

فصلنامه پژوهش‌های دانش انتظامی، سال بیست و چهارم، شماره ۱، بهار ۱۴۰۱

صص ۶۳-۳۹

کارکرد آموزشی هشدارهای پلیسی رسانه ملی در پیشگیری از سرقت خودرو^۱

مجتبی شمس بیرانوند^۲، نازنین ملکیان^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۱۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۱۷

چکیده

زمینه و هدف: رسانه‌ها نقش بارزی در تأمین امنیت اجتماعی شهروندان هر جامعه‌ای دارند و به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم حاکمیت می‌توانند یکی از بازوهای مهم پلیس در هر جامعه برای تأمین امنیت اجتماعی باشند. هدف پژوهش حاضر، بررسی کارکرد آموزشی هشدارهای پلیس رسانه ملی در پیشگیری از سرقت خودرو است.

روش: روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و نوع تحقیق کمی به شیوه‌ی پیمایشی است. هم‌چنین، جامعه آماری این تحقیق شهروندان شهرک اکباتان با تعداد نمونه ۳۸۵ نفر دارای سن ۱۸-۶۰ سال بودند که از طریق فرمول کوکران و به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شده‌اند. برای تحلیل اطلاعات جمعیت‌شناسی پاسخ‌دهندگان، از آمار توصیفی استفاده شد و داده‌ها با نرم‌افزار SPSS تحلیل شدند.

یافته‌ها: طبق فرضیات تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری کیفری، وضعی و اجتماعی از سرقت خودرو، که طی آزمون t به عمل آمده تأیید می‌شوند. نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که فرضیات تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری کیفری، وضعی و اجتماعی از سرقت خودرو تأیید می‌شوند.

نتیجه‌گیری: تحلیل داده‌ها نشان داد با اطمینان ۹۵٪ می‌توان اذعان داشت کارکرد آموزشی هشدارهای پلیسی رسانه ملی، تأثیر بر پیشگیری کیفری، وضعی و اجتماعی دارد.

کلیدواژه‌ها: کارکرد آموزشی، هشدارهای پلیسی، رسانه ملی، پیشگیری، سرقت

۱. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد در دانشگاه آزاد واحد شرق تهران است.

۲. کارشناس ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، تهران، ایران

shamsbiranvand99@gmail.com

۳. استادیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، تهران، ایران، نویسنده مسئول:

nz.malekian@gmail.com

مقدمه

اهمیت رسانه در دنیای امروز عمدتاً از آنجا ناشی می‌شود که رسانه‌ها ضمن آنکه می‌توانند تعیین کنند چه موضوعاتی مورد توجه قرار بگیرند؛ در مرتبه بالاتر می‌توانند با برجسته‌سازی و تکرار رویدادهای خاص به آموزش بپردازد. به عبارت دیگر، از آنجایی که ارزش‌های هر جامعه بخشی از فرهنگ آن جامعه است؛ رسانه‌ها می‌توانند از طریق تأثیرگذاری بر ارزش‌ها، فرهنگ جامعه را تحت تأثیر قرار دهند و از زیان دیدن مردم به وسیله آموزش جلوگیری کنند. در سال‌های اخیر، تأکید تازه‌ای بر مفهوم شکل‌گیری واقعیت‌های اجتماعی و پیام‌های ارتباطی، مورد بررسی پژوهشگران قرار گرفته است (بدیعی و قندی، ۱۳۸۵، ۴۱۸). رسانه‌های جمعی (از مطبوعات، سینما، رادیو و تلویزیون گرفته تا بازی‌های رایانه‌ای، لوح‌های فشرده موسیقی، دی‌وی‌دی، اینترنت و شبکه‌های ماهواره‌ای) ابزاری هستند که در یک جامعه از آن برای ابلاغ پیام‌ها، بیان افکار و انتقال مفاهیم به دیگران استفاده می‌شود (ستوده و همکاران، ۱۳۸۴، ۵۸). از نظر مک لوهان «رسانه، همان پیام است» (مک لوهان، ۱۳۷۷، ۲۵۸). به عقیده وی، رسانه نه تنها از محتوای پیام خود جدا نیست، بلکه به مراتب مهم‌تر از خود پیام نیز هست و بر آن تأثیری چشمگیر دارد جرایم معمولاً مخفی و پنهان هستند (دادگران، ۱۳۸۲، ۹۰). همین مخفیانه بودن جرم، باعث می‌شود که امکان جدا کردن عوامل تأثیر رسانه‌های جمعی و بررسی و سنجش نقش آن‌ها بسیار دشوار شود (آسیایی، ۱۳۹۲، ۱۴). یکی از کارکردهای مهم رسانه‌ها کارکرد آموزشی آنهاست. رسانه‌ها خصوصاً صدا و سیما در کنار کارکردهای متعددی چون اطلاع‌رسانی، آگاهی بخشی و کارکرد آموزشی نیز دارد. باتوجه به ویژگی‌های این رسانه ملی که پیام از طریق آن به سهولت در گسترده‌ای وسیع و به افراد فراوانی انتقال می‌یابد، در جوامع مختلف سعی شده است از آن برای آموزش‌های همگانی و سراسری استفاده شود. از طریق صدا و سیما می‌توان افراد مختلف از قشرها و طبقات گوناگون را تحت آموزش قرار داد و پیامی را به آن‌ها منتقل ساخت (قاسمی، ۱۳۸۵، ۳).

یکی از وظایف اصلی قوه قضائیه و به تبع آن پلیس به عنوان ضابط قضایی و هم‌چنین سایر نهادها و ارگان‌ها پیشگیری از جرم است که باید علاوه بر مأموریت‌های معمول خود، آن را نیز محقق سازد و انجام این امر با آگاه‌سازی مردم امکان‌پذیر خواهد بود (قاسمی و بارسلطان، ۱۳۸۹، ۶۵). در سراسر تاریخ، انسان‌ها همواره در پی بهبود توانایی خویش برای کسب و دریافت اطلاعات درباره محیط پیرامون خود بوده‌اند. به عبارت دیگر می‌توان گفت که وسایل ارتباطی مانند مطبوعات، رادیو، تلویزیون، سینما و اینترنت، به جهت آنکه با گروه‌های وسیع انسانی سر و کار دارند و پیام‌های خود را در اختیار میلیون‌ها خواننده، شنونده و بیننده قرار می‌دهند، از اهمیت خاصی برخوردارند (معمدنژاد، ۱۳۷۱، ۲۳). در عصری زندگی می‌کنیم که به عصر ارتباطات و اطلاعات معروف شده است. عصری که در آن وسایل ارتباط جمعی بزرگترین نقش را در دگرگونی و تغییر در جوامع مختلف بازی می‌کنند. آن‌ها حتی می‌توانند بر پیشگیری از جرمی هم چون سرقت در کشورها تأثیر داشته و شرایط جدیدی را برای کشورها در حوزه جرائم بوجود آورند. به‌طور کلی نیازهای روزافزون انسان به استفاده از وسایل ارتباطی، برای این وسایل و وظایف اجتماعی متعددی همانند وظیفه خبری و آموزشی پدید آورده است (شاه‌محمدی، ۱۳۹۰، ۶۴). امروزه رسانه‌های جمعی با کارکردهای مشخص و تعیین شده خود، جایگاه ویژه‌ای یافته‌اند. به‌نحوی که بارزترین عامل نظم، امنیت اجتماعی، همبستگی و مشارکت مردمی تبدیل شده‌اند. هم‌چنین رسانه‌های جمعی نقش بسیار مهمی در اجرای برنامه‌های سیاسی، امنیتی و تقویت مشارکت مردمی برای تأمین امنیت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم ایفا می‌کنند (قاسمی و بارسلطان، ۱۳۸۹، ۶۵).

