



موسسه حقوق و معارف اسلامی

پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته حقوق

گرایش جزا و جرم‌شناسی

نقش رسانه‌های دیداری و شنیداری در جلوگیری از وقوع جرم

استاد راهنما:

دکتر شهرام ابراهیمی

طلبه:

عبدالرضا پرویزی

مرداد ۱۳۹۲

چکیده

انتقال پیام، همراه با خلقت انسان توسط افریننده او یعنی خداوند متعال در وی به ودیعت گذاشته شده و این نعمت الهی با تکامل وی گسترش یافت. انسانها ابتدا از طریق گفتار و سپس با ایجاد علائمی، برای انتقال پیام و برآوردن نیازهای خود بهره بردند. با اختراع ابزارهایی نظیر وسایل چاپ، رادیو و تلوزیون، اینترنت، رسانه شکل گرفت. و همگام با پیشرفت انسان در سایر زمینه‌ها، ابزار و وسائل ارتباط جمعی خصوصا رسانه‌های دیداری و شنیداری متحول گردید. با تحول ابزارهای رسانه ای، خصوصا رسانه‌های دیداری و شنیداری، تمام زمینه‌های زندگی تغییر یافت و انسانها برای تحقق نیازهای خود از ابزار رسانه‌ای استفاده می‌نمایند. اثرات رسانه‌ها امروزی در ابعاد مختلف زندگی انسانها تاثیر گذاشته است، که موجبات تغییر الگوها، نگرشها، و بینشها را فراهم ساخته است. تاثیر رسانه‌ها خصوصا دیداری و شنیداری به نحوی است که میتوان گفت رفتارهای فردی و جمعی متأثر از برنامه‌های رسانه‌های جمعی است. رسانه‌ها در تحریک مخاطبین به بزهکاری و وقوع و ناهنجاریهای اجتماعی نقش فراوانی ایفا نموده اند. مضامین رسانه‌ای مانند الگوهای تبلیغاتی انحراف امیز، مضامین خشونت زا، نقش تسهیل کننده جرم را به همراه دارند به نحوی که بعضی از طبقات اجتماعی که در معرض خطر پذیری و خطر زایی هستند تحت تاثیر این دورساز یا مرتکب جرم شده اند و یا بالقوه آمادگی ارتکاب بزه را پیدا نموده اند با توجه به این رویکرد، این پژوهش درصدد بررسی نقش رسانه‌های دیداری و شنیداری در پیشگیری از وقوع جرم برآمده است و موضوعاتی از قبیل تاثیر گذاری آنها در ایجاد جرم و پیشگیری از آن را مورد ارزیابی قرارداده و راهکارهایی نیز در این خصوص ارائه شده است. در این تحقیق به مبانی نظری پیشگیری و جایگاه رسانه و مصادیقی از قبیل نفی اشاعه الگوهای تبلیغات انحرافی، کنترل مضامین خشونت امیز و نفی خشونت رسانه‌ای پرداخته شد. دستاورد این تحقیق، اینکه: رسانه‌های دیداری و شنیداری، در تحقق جرم و پیشگیری از آن موثرند.

کلیدواژه. رسانه، رسانه جمعی پیشگیری، جرم، خشونت، پلیس، پورنوگرافی

فهرست مطالب

۱	مقدمه:
۳	۱- بیان مسئله
۵	۲- اهداف و کاربردهای تحقیق
۶	۳- سابقه و ضرورت تحقیق
۱۰	۴- سوالات اصلی تحقیق
۱۰	۵- فرضیه‌های تحقیق:
۱۱	۶- روش تحقیق:
۱۱	۷- موانع تحقیق
۱۱	۸- ساماندهی تحقیق:

