

**The role of television in preventing crime in Isfahan**

**Abstract**

The purpose of this research is to investigate the role of television in preventing crime in Isfahan city. The current research is practical in terms of its purpose and was analyzed using the data method of interviews to identify the variables of the research. The statistical population of the research includes ۱۴ academic experts in the field of media and criminology, who were selected by purposeful sampling and interviewed. The results showed that in the open coding stage, ۱۳۹ concepts were obtained, and in the next stage, these concepts were classified in the form of ۲۷ more general categories, and finally, in the last stage, ۱۰ main categories were expressed. The causal conditions of the media model in order to prevent the occurrence of crime were identified with ۳ concepts of individual factors, organizational factors and occupational factors. Regarding background factors, the media model shows two concepts in order to prevent the occurrence of crime, which are: audience's trust in the media, management and organizational planning. Also, the selective coding of the background factors of the media model to prevent the occurrence of crime was determined with a concept of management and macro-policy. The intervention conditions of the media model to prevent the occurrence of crime were determined through ۲ concepts of micro and macro environment. The strategies of the media model in order to prevent the occurrence of crime were identified with ۲ concepts of micro and macro strategy. The result of the media model shows the consequences related to the public and society in ۲ concepts.

**Keywords:** occurrence of crime, crime prevention, media, television, foundation data method

فصلنامه علمی (مقاله علمی-پژوهشی) جامعه‌شناسی سیاسی ایران، سال چهارم، شماره

چهارم (پیاپی ۱۶) زمستان ۱۴۰۰، صص ۱۵۳۲-۱۵۱۹

نقش تلویزیون در پیشگیری از وقوع جرم در شهر اصفهان

مسعود بهرام ارجاوند<sup>۱</sup>

فائزه تقی پور (نویسنده مسئول)<sup>۲</sup>

محمدرضا شادمان فر<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۲۵

### چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش تلویزیون در پیشگیری از وقوع جرم در شهر اصفهان می باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی بوده و جهت شناسایی متغیرهایی پژوهش با استفاده از روش داده بنیاد مصاحبه ها تحلیل گردید. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۴ خبرگان دانشگاهی در حوزه رسانه و جرم شناسی هستند که با روش نمونه گیری هدفمند انتخاب گردیدند و مصاحبه با آنها صورت گرفت. نتایج نشان داد در مرحله کدگذاری باز ۱۳۹ مفهوم بدست آمد که درگام بعدی این مفاهیم در قالب ۲۷ مقوله کلی تر طبقه‌بندی شد و در نهایت در مرحله آخر ۱۰ مقوله اصلی بیان شد. شرایط علی مدل رسانه ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم با ۳ مفهوم عوامل فردی، عوامل سازمانی و عوامل شغلی مشخص گردید. در خصوص عوامل زمینه‌ای مدل رسانه‌ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم ۲ مفهوم را نشان می‌دهد که عبارتند از: اعتماد مخاطب به رسانه، مدیریت و برنامه‌ریزی سازمانی. همچنین کدگذاری گزینشی عوامل زمینه ای مدل رسانه ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم با یک مفهوم مدیریت و سیاستگذاری کلان را مشخص گردید. شرایط مداخله ای مدل رسانه ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم از طریق ۲ مفهوم محیط خرد و کلان مشخص گردید. راهبردهای مدل رسانه ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم با ۲ مفهوم راهبرد خرد و کلان مشخص گردید. پیامد مدل رسانه ای در ۲ مفهوم پیامدهای مربوط اصحاب رسانه و سازمان رسانه پیامدهای مربوط به عموم و اجتماع را نشان می دهد.

**کلمات کلیدی:** وقوع جرم، پیشگیری جرم، رسانه ها، تلویزیون، روش داده بنیاد

دانشجوی دکتری گروه مدیریت رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.

[masoud66@gmail.com](mailto:masoud66@gmail.com)

دانشیار گروه علوم ارتباطات و کسب و کار، دانشگاه علوم انسانی و حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)

اصفهان، ایران.

[f-taghipour@khusisf.ac.ir](mailto:f-taghipour@khusisf.ac.ir)

استادیار گروه حقوق، دانشکده علوم انسانی و حقوق دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان) اصفهان، ایران.

[mrsh23@gmail.com](mailto:mrsh23@gmail.com)

یکی از مباحث که همواره در محافل علمی در زمینه رسانه مطرح بوده، میزان تاثیرگذاری رسانه در رفتارهای مجرمانه، ضد اجتماعی و ناهنجار است و تلاشهای بسیاری برای ارزیابی این موضوع که چقدر تصویرسازی رسانه ها اثر منفی بر روی بینندگان می گذارد صورت گرفته است. معمولاً به عنوان یک اصل پذیرفته شده مطرح می شود که جامعه از زمان ظهور صنعت رسانه مدرن خشن تر شده است. به ویژه از زمان ورود فیلم، تلویزیون و سپس فناوری های رایانه ای نگرانی های عمومی تشدید یافته است. اصولاً برای گروهی از صاحب نظران یک امر بدیهی است که جامعه با ورود این رسانه ها بیشتر مستعد جرم شود (کارتر و ویور، ۲۰۰۳).

امروزه رسانه ها در زندگی روزمره ما نفوذ کاملی دارند؛ بطوری که عصر حاضر را عصر سلطه ارتباطات می نامند. بی گمان در مورد همه مسائل جهان، بزرگترین رسالت اطلاع رسانی بر دوش رسانه های جمعی است. امروزه رسانه ها با گسترش مرزهای جغرافیایی، فرهنگی و سیاسی، هویت انسان معاصر را تحت تأثیر قرار داده اند، به طوری که می توان هویت انسان مدرن را هویت رسانه ای نام گذاشت. افزایش نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در بخش های مختلف زندگی بشری سبب شده است که از آنها در زمینه های گوناگون استفاده شود (گلشنی و همکاران، ۱۳۹۱).

با این حال پس از استقرار رسانه های گروهی مدرن در زندگی اجتماعی و عادت کردن انسانها به استفاده از آنها، ترس از رسانه های گروهی جای خود را به تلاش برای جهت دهی و کنترل اثرگذاری آنها داد. همین امر سبب می شود که رسانه همواره در معرض تغییر باشد و از آنجا که رسانه خود را موظف به هماهنگ شدن با جامعه و بازتاب نیازهای آن می داند، این تغییر سبب تحولاتی در ماموریت ها و رسالت های رسانه می شود (خواجه ثیان و همکاران، ۱۳۸۸). در این فصل به بیان مساله، اهمیت و ضرورت پژوهش، اهداف و سوالات پژوهش و در آخر تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای پژوهش پرداخته خواهد شد.

