

فصلنامه پژوهش‌های دانش انتظامی، سال بیست و پنجم، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۲

صص ۲۰۳-۱۶۵

## بررسی تأثیر پیامک‌های هشدارآمیز بر تغییر رفتارهای پیشگیرانه شهروندان تهرانی<sup>۱</sup>

علی صفاری<sup>۲</sup>، راضیه صابری<sup>۳</sup>، زینب لکی<sup>۴</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۱۸

### چکیده

**زمینه و هدف:** هشدار به شهروندان از گذر ارسال پیامک‌های پیشگیرانه، جزو اقدامات و تدابیر پیشگیری انفعالی یا منفعالانه محسوب می‌شود. در حال حاضر، پلیس فتا و معاونت اجتماعی و پیشگیری از جرم قوه قضاییه با چنین رویکردی، در تلاش هستند تا از گذر ارسال پیامک‌های حاوی هشدار، توانایی شهروندان در هنگام مواجهه با حملات مجرمانه را افزایش داده و با ایجاد تغییر در الگوهای رفتاری مردم موجبات پیشگیری از جرم یا کاهش آثار زیان‌بار بزه را فراهم آورد. هدف از این پژوهش تعیین تأثیر پیامک‌های هشدارآمیز بر تغییر رفتار پیشگیرانه شهروندان تهرانی بوده است.

**روش:** روش این پژوهش توصیفی از نوع پیمایشی بوده است. جامعه آماری شهروندان بالای ۱۳ سال ساکن شهر تهران که از طریق فرمول کوکران به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای ۳۸۴ نفر انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه محقق‌ساخته بوده است که روایی آن از طریق صوری و محتوایی توسط صاحب‌نظران و متخصصان حوزه علوم اجتماعی مورد تأیید قرار گرفته است و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ ۸۹٪ تأیید شده است. برای تحلیل داده‌ها از آزمون خی-دو به منظور سنجش استقلال عملکرد استفاده شده است و داده‌ها با نرم افزار اس.پی.اس.اس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

**یافته‌ها:** یافته‌های پژوهش نشان داد گروهی از شهروندان ضمن ارزیابی مثبت از این پیامک‌ها، افزایش آگاهی و سطح احتیاط شهروندان را از پیامدهای مفید پیامک‌های پیشگیرانه قلمداد می‌کنند. دسته دوم با تأکید بر آثار منفی و زیان‌بار ناشی از ارسال پیامک‌ها، مخالف پیامد آموزشی و پیشگیرانه آن‌ها هستند و دریافت آن توسط بزه‌کاران را موجب توسعه خلاقیت جنایی و تغییر و پیشرفت شیوه‌های بزهکاری قلمداد می‌کنند و در نهایت برخورد دسته سوم نسبت به پیامک‌ها خنثی است.

**نتایج:** پژوهش حاضر بر ارزیابی بازخورد پیامک‌های هشدارآمیز در میان شهروندان و با لحاظ برخی نظریات تغییر رفتار، ضرورت ارتقاء کیفیت آموزه‌های پیشگیرانه از طریق بهبود محتوای پیامک‌ها، ایجاد تمایز اساسی میان هشدارهای پیشگیرانه و پیامک‌های تبلیغاتی ارسال برای شهروندان و اعتمادسازی نسبت به کاربست این پیامک‌ها را مورد تأکید قرار می‌دهد.

**واژه‌های کلیدی:** پیشگیری، پیامک‌های هشدار، معاونت اجتماعی و پیشگیری از جرم قوه قضاییه، توری‌های تغییر رفتار

۱. مقاله برگرفته از پژوهش مستقل است.

۲. دکتری حقوق جزا و جرم‌شناسی، دانشیار، گروه حقوق جزا و جرم‌شناسی، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی، تهران،

ایران. alisaffary2020@gmail.com

۳. دکتری حقوق جزا و جرم‌شناسی، استادیار، گروه حقوق جزا و جرم‌شناسی، دانشکده حقوق، الهیات و علوم سیاسی،

دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)، raziehsaberi@yahoo.com

۴. دکتری حقوق جزا و جرم‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده حقوق، تهران، ایران. lakizeynab@gmail.com

## مقدمه

گسیخته شدن قید و بندهای جغرافیایی و توسعه ارتباطات انسانی در دنیای مجازی، افزایش بی‌رویه جرایم برخط را به دنبال داشته است. ارتکاب جرایمی مانند کلاهبرداری، دزدی و ... در بستر رایانه و محدودیت‌های شناسایی مرتکبان و گستره بزه‌دیدگان احتمالی در دنیای مجازی و غیره، راهبردهای پیشگیرانه افتراقی را ضروری ساخته است. در این راستا، نهادهای معجری قانون و مسئول پیشگیری از جرم، برای کاهش تعداد قربانیان به برنامه‌های آموزش محور و ارتقاء آگاهی عمومی روی آورده‌اند (صالحی و همکاران، ۱۳۹۸، ۱۶۸-۱۶۹). آموزش و دادن اطلاعات پیشگیرانه به مردم می‌تواند کمک کند تا به هنگام رویارویی با مجرمان یا پیامک‌های مجرمانه تصمیم‌گیری درست و به دور از هیجان داشته باشند و طعمه مجرمان نشوند.

نقش پلیس در پیشگیری از جرم تنها به پیشگیری وضعی، مانند نظارت بر اماکن جرم‌زا، تقویت آماج جرم و حفظ نظم منحصر نمی‌شود؛ بلکه با پیدایش دوره جامعه‌گرایی و مفهوم پلیس محلی، بر نقش این نهاد رسمی در تحقق اهداف پیشگیری از طریق آموزش و آگاه‌سازی تأکید بیشتری می‌شود. به روش‌های مختلفی می‌توان شیوه‌های مبارزه با بزهکاری و پیشگیری از آن را به مردم آموزش داد، مثلاً با استفاده از رسانه‌ها که مدت‌هاست مورد استفاده قرار می‌گیرد (بیرانوند و ملکیان، ۱۴۰۱، ۴۰). شیوه دیگر برای آموزش راهکارهای پیشگیرانه ارسال پیامک است.

مسئله اساسی در این مقاله در رابطه با پیامک‌های ارسالی توسط نهادهای ذی‌ربط، ارزیابی کیفیت این پیام‌ها و نحوه مواجهه شهروندان با آنها است. به نظر می‌رسد پیامک‌های هشدار داری دارای کارکرد مثبت بوده و باعث تغییراتی هرچند اندک در رفتارهای پیشگیرانه مردم می‌شود، اما عدم انطباق این پیامک‌ها با تئوری‌های تغییر رفتار از یک سو و وجود کارکردهای منفی، ناخواسته و مغفول مانده ناشی از این پیامک‌ها از سوی دیگر، باعث کاهش اثربخشی چنین پیامک‌های پیشگیرانه‌ای می‌شود. ضرورت انجام پژوهش حاضر نیز علاوه بر دریافت نوع واکنش شهروندان در هنگام مواجهه با

پیامک‌های هشدار و سنجش آثار مثبت این پیام‌ها، کشف کارکردهای منفی پیامک‌های پیشگیرانه از دیدگاه شهروندان به‌عنوان دریافت‌کنندگان پیامک‌ها و علل آن و همچنین تلاش برای تنظیم پیامک‌ها براساس اصول تئوری‌های تغییر رفتار به منظور افزایش اثربخشی پیامک‌ها بر رفتارهای پیشگیرانه شهروندان است.

در حال حاضر پلیس به‌ویژه پلیس فتا و همچنین معاونت اجتماعی و پیشگیری از جرم قوه قضاییه از طریق ارسال پیامک‌های پیشگیرانه به مردم، نقش بزرگی در فرهنگ‌سازی و آموزش رفتارهای پیشگیرانه به مردم دارد. اگر این پیامک‌ها به دقت، با رعایت ضوابط، گویا و بدون هرگونه ابهامی تدوین و ارسال شوند، می‌توانند بر کاهش جرم تأثیرگذار باشند. برعکس، اگر هدف فقط ارسال پیامک بدون توجه به این نکته که آیا پیامک پیشگیرانه ارسالی دارای مفهومی گویا و قابل فهم برای همگان است و یا عبارات آن بیشتر عبارات حقوقی و ثقیل و با فهم دشوار برای عموم مردم می‌باشد، نمی‌توان انتظار تأثیرگذاری و آموزش رفتارهای پیشگیرانه از طریق ارسال پیامک را داشت. به‌طوری‌که در این پژوهش نشان داده خواهد شد زمانی می‌توان انتظار کارآمد بودن پیامک‌های پیشگیرانه و تغییر الگوهای رفتاری مردم را داشت که این پیامک‌ها منطبق با نظریات تغییر رفتار تنظیم شده باشند. ارسال پیامک بدون این ویژگی فقط باعث تحمیل هزینه اقتصادی بر دولت می‌شود. برای مثال، مدتی پیش پیامکی از سوی معاونت اجتماعی و پیشگیری از جرم قوه قضاییه ارسال شد؛ بدین صورت که «عبارت ساده (اسقاط کافه خیارات) همه حق فسخ‌هایی را که می‌تواند در یک معامله وجود داشته باشد، از بین می‌برد». این پیامک برای حقوق‌دانان شاید قابل فهم باشد، اما مخاطب این پیامک‌ها مردم عامی هستند و لازم است چنین پیام‌هایی به زبان عامه فهم‌تری نوشته شود تا هم برای مخاطبانی بوده و هم بهانه‌ای به دست منتقدان مغرض برای زیر سوال بردن آثار مثبت چنین پیام‌هایی ندهد.

علاوه بر این، آثار جانبی ارسال چنین پیامک‌هایی نباید نادیده گرفته شود، چرا که باعث افزایش ترس از جرم می‌شود. دلیل دیگری که چرا این پیامک‌های پیشگیرانه باید با دقت منتقل شود، ارسال این پیامک‌ها ممکن است پیامی ضد بازدارندگی به مجرمان احتمالی ارسال کند مبنی بر آنکه امکان مقابله و دستگیری آنان وجود ندارد و یا نوعی اطلاع‌رسانی برای مجرم باشد که روش‌های مجرمانه او کشف شده و به مردم اطلاع‌رسانی می‌شود و او باید به دنبال خلق روش‌های جدید برای فریب دادن مردم باشد. چنانچه هشدارهای پیشگیرانه از لحاظ شکلی و محتوایی به شکل مطلوب و منطبق با تئوری‌های تغییر رفتار تنظیم شود و مخاطبان در فهم و به کارگیری آموزه‌های پیشگیرانه دریافتی، کوشا باشند، امکان تحقق اهدافی نظیر دوری بزه‌دیدگان بالقوه از دام بزهکاران و پیشگیری از بزه‌دیدگی وجود دارد. از این رو پژوهش به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال است که پیامک‌های هشدارآمیز بر تغییر رفتار پیشگیرانه شهروندان تهرانی چه تأثیری دارد؟

### پیشینه و مبانی نظری

بیرانوند و ملکیان (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان «کارکرد آموزشی هشدارهای پلیسی رسانه ملی در پیشگیری از سرقت خودرو» به بررسی تأثیر هشدارهای پلیسی رسانه ملی بر پیشگیری اجتماعی وضعی از سرقت خودرو پرداخته است. یافته‌های پژوهش نشان داد که کارکرد آموزشی هشدارهای پلیسی رسانه ملی در پیشگیری اجتماعی و وضعی از سرقت خودرو تأثیر دارد. همچنین، علاوه بر کارکرد پیشگیری، یکی دیگر از کارکردهای رسانه در بعد آموزشی، آموزش قوانین و مقررات است.

صالحی و همکاران (۱۳۹۸)، در تحقیقی با عنوان «نگاهی به نتایج نقش‌آفرینی تعامل پلیس و رسانه در عرصه سیاست کیفری در ایران» به نقش مثبت تعامل پلیس با رسانه در اطلاع‌رسانی و هشدار، آموزش قوانین، آموزش راهکارهای مقابله با جرایم، درونی‌سازی قوانین در افراد جامعه و ایجاد حس همبستگی و جلب مشارکت عمومی پرداخته است.