سرقت خودرو، از جمله جرائمی است که امنیت جامعه را به مخاطره می‌اندازد و بسته به نوع آن از حساسیت‌های ویژه‌ای برخوردار می‌باشد. و بایستی با استفاده از رسانه ملی به آموزش در جهت پیشگیری با آن مقابله کرد. از جمله اینکه سارقین جهت ارتکاب

جرایم دیگری مانند جابه‌جایی قاچاق مواد مخدر، مشروبات الکلی، مفساد اجتماعی، گروگان‌گیری از خودروهای سرقتی استفاده می‌نمایند تا هویت آن‌ها مشخص نباشد و به راحتی در دام پلیس نیافتند و از چنگال قانون خارج شوند.

پیشینه و مبانی نظری

مرشدی (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان «بررسی شیوه‌های مؤثر پیشگیری وضعی از سرقت به عنف» با هدف شناخت و بررسی عوامل و شیوه‌های مؤثر پیشگیری بر وقوع سرقت‌های به عنف در شهر ارومیه انجام داده که از نظر نوع، کاربردی و از نظر ماهیتی، علی - مقایسه‌ای به صورت پیمایشی با جامعه آماری کارکنان معاونت آگاهی و دواير پیشگیری کلانترهای سطح شهرستان ارومیه که هر یک از این افراد به‌طور مستقیم در مشاغل مرتبط یا از نزدیک دخیل بوده‌اند صورت گرفته است. نتایج پژوهش حکایت از این دارد که به ترتیب، نقش مراقبت‌های پلیسی (رسمی و غیررسمی) در کاهش سرقت‌های به عنف و نقش بافت محیطی نامناسب و نقش رفتار افراد بزه دیده در افزایش سرقت‌های به عنف شهر ارومیه دخیل است.

درویشی و همکاران (۱۴۰۰)، در تحقیقی با عنوان الگوی مدیریت انتظامی پیشگیری کیفری جرم با هدف شناخت الگوی بهینه مدیریت انتظامی در پیشگیری کیفری از جرم انجام شد. با توجه به یافته‌های تحقیق، تعداد ۱۷ شاخص در مدیریت انتظامی در پیشگیری کیفری از جرم شناسایی شد و در سه مؤلفه اقدامات اطلاعاتی و امنیتی، اقدامات ساختاری و کیفی سازی اقدامات پلیس، دسته‌بندی شد. هر چند هر سه مؤلفه با شاخص‌های مرتبط با بار عاملی ۰/۸۹۳ واریانس کل عوامل را تبیین کرد، ولی نتایج آزمون تی زوجی نشان‌دهنده تفاوت معنادار بین وضعیت موجود مدیریت انتظامی در پیشگیری کیفری از جرم با وضعیت مطلوب دارد. پلیس برای بهبود وضعیت اقدامات پیشگیری کیفری از جرم و کاهش هزینه‌های جرم لازم است برنامه‌های کاربردی و عملی برای ارتقاء سطح کیفی شاخص‌های شناسایی شده انجام دهد.

تحقیق رسولی و زمانی بالاجاده (۱۳۹۸)، به منظور بررسی رابطه‌ی تعامل دوسویه‌ی رسانه و پلیس در پیشگیری از وقوع جرم انجام شده است. بر اساس نظرات نمونه ۱۲۳ نفری مردم شهر گرگان، ۴۵/۷ درصد پاسخگویان موافق رابطه دوسویه رسانه و پلیس بودند. همچنین نتایج این تحقیق نیز نشان داد که بین تماشای تلویزیون و مشارکت و ارتباط مردم با پلیس از طریق رسانه با پیشگیری از وقوع جرم رابطه‌ی معناداری وجود دارد و نیز در متغیرهای میزان مطالعه‌ی روزنامه و مجلات و نیز اطلاع رسانی و هشدار از طریق رسانه رابطه بسیار معنادار است و در پیشگیری از وقوع جرم تأثیر زیادی دارد. نجفی توانا و همکاران (۱۳۹۲) تحقیقی با عنوان «نقش پیشگیری اجتماعی با رویکرد چند نهادی، پیشگیری از سرقت خودرو در تهران بزرگ» انجام دادند. نتایج این تحقیق نشان‌دهنده این بود که تدابیر انجام شده با درصد بالایی در پیشگیری از سرقت خودرو مؤثر بوده است.

عبادی نژاد و باهوش (۱۳۹۱)، تحقیقی با عنوان «بررسی عوامل محیطی مؤثر بر پیشگیری از سرقت منزل» در محدوده‌ی مورد مطالعه ایفا می‌کنند. تقویت جنبه‌های گوناگون واپایش و نظارت می‌تواند در کاهش وقوع سرقت تأثیر قابل توجهی داشته باشد. کاربری و استفاده مختلط اماکن سبب افزایش تراکم جمعیت و تضعیف جنبه‌های نظارت و به تبع آن افزایش وقوع جرائم چون سرقت منزل می‌شود و در مقابل روشنایی خیابان‌ها موجب افزایش واپایش اجتماعی غیررسمی و در نتیجه کاهش میزان جرائم می‌شود. در نهایت آن که جرم و جنایت در یک منطقه رابطه مستقیمی با افزایش تراکم جمعیت در آن منطقه دارد.

حیدری و همکاران (۱۳۹۰)، تحقیقی را به عنوان «جهانی شدن فرهنگ و احساس امنیت سیاسی (مطالعه موردی جوانان شهر شیراز)» انجام داد. یافته‌های این پژوهش نشان داد که اگر نیروی انتظامی یا پلیس به تنهایی بخواهد امنیت ایجاد کند، قطعاً ناموفق خواهد

بود. بنابراین مردم و دیگر سازمان‌ها (سازمان‌های مردم نهاد) و ارگان‌ها نیز باید در برقراری امنیت اجتماعی نقش مشارکتی داشته باشند.

شایگان و مهدیان چاوگانی (۱۳۹۶)، پژوهشی را به‌عنوان «شیوه‌های جلب مشارکت رسانه‌ها برای اعتمادسازی نسبت به پلیس» انجام داد. نتایج نشان داد نیروی انتظامی با اقداماتی از قبیل تعامل صحیح و مستمر با رسانه‌ها، تشکیل کانون‌های اندیشه‌ورزی، اطلاع‌رسانی به‌موقع به رسانه‌ها، امکان دستیابی خبرنگاران به پرونده‌های مهیج، سخنگوی رسانه‌ای داشتن و داشتن خبرنگاران انتظامی در رسانه‌ها می‌تواند مشارکت رسانه‌ها را برای اعتمادسازی نسبت به پلیس جلب کند.

حامد و پشنک (۱۳۹۱) پژوهشی با عنوان «بررسی دلایل اقتصادی، اجتماعی و انتظامی سرقت در شهر کرمانشاه» انجام دادند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که اکثر سارقان، پایگاه اجتماعی اقتصادی پایینی در جامعه داشته‌اند و طبعاً وسایل لازم برای رسیدن به اهداف مشروع را نداشته‌اند. این بدان معنی است که عواملی چون محرومیت نسبی در زندگی و دست نیافتن به پایگاه اجتماعی مورد انتظار، آنان را به سوی جرم سوق داده است. بنابراین اگر قرار است با سرقت مبارزه شود، به جای مبارزه با سارق، که خود محصول و برون‌داد سیستم است، باید به اصلاح ساختاری پرداخت که سارق را پدید می‌آورد.

اوزونیل^۱ (۲۰۱۸)، پوشش رسانه‌ای محلی و حمایت از پیشگیری از جرم توسط پلیس در جامعه به افزایش و آگاهی عمومی و مشارکت در پروژه‌های مبتنی بر جامعه کمک می‌کند. این راهبرد در استفاده از تلویزیون محلی، رادیو، روزنامه‌ها و سایر رسانه‌ها برای تمرکز بر پروژه‌های پیشگیری از جرم در جامعه و سازمان‌ها انجام می‌شود. با برجسته‌سازی چنین تلاش‌هایی، رسانه‌ها استاندارد جامعه را در تقابل با انواع جرائم تقویت می‌کنند و به آگاهی پیشگیری از جرم در بین مردم کمک می‌کنند.