## مبانی نظری پژوهش

### جرم

جرم، اصطلاحی فقهی و حقوقی به معنای هر فعل یا ترک فعلی که در قانون برای آن مجازات تعیین شده است. در واقع افعال و اقوالی جرم تلقی می شوند که مغایر با احکام یا اوامر و نواهی باری تعالی باشند به طوری که در آیه دوازدهم سوره مائده «یجرمنکم» به معنای کارهای زشت و ناپسند وارد شده است و نیز لفظ «مجرمین» در آیه چهل و هشتم از سوره قمر نیز ناظر به اعمال و رفتار زشت کسانی است که در گمراهی به سر می برند. همین معنا را می توان از آیاتی که در باب انواع جرایم در قرآن کریم وارد شده است استشهاد نمود. در دسته بندی های این حوزه ۱- جرم کیفری، ۲- جرم مدنی و ۳- جرم انتظامی آورده شده است (کریمی زاده، ۱۳۹۶). پیشگیری از جرم، راهبرد اصلی سیاست جنایی برای مهار و مدیریت مسائل مجرمانه (نیازپور، ۱۳۹۳) است که قبل از رخداد یک بزه به کار گرفته می شود (کلانتری و همکاران، ۱۳۸۹) یا راهبردی اساسی در حوزه کنترل اجتماعی است که در بردارنده مجموعه راهکارهای مستقیم و غیرمستقیم با هدف ایجاد امکانات و موقعیت بازدارنده از وقوع جرم و کجروی طراحی می شود (علیوردی نیا، ۱۳۹۳). پیشگیری از جرم، جزئی از روش های غیرکیفری است که پیش از ارتکاب جرم پیش بینی و تدارک می شود و هدف آن تحدید موقعیت های ارتکاب جرم است (شایگان، ۱۳۹۴).

### پیشگیری از جرم

پیشگیری به معنای پیش دستی، پیشی گرفتن و به جلوی چیزی شتافتن (دهخدا، ۱۳۹۰) آمده و اولین بار با عنوان جانشین های کیفری استفاده شد (عبدالرحمانی و کشتکار، ۱۳۹۳). در جرم شناسی منظور از پیشگیری، پیشگیری از

جرم در جامعه است (گسن<sup>۱</sup>، ۱۳۸۵). هدف نهایی آن، ایجاد اجتماعی سالم و تلاشی برای درگیر کردن فعالانه تمام بخش‌های جامعه برای پیشگیری از وقوع جرم است (رنجبر و ایرانی، ۱۳۹۰). راهبرد اصلی پیشگیری از جرم، نظام برنامه‌ریزی است (اشنایدر و کیچین، ۱۳۸۷). سازوکار اصلی کاهش جرم در جامعه، رویکرد پیشگیری از جرم است (ذوالفقاری و داوودی، ۱۳۹۵).

بدون پیشگیری اجتماعی، آسیب‌ها و مسائل اجتماعی گسترش یافته و افزایش جرائم باعث هزینه گزاف برای نهادهای نظامی و قضایی و دولتی می‌شود. به این دلیل افزایش آثار جرائم از جمله سرقت، نزاع، قتل، آدم‌ربایی و مواد مخدر و سایر جرائم، باعث شده که نهادهای اجتماعی، مسئله پیشگیری از جرم را در برنامه و اهداف خود قرار دهند. مهاجرت و جابجایی جمعیت، به هم خوردن ساختار فرهنگی، ناهمگونی اجتماعی و قومی، از هم گسیختگی نظام خانواده، بیکاری و کاهش کارایی نهادهای اجتماعی در ارتباط با تربیت و آموزش، باعث افزایش جرائم اجتماعی شده است، در این میان، کاهش عملکرد خانواده و به هم خوردن ساختار آموزشی و تربیتی آن، بیش از همه اثرگذار بوده است. خانواده به عنوان یک نهاد اصلی در جامعه، بخش اعظم رفتارها را بر عهده داشته و هرگونه آسیب در این نهاد، باعث بحران و بی‌نظمی در اجتماع می‌شود. به این خاطر، امر پیشگیری از جرم، با تقویت سرمایه اجتماعی، آموزش‌های اجتماعی، اطلاع‌رسانی، ایجاد پیوندهای مدنی و تغییر کاربری‌های محیطی می‌تواند ریشه‌ها و علل جرم را شناسایی و کاهش دهد. پیشگیری از جرم یکی از مباحث مهم سازمان‌های نظامی، نهادهای اجتماعی و مدنی است تا بتوان جرائم و بزهکاری را در سطح محله، همسایگی و فرامحلی با استفاده از خانواده، انجمن‌های محلی و نهادهای فعال در حوزه امنیت جمعی به صورت تعاملی کاهش داد (عشایری و نمایان، ۱۳۹۷).

### فرایند پیشگیری از جرم

پیشگیری موفقیت‌آمیز از جرم اغلب وابسته به طیف وسیعی از اقدامات و نیاز به مجموعه‌ای از اقدامات دارد که به طیفی از موضوعات متفاوت مربوط می‌شوند - نه فقط خود جرم - و سازمان‌های متعددی را دخیل میکند. نظام برنامه‌ریزی یکی از عوامل مهم در راهبرد پیشگیری از جرم است. برنامه‌ریزی خوب به تنهایی نمی‌تواند معضل جرم را حل کند، اما وقتی با دیگر اقدامات همراه می‌شود، میتواند سهم چشمگیری داشته باشد (اشنایدر و کیچین، ۱۳۸۷).

### نقش رسانه‌ها در تصویرسازی از جرم

همچنان که رسانه‌ی گروهی در بزهکاری تأثیر دارد، در پیشگیری از بزهکاری نیز می‌تواند بسیار مفید باشد «خشکاندن ریشه‌های بزه از طریق تأثیر بر فردی که از خود گرایش‌های بزهکارانه نشان می‌دهد یا بر محیط یکی از قدیمیترین رویاهای بشریت است. بحث پیشگیری از جرم را آن دسته از حقوقدانان پیش کشیدند که نظام کیفری را برای کاهش اثرات جرم در جامعه کافی نمی‌دانستند، یکی از نخستین پیشگامان این وادی، جرمی بتام (۱۸۳۲-۱۷۴۸) حقوقدان و فیلسوف انگلیسی بود. وی که در جستجوی راه حلی برای محو یا حتی الامکان کم تعداد جرایم بود، به ابزارهای مکمل برای نظام کیفری اندیشید و بر نقش آموزش و پرورش (و به ویژه شناخت قوانین)، مذهب و دولت در مراقبت از کودکانی که پدران و مادران آنان نالایقند و نیز بر فعالیت‌های فرهنگی و غیره تأکید کرد. در عصر حاضر مهمترین ابزار فعالیت‌های فرهنگی، رسانه‌های

<sup>۱</sup> Crime prevention

<sup>۲</sup> Gossen

گروهی است که اتفاقاً نقش آن در پیشگیری از جرم، مورد تصریح جرم شناسان و حقوقدانان قرار گرفته است (بخارایی، ۱۳۸۹).

تردیدی نیست که رسانه‌ها تأثیری عمیق و تعیین کننده در ساخت تصویر ذهنی جامعه از مقوله رفتار مجرمانه دارند. البته چنان که خواهد آمد این تصویرسازی همواره منطبق بر واقعیت‌های اجتماعی و حقوقی نیست. با توجه به این امر باید بر شناخت چگونگی اثرگذاری رسانه‌ها تأکید ویژه‌ای داشت و در خصوص جهت دهی آنها به اذهان عمومی دربرخورد با رفتارهای مجرمانه درک کافی حاصل کرد تا راهگشای استفاده از آنان برای پیشگیری از ارتکاب جرایم در سطح جامعه گردد. رسانه‌های جمعی با شناخت آسیب‌های مختلف اجتماعی و گزارش آن به کنشگران اجتماعی، نسبت به گسترش ناهنجاری‌های اجتماعی هشدار می‌دهند و کنشگران را از نوع رفتارها و خرده فرهنگ‌های کجرو آگاه می‌کنند تا براساس ارزشها و هنجارهای مورد پذیرش جامعه حرکت نمایند و در دام این گونه خرده فرهنگ‌ها قرار نگیرند. از این رو رسالت رسانه‌ها ایجاب میکند که ابعاد، نوع و کیفیت شکسته شدن هنجارها و ارزش‌های اجتماعی را منعکس کنند تا اعضای جامعه بتوانند با درکی همه جانبه ضمن خودداری از انحراف‌های اجتماعی از شکسته شدن هنجارهای مقبول جلوگیری کنند. وسایل ارتباط جمعی می‌توانند با بهره‌گیری از شگردهای تبلیغی و آفرینش‌های هنری، زشتی، ناپسندی و تزلزل باورها و ارزش‌های ملی و دینی را به مخاطبان خود القا کنند (یامین پور، ۱۳۸۷).