رسولی و زمانی بالاچاده (۱۳۹۸)، در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه تعامل دوسویه رسانه و پلیس در پیشگیری از وقوع جرم (مطالعه موردی: مراجعان به کلانتری‌های شهر گرگان)» انجام داده است که نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین تماشای تلویزیون و مشارکت و ارتباط مردم با پلیس از طریق رسانه با پیشگیری از وقوع جرم رابطه معناداری وجود دارد و نیز در متغیرهای میزان مطالعه روزنامه و مجلات و نیز اطلاع‌رسانی و هشدار از طریق رسانه رابطه بسیار معنادار است و در پیشگیری از وقوع جرم تأثیر زیادی دارد.

کرم‌زاده و عرفانی (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان «الگوی تعامل پلیس و رسانه‌های ارتباط جمعی در پیشگیری از وقوع جرم و نقش آن در احساس امنیت» انجام داده است که مهم‌ترین شاخص‌های تعامل پلیس و رسانه‌ها، اطلاع‌رسانی و افزایش آگاهی‌های عمومی، برنامه‌سازی، افزایش مشارکت عمومی، شناساندن جرایم و مجازات‌های آن و دشوار ساختن ارتکاب جرم می‌باشد.

قاسمی و بارسلطان (۱۳۸۹)، در پژوهشی با عنوان «رسانه‌های جمعی و پیشگیری از جرم (با تأکید بر برنامه‌های تلویزیونی پلیسی)» انجام داده است که به بررسی تأثیر برنامه‌های مختلف رسانه‌ای در پیشگیری از جرم پرداخته است که نتایج در خصوص تأثیر برنامه‌های رسانه‌ای پلیسی در کاهش جرم نشان داده که این برنامه‌ها «در حد مابین متوسط و کم» در کاهش جرم موفق بوده‌اند. همچنین پاسخ‌دهندگان معتقدند هشدارهای پلیسی در پیشگیری از سرقت از سوی مردم «در حد مابین متوسط و زیاد» اجرا می‌شود و در مجموع میزان تأثیر تهیه و پخش برنامه‌ها و سریال‌های پلیسی و غیر پلیسی در پیشگیری از جرایم در حد نسبتاً متوسط توصیف و ارزیابی شده است و در نهایت تهیه و پخش این برنامه‌ها تأثیر معناداری در پیشگیری از جرایم ندارند. اما میزان تأثیر تهیه و پخش برنامه‌های آموزشی مانند برنامه در شهر، گزارش‌های خبری به‌طور کلی و گزارش‌های خبری از دستگیری مجرمان و گزارش‌های خبری در

خصوصاً موفقیت فراجا، در حد مابین متوسط و زیاد توصیف و ارزیابی شده است، یعنی تهیه و پخش این برنامه‌ها تأثیر معناداری در پیشگیری از جرم دارند.

لنوکس<sup>۱</sup> (۲۰۲۲)، در پژوهشی با عنوان «پیشگیری از جرم، با لحاظ جنسیت: پاسخ‌های زنان کانادایی به پیامک‌های پیشگیرانه پلیس در خصوص جرایم جنسی» به بررسی واکنش زنان کانادایی در برابر پیامک‌های پیشگیرانه پلیس برای جلوگیری از بزه‌دیدگی زنان از جرایم جنسی پرداخته است. در این پژوهش سه جهت‌گیری تحلیلی متمایز برای پیام‌های پیشگیری از جرایم جنسی که توسط پلیس تولید و ارسال می‌شود که رنجش، عمل‌گرایی و قدردانی را نشان می‌دهد. اکثر شرکت‌کنندگان حاشیه‌نشین نسبت به پیام‌های پلیس ناراضی بودند، اکثر زنان سفیدپوست شرکت‌کننده در این مصاحبه‌ها بیان داشتند که عملکرد پلیس در ارسال پیامک‌ها صحیح نبوده و پیام‌های پیشگیرانه ارسالی فاقد درک کامل از جرایم ارتكابی در دنیای واقعی است و با ارسال این پیامک‌های پیشگیرانه در واقع پلیس خود زنان را مقصر در جرایم جنسی می‌داند. اقلیت قابل توجهی از شرکت‌کنندگان هم از ارسال این پیامک‌ها قدردانی نمودند و راهبردهای پیشگیری از جرم را روشی قابل اعتماد برای دوری از خشونت جنسی اعلام کردند.

ایگراکی و استپانویچ<sup>۲</sup> (۲۰۱۷)، پژوهشی با عنوان «تأثیر رسانه‌ها بر پیشگیری از جرم» انجام داده است که یافته‌های پژوهش نشان داد که رسانه‌های جمعی می‌توانند بر برنامه‌هایی تأکید نمایند که به مردم پیشگیری از جرم و روش‌های آن را آموزش دهد و همچنین سیاست دلسرد کردن افراد برای مشارکت در فعالیت‌های مجرمانه را ترویج می‌کند. نقش مثبت دیگر رسانه‌های جمعی این است که می‌توانند در حمایت از قربانیان مشارکت داشته باشند و بر پیشگیری از بزه‌دیدگی تأثیر بگذارند. تحقیق کارلی<sup>۳</sup> (۲۰۰۸)، در پژوهشی با عنوان «رسانه‌ها، پیشگیری از جرم و ایمنی

---

۱. Lennox

۲. Igracki & Stepanovic

۳. Carli

شهری: بحث مختصری در مورد تأثیر رسانه‌ها و زمینه‌هایی برای کاوش بیشتر» نشان می‌دهد که پوشش رسانه‌ای در مورد جرم می‌تواند به راهبردهای پیشگیری از جرم کمک نماید و رسانه‌ها می‌توانند ابزار مفیدی برای حساس کردن و آموزش مردم در مورد مشکلات اجتماعی باشند که دست کم یا نادیده گرفته شده‌اند. همچنین، رسانه‌ها در انتشار اطلاعات عمومی در مورد راهبردهای حفاظت از خود و ایمنی در برابر جرم مشارکت دارند. علی‌رغم کارکردهای مثبت، رسانه‌ها ممکن است سیاست‌های پیشگیری از جرم را مختل کنند. در فرآیند جمع‌آوری و انتشار اطلاعات در مورد جرم، بازنمایی‌های رسانه‌ای می‌تواند بر ادراکات در مورد مسائل مرتبط با جرم تأثیر منفی بگذارد و در اجرای راهبردها و سیاست‌های پیشگیری از جرم دخالت کنند. پوشش رسانه‌ای جرایم می‌تواند نادرست و جانبدارانه باشد و سیاست‌های نامناسب و مضر در مورد کنترل جرم را ترویج کند. به عبارت دیگر، گاهی اوقات رسانه راه‌حل‌های ساده برای مسائل پیچیده ارائه می‌دهند. پردازش اطلاعات رسانه‌ای در مورد جرم مبتنی بر تحقیقات کوتاه‌مدت، سریع و سطحی است که می‌تواند انواع اطلاعات منتشر شده را محدود کند و مسائل مهم را نادیده بگیرد.

تئودروس و زیکارگه<sup>۱</sup> (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان «نقش بسترهای رسانه‌ای پلیس در پیشگیری از جرم در آدیس آبابا، اتیوپی» انجام داده است که نتایج پژوهش نشان داده است که رابطه مثبت و شاید منفی مهمی بین رسانه‌های پلیس و پیشگیری از جرم وجود دارد. در این پژوهش براساس نظر شرکت‌کنندگان در مصاحبه دو گروه رقیب وجود داشته است که از یک سو، رسانه‌ها و پیشگیری از جرم رابطه مثبتی دارند، یعنی رسانه‌های پلیسی به افزایش دانش عمومی در مورد جرم و پیشگیری از جرم کمک می‌کند. گروه اول، معتقد بودند که رسانه‌های پلیس موجود جایگاه مهمی برای ارتباطات، اشتراک‌گذاری و انتشار اطلاعات در جامعه دارند و تا حدی در ایجاد آگاهی

در مورد جرم و پیشگیری از جرم کمک کرده‌اند؛ با این حال، به دلیل استفاده ناکارآمد، سهم آن‌ها در این اطلاع‌رسانی و آموزش رفتارهای پیشگیرانه به مردم بسیار اندک است و رابطه مبهمی بین رسانه‌های پلیسی موجود و پیشگیری از جرم وجود دارد. بنابراین، برای افزایش سهم رسانه‌های پلیسی، بازنگری در انتشار محتوای فعلی این رسانه‌ها مهم است. گروه دوم، بر این باروند عملکرد رسانه‌های پلیسی بیشتر نوعی سیاسی شدن جنایت است، زیرا این رسانه‌ها به دنبال نشان دادن تلاش‌ها و قهرمانی‌های پلیس برای دستگیری مجرم است. آن‌ها طرفدار این بودند که گاهی رسانه‌های پلیس موجود خارج از اخلاق رسانه‌ای عمل می‌کنند. وجود این گونه شائبه‌ها این بعد را تقویت می‌کند که رسانه‌های پلیسی در واقع امر به دنبال خدمت‌رسانی به مردم از راه آموزش پیشگیری از جرم نیست و نمایش جرم در رسانه‌های پلیسی بیش از آموزش پیشگیری باعث بدبین شدن مردم نسبت به محیط اطراف خود و ترس از جرم می‌شود.

### مبانی نظری

**پیشگیری انفعالی:** پیشگیری عبارت است از انجام اقدامات یا تدابیری که بتواند از وقوع جرم یا بزه‌دیدگی جلوگیری کند، آن را کاهش دهد، آثار آن را تعدیل کند یا آماج جرم، زمان یا مکان یا شیوه ارتکاب آن را تغییر دهد (صفاری، ۱۳۹۲، ۴۸). در خصوص پیشگیری تقسیم‌بندی‌های گوناگونی وجود دارد، مانند پیشگیری کیفی و غیر کیفی، پیشگیری اولیه، ثانویه و ثالث، پیشگیری فردمدار و وضعیت‌مدار و... (ابراهیمی، ۱۳۹۰، ۴۹-۵۵). یکی از انواع تقسیم‌بندی پیشگیری که کمتر مورد عنایت قرار گرفته، پیشگیری فعال و انفعالی است. پیشگیری انفعالی (منفعل) و پیشگیری فعال که نخستین آورده اجلاس‌های پلیس بین‌الملل در مورد پیشگیری است، از اواسط سال‌های شصت قرن بیستم میلادی مطرح شد. پیشگیری انفعالی در واقع نوعی هشدار و اخطار به جامعه برای جلوگیری از قربانی شدن و بزه‌دیدگی است. هشدار به جامعه برای مصون‌سازی خود در قبال جرم، یک فن و روش در جلوگیری از جرم است. بنابراین اخطار در مورد جرم همراه با اقدامات عملی نیست. یعنی از وقوع جرم



جلوگیری نمی‌شود، فقط همین هشدار کفایت می‌کند. در پیشگیری فعال جهت جلوگیری از وقوع جرم عملاً اقدامات مثبتی انجام می‌شود. تفاوت دیگری که بین این دو طبقه‌بندی وجود دارد این است که در پیشگیری انفعالی به دادن هشدار کفایت می‌کنند و این هشدار ناظر است به کسانی که بالقوه استعداد قربانی شدن را دارند و در واقع یک نوع اطلاع‌رسانی به بزه‌دیدگان جرم است و شاید بتوان گفت این نوع پیشگیری یک نوع پیشگیری از قربانی شدن جرم است (یزدان‌پناه، ۱۳۹۹، ۱۸).

**هشداررسانی و آموزش همگانی:** منظور از هشداررسانی و آموزش همگانی فعالیت از پیش طراحی شده‌ای است که توسط پلیس فتا و معاونت اجتماعی و پیشگیری از جرم قوه قضاییه با هدف اطلاع دادن قوانین و افزایش آگاهی مردم برای بهبود رفتارهای پیشگیرانه صورت می‌گیرد. ابزار مورد استفاده برای هشداررسانی و آموزش همگانی در این پژوهش فقط ارسال پیامک تلفنی می‌باشد. زیرا در حال حاضر، پلیس و معاونت اجتماعی و پیشگیری از جرم قوه قضاییه به‌عنوان دو نهاد فعال در زمینه پیشگیری در راستای پیشگیری انفعالی از جرم و آموزش راهکارهای پیشگیرانه و همچنین آموزش قوانین جزایی به مردم از طریق ارسال پیامک‌های تلفنی اقدام می‌کنند (باباییان و همکاران، ۱۳۹۱، ۱۴).

