Roger. 1976. *Le Journal et l'Actualite-verviers*(belgique), marabout universite.
- Mcquail: D. 2006. *Mcquail's Mass communicatin theory*. sage publications.
- Yvonne, Jewkes. 2004. *Media and crim. Key approaches to criminology*. sage Publications.