در سال‌های اخیر رسانه‌ها در کنار نقش اطلاع رسانی و آموزش رسالت دیگری را بر عهده گرفته‌اند که همانا نقش جستجوگری و تفتیش است. بر این اساس، رسانه‌ها با افشاگری‌های خود، سکوت مراجع دولتی و رسمی را می‌شکنند و آن را جبران می‌کنند و از طریق مطلع ساختن افکار عمومی، به دولتها فشار می‌آورند تا در موارد نقض شدید هنجارها و ارتکاب جرم‌های شدید، واکنش‌های متناسب از خود نشان دهند و از روش‌های «ملاطفت آمیز» و چشم پوشانه، خودداری کنند (پاک نهاد، ۱۳۹۲).

#### کارکردهای تلویزیون در پیشگیری از وقوع جرم در جامعه

امروزه می‌توان برای تلویزیون وظایف گوناگونی در نظر گرفت. اطلاع رسانی و پخش اخبار و تحلیل وقایع، بالا بردن آگاهی مخاطبان و پخش برنامه‌های آموزشی و ارزشمدار، پخش برنامه‌های سرگرم کننده و مهیج همچون مسابقات ورزشی، سریال‌ها و فیلم‌های سینمایی و... همه از جمله مواردی هستند که مخاطبان از تلویزیون انتظار دارند. از همین رهگذر کارکردهای تلویزیون نیز آشکار می‌شود که در ادامه به تشریح مهم‌ترین آنها یعنی اطلاع رسانی، اجتماعی شدن و تبلیغات می‌پردازیم. رسانه‌های جمعی اعم از روزنامه‌ها، مجلات، رادیو و تلویزیون، گاه از انحرافات اجتماعی، نظیر تجاوز، خشونت، قتل و... پرده برمی‌دارند و زوایای پنهان داستانهای عشقی و جنایی را برای مخاطبان خود آشکار می‌سازند و انواع دامهایی را که سر راه جوانان قرار دارد، به آنان گوشزد می‌نمایند و راههای لغزش دیگران را برای مخاطبان ترسیم می‌کنند و با اطلاع رسانی به موقع و مناسب برای اعضای جامعه، در پیشگیری از انحرافات اجتماعی نقش مؤثری ایفاء میکنند. رسانه‌های جمعی با شناخت آسیب‌های مختلف اجتماعی و گزارش آن به کنشگران اجتماعی، در مقابل گسترش ناهنجاری‌های اجتماعی هشدار می‌دهند و بدین ترتیب کنشگران اجتماعی را از نوع رفتارها و خرده فرهنگ‌های کجرو آگاه می‌کنند تا بر اساس ارزشها، هنجارهای موردپذیرش جامعه حرکت کنند و در دام این گونه خرده فرهنگ‌ها قرار نگیرند. بنابراین، رسالت رسانه‌ها ایجاب می‌کند که ابعاد، نوع و کیفیت شکسته شدن هنجارها و ارزش‌های اجتماعی را منعکس نمایند تا اعضای جامعه بتوانند، با درو همه جانبه آنها ضمن حفظ خود از ارتکاب انحرافات اجتماعی، از شکسته شدن هنجارهای مقبول جامعه جلوگیری نمایند (ساروخانی، ۱۳۷۳: ۷۶)

اطلاع رسانی و پخش اخبار و تحلیل وقایع ، بالا بردن آگاهی مخاطبان و پخش برنامه های آموزشی و ارزشمدار ، پخش برنامه های سرگرم کننده و مهیج همچون مسابقات ورزشی، سریال ها و فیلم های سینمایی و... همه از جمله مواردی هستند که مخاطبان از تلویزیون انتظار دارند. از همین رهگذر کارکردهای تلویزیون نیز آشکار می شود که در ادامه به تشریح مهم ترین آنها یعنی اطلاع رسانی ، اجتماعی شدن و تبلیغات می پردازیم.

### الف) اطلاع رسانی صحیح

هدف اولیه تأسیس رسانه های همگانی عرضه اطلاعات و اخبار بود. بند ۳ قطعنامه تداخل در علائم رادیویی نیز حکومت های تمام دول را به خودداری از تداخل در حق مردم برای آزادی اطلاع رسانی دعوت می کند و بند چهارم نیز به دادن گزارش به صورت واقعی و عینی تأکید دارد. انقلاب اطلاعات رابطه ای معکوس با تمرکز قدرت و اقتدار دارد و عمده ترین تأثیر آن در حوزه ی فکر و فرهنگ رخ می دهد. بنابراین از جمله مهم ترین کارکردهای تلویزیون را می توان اطلاع رسانی دانست. مردم هر جامعه ای حق بر اطلاع و آگاهی از صحیح ترین اخبار و اطلاعات موجود در سطح داخل و خارج کشور را دارند، نتیجه ی منطقی پذیرش این حق آن است که اخبار و اطلاعاتی که به دست مخاطبان می رسد می بایست علاوه بر واقعی ، صحیح و معتبر بودن ، از سانسور نیز مصون باشد و هیچ نهادی نمی بایست با اعمال فشار در پی گزینشی کردن اطلاعات پخش شده از تلویزیون باشد.

اگر در کارکردهای صحیح تلویزیون اخلاص ایجاد شود چه بسا مردم اطلاع صحیحی از رخدادهای پیرامونی نمیابند و عقایدی در آنها شکل می گیرد که مطابق واقع نیست بنابراین، تحلیل آنها و در نتیجه رفتارهای غلط از آنها سر میزند و از این طریق علاوه بر تضییع حق آنها بر دانستن ممکن است خساراتی مادی یا معنوی به دیگران وارد کنند و یا با رفتار های حاصل از تحلیل خود تصمیماتی گیرند که خساراتی به آنها وارد شود.

این امکان وجود دارد که رسانه ها حس امنیتی کاذب را القاء نمایند و ذهن ها را از مسائل عینی دور سازند ، با توجه نکردن به واقعیات و بزرگنمایی پاره ای از مسائل بی ارزش ، رسانه های گروهی جامعه را دچار فرسودگی و خستگی روحی می کنند. ایجاد شور و شوق ، حیات و بالندگی در اعضای جامعه از طریق رسانه ها تنها از رهگذر انتقال و بیان واقعیت های جامعه و روشننگری در عرصه تهدیدات منافع ملی تحقق می یابد.

نقض حق اطلاع مردم از اخبار و دریافت اطلاعات درست از ضرورت های زندگی در جوامع امروزی است و نقض آن با مسئولیت کیفری و مدنی مواجه است.