**پیامک‌های هشدار:** منظور از پیامک‌های هشدارآمیز پیامک‌هایی مانند «هر پیام دریافتی از شماره شخصی با متن ثنا، ابلاغیه قضایی، تخلف یا مسدودی اموال شما یا ثبت نام واکسن، جعلی و به قصد سرقت اطلاعات حساب شماست» یا پیامک «هر کس با تهدید، ترغیب، تشویق یا فریب، موجب فرار کودک یا نوجوان از خانه یا مدرسه یا ترک تحصیل شود، به مجازات محکوم خواهد شد» می‌باشد.

**تنویری‌های تغییر رفتار:** انتخاب یک الگوی آموزشی راهکارهای پیشگیرانه، نخستین گام در فرایند برنامه‌ریزی یک برنامه آموزشی است. از آنجا که اکثر بزه دیدگی‌ها با رفتار انسان ارتباطی تنگاتنگ دارند، نظریه‌ها و الگوهای رفتاری می‌توانند

برای درک چگونگی پیشگیری از بزه‌دیدگی مورد استفاده قرار بگیرند. در میان نظریه‌ها و مدل‌های تغییر رفتاری، به نظر می‌رسد سه نظریه عمل منطقی<sup>۱</sup>، جایگزین رفتاری<sup>۲</sup> و نظریه چشم‌انداز<sup>۳</sup> بیشتر به مباحث آموزش راهکارهای پیشگیری ارتباط پیدا می‌کند.

نظریه عمل استدلالی یا عمل منطقی /جزن و فیش بین<sup>۴</sup> مبتنی بر این فرض است که افراد به‌طور منطقی عمل می‌کنند و رفتار واقعی فرد به‌وسیله تمایل به انجام رفتار هدایت می‌شود. افراد تمام اطلاعات در دسترس درباره هدف را جمع‌آوری و به‌طور منظم ارزیابی می‌کنند. همچنین اثر و نتیجه اعمال را در نظر می‌گیرند، سپس براساس استدلال خود تصمیم می‌گیرند که عملی را انجام بدهند یا نه؟ در واقع این نظریه مشابه نظریه انتخاب عقلانی است که برای بیان علل گرایش به بزهکاری از این نظریه استفاده می‌شود. فرضیات این نظریه اول آن است که مردم تصمیمات رفتاری‌شان را بر پایه بررسی معقول و منطقی اطلاعات در دسترس اتخاذ می‌کنند و دوم این که مردم پیامد و نتیجه عملکرد خود را قبل از اتخاذ تصمیم مورد توجه قرار می‌دهند (اجزن و فیش‌بین، ۱۹۸۰، ۹۴).

بر این اساس، مطابق مدل عمل منطقی، عملکرد رفتاری اساساً توسط نیت رفتاری تعیین می‌شود که به نوبه خود به‌طور عمده تحت تأثیر دو مؤلفه هستند: ۱- نگرش نسبت به رفتار پیشگیرانه و ۲- هنجارهای ذهنی در مورد رفتار مورد درخواست. با توجه به مؤلفه دوم، هرچه فشار هنجاری درک شده برای انجام عمل درخواستی بیشتر باشد، احتمال عملکرد رفتاری بیشتر می‌شود. این فشار هنجاری را می‌توان با تقویت انگیزه گیرنده جهت انطباق رفتار با انتظارات درخواستی و روشن ساختن این مطلب برای مخاطب (گیرنده پیامک پیشگیرانه) افزایش داد که دیگران مثلاً پلیس و سایر

۱. Theory of Reasoned Action

۲. Theory of behavioral alternatives

۳. prospect Theory

۴. Ajzen & Fishbein

اجتماع از او انتظار دارند که رفتار مورد نظر درخواست شده در پیامک را انجام دهد (لاکایل<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰، ۲۲۳۱-۲۲۳۲).

دیگر مؤلفه مهم برای تأثیر بر رفتار شخص به موجب مدل عمل منطقی، مؤلفه نگرشی است. این مؤلفه به قضاوت و ارزیابی کلی گیرنده پیام در مورد رفتار پیشنهادی مربوط می‌شود؛ به این معنا که عمل به رفتار پیشنهادی، سودآور یا مضر است و به‌طور کلی رفتار پیشنهادی از منظر گیرنده پیام، خوب یا بد تلقی می‌شود. هر چه قضاوت و ارزیابی مثبت‌تر باشد، احتمال انجام رفتار بیشتر است (لاکایل، ۲۰۲۰، ۲۲۳۳-۲۲۳۴).

مدل دوم نظریه جایگزین‌های رفتاری است که نگرش‌ها و مقاصد متفاوت را معرفی می‌کند. در ساده‌ترین سطح، همیشه می‌توان از دو جایگزین رفتاری صحبت کرد، برای مثال (۱) انجام رفتار پیشگیرانه و (۲) عدم انجام آن. این مدل بر این فرض استوار است که (۱) اگر قصد انجام رفتار قوی‌تر از قصد انجام ندادن باشد، عملکرد رفتاری رخ خواهد داد و (۲) احتمال عملکرد رفتاری با ایجاد شکاف و اختلاف بزرگ بین این‌ها افزایش می‌یابد (جاکارد<sup>۲</sup>، ۱۹۸۱، ۲۸۶-۳۰۷؛ وینکل<sup>۳</sup>، ۱۹۹۱، ۲۵۲). با توجه به این واقعیت، پیام‌های مؤثر پیام‌هایی هستند که موفق می‌شوند بین نگرش نسبت به انجام رفتار پیشگیرانه و نگرش نسبت به انجام ندادن آن تفاوت اساسی ایجاد کنند.

سومین مدل، نظریه چشم‌انداز کانمن و تورسکی<sup>۴</sup> است. براساس تئوری چشم‌انداز، احساس نارضایتی در ضرر و زیان بیش از احساس رضایت از کسب سود است. این موضوع نشان‌دهنده ریسک‌گریزی افراد در تصمیم‌گیری است (کانمن و تورسکی، ۱۹۷۹، ۲۶۳-۲۶۵). ضرر‌گریزی به این حقیقت اشاره دارد که افراد نسبت به کاهش ثروت خود در مقایسه با افزایش آن، حساس‌تر هستند. بنابراین، اکثر افراد در برخورد با مسائل، دریافت قطعی پاداش با ارزش کمتر را ترجیح می‌دهند و ارزش بیشتری برای

۱. LaCaille

۲. Jaccard

۳. Winkel

۴. Kahneman & Tversky

قطعیّت نسبت به احتمالات قائل هستند، زیرا افراد از خطر گریزانند و ارزش پاداش کمتر ولی قطعی را از پاداش بیشتر ولی همراه با احتمال بالاتر می‌دانند (دهقان، موسوی جهرمی و عبدلی، ۱۳۹۷، ۵-۷؛ گاتری<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳، ۱۱۱۷-۱۱۷۹). بنابراین، در شرایط برد، افراد به یک پاداش قطعی کوچک وزن بیشتری می‌دهند تا یک پاداش بزرگ احتمالی، اما در شرایط باخت (از دست دادن)، رفتار مردم خطرپذیر می‌شود و ترجیح می‌دهند به استقبال یک خطر بزرگ احتمالی بروند تا این که بخواهند خطر کمتر، اما قطعی را بپذیرا شوند. دلیل این که بسیاری از افراد خودروی خود را بیمه بدنه نمی‌کنند این است که حاضرند خطر بیشتر تصادف را بپذیرند، اما هزینه کمتر بیمه بدنه را پرداخت نکنند. هزینه بیمه برای آن‌ها یک باخت قطعی تلقی می‌شود. در واقع در مواردی مانند این مورد، هزینه‌ها یا باخت‌ها نوعی زیان هستند (دی پپیا<sup>۲</sup>، ۲۰۰۱، ۹۰-۹۳؛ استرین<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۷، ۹۹۳-۹۹۵).

## روش

روش این پژوهش توصیفی از نوع پیمایشی بوده است. جامعه آماری شهروندان بالای ۱۳ سال ساکن در شهر تهران بوده است که حداقل نمونه برای جامعه‌ای که نامحدود است از طریق فرمول کوکران ۳۸۴ نفر بوده است که به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شده‌اند. بدین صورت که جمعیت تهران به گروه‌های کوچک‌تر تقسیم و به‌عنوان خوشه‌ها شناخته شد، سپس به‌طور تصادفی از میان این خوشه‌ها برای تشکیل نمونه افرادی انتخاب شدند.

ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه محقق ساخته می‌باشد. در این راستا پرسش‌نامه‌ای با پاسخ‌های ثابت تهیه شد. در مجموع و در اکثر سوالات پرسش‌نامه از شیوه نمره گذاری طیف پنج درجه‌ای لیکرت (کاملاً موافقم؛ موافقم؛ نظری ندارم؛ مخالفم؛

۱. Guthrie

۲. DiPippa

۳. Estrin

کاملاً مخالفم) استفاده شده است که در محور نخست با طرح (۵) سوال نوع واکنش شهروندان و علت چنین واکنشی ارزیابی شد. در محور دوم و سوم به منظور بررسی میزان اثرگذاری پیامک‌های هشدار بر رفتارهای پیشگیرانه، موافقت یا مخالفت با آثار مثبت و منفی چنین پیام‌هایی به ترتیب در قالب (۳) و (۸) سوال مورد سنجش قرار گرفته است. روایی آن از طریق صوری و محتوایی توسط صاحب‌نظران و متخصصان حوزه علوم اجتماعی مورد تأیید قرار گرفته است و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۹ تأیید شده است. برای تحلیل اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان، از آمار توصیفی استفاده شد و برای تحلیل داده‌ها از آزمون خی-دو به منظور سنجش استقلال عملکرد استفاده شده و داده‌ها با نرم افزار اس.پی.اس.اس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

## یافته‌ها

### یافته‌های توصیفی

نتایج به دست آمده از تحلیل داده‌ها نشان داده است که از نظر سن، ۲۶ درصد از کل نمونه بین ۳۵ تا ۴۵ سال و ۲۳ درصد بین ۲۵ تا ۳۵ سال هستند، ۲۱ درصد بین ۱۳ تا ۱۸ سال و ۱۷ درصد بین ۱۸ تا ۲۵ سال می‌باشد، در نهایت ۱۰ درصد بین ۴۵ تا ۵۵ و ۴ درصد بالاتر از ۵۵ سال هستند. از نظر جنسیت، بیشتر افراد را مردان ۵۷/۶ درصد و ۴۲/۳ درصد را زنان تشکیل داده‌اند.

### یافته‌های استنباطی

۱. سنجش پیامک‌های هشدار از نگاه شهروندان در جدول شماره (۱) نشان داده شده است. آزمون خی-دو به منظور سنجش استقلال عملکرد در برابر وجود تفاوت معنادار بین نظرات شرکت‌کنندگان اعمال شد. به جز یافته‌های ستون اول جدول یک که به بررسی واکنش مردم در هنگام دریافت پیامک‌های هشدار می‌پردازد (تفصیل آن براساس فراوانی پاسخ‌ها در جدول شماره (۲) آمده است)، برای مابقی سوالات این نظرسنجی، فرض استقلال بین سطوح قویاً رد می‌شود (پی-مقدار آزمون قویاً نزدیک

صفر است). اما برای ستون اول، پی-مقدار برابر ۰,۱۲ است و این بدان معناست که اختلاف معنی‌داری میان نظرات پاسخ‌دهندگان به این سوال وجود ندارد.

#### جدول ۱. سنجش دیدگاه شهروندان از پیامک‌های هشداری

سوال	p-value	آماره خي دو
نوع واکنش در هنگام دریافت پیامک‌های هشداری	۰,۱۲۴	۵,۷۵
علل بی‌توجهی به پیامک‌های هشداری	۰	۳۲,۵۳
میزان قابل فهم بودن محتوا	۰	۲۶,۶۲
میزان توجه و استفاده از راهکارهای پیشگیرانه در پیامک‌ها	۰	۵۴,۲۵
میزان توجه به درخواست همیاری و تماس با پلیس جهت گزارش پیامک‌های مجرمانه	۰	۲۰,۴۲
نگرش به هدف پیامک‌ها در یاری‌رسانی به پلیس	۰	۵۷,۵۴

در جدول شماره (۲) درصد هریک از انواع واکنش مردم در هنگام دریافت پیامک‌های هشداری به نمایش گذاشته شده است.