کاکاتو و پترسون^۱ (۲۰۲۱)، در پژوهشی با عنوان «مسائل نوظهور در پلیس» که عنوان بسیار مناسبی برای بحث در مورد رسانه‌های مورد استفاده پلیس است، بیان می‌دارد استفاده از رسانه‌ها پدیده‌ای نسبتاً جدید در پلیس است. ادارات پلیس هم‌چنین شروع به کشف استفاده از رسانه‌ها برای به دست آوردن اطلاعات، به‌ویژه برای اهداف تاکتیکی، مانند جمع‌آوری اطلاعات در مورد تهدیدات خشونت اوباش، شورش‌ها، یا فعالیت‌های مجرمانه منزوی در تظاهرات گسترده غیرقانونی کرده‌اند. پلیس باید بداند که چگونه این نوع ارتباطات را کنترل کند تا روحیه جامعه را ارزیابی کند، اینکه آیا تهدید به فعالیت مجرمانه در حال توسعه است، ارزیابی کند و از برنامه‌های گروه‌های بزرگ برای انتقال به مکان‌های دیگر مطلع شود. چالش‌های راهبردی بهره‌برداری از رسانه‌ها و تبدیل حجم عظیمی از داده‌ها به اطلاعات علمی در پیشگیری جرائم می‌تواند یک وظیفه دلهره‌آور برای پلیس باشد.

وان لانانگ و حسن^۲ (۲۰۲۱)، در پژوهشی با موضوع «برنامه پیشگیری از جرم» بیان می‌دارد این سازمان‌ها باید وظایف خود را در رسانه‌های عمومی به‌عنوان شرکای مهم در انتشار پیام پیشگیری از جرم مشخص کنند. اجزای برنامه‌های پیشگیری از جرم مبتنی بر اجتماع می‌تواند گفتگو با خبرنگاران اختصاص داده شده برای پوشش جرائم یا موضوعات مرتبط با جامعه و هم‌چنین درخواست کمک از منابع رسانه‌ای برای طراحی یک کمپین آموزش عمومی، ایجاد مشارکت با منابع رسانه‌ای باشد.

کارکردهای رسانه. در هر یک از رسانه‌ها مجموعه‌ای از کارکردها قابل تصویر است. سه کارکرد عمده برای رسانه‌ها معرفی شده‌اند (هارجی و همکاران، ۱۳۸۶، ۴۰۸):

(۱) نظارت بر محیط به معنی جمع‌آوری و توزیع اطلاعات در مورد رویدادهای محیط اطراف، هم در داخل و هم در خارج یک جامعه خاص. این امر تا اندازه‌ای، نظیر آن چیزی است که عموماً به مثابه اداره و هدایت اخبار مورد نظر قرار می‌گیرد.

1 Ceccato & Petersson

2 Wan Lanang & Hassan

۲) همبستگی بخشی از جامعه در واکنش به محیط: همبستگی در اینجا شامل تفسیر اطلاعات مربوط به محیط و توصیه در مورد نحوه رفتار در واکنش به این رویدادها است. این فعالیت تا حدودی به‌عنوان ویرایش یا تبلیغ سیاسی شناخته می‌شود.

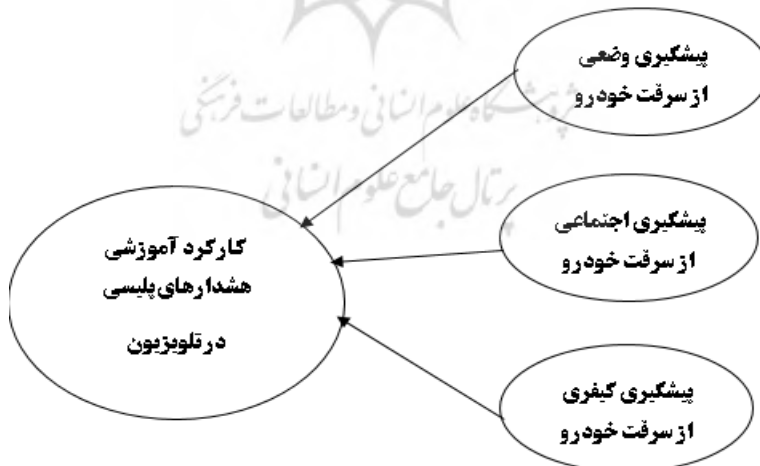
۳) انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر: لاسول می‌گوید که انتقال فرهنگ معطوف منتقل کردن اطلاعات، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی از نسلی به نسل دیگر یا از اعضای یک گروه به تازه واردهای آن گروه است. این امر عموماً به مثابه فعالیت آموزشی شناخته می‌شود (سورین و تانکارد، ۱۳۸۲، ۴۵-۵۱).

ب) نظریه کاشت (تأثیر قدرتمند رسانه). جرج گربنر معتقد است رابطه آشکار میان محتوای نمایش داده شده از تلویزیون و ترس از جنایت می‌تواند به وسیله‌ی امنیت محیط زندگی بینندگان، قابل توجیه باشد. یعنی این که برعکس آن‌هایی که در محیط امن زندگی می‌کند، کسانی که در محیط‌های جرم‌خیز زندگی می‌کنند، به دلیل نا امن بودن محیط اطرافشان می‌کوشند، بیشتر در خانه‌هایشان بمانند و به همین دلیل بیشتر تلویزیون می‌بینند. در واقع این‌ها نه تحت تأثیر تماشای برنامه‌های تلویزیونی بلکه، تحت تأثیر محیط نا امن اطراف زندگی‌شان احساس ترس و وحشت می‌کنند. و این نشان داد که اگر متغیرهای دیگری غیر از ساعت‌های تماشای تلویزیون را نیز کنترل کنند، تغییر باقیمانده که بتوان آن را به تلویزیون نسبت داد، خیلی کم است (حبیب‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸، ۴۲).

رسانه جمعی به همه ابزارهای غیرشخصی ارتباط گفته می‌شود که به وسیله‌ی آن، پیام‌های دیداری یا شنیداری به‌طور مستقیم به مخاطبان انتقال می‌یابند. تلویزیون، رادیو، سینما، اینترنت، ماهواره و مجله‌ها، کتاب و ... در زمره رسانه جمعی، به‌شمار می‌روند. رسانه‌ها برحسب تغییر کارکردی، تعریف‌های جدیدی یافته‌اند که با تعریف‌های سنتی تا حد قابل توجهی متمایز است. یکی از جدیدترین تعریف‌هایی که اندیشمندان و صاحب‌نظران رسانه جمعی با تأکید بر موضوع و هدف رسانه مطرح کرده‌اند عبارت

است از: انتقال اطلاعات، اندیشه‌ها، نگرش‌ها یا عواطف از شخصی یا گروهی به دیگری یا دیگران که عمدتاً از طریق نمادها صورت می‌گیرد (حیب‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸، ۴۲). رسانه‌ها در دنیای نوین، بسیار پیچیده‌اند و در عین گوناگونی از پیچیدگی خاصی برخوردارند و مانند شمشیر دولبه هستند که هم می‌توانند کارکرد مثبت داشته باشند و هم کارکرد منفی، بر این اساس رسانه در روند تثبیت یا هم‌دلی و امنیت عمومی و مشارکت همه‌جانبه مردم در تأمین امنیت عمومی و شرکت در نظام عدالت‌کیفری یا نقش‌ها و کارکردهای مختلفی، نمود می‌یابند؛ کارکردهایی که برآمده از توجه بی‌توجهی به ساختار فرهنگی جامعه و شدت و شتاب تغییرات آن است. (لرنی و مصلحتی، ۱۳۸۵، ۷۱).