فصل اول: کلیات ۱۲

۱۳	مبحث اول: تعاریف و مفاهیم لغوی
۱۳	گفتار اول: معانی لغوی
۱۳	الف- رسانه
۱۴	ب- پیشگیری
۱۴	ج- جرم
۱۴	د- خشونت
۱۶	گفتار دوم مفهوم شناسی
۱۶	الف- رسانه جمعی
۱۷	بند اول- انواع رسانه جمعی

۱۷	۱. از حیث ابزار انتقال
۱۸	۲- از حیث حوزه جغرافیای
۱۸	۳- از حیث تاثیر مردمی
۱۹	۱-۳- رسانه‌های جمعی سطح اول
۱۹	۲-۳- رسانه‌های سطح میانی
۱۹	۳-۳- رسانه‌های جمعی سطح پایین
۱۹	۴. از حیث نوع مالکیت ونحوه اداره:
۱۹	۱-۴- رسانه‌های دولتی:
۲۰	۲-۴- رسانه‌های خصوصی
۲۰	بند دوم شاخصه‌های رسانه جمعی:
۲۰	۱- مداومت انتشار
۲۳	۲- وسعت انتشار
۲۶	۳- فراوانی وگوناگونی محتوا
۳۱	بند سوم- کارکردهای رسانه جمعی:
۳۲	۱- اجتماعی شدن:
۳۳	۲- اطلاع رسانی
۳۳	۳- پر کردن اوقات فراغت
۳۴	۴- تبلیغات
۳۵	۴-۱- تبلیغات سیاسی
۳۵	۴-۲- تبلیغات اقتصادی
۳۶	۵- سایر کارکردها
۳۶	بند چهارم - مصادیق رسانه‌های جمعی:
۳۶	۱- رسانه‌های نوشتاری
۳۷	۱-۱- مطبوعات ومجلات:
۳۷	۱-۲- کتب ومقالات
۳۷	۱-۳- روزنامه ها