#### جدول ۲. توزیع پاسخ‌گویان برحسب انواع واکنش در هنگام دریافت پیامک‌های هشداری

گزینه	درصد فراوانی
پیام را نخوانده حذف می‌کنم	۱۷,۵٪
پیام را باز می‌کنم اما نمی‌خوانم	۲۵,۴٪
پیام را سرسری می‌خوانم	۲۸,۸٪
پیام را با دقت می‌خوانم	۲۸,۲٪

مطابق جدول (۲) نوع واکنش اکثر پاسخ‌دهندگان (۲۸,۸ درصد) این بود که پیام‌های دریافتی را سرسری و بدون دقت و توجه به درخواست پیشگیرانه مطالعه می‌کنند. واکنش ۲۵,۴ درصد هم این بود که پیام را باز کرده، اما نمی‌خوانند و ۱۷,۵ درصد از

پاسخ‌دهندگان هم اذعان داشتند که پیام‌پیشگیرانه دریافتی را نخوانده حذف می‌کنند. در میان پاسخ‌دهندگان تنها ۲۸,۲٪ پیام را با دقت مطالعه می‌کردند. جدول (۳) نیز بیانگر علل بی‌توجهی یا حذف پیامک‌های هشداری توسط مخاطبان است.

جدول ۳. توزیع پاسخ‌گویان بر حسب علل بی‌توجهی یا حذف پیامک‌های هشداری

گزینه	درصد فراوانی
عدم اعتماد به راهکارهای پیشگیرانه ارائه شده در پیامک‌های هشداری یا نهادهای ارسال‌کننده آن	۲۰,۱٪
تبلیغاتی و مزاحم تلقی کردن پیامک‌های هشداری	۴۳,۲٪
عدم نیاز به دانستن اطلاعات پیشگیرانه ذکر شده در پیامک‌های هشداری	۲۳,۱٪
عدم فهم محتوای پیامک‌های هشداری	۱۳,۴٪

جدول (۳) نشان می‌دهد تلقی پیامک‌های هشداری به‌عنوان پیامک تبلیغاتی و مزاحم نخستین عامل بی‌توجهی یا حذف، براساس تعداد پاسخ‌دهندگان شناخته شد (۴۳,۲٪). عدم نیاز به دانستن اطلاعات پیشگیرانه با اختصاص (۲۳,۱٪) از نظرات، دومین عامل مؤثر محسوب می‌شود. (۲۰,۱٪) عدم اعتماد به راهکارهای پیشگیرانه ارائه‌شده در این پیامک‌ها را علت بی‌توجهی یا حذف پیامک اعلام کردند. سرانجام ۱۳,۴ درصد هم اعلام کردند چون متوجه مفهوم چنین پیام‌هایی نمی‌شوند، آن‌ها را حذف می‌کنند. در ادامه با نمایش جدول (۴) مربوطه میزان قبل فهم بودن محتوای پیامک‌های هشداری از منظر مخاطبان سنجیده می‌شود.

جدول ۴. توزیع پاسخگویان بر حسب میزان قابل فهم بودن پیامک‌های هشداری

گزینه	درصد فراوانی
عالی	۲۱,۴٪
خوب	۳۵,۰۲٪
قابل قبول	۳۲,۷٪
ضعیف	۱۰,۷٪

جدول (۴) بیانگر پاسخ به پرسش قابل فهم بودن محتوای پیامک‌های هشدار می‌باشد. مشاهده می‌شود که اکثر مخاطبان معتقدند محتوای پیام‌ها قابل فهم است و امتیاز عالی (۲۱,۴٪)، خوب (۳۵,۰۲٪) و یا قابل قبول (۳۲,۷٪) به این پیام‌ها دادند و تنها (۱۰,۷٪) میزان قابل فهم بودن پیامک‌ها را ضعیف اعلام کردند.

مسئله مهم بعد از مشخص شدن میزان قابل فهم بودن محتوای پیامک‌های هشدار، بررسی میزان توجه و استفاده از راهکارهای پیشگیرانه ارائه شده در پیامک‌های هشدار توسط مخاطبان می‌باشد، که نتایج آن در جدول (۵) مشاهده می‌شود.

**جدول ۵. توزیع پاسخ‌گویان بر حسب میزان توجه و استفاده از راهکارهای پیشگیرانه در پیامک‌های هشدار**

گزینه	درصد فراوانی
همیشه توجه کرده و استفاده می‌کنم	۲۳,۷٪
هیچ‌گاه توجه نکرده و استفاده نمی‌کنم	۲۳,۷٪
توجه می‌کنم، اما همه یا برخی از راهکارهای پیشگیرانه ارائه شده در این پیامک‌ها را فراموش می‌کنم	۴۵,۷٪
توجه می‌کنم، اما برخی پیامک‌های مجرمانه آن‌چنان اغواکننده است که باعث شده راهکارهای پیشگیرانه مذکور در پیامک‌های هشدار را نادیده بگیرم.	۶,۷٪

مطابق جدول (۵)؛ ۴۵,۷٪ درصد معتقدند به مفهوم پیام توجه می‌کنند، اما همه یا برخی از راهکارهای پیشگیرانه ارائه شده در این پیامک‌ها را فراموش می‌کنند. ۲۳,۷٪ اعلام کردند که همواره راهکارهای پیشگیرانه ارائه شده را مدنظر داشته و مورد استفاده قرار می‌دهند. ۲۳,۷٪ هم بیان داشتند که به هیچ‌عنوان به راهکارهای پیشگیرانه مورد اشاره در پیامک‌های ارسالی توجه نکرده و استفاده نمی‌کنند. ۶,۷٪ نیز اعلام نمودند به پیامک‌های پیشگیرانه و محتوای آن توجه می‌کنند، اما برخی از پیامک‌های مجرمانه، مانند پیامک‌های کلاهبرداری آن‌چنان اغواکننده است که باعث بی‌توجهی و نادیده گرفتن راهکارهای پیشگیرانه ارائه شده در پیامک‌های هشدار می‌شود.



در انتهای برخی از پیامک‌های هشدار، به‌ویژه پیامک‌های ارسالی از سوی پلیس فتا از مردم تقاضا شده است که در صورت دریافت پیامک مجرمانه مثل پیامک کلاهبرداری با شماره تلفن خاصی تماس گرفته و اطلاع دهند. لذا مسأله مهم دیگر در خصوص سنجش واکنش شهروندان در هنگام دریافت پیامک‌های هشدار، میزان توجه مردم به درخواست همیاری با پلیس و تماس جهت گزارش پیامک‌های مجرمانه است که نتایج این موضوع در جدول شماره (۶) مشاهده می‌شود. ۴۰٪ پاسخ‌گویان به درخواست همیاری انتهای برخی پیامک‌های هشدار و واکنش منفی نشان داده و جهت گزارش پیامک‌های مجرمانه با پلیس تماس نمی‌گیرند. حدود ۱۸٪ اعلام کردند که در برخی مواقع با پلیس همکاری کرده و پیامک‌های مجرمانه را گزارش می‌دهند و ۳۷٪ هم به این درخواست همیاری و واکنش مثبت نشان داده و با پلیس از طریق گزارش پیامک‌های مجرمانه همکاری می‌کنند.

#### جدول ۶. توزیع پاسخ‌گویان بر حسب میزان توجه به درخواست همیاری با پلیس

گزینه	درصد فراوانی
در همه موارد به پلیس اطلاع می‌دهم	۳۶,۷٪
در برخی موارد به پلیس اطلاع می‌دهم	۱۸,۰۷٪
هیچ‌گاه به پلیس اطلاع نمی‌دهم	۴۵,۱٪

وجود همین تقاضا از مردم باعث شده نگاه مخاطبان به اهداف پیشگیرانه چنین پیام‌هایی تغییر پیدا کند و بسیاری از مخاطبان (جدول ۷) اعلام کردند که هدف چنین پیامک‌هایی بیش از پیشگیری، بر کشف جرم و همکاری با پلیس تمرکز دارد. جدول ۷. توزیع پاسخگویان بر حسب نگرش به هدف پیامک‌ها در یاری‌رسانی به پلیس

گزینه	درصد فراوانی
کاملاً موافق	۲۷,۱٪
موافق	۳۳,۳٪
بدون نظر	۲۵,۴٪
مخالف	۱۲,۴٪
کاملاً مخالف	۱,۶٪

مطابق جدول (۷) بسیاری از مخاطبان ۶۰,۴٪ اعلام کرده‌اند که هدف چنین پیامک‌هایی بیشتر کشف جرم و همیاری با پلیس، جهت گزارش پیامک‌های مجرمانه و دستگیری مجرمان است.

۲. **سنجش کارکردهای مطلوب پیامک‌های هشدار** در جدول شماره (۸) نشان داده شده است. مقدار مربوط به آماره خی دو را در رابطه با تأثیرات مثبت پیامک‌های هشدار بر مخاطبان نشان می‌دهد.

جدول ۸. سنجش کارکردهای مطلوب پیامک‌های هشدار

سوال	p-value	آماره خی دو
تأثیر پیامک‌های هشدار بر افزایش سطح آگاهی و محافظت از خود در برابر بزهکاران	۰	۱۰۱,۷۲
تأثیر پیامک‌های هشدار بر کاهش جرم	۰	۳۱,۷۸
تأثیر پیامک‌های هشدار بر افزایش سطح احتیاط	۰	۶۰,۸۲

براساس نتایج جدول (۸) و صفر شدن پی-مقدار در تمامی ستون، اختلاف معنی‌داری میان نظرات پاسخ‌دهندگان به تمامی سوالات مربوط به کارکردهای مطلوب پیامک‌های هشدار وجود دارد. جهت مقایسه بهتر مخاطبان در خصوص اثرگذاری مثبت پیامک‌های هشدار، جداول فراوانی مشاهدات مربوط به هر یک از آثار مطلوب ترسیم و سپس به صورت مقایسه‌ای به توضیح و تبیین آن‌ها پرداخته می‌شود.

جدول ۹. توزیع پاسخ‌گویان بر حسب تأثیر پیامک‌های هشدار بر افزایش سطح آگاهی

گزینه	درصد فراوانی
کاملاً موافق	۳۴,۴٪
موافق	۳۹,۵٪
بدون نظر	۱۹,۲٪
مخالف	۵٪
کاملاً مخالف	۱,۶٪

جدول شماره (۹) براساس فراوانی پاسخ به سؤال تأثیرگذاری مثبت پیامک‌های هشدار بر میزان آگاهی مردم از روش‌های قربانی شدن، به ویژه در فضای مجازی و محافظت از خود ترسیم شده است. مطابق داده‌های این جدول، اکثر مخاطبان با انتخاب گزینه موافق و کاملاً موافق (به ترتیب ۳۹,۵٪ و ۳۴,۴٪) بر تأثیر پیامک‌های پیشگیرانه بر افزایش سطح آگاهی مردم در خصوص انواع شیوه‌های بزه‌دیدگی و محافظت از خود و جلوگیری از قربانی شدن اذعان دارند.

علاوه بر این، پیامک‌های پیشگیرانه از این حیث که باعث افزایش سطح احتیاط مردم در برخورد با پیامک‌های مجرمانه می‌شود، مفید بوده و دارای کارکرد مثبت است که داده‌های مربوط به این کارکرد در جدول شماره (۱۰) ترسیم شده است.