ج) پیشگیری از جرم. عملکرد رسانه‌ها در شکل‌دادن به تعریف جرم و کجروی، نقش آن‌ها را در ایجاد تغییرات قانونی و تقویت انواع خاص از راهکارهای عملیاتی پلیس، به نقش بسیار مؤثری بدل می‌کند، برای مثال، می‌توان به وضع قوانین مربوط به منع عبور و مرور جوانان و اتخاذ شیوه‌هایی جهت کنترل اماکن خاص اشاره کرد (سلیمی و داوری، ۱۳۸۵، ۵۴۰). شکل (۱) بیانگر مدل مفهومی پژوهش است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش. منبع (شمس بیرانوند و ملکبان، ۱۳۹۷)

فرضیات تحقیق

- ۱- کارکرد آموزشی هشدارهای پلیسی رسانه ملی در پیشگیری وضعی از سرقت خودرو تأثیر دارد.
- ۲- کارکرد آموزشی هشدارهای پلیسی رسانه ملی در پیشگیری اجتماعی از سرقت خودرو تأثیر دارد.
- ۳- کارکرد آموزشی هشدارهای پلیسی رسانه ملی در پیشگیری کیفری از سرقت خودرو تأثیر دارد.

روش

در پژوهش حاضر به منظور بررسی تأثیر کارکرد آموزشی هشدارهای پلیس رسانه ملی در پیشگیری از سرقت خودرو از روش کمی پیمایشی و از نوع توصیفی تحلیلی استفاده شد. متغیرهای این پژوهش پیشگیری وضعی، پیشگیری کیفری، پیشگیری اجتماعی و کارکرد آموزشی رسانه ملی بودند. در این پژوهش جامعه آماری تمامی شهروندان بین ۱۸ تا ۶۰ سال ساکن در شهرک اکباتان هستند که طبق بررسی‌های انجام شده و دریافت اطلاعات از دفتر آمار و اطلاعات استانداری تهران در نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن به تعداد تقریبی ۴۴ هزار نفر می‌باشد که از این میان تعداد ۳۸۴ نفر از طریق فرمول کوکران به صورت نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شده‌اند. متغیرهای به‌دست آمده را با توجه به محدودیت‌های زمانی از متغیرهای معرفی شده در این پروژه استخراج شد (جدول ۱).

جدول ۱. تحلیل روایی یا پایایی گویه‌های مربوط به متغیرهای اصلی تحقیق

متغیرهای اصلی تحقیق	تعداد گویه‌ها	شماره گویه‌ها	آلفا کرونباخ	وضعیت پایایی
کارکرد آموزش هشدار پلیس رسانه ملی	۶	۶-۱	۰/۸۰۲	قبول
پیشگیری وضعی از سرقت	۵	۱۱-۷	۰/۸۵۲	قبول
پیشگیری اجتماعی از سرقت	۵	۱۶-۱۲	۰/۸۳۷	قبول
پیشگیری کیفری از سرقت	۵	۲۱-۱۷	۰/۷۵۱	قبول

با توجه به اینکه دسترسی به کل جامعه در بازده زمانی معین غیرممکن بوده است و هزینه زیادی در بر دارد از نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده شد. حجم نمونه برابر تقریباً ۳۸۴ نفر می‌باشد. در این تحقیق از ادبیات موضوع و مدل‌های تحقیقاتی گذشته استفاده شده و مدل مناسب اقتباس گردیده است و با وجود فرضیه‌ها در این پژوهش برای تأکید اعتبار مدل از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده و پس از آن با استفاده از آزمون رگرسیون و معادلات ساختاری به سنجش اثر متغیرهای مستقل به متغیر وابسته پرداخته شده است ضمناً برای انجام آزمون کمولموگروف-اسمیرنوف، آزمون آلفا کرونباخ و آزمون رگرسیون از نرم افزار SPSS استفاده می‌شود (ودادی^۱، ۲۰۱۳).

یافته‌ها

جداول اطلاعات آماری از متغیرهای اصلی مدل و برخی اطلاعات پایه‌ای در خصوص مدل تحقیق در این فصل ارائه گردید و در نهایت نتایج اجرای مدل بیان شد. با توجه به نتایج بخش دوم پرسشنامه (ویژگی‌های جمعیت شناختی)، اطلاعات به‌طور خلاصه مشخصات نمونه آماری مورد نظر ارائه شد.

ترکیب جنسیت اعضای نمونه: نتایج به دست آمده از تحلیل داده‌ها حاکی از آن است که از ۳۸۴ نفر پاسخ‌گو در این پژوهش ۲۰۴ نفر معادل ۵/۱۳ درصد از کل نمونه زن و ۱۸۰ نفر معادل ۴۶/۸ درصد مرد می‌باشند. نتایج به دست آمده از تحلیل داده‌ها حاکی از آن است که از ۳۸۴ نفر پاسخ‌گو در این پژوهش تعداد ۲۳۲ نفر معادل ۶۰/۴۲ درصد مجرد و تعداد ۱۵۲ معادل ۵۸/۳۹ درصد متأهل می‌باشند (جدول ۲).

جدول ۲. توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌گویان بر حسب جنسیت و سابقه آن‌ها

جنس	تعداد	فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی
مرد	۱۸۰	۴۶/۸۷	مجرد	۲۳۲
زن	۲۰۴	۵۳/۱۳	متأهل	۱۵۲
جمع	۳۸۴	۱۰۰	جمع	۳۸۴

ترکیب سنی اعضای نمونه: نتایج به دست آمده از تحلیل داده‌ها حاکی از آن است که از ۳۸۴ نفر پاسخ‌گو در این پژوهش ۱۸۱ نفر معادل ۴۷/۱۳ درصد از کل نمونه کمتر از ۳۰ سال و ۹۰ نفر معادل ۲۳/۴۴ درصد بین ۳۰ تا ۴۰ سال می‌باشد و ۶۸ نفر معادل ۱۷/۷۲ درصد بین ۴۰ تا ۵۰ سال می‌باشد و ۴۵ نفر معادل ۱۱/۷۱ درصد بیشتر از ۵۰ سال می‌باشد. نتایج به دست آمده از تحلیل داده‌ها حاکی از آن است که از ۳۸۴ نفر پاسخ‌گو در این پژوهش ۶۲ نفر معادل ۱۶/۱۵ درصد فوق دیپلم و ۱۶۳ نفر معادل ۴۲/۴۵ درصد دارای مدرک لیسانس و ۶۳ نفر معادل ۱۶/۴۰ کارشناسی ارشد و بالاتر می‌باشند (جدول ۳).

جدول ۳. ترکیب سنی اعضای نمونه و وضعیت تحصیلی پاسخ‌دهندگان

سن	فراوانی	درصد فراوانی	تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
کمتر از ۳۰ سال	۱۸۱	۴۷/۱۳	دیپلم و زیر دیپلم	۹۶	۲۵
۳۰ تا ۴۰ سال	۹۰	۲۳/۴۴	فوق دیپلم	۶۲	۱۶/۱۵
۴۰ تا ۵۰ سال	۶۸	۱۷/۷۲	لیسانس	۱۶۳	۴۲/۴۵
بیشتر از ۵۰ سال	۴۵	۱۱/۷۱	کارشناسی ارشد و بالاتر	۶۳	۱۶/۴۰
جمع	۳۸۴	۱۰۰	جمع	۳۸۴	۱۰۰

تحلیل سؤالات پرسشنامه: نحوه چگونگی پاسخ‌گویی نمونه آماری به سؤالات پرسشنامه می‌باشد، که به قرار زیر است (جدول ۴).