### ب) اجتماعی شدن

همزادی رسانه و اطلاعات و تلاقی این مفاهیم با قدرت و نقش مستقیم رسانه در شکل دهی به هنجارهای اجتماعی ، عمومی و ارزشهای فردی ، معادله ی مهم و تازه ای را در جهان معاصر رقم می زند ، حصول کارکرد اجتماعی شدن، بستگی زیادی به کارکرد اول یعنی اطلاع رسانی صحیح دارد. پس از اطلاع رسانی صحیح و آگاه شدن آحاد جامعه ، تلویزیون می تواند مردم را به اطلاعاتی که اهمیت بیشتری دارند سوق دهد و با نقد ها و تضارب آراء موجود میان کارشناسان ، زمینه را برای پویایی و رشد اندیشه های نو و سازنده در سطح جامعه ایجاد کند و به ارتقاء حقوق مردم از طریق جلب توجه آنان و آگاه کردن آنان به حقوقشان کمک کند.

رسانه های گروهی با انعکاس اخبار و اطلاعات مربوط به رویدادها و مسائل اجتماعی در واقع میان مردم ارتباط افقی برقرار کرده و آنها را نسبت به یکدیگر مطلع می سازند. همچنین رسانه ها قادرند با جمع آوری و انعکاس نظرات ، انتقادات و عقاید مردم و مسئولان ، ارتباط عمودی میان دست اندرکاران امور حکومت و مردم را برقرار سازند. بدین گونه رابطه ی میان حاکمیت و مردم از رابطه ای که در آن دولت از بالا دستورات و خواسته هایش را یکسوه به مردم در پایین تحمیل می کند

دگرگون شده و رابطه ای تعاملی میان آنها شکل می گیرد و دولت و مردم از نیازها، خواسته ها، برنامه ها و نظرات یکدیگر آگاهی می یابند.

البته رسیدن به این نتیجه بسته به آن است که تلویزیون ارزش های بنیادین بشری و اخلاقی را ترویج دهد در غیر این صورت اگر به دلیل تأثیر بالا در اذهان عمومی، این رسانه به آلت دستی برای ترویج ضددهنچار و ضدارزشها و ایجاد تنش تبدیل شود و از این باب آسیبی به اشخاص یا طیفی خاص برسد و این آسیب شرایطی همچون قابلیت انتساب به تلویزیون را داشته باشد، مسئولین امر می بایست پاسخگو باشد.

برای کارکرد اجتماعی در اسناد بین المللی، به عنوان مثال می توان به قطعنامه ۳۱/۱۳۹ مجمع عمومی سازمان ملل متحد اشاره کرد. این قطعنامه در سال ۱۹۷۶ با نام همکاری و معاضدت در کاربرد و بهبود نظام های اطلاع رسانی ملی و ارتباط جمعی برای پیشرفت اجتماعی و توسعه به تصویب رسید. قطعنامه ای که در مقدمه ی خود ایجاد و توسعه ی نظام های اطلاع رسانی ملی و ارتباطات جمعی را تا حدود زیادی کمک کننده به حفظ و پیشبرد ارزش های فرهنگی کشورها دانسته است و وسایل ارتباط جمعی را یکی از مؤثرترین راهها برای ارسال دانش علمی و فن آوری و ارزش های فرهنگی کشورها معرفی می کند.

### ج) تبلیغات

از کارکردهای دیگر تلویزیون که شایان توجه است می توان به کارکرد تبلیغاتی اشاره کرد. بسته به نوع نظام تأسیس، مدیریت و نظارت بر تلویزیون، محتوای پخش شده از آن نیز متفاوت خواهد بود.

اگر سیستم حاکم، کار تلویزیون را به صورت نوعی تجارت بداند، تلویزیون برای ادامه حیات، گسترش فعالیت و سودآوری خود نیازمند درآمدزایی است، در این صورت برای مالکان تلویزیون، پخش تبلیغات منبع خوبی برای کسب درآمد خواهد بود.

اگر تلویزیون به دست احزاب یا شخصیت های سیاسی تأسیس و اداره شود می بایست برای نیل به اهداف آنان تبلیغات سیاسی خود را طوری جهت دهی کند که باب میل آنها باشد.

در هر صورت چه تبلیغات تجاری باشد و چه سیاسی، این امکان وجود دارد تا از این رهگذر آسیب ها و خساراتی به اشخاص، شرکت ها، احزاب، گروهها و... وارد گردد که در صورت اثبات، بسته به مورد آن می تواند موجب مسئولیت مدنی و یا حتی کیفری گردد.

برای مثال می توان به اعلامیه اسلامی حقوق بشر در این زمینه اشاره کرد که در بند ج ماده ۲۲ سوءاستفاده از تبلیغات را ممنوع می دارد.

### روش تحقیق

تحقیق حاضر از جنبه هدف از نوع توسعه ای-کاربردی است، از طرفی تحقیق پیش رو توسعه ای نیز هست زیرا در تحقیق توسعه ای فرایند شناسایی یک نیاز یا استعداد، پیدایش یک اندیشه یا آفرینشی تازه روی می دهد. جامعه آماری این تحقیق در مرحله کیفی خبرگان دانشگاهی و اجرایی حوزه جامعه شناسی، مدیریت رسانه و ارتباطات و پیش گیری از جرم هستند. جهت شناسایی متغیرهایی مهم، ایجاد و تدوین گونه شناسی، و یا خلق نظریه ای نو ظهور، به صورت کیفی پژوهش را انجام داد و با روش داده بنیاد مصاحبه ها تحلیل گردید. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۴ خبرگان دانشگاهی در حوزه رسانه و جرم شناسی هستند که با روش نمونه گیری هدفمند انتخاب گردیدند و مصاحبه با آنها صورت گرفت. در این مرحله از

پژوهش تحقیق کنونی به منظور شناسایی مولفه ها ۱۴ مصاحبه از کارشناسان انجام گرفت. در انتخاب افراد سعی گردید که از نظر سن، پست

سازمانی و تجربه کاری تنوع لازم را داشته باشند. با انجام این تعداد مصاحبه تشخیص محقق این بوده است که اطلاعات گرد آوری شده به نقطه اشباع رسیده و نیازی به مصاحبه های بیشتر نیست.

در پژوهش حاضر برای انتخاب نمونه های پژوهش از روش قضاوتی و غیر تصادفی به طور مشخص نمونه گیری گلوله برفی استفاده می شود. در این شیوه یک مصاحبه محقق را به مصاحبه های بعدی هدایت می کند. در مرحله اول این پژوهش به منظور جمع آوری اطلاعات از مطالعات اسنادی (کتابخانه ای) و از مصاحبه نیمه ساختار یافته استفاده گردید و سپس متن مصاحبه از طریق گرند تئوری کدگذاری و تحلیل گردید. بدین ترتیب که در این پژوهش، از کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی استفاده شده است.

برای بررسی روایی محتوایی به شکل کمی، از دو ضریب نسبت روایی محتوا<sup>۱</sup> و شاخص روایی محتوا<sup>۲</sup> استفاده شد در این پژوهش ابتدا جهت بررسی کیفی محتوا و رسا بودن سوال ها، پرسشنامه به سه خبره که در امور طراحی پرسشنامه و روش های افکارسنجی تخصص داشتند ارائه شد و نظر آن ها به دست آمد، سپس پرسشنامه اولیه به ده نفر از گروه خبرگان داده شد و دو ضریب نسبت روایی محتوا و شاخص روایی محتوا محاسبه شد.