جدول ۱۰. توزیع پاسخ‌گویان بر حسب تأثیر پیامک‌های هشدار بر افزایش سطح احتیاط

گزینه	درصد فراوانی
کاملاً موافق	۱۱,۸٪
موافق	۳۷,۸٪
بدون نظر	۲۷,۶٪
مخالف	۱۸٪
کاملاً مخالف	۴,۵٪

پیمایش بیانگر آن است که بخش قابل توجهی از مخاطبان معتقدند اثر مثبت این پیامک‌ها آن است که باعث بالابردن سطح احتیاط می‌شود و بقیه مخاطبان هم با این کارکرد مثبت پیامک‌های پیشگیرانه مخالف هستند. جدول (۱۱)

جدول ۱۱. توزیع پاسخ‌گویان بر حسب تأثیر پیامک‌های هشدار بر کاهش جرایم

گزینه	درصد فراوانی
کاملاً موافق	۱۱,۸٪
موافق	۲۹,۳٪
بدون نظر	۲۲٪
مخالف	۲۸,۲٪
کاملاً مخالف	۸,۴٪

جدول شماره (۱۱) نشان می‌دهد که از منظر بیشتر مخاطبان (۴۱,۱٪)، جمع موافق و کاملاً موافق) پیامک‌های پیشگیرانه ارسالی می‌تواند در کاهش جرم مؤثر باشد. در مقابل، نباید فراموش کرد که فاصله میان مخالفان و موافقان تأثیر گذاری پیامک‌های پیشگیرانه بر کاهش جرایم زیاد نمی‌باشد؛ چرا که حدود ۳۶,۶٪ (جمع مخالف و کاملاً مخالف) معتقدند پیامک‌های پیشگیرانه نمی‌تواند در کاهش جرم مؤثر باشد. بعد از تبیین پیمایشی کارکردهای مطلوب پیامک‌های هشدار، اینک نوبت بررسی کارکردهای نامطلوب این گونه پیامک‌ها است.

۳. سنجش کارکردهای نامطلوب پیامک‌های هشدار در جدول شماره (۱۲) نشان داده شده است. علی‌رغم این که پیامک‌های هشدار دارای کارکرد مثبت بوده و باعث افزایش سطح آگاهی مردم از روش‌های بزه‌دیدگی و نحوه محافظت از خود در برابر بزهکاران و همچنین باعث کاهش جرم می‌شود، این پیامک‌ها می‌تواند آثار ناخواسته و نامطلوبی به همراه داشته باشد که کشف این آثار در تنظیم دقیق‌تر پیامک‌های هشدار جهت افزایش اثربخشی آن‌ها بر تغییر رفتارهای پیشگیرانه مردم کمک خواهد کرد. در این قسمت نیز همانند قسمت‌های قبل ابتدا به بیان جدول کمی و سپس به ارائه جداول فراوانی مربوط به توضیح کیفی قضیه پرداخته می‌شود.

#### جدول ۱۲. سنجش کارکردهای نامطلوب پیامک‌های هشدار

سوال	p-value	آماره خی دو
تأثیر پیامک‌های هشدار بر خلق روش‌های جدید ارتکاب جرم توسط بزهکاران	۰	۱۰۹,۰۱
تأثیر پیامک‌های هشدار بر مقصر اعلام نمودن بزه‌دیدگان بالقوه	۰	۵۷,۰۹
تأثیر پیامک‌های هشدار بر گذاشتن مسئولیت پیشگیری بر عهده مردم	۰	۷۹,۶۳
تأثیر پیامک‌های هشدار بر سرزنش بزه‌دیده توسط پلیس	۰	۸۵,۹۰
تأثیر پیامک‌های هشدار بر محدود کردن آزادی مردم	۰	۶۸,۰۵
تأثیر نداشتن پیامک‌های هشدار به دلیل نبود درک کامل پیامک‌ها از پیچیدگی جرایم	۰	۱۰۹,۰۱

براساس نتایج موجود در جدول (۱۲) در تمامی آیتم‌های ناظر به کارکردهای نامطلوب پیامک‌های هشدار، اختلاف معنادار بین شرکت‌کنندگان حاصل شد؛ زیرا پی-مقدار قویاً نزدیک صفر است. جداول زیر براساس فراوانی پاسخ به پرسش‌ها در خصوص هریک از کارکردهای نامطلوب این پیامک‌ها رسم شده است.

جدول ۱۳. توزیع پاسخ‌گویان بر حسب تأثیر پیامک‌های هشدار بر خلق روش‌های جدید

ارتکاب جرم توسط بزهکاران

گزینه	درصد فراوانی
کاملاً موافق	۱۸,۰۷٪
موافق	۳۷,۲٪
بدون نظر	۳۸,۴٪
مخالف	۶,۲٪
کاملاً مخالف	۰٪

پیامک‌های هشدار، همانند سایر مردم توسط بزهکاران بالقوه و یا بالفعل نیز دریافت می‌شود. بنابراین ارسال همگانی این پیامک‌ها احتمالاً می‌تواند باعث آگاهی بزهکاران از لو رفتن روش‌های مجرمانه‌شان و به تبع تلاش برای کشف روش‌های جدید ارتکاب جرم، به‌ویژه جرایم در فضای مجازی مانند کلاهبرداری شود. جدول شماره (۱۳) نظر مخاطبان را در خصوص تأثیر ناخواسته پیامک‌های هشدار بر تلاش بزهکاران برای ایجاد روش‌های جدید جهت ارتکاب جرم نشان می‌دهد.

جدول (۱۳) بیانگر آن است که پیامک‌های پیشگیرانه به همان اندازه که بر روی بزه‌دیدگان بالقوه می‌تواند تأثیرگذار باشد و باعث آگاهی آنان از روش‌های بزه‌دیدگی و شیوه‌های حفاظت از جان و مال خود و به تبع باعث کاهش جرم باشد، به همان نسبت می‌تواند باعث آگاهی بزهکاران از لو رفتن روش‌های مجرمانه‌شان و به تبع تلاش برای ایجاد روش‌های جدید ارتکاب جرم علیه مردم باشد. مخاطبان (به ترتیب ۳۷,۲٪ و ۱۸,۰۷٪) با انتخاب گزینه موافق و کاملاً موافق تأیید خود را در خصوص تأثیر

پیامک‌های پیشگیرانه بر آگاهی بزهکاران و خلق روش‌های جدید ارتکاب جرم اعلام نمودند و تنها (۶,۲٪) با چنین تأثیر پیامک‌های پیشگیرانه مخالف بودند.

دومین کارکرد نامطلوب پیامک‌های هشداریه یا پیشگیرانه می‌تواند آن باشد که ارسال چنین پیامک‌هایی گویای آن است که دولت افراد را مقصر در قربانی شدن خود می‌داند و به همین سبب با ارائه راهکارهای حفاظتی و مراقبتی سعی می‌کند تقصیرات قربانی که زمینه بزه‌دیدگی او را فراهم می‌کند، کاهش دهد. مطابق جدول (۱۳)، مخاطبان در پاسخ به این نوع کارکرد پیامک‌های هشداریه چنین اظهار داشته‌اند:

جدول ۱۴. توزیع پاسخ‌گویان بر حسب تأثیر پیامک‌های هشداریه بر مقصر دانستن بزه‌دیدگان

#### بالتوجه

گزینه	درصد فراوانی
کاملاً موافق	۹,۶٪
موافق	۲۴,۲٪
بدون نظر	۳۵,۵٪
مخالف	۲۵,۹٪
کاملاً مخالف	۴,۵٪

طبق نظر سنجی صورت گرفته که شرح آن در جدول شماره (۱۴) آمده است، موافقان (۹,۶٪ و ۲۴,۲٪) و مخالفان (۲۵,۹٪، ۴,۵٪) با این کارکرد یا اثر منفی پیامک‌های هشداریه تقریباً یکسان است.

چنانچه در نقد پیشگیری وضعی نیز گفته شده، ارسال این پیامک‌ها می‌تواند همراه با این انتقاد باشد که دولت نسبت به وظیفه خود در پیشگیری از طریق رفع مشکلات اجتماعی زمینه‌ساز بزهکاری و سایر اقدامات، بی‌توجهی کرده و تمام مسئولیت برعهده مردم به‌عنوان بزه‌دیدگان بالتوجه قرار گرفته است. اما، نظر سنجی انجام شده در پژوهش حاضر عکس آن را نشان می‌دهد که شرح آن در جدول شماره (۱۵) آمده است.

### جدول ۱۵. توزیع پاسخ‌گویان بر حسب تأثیر پیامک‌های هشداری بر گذاشتن مسئولیت

#### پیشگیری به‌عهده مردم

گزینه	درصد فراوانی
کاملاً موافق	۴,۵٪
موافق	۲۳,۷٪
بدون نظر	۲۹,۳٪
مخالف	۳۷,۸٪
کاملاً مخالف	۴,۵٪

مطابق جدول (۱۵) مخالفان (۳۷,۸٪ و ۴,۵٪) بیشتر از موافقان (۲۳,۷٪ و ۴,۵٪) است. به عبارت دیگر، این اکثریت معتقدند با ارسال این پیامک‌ها دولت به دنبال فرار کردن از بار مسئولیت پیشگیری از جرم و گذاشتن این بار برعهده خود مردم نمی‌باشد. کارکرد نامطلوب دیگری که برای پیامک‌های هشداری می‌تواند ایجاد گردد و نگرش مردم را نسبت به این نوع پیامک‌ها منفی نماید، آن است که با ارسال چنین پیامک‌هایی، بعد از قربانی شدن و مراجعه به کلانتری، پلیس ممکن است خود بزه‌دیده را مقصر بداند که به این پیام‌های پیشگیرانه توجه نکرده و با او خوب رفتار نکند یا حتی بزه‌دیده را سرزنش نماید. در خصوص این کارایی منفی پیامک‌ها از مخاطبان سوال پرسیده شد که نتایج این پیمایش به شرح جدول (۱۶) نمایش داده می‌شود.

### جدول ۱۶. توزیع پاسخ‌گویان بر حسب تأثیر پیامک‌های هشداری بر سرزنش بزه‌دیده توسط

#### پلیس

گزینه	درصد فراوانی
کاملاً موافق	۱۲,۴٪
موافق	۴۱,۲٪
بدون نظر	۲۹,۹٪
مخالف	۱۴,۶٪
کاملاً مخالف	۱,۶٪

نتایج جدول (۱۶) نشان می‌دهد که از منظر بسیاری از مخاطبان (۵۳,۶٪) ارسال این پیامک‌ها می‌تواند باعث گردد که اگر شخصی علی‌رغم اطلاع‌رسانی بزه‌دیده شد و به کلانتری مراجعه کرد با برخورد سرزنش‌آمیز و مقصرانه از سوی پلیس روبرو شود. ۱۶,۲٪ مخالف با این کارکرد منفی پیامک‌های هشدار می‌بودند.

پنجمین کارکرد نامطلوب پیامک‌های هشدار، محدودیت در آزادی است. البته این ایراد یا کارکرد منفی، به‌طور کلی به پیشگیری‌های بزه‌دیده‌محور مربوط می‌شود. در پیشگیری‌هایی که بزه‌دیده‌بالقوه باید اقداماتی انجام دهد تا زمینه ارتکاب جرم را از بزهدکار بالقوه بگیرد، از آنجا که بزه‌دیده در زندگی خود باید تغییراتی ایجاد کند که ممکن است خلاف میل و رضایت باطنی او باشد، باعث محدود شدن آزادی او شود. ارسال پیامک‌های پیشگیرانه نیز با توجه به آنکه تمرکز اصلی آن بر روی بزه‌دیده و انجام اقدامات پیشگیرانه از سوی اوست، لذا همانند هر روش پیشگیری بزه‌دیده‌محوری با محدودیت در آزادی روبرو است. مطابق جدول زیر، نظرسنجی صورت گرفته نشان می‌دهد مخاطبان زیادی با این کارکرد منفی پیامک‌های هشدار موافق نیستند.

#### جدول ۱۷. توزیع پاسخ‌گویان بر حسب تأثیر پیامک‌های هشدار بر محدود کردن آزادی

گزینه	درصد فراوانی
کاملاً موافق	۶,۷٪
موافق	۲۲,۰۳٪
بدون نظر	۳۶,۷٪
مخالف	۲۹,۳٪
کاملاً مخالف	۵,۰۸٪

براساس جدول (۱۷)، اکثر مخاطبان (۳۴,۳٪) مخالف با این کارکرد منفی پیامک‌های پیشگیرانه بوده و از نظر آن‌ها اجرای راهکارهای درخواستی در پیامک‌های پیشگیرانه نمی‌تواند آزادی‌های آن‌ها را محدود نماید.



در نهایت، آخرین مورد فقدان درک کامل پیامک‌ها از پیچیدگی جرایم است. از این مورد به عنوان کارکرد نامطلوب نمی‌توان یاد کرد، بلکه بیشتر عاملی است که در کنار کارکردهای نامطلوب پیامک‌های هشدار با عاثر ناکارآمدی این پیامک‌ها خواهد شد. جدول (۱۸) براساس فراوانی پاسخ مخاطبان در خصوص عامل فوق ترسیم شده است.