جدول ۴. متغیرهای تحقیق

ردیف	متغیرهای تحقیق	تعداد
۱	پیشگیری وضعی از سرقت خودرو	۶-۱
۲	کارکرد آموزشی هشدارهای پلیسی	۱۵-۷

۳	پیشگیری اجتماعی از سرقت خودرو	۱۶-۱۸
۴	پیشگیری کیفری از سرقت خودرو	۱۹-۲۱

در پژوهش حاضر برای تعیین مقدار کفایت نمونه گیری از آزمون KMO و BTS استفاده شد. برای متغیر کارکرد آموزش هشدار پلیس رسانه ملی مقدار KMO معادل ۰/۸۲۹ است که براساس برآورد درجه آزادی و مقدار X^2 و سطح معنی داری ۰/۰۰۰ معنادار است. بنابراین نمونه مورد مطالعه در این زمینه از کفایت لازم برخوردار است. برای متغیر پیشگیری وضعی از سرقت مقدار KMO معادل ۰/۸۲۸ است که براساس برآورد درجه آزادی و مقدار X^2 و سطح معنی داری ۰/۰۰۰ معنی دار است. بنابراین نمونه مورد مطالعه در این زمینه از کفایت لازم برخوردار می باشد. برای متغیر پیشگیری اجتماعی از سرقت مقدار KMO معادل ۰/۷۷۵ است که براساس برآورد درجه آزادی و مقدار X^2 و سطح معنی داری ۰/۰۰۰ معنادار است. بنابراین نمونه مورد مطالعه در این زمینه از کفایت لازم برخوردار می باشد. برای متغیر پیشگیری کیفری از سرقت مقدار KMO معادل ۰/۷۹۱ است که براساس برآورد درجه آزادی و مقدار X^2 و سطح معنی داری ۰/۰۰۰ معنادار است. بنابراین نمونه مورد مطالعه در این زمینه از کفایت لازم برخوردار می باشد.

در استفاده از تکنیک های آماری، ابتدا باید مشخص کرد که داده های جمع آوری شده از توزیع نرمال یا غیرنرمال برخوردار است؟ در صورت نرمال بودن توزیع داده های جمع آوری شده برای آزمون فرضیه ها می توان از آزمون های پارامتریک استفاده نمود و در صورت غیرنرمال بودن از آزمون های ناپارامتریک استفاده کرد بنابراین با استفاده از آزمون کولموگوروف- اسمیرنوف به عنوان نوعی از آزمون های آماری ناپارامتری، نمونه ای از اندازه های کمی در اختیار محقق است و می خواهد (برای بررسی اطمینان از نرمال بودن داده ها) تعیین کند که آیا این نمونه از جامعه ای با توزیع نرمال به دست آمده یا خیر؟ در واقع این آزمون، یک آزمون تطابق توزیع برای داده های کمی است و با

استفاده از آن می‌توان تعیین کرد که آیا داده‌های نمونه از یک توزیع خاص (نرمال، یکنواخت، پواسون، نمایی) پیروی می‌کنند یا نه؟ بنابراین براساس پارامترهای توزیع نرمال یعنی میانگین و انحراف معیار، و هم‌چنین برآورد حداکثر نهایت اختلافات اعم از مطلق، مثبت و منفی، می‌توان گفت:

فرض صفر، خطای بیشتر از $0/05$ ، اگر در مقدار پارامتر ضریب معنی‌داری یا معیار تصمیم، خطا بیشتر $0/05$ باشد؛ از این امر نشان از پذیرش فرض صفر دارد. یعنی دلیلی برای رد این فرض که نمونه مورد نظر از توزیع نرمال به دست آمده وجود ندارد و توزیع داده‌های متغیر مربوطه، نرمال است.

فرض یک، خطای کمتر از $0/05$ ، اگر در مقدار پارامتر ضریب معنی‌داری یا معیار تصمیم، خطا کم‌تر از $0/05$ باشد؛ این امر نشان از پذیرش فرض یک دارد. یعنی دلیلی برای پذیرش این فرض که نمونه مورد نظر از توزیع نرمال به دست آمده وجود ندارد و توزیع داده‌های متغیر مربوطه، غیرنرمال است.

تفسیر آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف یک نمونه‌ای

در این تحقیق با توجه به مقدار پارامتر ضریب معنی‌داری یا معیار تصمیم در ارتباط با داده‌های عددی مربوط به هر یک از متغیرهای کمی پیوسته، می‌توان گفت دلیلی برای رد این فرض که نمونه مورد نظر از توزیع نرمال به دست آمده است، وجود ندارد (فرض صفر، خطای بیشتر از $0/05$) (جدول ۵).

جدول ۵. تحلیل توزیع نرمال متغیرهای اصلی بر مبنای آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف

	پیشگیری	پیشگیری	پیشگیری	پیشگیری
مقدار آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف	۶/۸۸۹	۵/۳۹۴	۵/۲۰۰	۶/۸۰۹
سطح معنی‌داری تقریبی	۰/۰۸۴	۰/۰۶۳	۰/۰۵۲	۰/۰۶۹

تفسیر آزمون ضریب همبستگی پیرسون

فرضیه نخست تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری کیفی از سرقت خودرو دارای ضریب $0/408$ و احتمال $0/000$ می باشد. فرضیه دوم تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری وضعی از سرقت خودرو $0/406$ و احتمال $0/000$ می باشد. فرضیه سوم تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری اجتماعی از سرقت خودرو دارای ضریب $0/507$ و احتمال $0/000$ می باشد (جدول ۶).

جدول ۶. ماتریس همبستگی دو بدوی بین متغیرهای اصلی تحقیق

	پیشگیری از سرقت	پیشگیری اجتماعی از سرقت	پیشگیری وضعی از سرقت	کارکرد آموزش هشدار پلیس رسانه ملی
پیشگیری از سرقت	۱			
پیشگیری اجتماعی از سرقت	$0/547^{**}$	۱		
پیشگیری وضعی از سرقت	$0/518^{**}$	$0/602^{**}$	۱	
کارکرد آموزش هشدار پلیس رسانه ملی	$0/408^{**}$	$0/406^{**}$	$0/507^{**}$	۱

تفسیر آزمون فرضیات تحقیق

در فرضیه اول بیان می شود تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری کیفی از سرقت خودرو، که طی آزمون t به عمل آمده دارای ضریب $3/853$ و دارای احتمال $0/000$ و ($\text{sig} < 0.05$) و بدین نتیجه دست می یابیم که فرضیه تأیید می شود. در فرضیه دوم بیان می شود تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری وضعی از سرقت خودرو، که طی آزمون t به عمل آمده دارای ضریب $5/657$ و دارای احتمال $0/000$ و ($\text{sig} < 0.05$) و بدین نتیجه دست می یابیم که فرضیه تأیید می شود. در فرضیه سوم بیان می شود تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری اجتماعی از سرقت خودرو می باشد، که

طی آزمون t به عمل آمده دارای ضریب ۶/۴۴۰ و دارای احتمال ۰/۰۰۰ و ($\text{sig} < 0.05$) و بدین نتیجه دست می‌یابیم که فرضیه تأیید می‌شود (جدول ۷).

جدول ۷. بررسی فرضیات آماری تحقیق

تأیید/رد	احتمال	آزمون t	فرضیات
تأیید	۰/۰۰۰	۳/۸۵۳	تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری کیفی از سرقت خودرو می‌باشد.
تأیید	۰/۰۰۰	۵/۶۵۷	تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری وضعی از سرقت خودرو می‌باشد.
تأیید	۰/۰۰۰	۶/۴۴۰	تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری اجتماعی از سرقت خودرو می‌باشد.

بررسی آزمون فرضیات تحقیق بر اساس رگرسیون

فرضیه اول تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری کیفی از سرقت خودرو می‌باشد. فرضیه اول دارای ضریب مسیر ۰/۵۵۷ می‌باشد که ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۲۵۸ است که نشان دهنده این است که در صورتی پیشگیری کیفی یک درصد افزایش یابد؛ کارکردهای آموزشی رسانه ملی ۰/۲۵۸ درصد افزایش می‌یابد (جدول ۸).