#### یافته ها

جهت کشف شرایط علی، زمینه ای، مداخله ای، پیامدها و و راهبردها کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. در ابتدا پس از انجام کدگذاری محوری برای کلیه مفاهیم، کدگذاری گزینشی شرای علی انجام شد.

جدول ۱: کدگذاری گزینشی شرایط علی رسانه ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم

| مفاهیم        | کدها                                    |
|---------------|---|
| عوامل فردی    | نگرش مدیران رسانه                       |
|               | توانمندی مدیران و کارکنان رسانه         |
| عوامل سازمانی | فرهنگ و جو سازمان رسانه ای              |
|               | قوانین و مقررات رسانه                   |
|               | ساختار سازمانی رسانه ملی                |
|               | منابع مالی و کالبدی رسانه ملی           |
| عوامل شغلی    | مسئولیت اجتماعی شغل و سازمان صدا و سیما |
|               | مدیریت و رفتار شغلی                     |
|               | استقلال شغلی                            |

<sup>۱</sup>. Content Validity Ratio (CVR)

<sup>۲</sup>. Content Validity Index (CVI)



شرایط زمینه ای شامل شرایط محیطی خاص است که بر پیشگیری از وقوع جرم تأثیر می‌گذارند. در پاسخ به این سوال که شرایط زمینه‌ای رسانه‌ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم چیست؟ یافته‌هایی به شرح زیر حاصل شده است.

جدول الف ۲: کدگذاری گزینشی شرایط زمینه ای مدل رسانه ای به منظور بر پیشگیری از وقوع جرم

| مفاهیم                       | کدگذاری گزینشی           |
|------------------------------|--------------------------|
| اعتماد مخاطب به رسانه        | مدیریت و سیاستگذاری کلان |
| مدیریت و برنامه ریزی سازمانی |                          |

در پاسخ به این سوال که شرایط مداخله ای مدل رسانه‌ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم چیست. یافته‌هایی به شرح زیر حاصل شده است:

جدول ب ۲: کدگذاری گزینشی شرایط مداخله ای مدل رسانه ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم

| مفاهیم               | کدگذاری گزینشی |
|----------------------|----------------|
| عوامل درون رسانه ای  | محیط خرد       |
| نقش دولت             | محیط کلان      |
| عوامل اجتماعی-فرهنگی |                |
| عوامل اقتصادی        |                |
| عوامل سیاسی          |                |

نتایج کدگذاری گزینشی نشان می‌دهد که شرایط مداخله ای به منظور پیش‌گیری از وقوع جرم به دو بخش کلی محیط خرد و محیط کلان تقسیم می‌شود.

برای بررسی این مورد که راهبردهای مدل رسانه‌ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم مصاحبه صورت گرفته با مشارکت کنندگان، کدگذاری انجام شد.

جدول ۳: کدگذاری گزینشی راهبردهای رسانه ای موثر بر پیشگیری از وقوع جرم

| کدها   | مفاهیم         |
|--|----------------|
| آگاه سازی مدیران رسانه ملی از اقدامات، اهداف، و خط مشی پیش‌گیری از وقوع جرم  | راهبردهای خرد  |
| تفویض اختیار فعالیت های پیش‌گیری از وقوع جرم                                 |                |
| مخاطب محوری و توجه به انتظارات آنها  |                |
| تسهیم تجارب و هم افزایی برای مشارکت بین کارکنان، مدیران ارشد رسانه و مخاطبان | راهبردهای کلان |
| ایجاد جو رقابتی بین دیگر مؤسسات رسانه ای                                     |                |

پیامدها خروجی های به دست آمده از به کارگیری راهبردها است. در پاسخ به این سوال که پیامدهای حاصل مدل رسانه ای موثر بر پیشگیری از وقوع جرم چیست. نتایج زیر حاصل شد.

جدول ۴: کدگذاری گزینشی پیامدهای مدل رسانه‌ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم

| مفاهیم | کدگذاری گزینشی |
|--------|----------------|
|--------|----------------|

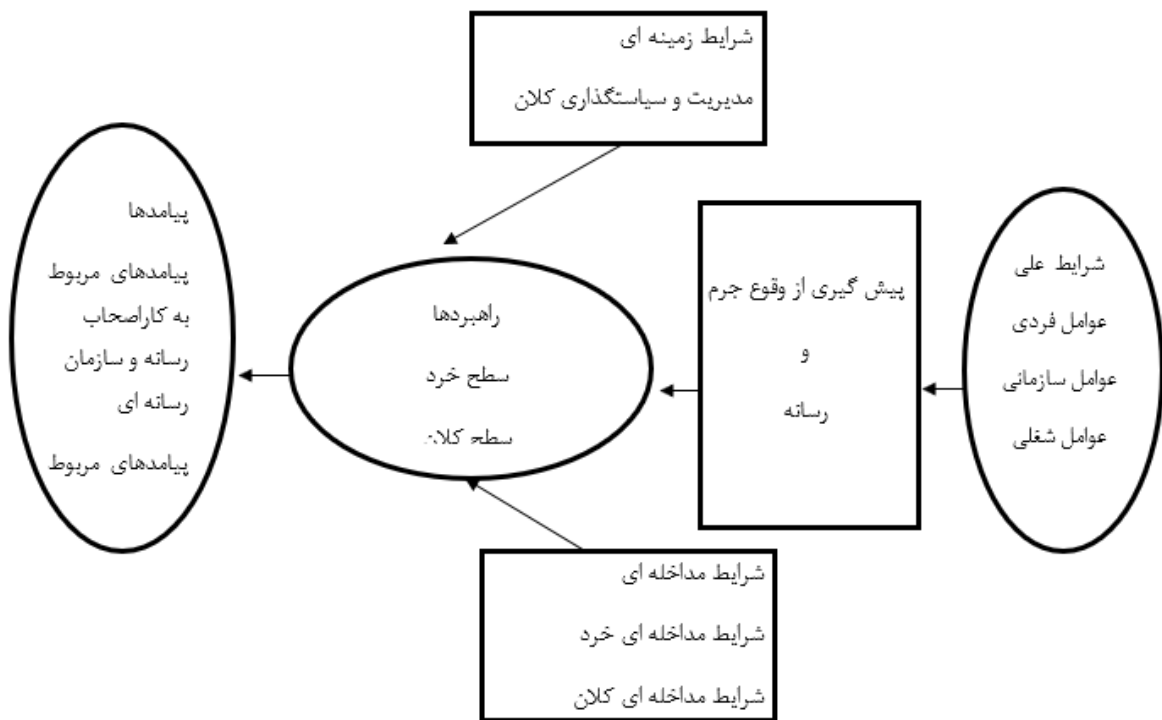
|   |                                    |
|---|------------------------------------|
| پیامدهای مربوط اصحاب رسانه و سازمان رسانه | کارکرد محوری رسانه                 |
|   | گفتمان مردم بنیاد                  |
|   | گفتمان عدالت محوری                 |
|   | دانش محوری رسانه                   |
|   | اعتبار و شهرت رسانه ملی            |
| پیامدهای مربوط به عموم و اجتماع           | هدایت و مدیریت فرهنگ و افکار عمومی |
|   | مدیریت بحران                       |

با توجه به نظرات شرکت‌کنندگان در پژوهش اجرای راهبردهای راهبردهای رسانه ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم پیامدهایی را به دنبال دارد که این پیامدها را می‌توان به دو بخش پیامدهای مربوط به اصحاب رسانه و سازمان رسانه ملی و پیامدهای عموم و اجتماع تقسیم نمود.