جدول ۱۸. توزیع پاسخ‌گویان بر حسب فقدان درک کامل پیامک‌های هشدار از پیچیدگی

#### جرایم

گزینه	درصد فراوانی
کاملاً موافق	۱۳,۵٪
موافق	۴۱,۸٪
بدون نظر	۳۵,۰۲٪
مخالف	۸,۴٪
کاملاً مخالف	۱,۱٪

مطابق جدول شماره (۱۸)، در پاسخ به این سوال ۱۳,۵٪ کاملاً موافق و ۴۱,۸٪ موافق بودند که پیامک‌های پیشگیرانه ارسالی فاقد درک کامل از پیچیدگی جرایم ارتكابی در دنیای واقعی است و افراد به روش‌های مختلفی ممکن است گرفتار مجرمان شوند و تنها ۸,۴٪ و ۱,۱٪ از مخاطبان مخالفت خود را ابراز داشتند.

#### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر در مجموع به دنبال این موضوع بوده است که تا با استفاده از مبانی نظری به بررسی پیمایشی مطلوبیت و کارکرد پیامک‌های هشدار در کشورمان پردازد. در این پژوهش در راستای کشف عملکرد و تأثیر پیامک‌های هشدار بر رفتارهای پیشگیرانه مردم، سه محور اصلی، یعنی نوع واکنش مردم در هنگام دریافت پیامک‌های هشدار، کارکردهای مطلوب و کارکردهای نامطلوب این پیامک‌ها باید تبیین می‌شود. با توجه به بررسی‌هایی که در مباحث نظری انجام شد، مهم‌ترین نتایجی که در این پژوهش به دست آمد عبارتند از:

در خصوص نوع واکنش شهروندان در هنگام دریافت پیامک‌های هشدار، میان نظرات پاسخ‌دهندگان اختلاف معنی‌دار وجود ندارد. با این وجود، یافته‌های جدول فراوانی مربوط به توزیع پاسخ‌گویان برحسب انواع واکنش نشان می‌دهد اکثر مخاطبان نسبت به پیامک‌های هشدار بی‌تفاوت بوده‌اند.

در مورد علل بی‌تفاوتی یا علل واکنش خنثی نسبت به پیامک‌های هشدار، بین نظرات پاسخ‌دهندگان اختلاف معنی‌دار وجود دارد. با دقت در جدول فراوانی مربوط به علل بی‌توجهی یا حذف پیامک‌های هشدار مشخص می‌گردد اکثر مخاطبانی که اقدام به حذف پیامک هشدار کرده و واکنش خنثی نسبت به این دسته از پیامک‌ها نشان داده‌اند، آنها را تبلیغاتی و مزاحم تلقی نموده‌اند. در حقیقت، از آنجا که بین سبک و پنل پیامک‌های هشدار پلیس یا معاونت پیشگیری با سایر پیامک‌های تبلیغاتی و حتی با پیامک‌های مجرمانه تفاوتی وجود ندارد، بسیاری از مردم به هنگام دریافت پیامک‌های هشدار آنها را به‌عنوان پیامک تبلیغاتی تصور کرده و به محض دریافت حذف کرده و یا این که همانند سایر پیامک‌های تبلیغاتی اقدام به مسدود کردن پیامک‌های هشدار می‌کنند. عامل دوم در حذف چنین پیامک‌هایی، نیاز نداشتن به دانستن اطلاعات پیشگیرانه ذکر شده در پیامک‌های هشدار است. عامل سوم با اختلاف اندک نسبت به عامل دوم، بی‌اعتمادی به راهکارهای پیشگیرانه ارائه شده است. در نهایت تعداد اندکی از مخاطبان هم علت حذف پیامک‌های هشدار را عدم فهم محتوای چنین پیامک‌هایی اعلام کرده‌اند. به همین سبب طبق جدول توزیع پاسخ‌گویان برحسب میزان قابل فهم بودن پیامک‌های هشدار، اکثر قریب به اتفاق مخاطبان معتقدند محتوای پیامک‌ها قابل فهم است و امتیاز عالی، خوب و قابل قبول از لحاظ فهم محتوا به این پیامک‌ها داده‌اند.

نظر به اینکه واکنش اکثر مخاطبان نسبت به پیامک‌های هشدار بی‌تفاوت و خنثی بوده است و همچنین با توجه به علت مهم این بی‌تفاوت بودن، یعنی تبلیغاتی تلقی کردن این

گونه پیامک‌ها، طبیعی است که نباید انتظار توجه و استفاده همگانی و همیشگی از راهکارهای پیشگیرانه ارائه شده در پیامک‌های هشدار را داشت. همسوی این انتظار، بررسی‌ها نیز نشان داد که در خصوص میزان توجه و استفاده از راهکارهای پیشگیرانه مطروحه در پیامک‌ها، اختلاف معنی‌داری میان نظرات پاسخ‌دهندگان وجود دارد. بدین صورت که تعداد زیادی از مخاطبان معتقدند توجه ظاهری به پیامک‌ها می‌کنند، اما همه یا برخی راهکارهای پیشگیرانه ارائه شده در این پیامک‌ها را فراموش کرده و در نتیجه در زندگی روزمره خویش جهت پیشگیری از بزه‌دیده شدن استفاده نمی‌کنند. دسته دیگر از مخاطبان هم اظهار داشته‌اند که به این نوع پیامک‌ها توجه ظاهری هم نکرده و بالتبع استفاده هم نمی‌کنند. تعدادی هم بیان داشته‌اند که توجه ظاهری دارند، اما پیامک‌های مجرمانه به سبب اغوا کنندگی، توجه آن‌ها را نسبت به پیامک‌های هشدار بیشتر جلب کرده و گرفتار دام‌های مجرمانه شده‌اند. این قسمت مخالف نتایج پژوهش بیرانوند و ملکیان (۱۴۰۱)، است که نشان می‌دهد بین هشدارهای پلیسی رسانه ملی و انجام رفتارهای پیشگیرانه توسط مردم به منظور جلوگیری از سرقت خودرو رابطه معنادار مثبتی وجود دارد.

با جمع سه نتیجه فوق و با لحاظ مبانی نظری پژوهش حاضر به نظر می‌رسد علت اصلی غفلت مردم نسبت به پیامک‌های هشدار و استفاده نکردن از راهکارهای پیشگیرانه ارائه شده در این پیامک‌ها برای پیشگیری از بزه‌دیدگی، عدم انطباق پیامک‌های هشدار با چارچوب‌های ناظر به تئوری‌های تغییر رفتار است. پیامک‌های پیشگیرانه باید به گونه‌ای طراحی شوند که برای مخاطبان جذاب بوده و باعث برانگیختگی عاطفی و هیجانی مردم به مطالعه این پیام‌ها، توجه و رعایت آن‌ها باشد. در حقیقت، پیامک‌های پیشگیرانه باید مبتنی بر برنامه‌ها و نظریات آموزشی و به‌طور کلی تئوری‌های تغییر رفتار تدوین گردد تا اثربخش باشد. در خصوص تغییر رفتار نظریات متعددی وجود دارد، اما همان‌طور که در مبانی نظری پژوهش اشاره شد سه نظریه عمل استدلالی یا منطقی،

جایگزین رفتاری و نظریه چشم‌انداز بیشتر به مباحث آموزش راهکارهای پیشگیری ارتباط پیدا می‌کند. هر سه نظریه به ما اجازه می‌دهند تا پیش‌بینی‌ها و فرضیه‌های خاصی را درباره پیام‌های پیشگیرانه مؤثر، یعنی پیام‌هایی که منجر به عملکرد رفتاری یا تغییر رفتار با هدف پیشگیری از جرم می‌شوند، فرموله کنیم. با این وجود، در میان این سه نظریه، نظریه عمل منطقی از نظریات پر کاربرد و کارآمد است که می‌تواند در زمینه اثربخشی پیامک‌های پیشگیرانه ارسالی از سوی پلیس فتا و یا معاونت اجتماعی و پیشگیری از جرم قوه قضاییه مؤثر واقع شود.

با توجه به اینکه در خصوص میزان توجه به درخواست همیاری و تماس با پلیس جهت گزارش پیامک‌های مجرمانه اختلاف معنی‌دار میان نظرات پاسخ‌دهندگان وجود دارد، نتیجه دیگر که از یافته‌های این پژوهش در مورد نوع واکنش مردم در برابر دریافت پیامک‌های هشدار قابل استنباط می‌باشد آن است که بسیاری از مخاطبان به درخواست همیاری با پلیس که در انتهای برخی پیامک‌های هشدار آمده است توجه نمی‌کنند و رخداد‌های مجرمانه را به پلیس اطلاع نمی‌دهند. این نتیجه مخالف نتایج پژوهش کرم‌زاده و عرفانی در مورد تعامل پلیس و رسانه‌های ارتباط جمعی در پیشگیری از وقوع جرم و احساس امنیت و همچنین مخالف یافته‌های پژوهش صالحی و همکاران می‌باشد. زیرا در این دو پژوهش نشان داده شده استفاده پلیس از رسانه برای آگاهی مردم و درخواست گزارش فعالیت‌های مجرمانه به پلیس باعث ایجاد حس همبستگی با پلیس و افزایش مشارکت عمومی شده است. با توجه به نتیجه به دست آمده در پژوهش حاضر، به نظر می‌رسد جهت افزایش اثربخشی پیامک‌های پیشگیرانه بهتر است درخواست انتهایی برخی پیامک‌ها، مبنی بر تماس با شماره خاص و گزارش اقدامات و پیامک‌های مجرمانه حذف شود. زیرا وجود این درخواست در انتهای پیامک، با توجه به جدول فراوانی نگرش مخاطبان به هدف پیامک‌ها در یاری‌رسانی به پلیس، باعث تغییر نگرش از دیدگاه مثبت آموزش به مردم جهت افزایش حفاظت و

مراقبت از خود و جلوگیری از بزه‌دیدگی به دیدگاه یاری‌رسانی صرف می‌شود و کارآیی پیامک را از حیث عمل به راهکارهای پیشگیرانه ارائه شده کاهش می‌دهد. نتایج پژوهش تئودروس و زیکارگه (۲۰۱۹)، نیز نشان می‌دهد از نظر مردم رسانه‌های پلیسی در واقع امر به دنبال خدمت‌رسانی به مردم از طریق آموزش پیشگیری از جرم نبوده، بلکه به دنبال نشان دادن تلاش‌ها و قهرمانی‌های پلیس برای دستگیری مجرمان هستند.

در مورد کارکردهای مطلوب پیامک‌های هشدار که عبارتند از افزایش سطح آگاهی، افزایش سطح احتیاط و گاهی جرایم می‌باشد، یافته‌ها نشان از وجود اختلاف معنی‌دار میان نظرات پاسخ‌دهندگان است. طبق جدول فراوانی افزایش سطح آگاهی، اکثر مخاطبان موافق با این نوع کارکرد پیامک‌های هشدار هستند. نتیجه بالا موافق با نتایج دو پیمایش داخلی، یعنی پیمایش صالحی و همکاران در خصوص استفاده پلیس از رسانه برای اطلاع‌رسانی، هشدار و آموزش راهکارهای مقابله با جرایم و همچنین موافق با پژوهش کرم‌زاده و عرفانی در مورد تعامل پلیس و رسانه‌های ارتباط جمعی در پیشگیری از وقوع جرم هستند. علاوه بر این، با یافته‌های مطالعه میدانی ایگراکی و استپانویچ که معتقد به تأثیر رسانه پلیسی بر آموزش و آگاهی مردم از تکنیک‌های پیشگیری از جرم می‌باشد، نیز موافق است.

در خصوص دومین کارکرد مطلوب پیامک‌های هشدار، یعنی افزایش سطح احتیاط نیز جدول فراوانی مربوطه نشان‌گر آن است که بیشتر مخاطبان با این نوع کارکرد مطلوب پیامک‌های هشدار نیز موافق هستند. نتیجه حاصل از این قسمت موافق با نتیجه پژوهش ایگراکی و استپانویچ است که در تحقیق آن‌ها نشان داده شده برنامه‌های آموزشی رسانه باعث افزایش سطح احتیاط مردم و حمایت از آنان به عنوان بزه‌دیدگان بالقوه می‌شود.