۲- رسانه‌های صوتی و تصویری ۳۹

۱-۲ رادیو ۳۹

۲-۲ تلویزیون ۳۹

۳-۲ سینما : ۴۰

۴-۲ ماهواره ۴۱

۳- رسانه‌های مبتنی بر داده‌های دیجیتالی ۴۱

گفتار دوم پیشگیری در جرم شناسی: ۴۲

الف: پیشگیری در جرم شناسی ۴۲

بند اول - تعریف مفهومی پیشگیری: ۴۲

بند دوم- گونه شناسی پیشگیری ۴۳

بند سوم - بنیانهای نظری پیشگیری ۴۴

فصل دوم: نقش رسانه در بزهکاری و تاثیر آن در پیشگیری از وقوع جرم ۵۳

مبحث اول- رسانه و نقش آن در ایجاد جرم ۵۴

گفتار اول: رسانه و نقش آن در تحریک جرم ۵۵

الف- تحریک ۵۵

بند اول مصادیق تحریکات رسانه ای: ۵۶

ب- رسانه و نقش آن در تسهیل ارتکاب جرم ۵۷

ج- رسانه و نقش آن به عنوان ابزار وقوع جرم ۵۸

گفتار دوم - نقش رسانه ها در پیشگیری از وقوع جرم ۵۸

الف- اهمیت پیشگیری رسانه ای ۵۸

ب - جایگاه رسانه در پیشگیری از وقوع جرم ۵۹

ج- ماهیت تخصصی بودن پیشگیری رسانه، خصوصا رسانه‌های دیداری و شنیداری .. ۶۰

د- عناصر پیشگیری رسانه ای ۶۰

بند اول - غیر قهر امیز بودن تدابیر پیشگیرانه ۶۰

بند دوم - اختصاصی بودن اقدامات پیشگیرانه ۶۱

۶۱	بند سوم- کاستن آثار جرم
۶۲	بند چهارم در نظر گرفتن عوامل خطر و محیط اجتماعی
۶۳	گفتار سوم: رویکرد پیشگیری در انواع رسانه
۶۴	الف- انواع پیشگیری
۶۴	بند اول- پیشگیری اجتماعی
۶۴	۱. پیشگیری اجتماعی جامعه مدار
۶۴	۲. پیشگیری اجتماعی رشد مدار
۶۵	مبحث دوم: جایگاه رسانه در پیشگیری وضعی و اجتماعی
۶۵	گفتار اول- رسانه و ارتقاء شرایط محیطی
۶۷	الف- تبیین موقعیت خاص جوامع شهری:
۶۷	بند اول: ویژگی های موقعیتی شهرها
۶۸	بند دوم: افزایش جمعیت شهری
۶۹	ب) پیشگیری محلی
۶۹	بند اول- تقویت مشارکت مردم در امنیت محله
۶۹	بند دوم- تقویت مناسبات محلی و روابط همسایگی
۶۹	گفتار دوم- نقش رسانه در راهبردهای مربوط به زمان و مکان بزهکاری
۷۰	الف) کنترل بزهکاری در زمان
۷۰	بند اول- توجه به زمان بزهکاری در ساعات شبانه روز
۷۰	بند دوم- توجه به زمان بزهکاری در تعطیلات و مناسبت های خاص
۷۱	ب) کنترل بزهکاری در مکان
۷۳	بند اول- نظارت و کنترل مکان های مستعد جرم
۷۳	بند دوم- نقش رسانه در طراحی محیط (CPTED)
۷۳	۱- محیط خانواده
۷۴	۲- محیط اتفاقی
۷۴	۳- محیط انتخابی
۷۴	۴- محیط تحمیلی

۷۴	د- پیشگیری از جرم
۷۵	گفتار سوم- جایگاه رسانه در پیشگیری اجتماعی
۷۶	مبحث سوم- سیاست جنایی تقنینی حاکم بر جریان رسانه
۷۶	گفتار اول - الف - نظام قانونی حاکم بر رسانه‌ها
۷۷	الف- نظام قانونی حاکم بر رسانه‌های نوشتاری در ایران
۷۸	ب- نظام قانونی حاکم بر رسانه‌های صوتی و تصویری در ایران
۷۹	ج- نظام قانونی حاکم بر رسانه‌های دیجیتالی در ایران
۸۰	گفتار دوم- کارکرد رسانه در سیاست جنایی مبارزه با بزهکاری
۸۱	الف- دشوار یا ناممکن نمودن وقوع جرم
۸۱	ب- ممانعت از تشکیل و تشدید انگیزه مجرمانه
۸۱	ج- کاهش احساس خطر و اضطراب در افراد جامعه

فصل سوم: رسانه و مصادیق پیشگیرانه ۸۳

۸۴	مبحث اول - نقش رسانه در خنثی سازی تحریکات مجرمانه
۸۴	گفتار اول - نفی اشاعه الگوهای تبلیغاتی انحرافی
۸۶	الف) تبلیغات تجاری منافی اخلاق
۸۷	بند اول- رد مضامین مبتذل و تصاویر مستهجن
۸۷	بند دوم- مبارزه با پورنوگرافی
۹۰	بند سوم- کنترل مضامین خشونت آمیز
۹۰	ب- هجمه تبلیغات ملی - مذهبی
۹۱	ج- تبلیغات سوء سیاسی
۹۴	گفتار دوم- منطبق نمودن مضامین رسانه‌ای با وضعیت مخاطبین
۹۴	الف) نفی ترس و اضطراب در مخاطبین
۹۶	ب) فراهم نمودن بستر بلوغ زودرس مخاطبین
۹۷	ج) توجه به ایجاد اختلالات پنداری در مخاطبین
۹۸	بند اول- روان گسیختگی