جدول ۸. بررسی آزمون فرضیات تحقیق

فرضیه	ضریب مسیر	ضریب تعیین تعدیل شده	آزمون F	احتمال
اول	۰/۵۵۷	۰/۲۵۸	۷۶/۴۱۰	۰/۰۰۰
دوم	۰/۴۵۱	۰/۲۴۶	۷۵/۲۶۸	۰/۰۰۰
سوم	۰/۵۵۳	۰/۲۵۷	۱۳۲/۴۶۵	۰/۰۰۰

در فرضیه دوم بیان می‌شود تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری وضعی از سرقت خودرو می‌باشد. فرضیه دوم دارای ضریب مسیر ۰/۴۵۱ می‌باشد که ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۲۴۶ است که نشان دهنده این است در صورتی

که پیشگیری وضعی یک درصد افزایش یابد؛ کارکردهای آموزشی رسانه ملی ۰/۲۴۶ درصد افزایش می‌یابد (جدول ۱۰). فرضیه سوم تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری اجتماعی از سرقت خودرو می‌باشد. دارای ضریب مسیر ۰/۵۵۳ و ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۲۵۷ است که نشان دهنده این است در صورتی که پیشگیری اجتماعی یک درصد افزایش یابد؛ کارکردهای آموزشی رسانه ملی ۰/۲۵۷ درصد افزایش می‌یابد (جدول ۱۰).

بحث و نتیجه‌گیری

در فرضیه اول بیان می‌شود تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری کیفری از سرقت خودرو، فرضیه تأیید می‌شود. همسو با یافته‌های نتایج این پژوهش با یافته‌های حیدری و همکاران (۱۳۹۰) بررسی کرد که محتوای حوادث ذکر شده در این روزنامه به میزان کمی به آموزش جرم پرداخته، اما میزان ترسانندگی و بازدارندگی حوادث هم کم بود. در حوادث مطرح شده چهره مثبت و موفق از پلیس نشان داده شده و همین امر در پیشگیری از جرم توسط خوانندگان هم نقش دارد. همچنین نهادهای عدالت کیفری با قطعیت، حتمیت، سرعت و دقت در انجام وظایف خود می‌توانند از تکرار جرایم پیشگیری نمایند، هم‌چنین وجود تخصص در این گونه نهادها موجب افزایش میزان دقت و سرعت در عملکرد آنهاست؛ از این رو پلیس که یکی از نهادهای عدالت کیفری است با دقت و سرعت در عملکرد خود می‌تواند نقش بسزایی در پیشگیری از تکرار جرم داشته باشد.

هم‌چنین همسو با شیوه‌های جلب اعتماد پلیس تحقیقی است که انجام شده و نشان داد که افسران پلیس با اقداماتی چون توزیع پرسشنامه و برگزاری جلساتی برای ساکنین محل، بازخورد عقاید مردم را برای پیشرفت کارشان بکار می‌برند. هم‌چنین بیشتر سازمان‌های پلیسی هر ساله از مردم تقدیر و تشکر می‌کنند. آنها نشان دادند که افسران پلیس با کارهایی مانند برآوردن احتیاجات مردم با دارایی‌ها سرمایه دولت و کمک به آنها برای حل مشکلات دشوارشان در جامعه اعتماد زیادی به پلیس جلب

می‌کنند و مردم هم به پلیس احترام می‌گذارند یعنی با استفاده کارکرد برجسته‌سازی که یکی از ویژگی‌های رسانه‌هاست می‌توان با تمرکز بر روی یک موضوع آن را به موضوع در خور توجه و اغماض ناپذیر تبدیل کند. با توجه به این ویژگی، رسانه این توان را دارد که ارزشی را در نزد مردم جامعه به ارزشی معتبر تبدیل کند (شایگان، ۱۳۸۷، ۳۹).

در فرضیه دوم بیان می‌شود تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری وضعی از سرقت خودرو می‌باشد. که همسو با نقش رسانه‌های جمعی و ارتباطات پلیس در اعتماد به پلیس می‌باشد که رویکرد جدید به تحلیل رسانه‌های جمعی است. در این تحقیق که مبانی نظری آن مرتبط با عدالت رویه‌ای و تأثیر آن بر مشروعیت و اعتماد است، معتقد است که رسانه‌ها نقش زیادی در برداشتن مردم از عدالت پلیس و برخورد محترمانه و منصفانه با مردم، ایفا می‌کنند و همین امر در شکل‌گیری افکار عمومی نسبت به پلیس و اعتماد مردم به این قشر از جامعه تأثیر زیادی دارد. نتایج تحقیق نشان داد رسانه‌ها با انعکاس اثر بخشی وظایف پلیس در اعتماد عمومی شهروندان تأثیر دارند که در کل گزارش‌های مطبوعات اثر کمی بر اعتماد عمومی دارد ولی ارتباطات پلیس اثر بیشتری بر این موضوع دارد.

در فرضیه سوم بیان می‌شود تحقیق در خصوص تأثیر کارکردهای آموزشی رسانه ملی بر پیشگیری اجتماعی از سرقت خودرو می‌باشد. طی پژوهشی امروزه هم پلیس به رسانه‌ها کمک می‌کند هم رسانه‌های اجتماعی با بیان واقعیات، و به اشتراک گذاشتن اطلاعات برای انجام امور پلیسی مردم و شفاف‌سازی ارتباط با پلیس موجب افزایش اعتماد عمومی به پلیس می‌شوند. هم‌چنین رسانه‌ها در شرایط بحرانی به پلیس کمک می‌کنند تا ترس و شایعه در جامعه کاهش یابد یا مثلاً مسیرهای خلوت و باز را از طریق رسانه‌ها به مردم نشان داده می‌شود. هم‌چنین به بررسی تأثیر برنامه‌های جنایی تلویزیون و بخش حوادث روزنامه‌های ایران، هم‌شهری و جام جم بر احساس امنیت

جامعه پرداخته است، به این نتیجه رسیده که استفاده از برنامه‌های جنایی تلویزیون باعث پایین آمدن احساس امنیت افراد شده است (عبادی‌نژاد و باهوش، ۱۳۹۱، ۱۰۵)، که با نتایج یافته‌های این پژوهش هم‌خوانی ندارد. هم‌چنین طبق پژوهش شایگان و همکاران (۱۳۹۶) نیروی انتظامی با اقداماتی از قبیل تعامل صحیح و مستمر با رسانه‌ها، تشکیل کانون‌های اندیشه‌ورزی، اطلاع‌رسانی به موقع به رسانه‌ها، امکان دستیابی خبرنگاران به پرونده‌های مهیج، سخنگوی رسانه‌ای داشتن و داشتن خبرنگاران انتظامی در رسانه‌ها می‌تواند مشارکت رسانه‌ها را برای اعتمادسازی نسبت به پلیس جلب کند. هم‌سو با رسانه‌های جمعی و اعتماد به پلیس تحقیقی است که توسط جیم کاسفورد در سال ۲۰۱۰ نوشته شده و به این نتیجه رسیده که امروزه هم پلیس به رسانه‌ها کمک می‌کند هم رسانه‌های اجتماعی با بیان واقعیات، و به اشتراک گذاشتن اطلاعات برای انجام امور پلیسی مردم و شفاف سازی ارتباط با پلیس موجب افزایش اعتماد عمومی به پلیس می‌شوند. هم‌چنین رسانه‌ها در شرایط بحرانی به پلیس کمک می‌کنند تا ترس و شایعه در جامعه کاهش یابد یا مثلاً مسیرهای خلوت و باز را از طریق رسانه‌ها به مردم نشان داده می‌شود. مخالف با تحقیق بررسی تأثیر استفاده از رسانه‌ها بر میزان احساس امنیت شهروندان تهرانی با تأکید بر فعالیت‌های پلیس که توسط ترکی و حسینی (۱۳۹۴) انجام شده است. در این تحقیق که به بررسی تأثیر برنامه‌های جنایی تلویزیون و بخش حوادث روزنامه‌های ایران، هم‌شهری و جام جم بر احساس امنیت جامعه پرداخته است، به این نتیجه رسیده که استفاده از برنامه‌های جنایی تلویزیون باعث پایین آمدن احساس امنیت افراد شده است.