با این وجود، در مورد سومین کارکرد مطلوب پیامک‌های هشدار، یعنی کارکرد آن‌ها در کاهش جرایم، برخلاف دو کارکرد نخست به قطعیت نمی‌توان سخن گفت.

زیرا براساس جدول فراوانی تأثیر پیامک‌های هشداریه بر کاهش جرایم، اگرچه مخاطب موافق با این کارکرد هستند، اما میزان مخالفان با این کارکرد به میزان موافقان بسیار نزدیک است؛ به گونه‌ای که مخالف تأثیر پیامک‌های هشداریه بر کاهش جرایم هستند. نتیجه به دست آمده در این مورد، یعنی نداشتن تأثیر زیاد یا به عبارت دیگر، تأثیر حداقلی پیامک‌های هشداریه بر کاهش جرایم موافق نتایج مطالعه میدانی قاسمی و بارسلطان است. مطابق این پژوهش تأثیر برنامه‌های رسانه‌ای پلیسی بر کاهش جرم در حد مابین متوسط و کم بوده است. همچنین تأثیر سریال‌های پلیسی بر کاهش جرم نسبتاً متوسط ارزیابی شده است و براین اساس در این پژوهش نشان داده شده که بین برنامه‌های رسانه‌ای و کاهش جرم رابطه معنادار وجود ندارد. همچنین این نتیجه همسوی پژوهش تئودروس و زیکارگه است که در این پژوهش نیز نشان داده شده رابطه مبهمی بین رسانه‌های پلیسی و کاهش جرم وجود دارد و رسانه‌های پلیسی اگرچه در ایجاد آگاهی به مردم کمک می‌کنند، اما به دلیل استفاده ناکارآمد از رسانه‌ها، سهم آن‌ها در کاهش جرم کم است.

در نهایت، در خصوص کارکردهای نامطلوب پیامک‌های هشداریه که شامل خلق روش‌های جدید ارتکاب جرم توسط بزهداران، مقصر اعلام نمودن بزهدیدگان بالقوه، گذاشتن مسئولیت پیشگیری برعهده مردم، سرزنش بزهدیده توسط پلیس، محدود کردن آزادی مردم و عدم انطباق با پیچیدگی‌های جرایم مختلف می‌باشد، یافته‌ها نشان از وجود اختلاف معنی‌دار بین نظرات پاسخ‌دهندگان است. مطابق جدول فراوانی خلق روش‌های جدید ارتکاب جرم، اکثر مخاطبان معتقدند از آنجا که پیامک‌های پیشگیرانه برای همه شماره‌های تلفن همراه ارسال می‌شود و بزهداران بالقوه و یا بالفعلی که هنوز دستگیر نشده‌اند هم جزء این لیست هستند، بنابراین پیامک‌های پیشگیرانه هم‌سوی آگاهی بزهدیده از راهکارهای مجرمانه، باعث آگاهی بزهدار از لو رفتن این روش‌ها و تلاش برای خلق ابتکارات مجرمانه جدید، مانند روش‌های جدید کلاهبرداری و به دام

انداختن افراد بیشتر می‌شود. برای مثال، در برهه‌ای از زمان کلاهبرداران فضای مجازی از قضیه واکسن کرونا به‌عنوان وسیله‌ای برای فریب مردم استفاده کردند. بعد از افشای این روش کلاهبرداری و اطلاع‌رسانی به مردم جهت افزایش آگاهی و مراقبت از خود در برابر این نوع کلاهبرداری، بزهکاران فضای مجازی اقدام به خلق روش جدید کلاهبرداری با استفاده از سامانه ثنا قوه قضاییه کرده‌اند. با این وجود، نباید فراموش کرد این مسأله ارتباط مستقیم با ارسال پیامک‌های هشدار می‌ندارد. در حقیقت، بزهکار همواره چند قدم از پلیس، دستگاه قضا و نهادهای پیشگیری جلوتر عمل می‌کند. بزهکاران به محض اینکه متوجه شوند روش‌های مجرمانه‌شان شناسایی شده، دست به خلق روش‌های مجرمانه جدید می‌زنند تا احتمال موفقیت در ارتکاب جرم بیشتر و احتمال دستگیری کمتر شود. بنابراین کشف روش‌های جدید مجرمانه لزوماً مرتبط با ارسال پیامک پیشگیرانه نیست و ارسال همگانی این پیامک‌ها صرفاً باعث می‌شود بزهکاران زودتر از کشف شدن روش‌های مجرمانه‌شان آگاه شده و دست به خلق روش‌های جدید بزنند.

در خصوص دومین کارکرد نامطلوب پیامک‌های هشدار، یعنی مقصر اعلام کردن بزه دیدگان بالقوه با ارسال پیامک‌های هشدار، جدول فراوانی مربوطه نشانگر آن است که برخلاف کارکرد نامطلوب نخست، میزان موافقان و مخالفان با این کارکرد بسیار به هم نزدیک هستند. البته نکته جالب توجه آن است که در خصوص این کارکرد، افراد بی‌نظر (۶۳ نفر) بیش از موافقان و مخالفان هستند. نتیجه پیمایش لنوکس (۲۰۲۲) در کانادا مخالف نتیجه پژوهش حاضر در این قسمت است؛ زیرا در آن پژوهش اکثریت زنان در مصاحبه اعلام کردند پیامک‌های ارسالی از سوی پلیس به گونه‌ای است که گویا دولت خود زنان را مقصر در بزه‌دیدگی خویش در جرایم جنسی اعلام می‌کند. به نظر می‌رسد لازم است در کنار ارسال پیامک‌های پیشگیرانه جهت جلوگیری از بزه‌دیدگی، دولت اقدام به جلب توجه مردم از طریق افزایش حمایت از آنان به‌عنوان

بزه‌دیدگان بالقوه، تأمین نظارت بیشتر بر بزهکاران، بهبود شرایط و برخورد شدیدتر با بزهکاران کنند. تأکید بر مقصر ندانستن قربانی، باعث می‌شود دریافت کنندگان پیام نگرش مثبت‌تری به پیامک‌ها پیدا کنند و از نظر آنان دیگر این پیامک‌ها عاملی برای مقصر دانستن مردم تلقی نشود؛ بلکه پیامک‌ها را عاملی جهت همکاری مردم با دولت به‌منظور ایفای بهتر و مؤثرتر وظایف دولت در راستای پیشگیری از جرم و برخورد با مجرمان بدانند.

سومین کارکرد نامطلوب قابل‌تصور برای پیامک‌های هشداری ناظر به گذاشتن بار مسئولیت پیشگیری بر عهده مردم با ارسال این گونه پیامک‌ها است. جدول فراوانی مربوط به این کارکرد نشان می‌دهد برخلاف دو کارکرد قبل، در خصوص این نوع کارکرد تعداد مخالفان بیشتر از موافقان است. در واقع از نظر اکثر مخاطبان دولت با ارسال این پیامک‌ها به دنبال فرار از بار مسئولیت و گذاشتن این بار بر عهده مردم نیست. با این وجود، به‌نظر می‌رسد تأکید بر مسئولیت مشترک پلیس و قربانیان در پیشگیری از جرم داخل محتوای پیامک‌های هشداری، اثر گذاری این گونه پیامک‌ها را به‌منظور جهت‌دهی به رفتارهای پیشگیرانه مردم بیشتر خواهد کرد.

مورد چهارم از کارکرد نامطلوب، تأثیر پیامک‌های هشداری بر سرزنش بزه‌دیده توسط پلیس است. جدول فراوانی ناظر به این مورد نشان از آن است که از نظر اکثر مخاطبان پیامک‌های هشداری زمینه‌ساز سرزنش مردم توسط پلیس در صورت بزه‌دیده شدن است. در حقیقت، این دسته از مخاطبان معتقدند این پیامک‌ها نه تنها مردم را مقصر در جرم اعلام می‌کند، بلکه در صورتی که همین مردم به‌عنوان بزه‌دیدگان بالقوه علی‌رغم دریافت این پیامک‌ها فریب مجرمان را بخورند و در دام آن‌ها گرفتار شوند، ارسال این پیامک‌های پیشگیرانه این حق را به پلیس می‌دهد تا با نگاهی سرزنش‌آمیز با بزه‌دیده برخورد کند. به‌نظر می‌رسد در این راستا بهتر است برنامه‌های مختلفی در رسانه‌ها اعم از رسانه صوتی و یا تصویری پخش شود و تأکید این برنامه‌ها بر این امر باشد که با



ارسال پیامک‌های هشدار، قرار نیست در صورت بزه‌دیده شدن مردم، پلیس و یا سایر ارکان نظام عدالت کیفری برخورد نادرست با فرد بزه‌دیده داشته باشند.

تأثیر پیامک‌های هشدار بر محدود کردن آزادی مردم، دیگر کارکرد نامطلوب قابل تصور برای چنین پیامک‌هایی به شمار می‌رود. ابتدا تصور می‌شد پاسخ بسیاری از مخاطبان این باشد که درخواست اجرای راهکارهای پیشنهادی برای پیشگیری از جرم در ضمن ارسال پیامک‌ها، آزادی‌های آن‌ها را با محدودیت روبرو می‌سازد. زیرا هنگامی که در پیامک‌ها از مردم درخواست می‌شود اقداماتی را انجام دهند و یا از انجام اقداماتی دوری نمایند تا بدین وسیله از بزه‌دیدگی آنها جلوگیری شود، در واقع آزادی در تصمیم‌گیری و انجام اعمال مردم را با محدودیت روبرو می‌سازد. علی‌رغم انتظار اولیه بیشتر مخاطبان خلاف این نظر را داشته و معتقد بودند پیامک‌های هشدار باعث محدود شدن آزادی‌های آن‌ها نمی‌شود. البته تعداد موافقان هم به مخالفان نزدیک است و فاصله زیادی بین این دو گروه نظری وجود ندارد. نتیجه حاصل خلاف نتیجه پژوهش لنوکس است که در این پژوهش اکثر مخاطبان معتقد بودند پیامک‌های هشدار باعث محدود شدن آزادی‌های آن‌ها می‌شود.

فقدان درک کامل پیامک‌ها از پیچیدگی جرایم آخرین عاملی است که می‌تواند باعث بی‌اثر ماندن پیامک‌های هشدار در مسیر تغییر رفتارهای پیشگیرانه شود. مطابق جدول فراوانی مربوطه، تعداد بسیار زیادی از مخاطبان پیامک‌های هشدار را فاقد درک کامل از پیچیدگی جرایم می‌دانند. در حقیقت، این گروه از مخاطبان بر این باورند که پیامک‌ها کاملاً مطابق با واقعیات و حالات مختلف ارتکاب جرایم تنظیم نشده‌اند و دنیای مجرمانه و به دام انداختن مردم در این دنیا بسیار پیچیده‌تر از نگاه ساده‌ای است که در این پیامک‌ها وجود دارد. نتیجه بالا مشابه نتیجه پژوهش کارلی و همکاران است. در این پژوهش به اثبات رسیده رسانه‌ها گاهی اوقات راه‌حل ساده پیشگیرانه برای

مسائل پیچیده ارائه می‌دهند و مسائل مهم را نادیده می‌گیرند و همین امر نیز می‌تواند سیاست‌های پیشگیری از جرم را مختل کند.