جدول ۵: نتیجه ارزیابی روایی محتوایی

| دسته بندی       | متغیرهای کلیدی  | CVR | CVI  |
|-----------------|---|-----|------|
| شرایط علی       | نگرش مدیران نسبت به پیشگیری از جرم  | ٪۸۷ | ۱    |
|                 | توانمندی‌های مدیران و کارکنان رسانه   | ٪۷۵ | ۱    |
|                 | فرهنگ و جو سازمانی  | ٪۸۷ | ۱    |
|                 | قوانین و مقررات   | ٪۸۷ | ۱    |
|                 | ساختار سازمانی  | ٪۹۳ | ۱    |
|                 | منابع مالی و کالبدی   | ٪۸۲ | ۱    |
|                 | مسئولیت اجتماعی شغل و سازمان  | ٪۸۰ | ۱    |
|                 | مدیریت و رفتار شغلی   | ٪۷۴ | ۱    |
|                 | استقلال شغلی  | ٪۹۱ | ۱    |
| شرایط زمینه ای  | اعتماد مخاطب به رسانه   | ٪۹۳ | ۱    |
|                 | مدیریت و برنامه ریزی سازمانی  | ٪۸۷ | ۱    |
|                 | عوامل درون رسانه ای   | ٪۸۱ | ۱    |
| شرایط مداخله گر | نقش دولت  | ٪۷۵ | ۰/۸۵ |
|                 | عوامل اجتماعی-فرهنگی  | ٪۸۱ | ۰/۸۵ |
|                 | عوامل اقتصادی   | ٪۹۵ | ۱    |
|                 | عوامل سیاسی   | ٪۸۷ | ۱    |
| راهبردها        | آگاه سازی مدیران رسانه ملی از اقدامات، اهداف، و خط مشی پیش گیری از وقوع جرم | ٪۶۸ | ۰/۷۹ |
|                 | تفویض اختیار فعالیت های پیش گیری از وقوع جرم                                | ٪۸۵ | ۱    |
|                 | مخاطب گرایی و توجه به انتظارات آنها   | ٪۷۶ | ۱    |

| دسته بندی | متغیرهای کلیدی   | CVR | CVI  |
|-----------|--|-----|------|
| پیامد     | تسهیم تجارب و هم افزایی برای مشارکت بین کارکنان، مدیران ارشد رسانه و مخاطبان | ٪۸۴ | ۱    |
|           | ایجاد جو رقابتی بین دیگر مؤسسات رسانه ای                                     | ٪۷۵ | ۰/۸۵ |
|           | کارکرد محوری رسانه   | ٪۶۰ | ۰/۷۹ |
|           | گفتمان مردم بنیاد  | ٪۶۲ | ۰/۷۵ |
|           | گفتمان عدالت محوری   | ٪۷۵ | ۱    |
|           | دانش محوری رسانه   | ٪۶۸ | ۱    |
|           | اعتبار و شهرت رسانه ملی  | ٪۸۱ | ۰/۸۵ |
|           | پاسخگویی   | ٪۸۱ | ۱    |
|           | هدایت و مدیریت فرهنگ و افکار عمومی   | ٪۸۷ | ۱    |
|           | مدیریت بحران   | ٪۸۷ | ۱    |



شکل ۱: مدل رسانه ای پیشگیری از وقوع جرم

### جمع بندی و نتیجه گیری

هدف این پژوهش طراحی مدل رسانه ای پیشگیری از وقوع جرم در امنیت شهری بود. در مرحله کدگذاری باز ۱۳۹ مفهوم بدست آمد که در گام بعدی این مفاهیم در قالب ۲۷ مقوله کلی تر طبقه بندی شد و در نهایت در مرحله آخر ۱۰ مقوله اصلی بیان شد. در خصوص شرایط علی مدل رسانه ای به منظور پیش گیری از وقوع جرم ۴۴ مفهوم در کد گذاری باز مشخص گردید و نتیجه حاصل از کدگذاری محوری عوامل علی مدل رسانه ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم در امنیت شهری

۹ مفهوم را نشان می دهد عبارتند از نگرش مدیران رسانه نسبت به پیشگیری از جرم، توانمندی های مدیران و کارکنان رسانه، فرهنگ و جو سازمانی، قوانین و مقررات، ساختار سازمانی، منابع مالی و کالبدی، مسئولیت اجتماعی شغل و سازمان، مدیریت و رفتار شغلی، استقلال شغلی کدگذاری گزینشی با ۳ مفهوم عوامل فردی، عوامل سازمانی و عوامل شغلی مشخص گردید. از جمله تحقیقات همسو با این یافته پژوهشی تحقیقات گل بخشی و همکاران (۱۴۰۰) است نتایج این پژوهش نشان داد که «بالا بردن کیفیت برنامه ها برای کاهش تمایل مردم به استفاده از برنامه های شبکه های ماهواره ای»، «آگاهی بخشی درباره قوانین به منظور ارتقای سطح معلومات حقوقی مردم» و «تولید پویانمایی های آموزنده اجتماعی و اخلاقی برای کودکان و نوجوانان» را مهم ترین راهکارهای پیشگیری از وقوع جرائم با استفاده از رسانه تلویزیون دانستند. از دیگر تحقیقات همسو با این یافته پژوهشی تحقیقات پناهی و همکاران (۱۳۹۹)، بیابانی و همکاران (۱۳۹۷) می باشد. اگر رسانه ها نقش نظارتی خود را ایفا کنند، احتمال اینکه خطاهای مسئولان افشا و دچار پیگیری قضایی شوند و یا قدرت یا شهرت خود را از دست دهند، افزایش می یابد. بر این اساس رسانه ها تاثیرات متحول کننده ای بر نحوه ارتباط افراد با یکدیگر، دولت ها و همچنین روش هایی داشته اند که دولت ها می توانند کاهش فساد و پیشگیری از وقوع جرم را ارتقا دهند.