امروزه رسانه‌ها به خصوص رادیو و تلویزیون تأثیراتی آشکار، سریع، مستقیم، متعدد و بسیار نافذ بر جامعه دارند. رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین نهادهای جامعه مدنی هستند که در زمینه پیشگیری از جرایم سه کاربرد دارند، یکی نقش آموزشی نهادها و تأثیر آن‌ها از طریق آموزش در راستای اجتماعی کردن افراد است. دومین نقش، نقش حمایت از

افرادی است که ممکن است در معرض جرایمی قرار گیرند که این جرایم به طور مستقیم یا غیرمستقیم با رفع نیازهای مادی‌شان سروکار دارد. نقش سوم، نقش نظارتی نهادهای جامعه مدنی است، یعنی نظارت آن‌ها بر پدیده مجرمانه و اطلاع‌رسانی آن به مردم می‌باشد (مک لوهان، ۱۳۷۷، ۲۵۸). یکی از کارکردهای رسانه در بعد آموزشی، ارائه آموزش‌های خاص همگانی یعنی آموزش قوانین و مقررات و هم‌چنین آموزش در جهت پیشگیری از جرم است. ما در زمینه آموزش قوانین و مقررات کیفری ضعف عمده‌ای داریم. آموزش، سنگ بنای تربیت است و نقش اساسی در جامعه‌پذیری افراد دارد. رسانه‌های گروهی با توجه به ویژگی‌هایی مانند گسترده بودن، کثرت مخاطب، سرعت انتقال و وسعت انتشار می‌توانند بسیار مؤثر باشند. نکته دیگر آموزش‌های خاص از طریق رسانه است که در این زمینه ضعف زیادی داریم. به‌طور مثال بسیاری از افراد اطلاع ندارند چه موضوعی جرم است. دلیل اصلی آن، نارسایی در بحث اطلاع‌رسانی است که می‌توان نقش رسانه را در این زمینه برجسته دانست. هر چند طبق قانون، کلیه قوانین به محض انتشار در روزنامه رسمی و گذشت ۱۵ روز از تاریخ انتشار، لازم‌الاجر است و از طرفی جهل به قانون رافع مسئولیت کیفری نیست اما این تنها یک فرض است و با واقعیت فاصله زیادی دارد.

نقش رسانه‌ها در جبران این نارسایی دارای اهمیت بسیار است. یکی از راهکارها، آموزش قوانین کیفری است. به‌عنوان مثال بسیاری از مردم نمی‌دانند وقتی به‌عنوان مختلف در یک مرجع قضایی حضور می‌یابند، از چه حقوقی برخوردار بوده و چگونه رفتار کنند. رسانه‌ها تا کنون در اطلاع‌رسانی حقوقی نقش خود را خوب ایفا نکرده‌اند. سطح مطالب حقوقی در رسانه‌ها بسیار پایین است هر چند در این زمینه گام‌های مناسبی نیز برداشته شده است. راهکار دیگر در پیشگیری و کاهش جرم در جامعه است که ما از بزه‌دیدگی افراد جلوگیری کنیم. مهم‌ترین موضوع در جرم‌شناسی، ارتقای فرهنگ خود ایمن‌سازی است. یعنی مردم خودشان ایمنی جانی و مالی را بالا ببرند و در

پیشگیری از وقوع جرم مؤثر باشند. به عنوان نمونه در بحث جرایم، تصادفات رانندگی منجر به جرح و فوت را جرم می‌دانیم. عامل انسانی در بروز این حوادث نقش مهم و اساسی دارد و در صورت رعایت قوانین و مقررات رانندگی توسط رانندگان، دیگر شاهد آمار زیاد آن نخواهیم بود.

رسانه‌ها می‌توانند موقعیت‌های انتخاب جرم را افشا کنند، به‌ویژه در جرایم اقتصادی که مبارزه با آن‌ها سخت است. به عبارتی، مهم‌ترین ابزار نظارتی در جامعه، رسانه‌ها هستند. چرا که به مثابه چشم جامعه مدنی عمل می‌کنند. رسانه‌ها می‌توانند از مردم استفاده کنند. زیرا مردم به راحتی پیام‌ها و گزارش‌های خود را ارائه می‌کنند و در راستای افشای برخی جرایم آگاهی می‌دهند. نمونه‌هایی در کشور ما از این قبیل وجود داشته است مانند برخی مسائل مربوط به جرایم اقتصادی که در مراحل ابتدایی، آن را رسانه‌ها بر ملا کردند. نقش دیگر رسانه‌ها تقویت بعد ارباب عمومی مجازات‌هاست. رسانه‌ها باید جنبه ترسانندگی مجازات را برجسته کنند تا همگان دریابند شخصی که مرتکب جرمی می‌شود به سزای عملش خواهد رسید. نکته دیگر ایجاد قبح اجتماعی و حساسیت در جامعه است. در برخی جوامع بعضی از جرایم قبحی ندارند. فرار از مالیات در یک کشور نوعی زرنگی به شمار می‌آید و حتی جرایمی مانند قاچاق در برخی کشورها قبح‌چندانی ندارد. رسانه‌ها در ایجاد این قبح اجتماعی و حساس سازی جامعه نقش دارند. البته پیشگیری از وقوع جرم به هر طریق ممکن، سلسله محدودیت‌هایی است که به مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود:

الف) پیشگیری مربوط به نوع جرایم: برخی از جرایم مثل اقدامات تروریستی با استفاده از شیوه‌های معمول در جرم‌شناسی قابل پیشگیری نیست و صرفاً اقدامات پلیسی و کیفری تا حدودی جلوی آن‌ها را می‌گیرد.

ب) دومین محدودیت پیشگیری مربوط به مرتکبین و مباشران جرایم است، برای گروهی از افراد مثل مجرمین حرفه‌ای و مختل مشاعر اقدامات پیشگیرانه کارساز نیست.

پیشنهادها

رسانه ملی مرکز توجه بیشتر آحاد مردم می‌باشد، توجه به رسانه ملی برای تولید محتوا در پیشگیری از جرائم می‌تواند مفید و مؤثر باشد. لذا با توجه به نتایج این پژوهش در راستای آگاهی و اطلاع رسانی مردم توسط پلیس از طریق رسانه ملی برای پیشگیری از سرقت خودرو پیشنهاد می‌شود:

- از کارکرد آموزشی هشدارهای پلیس به صورت پیام‌ها و برنامه‌های تلویزیونی در رسانه ملی در راستای پیشگیری وضعی، کیفری و اجتماعی سرقت خودرو استفاده شود.
- طرح‌های آگاه‌سازی ممکن است کوتاه‌مدت شامل فیلم‌های کوتاه، انیمیشن، طنز و یا بلندمدت شامل فیلم‌های داستانی و سینمایی سریال باشند.

- استفاده از برنامه‌های آموزشی برای پیشگیری از سرقت خودرو با استفاده از افراد کارشناس در حوزه مسائل انتظامی که موجب افزایش سطح آگاهی مردم نسبت به راهکارهای مختلف سارقین خودرو می‌شود.

- تولید محتوا و توسعه برنامه‌های مختلف تحت عنوان کارکردهای آموزشی پیشگیری از سرقت خودرو در قالب‌های مختلف به منظور اطلاع رسانی عموم مردم از طریق رسانه ملی انجام شود.

سپاسگزاری

در پایان، برخورد واجب میدانیم که از زحمات تمام اساتید و همکاران در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق که در این پژوهش ما را یاری نمودند، تشکر و قدردانی نماییم.