در نهایت در خصوص گروه‌بندی مخاطبان، با توجه به جمیع جداول ناظر به کارکردهای مطلوب و نامطلوب پیامک‌های هشدار و به ویژه با لحاظ جدول فراوانی تجمیعی، یافته‌ها نشان از آنم دارد که دیدگاه مردم در خصوص پیامک‌های هشدار به سه گروه نظری تقسیم می‌شود: گروه موافق و قدردان، گروه مخالف و رنجیده خاطر و گروه بی‌تفاوت یا خنثی. گروه موافق یا قدردان معتقدند پیامک‌های پیشگیرانه به لحاظ برخورداری از سه کارکرد مطلوب، یعنی افزایش آگاهی مردم در خصوص شیوه‌های بزه‌دیدگی و راهکار مناسب برای مقابله با بزه‌دیدگی، افزایش سطح احتیاط مردم در برخورد با پیامک‌ها و دام‌های مجرمانه و در نهایت تأثیر بر کاهش جرم، مفید بوده و قدردان ارسال چنین پیامک‌هایی توسط پلیس فتا و یا معاونت اجتماعی و پیشگیری از جرم قوه قضاییه هستند. گروه دوم، مخالفان ارسال پیامک‌های پیشگیرانه هستند که به دلیل کارکردهای نامطلوب چنین پیامک‌هایی احساس رنجش خاطر دارند. گروه سوم، گروه خنثی و بی‌طرف هستند. این گروه شامل افرادی است که در پژوهش حاضر بی‌نظر بوده‌اند و نسبت به کارکردهای مطلوب یا نامطلوب پیامک‌های هشدار پاسخی نداده‌اند. شاید بتوان گفت گروه خنثی نه قدردان ارسال پیامک‌های پیشگیرانه هستند و نه از ارسال این پیامک‌ها احساس رنجش خاطر دارند. با این وجود، مطابق جدول فراوانی تجمیعی و گروه‌بندی مخاطبان، اکثریت با گروه نخست، یعنی گروه موافق و قدردان پیامک‌های هشدار است. مشابه این نتیجه و تقسیم‌بندی گروه‌های نظری در پژوهش قاسمی و بارسلطان هم مشاهده می‌شود. براساس یافته‌های این پژوهش، نگرش و ارزیابی از تأثیر رسانه بر یکپارچگی جامعه به دو دسته نظریه‌های خوش‌بینانه، یعنی موافقان تأثیر مثبت رسانه بر یکپارچگی جامعه و بدبینانه، یعنی مخالفان و معتقدان به تأثیر رسانه در از هم پاشیدن یکپارچگی جامعه تقسیم می‌شود. همچنین در پژوهش

تئودروس و زیکارگه براساس نظرات شرکت کنندگان در مصاحبه سه ایده رقیب، یعنی موافقان، مخالفان و میانه‌روها در خصوص تأثیر رسانه بر پیشگیری از جرم، تشخیص داده شده است. وجود تقریباً مشابه این سه گروه و گروه‌بندی مذکور در مطالعه حاضر، در پژوهش لنوکس در کانادا نیز مشاهده می‌شود. در این پژوهش، سه گروه نظری رنجش، عمل‌گرا و قدردان براساس واکنش مخاطبان به‌دست آمده است.

با وجود دریافت سه گروه نظری در برابر پیامک‌های هشدار و به‌خصوص وجود گروه رنجیده نمی‌توان منکر آثار مثبت چنین پیامک‌های در سطح جامعه شد، زیرا این پیامک‌ها به‌دنبال آموزش هستند و آموزش اساسی‌ترین ابزار و روش پیشگیری از بزه‌دیدگی است. استراتژی و هدف آموزش راهکارهای پیشگیرانه از طریق ارسال پیامک، تأثیرگذاری بر مهارت‌های زندگی اجتماعی است. با این وجود و به‌منظور افزایش اثربخشی پیامک‌های هشدار، پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:

۱. تأکید بر استفاده از یک چارچوب ترکیبی در تنظیم محتوای پیامک‌ها.
۲. توجه به انتظارات هنجاری از پلیس و قوه قضاییه در مورد پیشگیری از جرم.
۳. تأکید بر مقصر ندانستن مردم و قربانیان و صرفاً استفاده از همکاری آن‌ها در برخورد با مجرمان.
۴. تنظیم پیامک‌ها مطابق با واقعیات جرایم و پیچیدگی آن‌ها.
۵. اطلاع‌رسانی نسبت به جنبه آموزشی و آگاهی‌بخشی پیامک‌های هشدار، تأکید بر کارآیی آموزه‌های پیشگیرانه و مراقبت از خود، آثار و تبعات بی‌توجهی به پیامک‌ها از طریق رسانه‌های جمعی.
۶. ایجاد تمایز میان پیامک‌های هشدار و پیام‌های متفرقه و تبلیغاتی، به‌عنوان نمونه از طریق طراحی و کاربرد گزینه‌های اختصاصی و ویژه توسط نهادهای مجری پیشگیری. یکی از راهکارهای مفید در ایجاد تمایز میان پیامک‌های پیشگیرانه و سایر پیامک توسط شهروندان، ایجاد قابلیت اعلان متفاوت پیامک‌های پیشگیرانه

- بر روی تلفن همراه مخاطبین است. به عنوان مثال، این پیامک‌ها به همراه آهنگ یا ویژگی خاص بر روی گوشی مخاطبین قرار گیرد.
۷. استفاده از امکانات متفاوت مانند پیام صوتی یا تصویری در کنار و همراه پیام متنی.
۸. انتخاب شروع جذاب برای پیامک‌های هشدار در کنار ساده و شفاف بودن متن.
۹. در نظر گرفتن امتیاز ویژه برای تعاملی شدن و بهبود توجه به پیامک‌های هشدار.
۱۰. تعیین زمانبندی مناسب برای ارسال پیامک‌ها؛ به عنوان مثال ۹ تا ۱۱ شب معمولاً افراد بیشتر از تلفن همراه استفاده می‌کنند.
۱۱. ارسال درخواست گزارش پیامک‌های مشکوک مجرمانه در قالب پیامی مجزا از پیامک‌های هشدار

## منابع

۱. ابراهیمی، شهرام. (۱۳۹۰). جرم‌شناسی پیشگیری. نشر میزان.
۲. باباییان، علی؛ کرمی، ذبیح‌الله؛ کفراشی، سعید. (۱۳۹۱). نقش آموزش همگانی در پیشگیری از جرم. فصلنامه مطالعات پیشگیری از جرم، ۷(۲۴)، ۳۴-۹.  
[http://cps.jrl.police.ir/article\\_۱۳۵۷۱](http://cps.jrl.police.ir/article_۱۳۵۷۱)
۳. بیرانوند، مجتبی؛ ملکیان، نازنین. (۱۴۰۱). کارکرد آموزشی هشدارهای پلیسی رسانه ملی در پیشگیری از سرقت خودرو. فصلنامه پژوهش‌های دانش انتظامی، ۲۴(۱)، ۶۳-۳۹.  
[http://pok.jrl.police.ir/issue\\_۱۳۷۱۳\\_۱۳۶۴۹.html](http://pok.jrl.police.ir/issue_۱۳۷۱۳_۱۳۶۴۹.html)
۴. دهقان، سحر؛ موسوی جهرمی، یگانه؛ عبدلی، قهرمان. (۱۳۹۷). تئوری چشم‌انداز؛ رهیافتی نوین در توضیح پدیده فرار مالیاتی. مجله تحقیقات اقتصادی، ۵۳(۱)، ۷-۵.  
[https://jte.ut.ac.ir/article\\_۶۴۸۴۱.html](https://jte.ut.ac.ir/article_۶۴۸۴۱.html)
۵. رسولی، غلامرضا؛ زمانی بالاجاده، عزت‌الله. (۱۳۹۸). بررسی رابطه تعامل دوسویه رسانه و پلیس در پیشگیری از وقوع جرم (مطالعه موردی: مراجعان به کلانتری‌های شهر گرگان). فصلنامه دانش انتظامی گلستان، ۱۰(۳۷)، ۱۵۲-۱۲۷.  
[http://golestan.jrl.police.ir/article\\_۲۰۱۷۰.html](http://golestan.jrl.police.ir/article_۲۰۱۷۰.html)

۶. صالحی، علی؛ میرخلیلی، محمود؛ موسوی‌مجاب، درید. (۱۳۹۸). نگاهی به نتایج نقش آفرینی تعامل پلیس و رسانه در عرصه سیاست کیفری در ایران. *مجله حقوقی دادگستری*، ۸۳(۱۰۸)، ۱۷۰-۱۶۸. [http://www.jlj.ir/article\\_۳۸۰۳۲.html](http://www.jlj.ir/article_۳۸۰۳۲.html)
  ۷. صفاری، علی. (۱۳۹۲). اهمیت پیشگیری از جرم، در: *مقاله‌های در جرم‌شناسی و کیفرشناسی*. نشر جنگل.
  ۸. قاسمی، محمد؛ بارسلطان، رویا. (۱۳۸۹). رسانه‌های جمعی و پیشگیری از جرم (با تأکید بر برنامه‌های تلویزیونی پلیسی). *فصلنامه نظم و امنیت انتظامی*، ۳(۳)، ۸۸-۶۵. <https://www.sid.ir/paper/۱۸۸۸۸۱/fa>
  ۹. کرم‌زاده، اسماعیل؛ عرفانی، سهراب. (۱۳۹۶). الگوی تعامل پلیس و رسانه‌های ارتباط جمعی در پیشگیری از وقوع جرم و نقش آن در احساس امنیت. *فصلنامه امنیت ملی*، ۲۴(۲)، ۱۰۵-۸۱. [https://ns.ndu.ac.ir/article\\_۸۱-۱۰۵](https://ns.ndu.ac.ir/article_۸۱-۱۰۵)
  ۱۰. یزدان‌پناه، پویا. (۱۳۹۹). واکاوی پیشگیری‌های غیرکیفری از جرایم اداری. *فصلنامه قانون*، ۴(۴)، ۳۸-۹.
- <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/۱۷۰۱۵۸۲>
۱۱. Ajzen, I., & Fishbein, M. (۲۰۰۰). *Understanding attitudes and predicting social behavior: prentice Hall*. upper saddle River.
  ۱۲. Carli, Vivien. (۱۹۸۸). The Media, Crime Prevention and Urban Safety: A Brief Discussion on Media Influence and Areas for Further Exploration, *In: International Public Safety Seminar*. <https://cipc-icpc.org/wp-content/uploads/۲۰۱۹/۰۸/>
  ۱۳. DiPippa, John. (۱۹۹۱). How Prospect Theory Can Improve Legal Counseling. *University of Arkansas at Little Rock Law Review*, ۱۱(۱)، ۵۵۰-۴۴. <https://lawrepository.uarl.edu/cgi/>
  ۱۴. Estrin, Saul, Mickiewicz, Tomasz & Rebmann, Anna. (۲۰۰۷). Prospect theory and the effects of bankruptcy laws on entrepreneurial aspirations. *Small Business Economics Journal*, ۲۶(۱)، ۷۷۷-۷۷۷. <https://www.jstor.org/stable/۲۶۱۰۴۷۳۰>
  ۱۵. Guthrie, Chris. (۲۰۰۳). Prospect Theory, Risk Preference, and The Law. *Northwestern University Law Review*, ۷۷(۳)، ۵۵۵-۴۴۴. <https://scholarship.law.vanderbilt.edu/>

۶۶. Igracki, Jasmina & Stepanovic, Ivana.(۷۷۷۷). The Influence of Media on Crime Prevention. In: Science and Technological Development of the Republic of Serbia. <http://institute.rs.iksi.ac.rs/۲۱۴۱\igra%۲C%۲۰۰stepanovic.pdf>
۷۷. Jaccard, J. (۱۹۸۱) .Attitudes and Behavior: Implications of Attitudes toward Behavioral Alternatives. *Journal of Experimental Psychology*, ۷۷, ۶۶۶-۷۷۷. <https://www.academia.edu/۸۲۰۵۹۴۸۶/>
۸۸. Kahneman, Daniel & Tversky, Amos. (۹۹۹۹). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk .*Econometrica Journal*, ۷۷(۲), ۲۳۳-۱۱۱. <https://www.jstor.org/stable/۱۹۱۴۱۸۵>
۹۹. LaCaille, Lara. (۰۰۰۰). *Theory of Reasoned Action* .Springer.
۰۰. Lennox, Rebecca. (۲۲۲۲). Doing Crime Prevention, Doing Gender: Canadian Women's Responses to Police Produced Gendered Crime-Prevention Messaging .*The British Journal of Criminology*, ۲(۲), ۱-۹۹. <https://www.researchgate.net/publication/۳۶۳۰۶۳۳۳۰>
۱۱. Tewodros, H & Zikarge, giorgis.(۹۹۹۹). The Role of Police Media Platforms to Crime Prevention in Addis Ababa, Ethiopia. *New Media and Mass Communication*, ۳۳, ۰۰-۵۵. <https://www.iiste.org/Journals/index.php/NMMC/article/view/۴۴۴۴۴>
۴۴. Winkel, Frans. (۱۹۹۱). Police, Victims, and Crime Prevention (Some Research-based Recommendations on Victim-oriented Interventions). *British Journal of Criminology*, ۱۱(۳), ۰۰۰-۵۵۵. <https://www.jstor.org/stable/۲۳۶۳۷۵۰۸>