در خصوص عوامل زمینه ای مدل رسانه ای به منظور پیش گیری از وقوع جرم ۲۳ مفهوم در کد گذاری باز مشخص گردید و نتیجه حاصل از کدگذاری محوری عوامل زمینه ای مدل رسانه ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم ۲ مفهوم را نشان می دهد که عبارتند از: اعتماد مخاطب به رسانه، مدیریت و برنامه ریزی سازمانی، کد گذاری گزینشی عوامل زمینه ای مدل رسانه ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم در امنیت شهری با یک مفهوم مدیریت و سیاستگذاری کلان را مشخص گردید. نتایج این پژوهش نشان داد بکارگیری کمپین های رسانه ای نقش موثری در کاهش و پیش گیری از وقوع جرم دارد. از جمله تحقیقات همسو با این یافته پژوهش پناهی و همکاران (۱۳۹۹) است یافته های پژوهش حاکی از آن است که رسانه های جمعی در پیشگیری از جرم و تامین عمومی با تاکید بر فرهنگ سازی عمومی به صورت مستقیم و غیرمستقیم موثرند. همچنین تحقیق سعادت و همکاران (۱۳۹۸) نشان داد که بالا بردن کیفیت برنامه ها برای کاهش تمایل مردم به استفاده از برنامه های شبکه های ماهواره ای»، «آگاهی بخشی درباره قوانین به منظور ارتقای سطح معلومات حقوقی مردم» و «تولید انیمیشن های آموزنده اجتماعی و اخلاقی برای کودکان و نوجوانان» مهمترین راهکارهای پیشگیری از وقوع جرائم خشن با استفاده از رسانه از جمله تلویزیون می باشد. بیابانی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با نقش نظارتی رسانه بر حاکمیت با استفاده از روش اسنادی بررسی کردند اگر رسانه ها نقش نظارتی خود را ایفا کنند، احتمال اینکه خطاهای مسئولان افشا و دچار پیگیری قضایی شوند و یا قدرت یا شهرت خود را از دست دهند، افزایش می یابد. بر این اساس رسانه ها تاثیرات متحول کننده ای بر نحوه ارتباط افراد با یکدیگر، دولت ها و همچنین روش هایی داشته اند که دولت ها می توانند کاهش فساد و پیشگیری از وقوع جرم را ارتقا دهند. همچنین از دیگر تحقیقات همسو با این یافته، پژوهش عشایی و نامیان (۱۳۹۷) است.

در زمینه شرایط مداخله ای مدل رسانه ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم ۲۷ مفهوم در کد گذاری باز مشخص گردید و نتیجه حاصل از کدگذاری محوری مدل رسانه ای به منظور پیش گیری از وقوع جرم ۵ مفهوم را نشان می دهد عبارتند از: عوامل درون رسانه ای، نقش دولت عوامل اجتماعی-فرهنگی، عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی و کدگذاری گزینشی با ۲ مفهوم محیط خرد و کلان مشخص گردید. از جمله تحقیقات همسو نتایج پژوهش افضل و همکاران (۲۰۲۱) است این پژوهش بیان می کند رسانه ها نقش بازوی قدرتمندی برای قوه قضاییه بازی می کنند، به عنوان مثال، با سازماندهی برنامه ها و ساخت فیلم، برگزاری سمینارهای آنلاین، کلاس های آنلاین رایگان و غیره که می تواند از بزهکاری و قربانی شدن مردم جلوگیری کند. همچنین از دیگر تحقیقات همسو پژوهش گل بخشی و همکاران (۱۴۰۰)، ماستاراکو و میلانی (۲۰۱۸) می

باشد. رسانه‌ها بخش بسیار مهمی از جامعه ما هستند و عمدتاً برای ایجاد مسیر و ارتباط بین رفتار نهادهای قضایی و ادراک عمومی از آنها استفاده می‌شود.

در خصوص راهبردهای مدل رسانه‌ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم ۲۲ مفهوم در کد گذاری باز مشخص گردید و نتیجه حاصل از کدگذاری محوری مدل رسانه‌ای به منظور پیش‌گیری از وقوع جرم در ۵ مفهوم را نشان می‌دهد عبارتند از: آگاه‌سازی مدیران رسانه ملی از اقدامات، اهداف، و خط‌مشی پیش‌گیری از وقوع جرم، تفویض اختیار فعالیت‌های پیش‌گیری از وقوع جرم، مخاطب محوری و توجه به انتظارات آنها، تسهیم تجارب و هم‌افزایی برای مشارکت بین کارکنان، مدیران ارشد رسانه و مخاطبان، ایجاد جو رقابتی بین دیگر مؤسسات رسانه‌ای و کدگذاری‌گزینه‌ی ۲ با مفهوم راهبرد خرد و کلان مشخص گردید. از جمله تحقیقات همسو با پژوهش حاضر پژوهش وانگ و لیتز (۲۰۲۱) است. نتایج این، برخی از استراتژی‌های محلی پیشگیری از وقوع جرم را از طریق رسانه برای سیاست‌گذاران در نظر می‌گیرد. نتایج پژوهش هفت تنی و همکاران (۱۳۹۳) نشان داد که نقش و جایگاه رسانه در پیشگیری از جرم حتمی است و روش‌مند و همکاران (۱۳۹۰) نشان داد که چتر پوششی پلیس در داخل بخش مخاطب و تأثیرپذیری هدایتگر پلیس در طی مرحله ارسال پیام سبب تأثیرات شناختی، عاطفی و رفتاری روی مخاطب و جامعه‌گیرنده پیام می‌گذارد و نیروی انتظامی برای مقابله با بحران‌ها و آسیب‌های اجتماعی و فرهنگ‌سازی نیازمند استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ای است. از دیگر تحقیقات همسو نتایج تحقیقات حبیب‌زاده ملکی (۱۳۸۸) و بیابانی (۱۳۸۹) با یافته حاضر است. در جهان امروز وقتی صحبت از پیشگیری (هر حوزه‌ای) به میان می‌آید، اولین چیزی که ذهن‌ها را درگیر می‌کند رسانه است. رسانه‌ها منابع عمده آفرینش و پویایی فرهنگ به‌شمار می‌روند. قدرت و توان این ابزارهای فکری از پایه‌های آنچنان بلند برخوردار است که بدون حضور آن، دسترسی به جامعه‌ای با فرهنگ پویا، دست‌نیافتنی و محال است. رسانه‌ها سپهر اطلاعاتی هر جامعه به‌شمار می‌روند و کارکردهای مختلف اعم از آشکار و پنهان در حوزه‌های آموزش، اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی، تفریح و سرگرمی دارند.

در خصوص پیامد مدل رسانه‌ای به منظور پیش‌گیری از وقوع جرم ۲۳ مفهوم در کد گذاری باز مشخص گردید و نتیجه حاصل از کدگذاری محوری پیامد مدل رسانه‌ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم ۶ مفهوم را نشان می‌دهد که عبارتند از کارکرد محوری رسانه، گفتمان مردم‌بنیاد، گفتمان عدالت محوری، دانش محوری رسانه، اعتبار و شهرت رسانه ملی، هدایت و مدیریت فرهنگ و افکار عمومی، مدیریت بحران و کدگذاری‌گزینه‌ی پیامد مدل رسانه‌ای به منظور پیشگیری از وقوع جرم ۲ مفهوم پیامدهای مربوط اصحاب رسانه و سازمان رسانه پیامدهای مربوط به عموم و اجتماع را نشان می‌دهد. نقش رسانه در مدیریت بحران‌های فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی و کاهش آسیب‌های این حوزه غیر قابل انکار است و رسانه ملی حضور پررنگی در نمود معضلات اجتماعی و پیشگیری از آنها دارد. رسانه‌ها به عنوان ناظران و رصدکنندگان اجرای سیاست‌های کشور باید همیشه رویکرد دیده‌بانی و مطالبه‌گرایانه نسبت به نحوه، کمیت و کیفیت سیاست‌های مربوط به پیش‌گیری از وقوع جرم و فساد را داشته باشند. افشاگری معضلات اصلی و بازخواهی و بعد کارشناسانه کمک مسئولان و اقداماتشان، پی‌گیری جدی بحث بی‌کیفیت بودن برخی برنامه‌ها در حوزه آسیب‌های اجتماعی از جمله مفاهیمی است که مصاحبه‌شوندگان مطرح کرده‌اند که بدین طریق می‌توان از طریق رسانه به معرفی فسادستیزی و مطالبه‌گری پرداخت.