منابع

۱. آسیایی، حسین. (۱۳۹۲). پی‌جویی سرقت. مؤسسه انتشاراتی جهان جام جم.
۲. بدیعی، نعیم؛ قندی، حسین. (۱۳۸۵). روزنامه‌نگاری نوین. انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
۳. ترکی، حسین؛ حسینی، حمید. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر استفاده از رسانه‌ها بر میزان احساس امنیت شهروندان تهرانی با تأکید بر فعالیت‌های پلیسی. پژوهشنامه نظم و امنیت

۴. حامد، بیتا؛ پشنک، سپیده. (۱۳۸۹). بررسی دلایل اقتصادی، اجتماعی و انتظامی سرقت در شهر کرمانشاه. فصلنامه علمی ترویجی پیشگیری از جرم، ۶(۱۷)، ۶۲-۲۷
http://cps.jrl.police.ir/article_13518.html
- حیب‌زاده، اصحاب؛ افخمی، حسین؛ نادرپور، محمدرضا. (۱۳۸۸). بررسی نقش دوگانه‌ی رسانه‌های جمعی در پیشگیری و وقوع جرایم. نشریه‌ی انتظام اجتماعی، ۱(۲)، ۱۳۷-۱۰۳
<https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?ID=127339>
۵. حیدری، اله‌رحم؛ عنایت، حلیمه؛ موحد، مجید. (۱۳۹۰). جهانی شدن فرهنگ و احساس امنیت سیاسی (مطالعه موردی جوانان شهر شیراز). فصلنامه رهنامه سیاستگذاری، ۲(۴)، ۱۵۶-۱۲۵
<https://www.magiran.com/paper/1080297>
۶. دادگران، محمد. (۱۳۸۲). مبانی ارتباطات جمعی. نشر فیروزه تهران.
۷. درویشی، صیاد؛ میرزاخانی، عبدالرحمن؛ داودی، ابراهیم. (۱۴۰۰). الگوی مدیریت انتظامی پیشگیری کیفی از جرم. پژوهشنامه نظم و امنیت انتظامی، ۱۴(۵۳)، ۱۳۰-۱۰۳
<http://dx.doi.org/10.22034/osra.2021.95096>
۸. رسولی، غلامرضا؛ زمانی بالاچاده، عزت‌الله. (۱۳۹۸). بررسی رابطه‌ی تعامل دوسویه‌ی رسانه و پلیس در پیشگیری از وقوع جرم (مطالعه‌ی موردی: مراجعان به کلانتری‌های شهر گرگان). فصلنامه دانش انتظامی گلستان، ۱۰(۱)، ۱۵۲-۱۲۷
http://golestan.jrl.police.ir/article_20170.html
۹. سلیمی، اعزازی اردی؛ داوری، مژگان. (۱۳۸۵). خشونت علیه پرسنل پرستاری در بخش‌های اورژانس غیرروانپزشکی. مجله پزشکی قانونی ایران، ۱۲(۴)، ۲۰۹-۲۰۲
<http://sjfm.ir/article-1-58-fa.html>
۱۰. ستوده، هدایت‌اله؛ میرزایی، بهشته؛ پازند، افسانه. (۱۳۷۶). روان‌شناسی جنایی. انتشارات آوای نور.
۱۱. سورین، ورنر؛ جیمز، تانکارد. (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. انتشارات دانشگاه تهران.
۱۲. شاه‌محمدی، عبدالرضا. (۱۳۹۰). بررسی نقش رسانه‌ها در امنیت ملی. مطالعات رسانه‌ای، ۱۴(۱۴)، ۵۴-۶۴
https://mediastudies.srbiau.ac.ir/article_4408.html

۱۳. شایگان، فریبا. (۱۳۸۷). بررسی میزان اعتماد مردم به پلیس (مطالعه موردی شهر تهران). دانش انتظامی دانشگاه علوم انتظامی امین، ۱۰ (۲)، ۳۹-۵۹.
<https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?ID=105403>
۱۴. شایگان، فریبا؛ مهدیان چاوگانی، محسن. (۱۳۹۶). شیوه‌های جلب مشارکت رسانه‌ها برای اعتمادسازی نسبت به پلیس. دانش انتظامی دانشگاه علوم انتظامی امین، ۱۹ (۲)، ۴۶-۲۷.
http://pok.jrl.police.ir/article_11441.htm
۱۵. شمس بیرانوند، مجتبی؛ ملکیان، نازنین. (۱۳۹۷). کارکرد آموزشی هشدارهای پلیسی رسانه ملی در پیشگیری از سرقت خودرو. [پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق].
۱۶. عبادی نژاد، علی؛ باهوش، محمد، (۱۳۹۱). بررسی عوامل محیطی مؤثر بر پیشگیری از سرقت منزل. انتظام اجتماعی، ۴ (۳)، ۱۰۵-۱۲۶.
http://sopra.jrl.police.ir/article_25697.html
۱۷. قاسمی، محمد؛ بارسلطان، سیده رویا. (۱۳۸۹). رسانه‌های جمعی و پیشگیری از جرم (با تأکید بر برنامه‌های تلویزیونی پلیسی). نظم و امنیت انتظامی، ۳ (۳)، ۶۵-۸۸.
۱۸. قاسمی، حاکم. (۱۳۸۵). جایگاه رسانه در مهندسی فرهنگی. انتشارات زمانه.
۱۹. لرنی، منوچهر؛ مصلحتی، حسین. (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی امنیت. مطالعات امنیت اجتماعی، ۷ (۶-۷)، ۳۳۵-۳۱۱.
<https://www.sid.ir/FileServer/JF/49713894606.311-335>
۲۰. مرشدی، م. (۱۳۹۵). بررسی شیوه‌های مؤثر پیشگیری وضعی از سرقت به عنف با هدف شناخت و بررسی عوامل و شیوه‌های مؤثر پیشگیری بر وقوع سرقت‌های به عنف در شهر ارومیه. پژوهش‌های اطلاعاتی و جنایی، ۱۱ (۴)، ۱۶۰-۱۳۷.
http://icra.jrl.police.ir/article_18196.html##
۲۱. معتمدنژاد، کاظم. (۱۳۷۱). اصول روزنامه‌نگاری. نشر سپهر تهران.
۲۲. مک مک لوهان، مارشال. (۱۳۷۷). درک رسانه‌ها. ترجمه سعید آذری. مطالعات و سنجش برنامه‌ای. مرکز تحقیقات تهران.
۲۳. نجفی توانا، علی؛ رفیعی، حسن رضا؛ رفیعی، هادی. (۱۳۹۲). نقش پیشگیری اجتماعی با رویکرد چند نهادی، پیشگیری از سرقت خودرو در تهران بزرگ. انتظام اجتماعی، ۵ (۱)، ۱۰۵-۱۱۸.
http://sopra.jrl.police.ir/article_24254.html

۲۴. هارجی، اون؛ ساندرز، کریستین؛ دیکسون، دیوید. (۱۳۸۶). مهارت‌های اجتماعی در ارتباطات میان‌فردی. ترجمه مهرداد فیروزبخت و خشایار بیگی. انتشارات آرین تهران.
25. Ceccato, V. and Petersson, R. (2021). *Social Media and Emergency Services: Information Sharing about Cases of Missing Persons in Rural Sweden*. *Annals of the American Association of Geographers*, 0(0), 1-20. <https://doi.org/10.1080/24694452.2021.1907172>
26. Ozoliņa, Z. (2016). *Societal Security*. Zinātne Publishers.
27. Vaddadi, S. (2013). *Scale space normalization technique for improved feature detection in uniform and non-uniform illumination changes*. US Patent.
28. Wan Lanang, W.N.W. and Hassan, M.S. (2021). *Crime Prevention Program in Perak through the Role of the Royal Malaysian Police (PDRM) and the Community*. *Perspektif: Jurnal Sains Sosial Dan Kemanusiaan*, 13(1), 85-10 <https://doi.org/10.37134/perspektif.vol13.1.8.2021>