مدیران رسانه ملی می‌توانند از ابزار ارتباطی رسانه ملی برای اطلاع‌رسانی و رساندن پیام‌های پیشگیری از وقوع جرم به طور مستقیم یا به طور غیر مستقیم به مخاطبان استفاده کنند و به آنها یادآوری کنند. رسانه ملی می‌تواند از گروه‌های مرجع و افراد مشهور به عنوان رهبران افکار استفاده کند چون شواهد تجربی نشان دهنده تأثیر این گروه‌ها روی افراد می‌باشد. افراد برای انجام سبک زندگی صحیح و سالم با توجه به انتظارات افراد و گروه‌های مرجع انگیزمند برای سبک زندگی خاصی می‌

شوند. مدیران رسانه ملی در حوزه فضای مجازی در نظر داشته باشند که وقت بیشتری صرف طراحی وب سایت باشگاه مخاطبان در زمینه پیش گیری از آسیبها اجتماعی و جرائم شود، به گونه ای که مخاطبان به وب سایت احساس تعلق پیدا کنند و همواره بازدیدکننده آن باشند. مشارکت و اعتماد و انسجام مخاطب از اهمیت اولیه در صنعت رسانه برخوردار هستند. بنابراین، لازم است که مدیران به منظور ایجاد ساختاری برای مشارکت بیشتر مخاطبان تجدید نظر کنند. رسانه ملی از طریق فضایی که در اختیار دارد می تواند به جفت شدن مخاطبان و پیش گیری از وقوع جرم تاثیر بسزایی داشته باشد. آگاهی صحیح به کارکردهای واقعی مطبوعات، رادیو و تلویزیون و همچنین سینما، در حوزه پیش گیری از وقوع جرم برای سیاست گذاران و برنامه ریزان مملکتی بسیار سودمند است

### منابع

- ابراهیمی، شهرام (۱۳۹۰). مجموعه رویه های بین المللی پیشگیری از جرم، چاپ دوم، انتشارات بنیاد حقوقی میزان. بخارایی، احمد. (۱۳۸۹). جامعه شناسی انحرافات اجتماعی در ایران، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- بیابانی، غلامحسین و بهنام ذوقی (۱۳۹۷). رسانه ها ابزاری برای ترویج شفافیت و مقابله با فساد سیاسی و مالی. فصلنامه رسانه. دوره ۲۹، شماره ۳، شماره پیاپی ۱۱۲، پاییز ۱۳۹۷: ۸۵-۱۰۴
- پناهی، حمید؛ فراستی، امیر؛ میرزایی، محمد و کرم زاده، اسماعیل. (۱۳۹۹). نقش رسانه ها در پیشگیری از جرم و تامین امنیت، نشریه علمی انتظام اجتماعی، ۱۲(۳): ۷۴-۹۵.
- حبیب زاده ملکی، اصحاب. (۱۳۸۸). نشریه انتظام اجتماعی، تابستان ۱۳۸۸، ۱(۲). ۱۰۳-۱۳۷.
- دورکیم، امیل. (۱۳۹۲). درباره تقسیم کار اجتماعی. مترجم: باقر پرهام، تهران: نشر مرکز.
- روشندل اربطانی، طاهره؛ خواجه ثیان، داتیس و قاسمی، محمد. (۱۳۹۰). تبیین مدل کاربرد رسانه های جمعی برای پیشگیری از ارتکاب جرم، فصلنامه نظم و امنیت انتظامی، ۱(۴).
- شایگان، فریبا. (۱۳۹۴). نقش نهادهای مذهبی در پیشگیری اجتماعی از جرم. فصلنامه مطالعات پیشگیری از جرم. ۱۱(۳۹)، صص ۹-۴۱.
- عظیمی، حمید. (۱۳۹۶). نقش رسانه های جمعی در وقوع و پیشگیری از جرایم. همایش ملی پیشگیری از جرم در قلمرو مطالعات حقوق کیفری، علوم اجتماعی و انتظامی.
- علی وردی نیا، اکبر. (۱۳۹۳). مدیریت پیشگیری از جرم در ایران. فصلنامه سیاست های راهبردی وکلان، ۲(۸). صص ۳۷-۵۸.
- کلارک، رونالدوی و جان اک. (۱۳۸۸). جرم شناسی پیشگیری، ترجمه مهدی مقیمی و مهدیه تقی زاده، انتشارات سازمان زرد. کلاتری، محسن؛ حیدریان، مسعود و محمودی، عاطفه. (۱۳۸۹). ایمن سازی فضای کالبدی شهرها در برابر بزه کاری با استفاده از راهبردهای پیشگیری با طراحی محیطی. فصلنامه دانش انتظامی، ۱۲(۳)، صص ۵۱-۷۴.
- گل بخشی، حسن؛ بروجردی علوی، مهدخت و سعادت، مجید. (۱۴۰۰). نقش تلویزیون در پیشگیری از ارتکاب جرم (مطالعه موردی: شهر بندرعباس). فصلنامه علمی رسانه های دیداری و شنیداری، دوره ۱۵، شماره ۴۰، صص: ۹۷-۱۱۹.
- محمدنسل، غلامرضا. (۱۳۸۷). پلیس و سیاست پیشگیری از جرم، انتشارات مرکز تحقیقات کاربرد پلیس پیشگیری ناجا. مسکنی، زهره (۱۳۸۴). بررسی تأثیر رسانه ها در وقوع و پیشگیری از جرائم، نشریه اصلاح و تربیت، سال چهارم، شماره ۴۱.

مهدوی پور، اعظم و شهرانی کرانی، نجمه. (۱۳۹۲). تاثیر رسانه های جمعی در افزایش احساس ناامنی و ایجاد رویکردهای امنیتی، مطالعات رسانه ای، ۸(۲۳): ۱۶-۳۰.

موسسه حقوقی سایه، ۱۴۰۰

نیازپور، امیرحسن. (۱۳۹۳). اساسی سازی حقوق پیشگیری از جرم در ایران. فصلنامه پژوهش حقوق کیفری. ۲(۶): ۶۱-۱۱۱.

هفت تنی، علی اصغر (۱۳۹۳). کنفرانس بین المللی مدیریت، مقاله شماره ۳۰۲

یامین پور وحید. (۱۳۸۷). "امنیت اخلاقی و تصویر سازی رسانه ملی بایسته های پرداخت رسانه ملی به موضوع پیشگیری از جرم." پژوهش های ارتباطی (پژوهش و سنجش) ۱۵، ۵۳-۱۲۹-۱۴۲.

Mastrorocco Nicola aLuigi Minale (۲۰۱۸) News media and crime perceptions: Evidence from a natural experiment, *Journal of Public Economics*, Volume ۱۶۵, September ۲۰۱۸, Pages ۲۳۰-۲۵۵,

Wang.Mr ZenghuiMSc\Dr YijingLiLecturer(۲۰۲۱) Could Social Medias Reflect Acquisitive Crime Patterns in London?: —Insights Derived from Broken Windows Theory, *Journal of Safety Science and Resilience*, Available online ۲۷ September ۲۰۲۱, <https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.jnlssr.۲۰۲۱.۰۸.۰۰۷>