- ۹۸ بند دوم - اختلالات خلقی
- ۹۹ بند سوم - روان دردمندی:
- ۱۰۰ (د) مبارزه با حس بزرگ پنداری مخاطبین
- ۱۰۱ (ه) مبارزه با حس جوان گرایی مخاطبین:
- ۱۰۲ گفتار سوم - نفی خشونت رسانه ای
- ۱۰۴ الف) خشونت جنسی
- ۱۰۵ ب) خشونت جسمی
- ۱۱۰ ج) قهرمان پروری
- ۱۱۲ مبحث دوم - نقش رسانه در انتفاء همسان سازی های مجرمانه
- ۱۱۳ گفتار اول - عدم انتشار شیوه اجرایی جرم
- ۱۱۴ گفتار دوم - رایج نمودن رفتار امضایی مجرم
- ۱۱۴ الف) عناصر تحصیلی و تکنیکی
- ۱۱۵ ب - انتقال تجربه و القاء اعتماد مجرمانه
- ۱۱۵ ج) بهره گیری از گزارشات رسانه ای:
- ۱۱۷ رسانه ها و محدوده وظایف آنها در مقوله جرم و بزهکاری
- ۱۱۹ بررسی میدانی
- ۱۲۲ یافته ها
- ۱۲۷ نتیجه گیری و پیشنهادات
- ۱۲۷ الف - نتیجه گیری:
- ۱۲۹ ب. پیشنهادات
- ۱۳۵ منابع و مأخذ

- ۱۸۵.....۴-۱-۴. فرصت‌ها و تهدیدهای اینترنت
- ۱۸۶.....۵-۱-۴. مقایسه تبلیغات مسیحیان با مسلمانان
- ۱۸۹.....گفتار دوم: پیشنهادات و راهکارهای اجرایی برای مقابله با تبشیر مسیحی در ایران
- ۱۸۹.....۱-۲-۴. پیشنهادات کلی
- ۱۸۹.....۱-۱-۲-۴. آگاه‌سازی
- ۱۹۰.....۲-۱-۲-۴. تعمیق باورهای دینی
- ۱۹۰.....۳-۱-۲-۴. تقویت نهاد خانواده و گسترش فرهنگ ازدواج
- ۱۹۱.....۴-۱-۲-۴. فراهم ساختن نیازهای روانی و تفریحی و گسترش ورزش
- ۱۹۲.....۵-۱-۲-۴. برقراری عدالت اجتماعی و رفع آثار فقر و اشتغال‌زایی
- ۱۹۲.....۶-۱-۲-۴. گسترش اخلاق در جامعه
- ۱۹۳.....۷-۱-۲-۴. ضرورت برنامه‌ریزی در تبلیغ
- ۱۹۳.....۸-۱-۲-۴. لزوم مخاطب‌شناسی
- ۱۹۴.....۹-۱-۲-۴. لزوم استفاده از تکنولوژی (خصوصاً اینترنت) در تبلیغ
- ۱۹۸.....۲-۲-۴. روش‌های مواجهه با مسیحیت تبشیری در اینترنت
- ۱۹۸.....۱-۲-۲-۴. تشویق و تربیت مبلغان توانا برای ورود به فضای مجازی
- ۱۹۹.....۲-۲-۲-۴. ایجاد سایت‌ها و وبلاگ‌های پاسخگویی به شبهات و تقویت آن‌ها
- ۱۹۹.....۳-۲-۲-۴. تأسیس رادیو و تلویزیون اینترنتی در راستای پاسخگویی به مسیحیت
- ۱۹۹.....۴-۲-۲-۴. ایجاد سایت‌های پخش فیلم و سریال اینترنتی
- ۲۰۰.....۵-۲-۲-۴. تأسیس سایت‌ها و وبلاگ‌هایی با موضوع مستبصرین مسیحی
- ۲۰۰.....۶-۲-۲-۴. مناظره با سران مسیحیت در اینترنت
- ۲۰۰.....۷-۲-۲-۴. استفاده از توان مسیحیان رسمی ایران در نقد مسیحیت تبشیری
- ۲۰۱.....۸-۲-۲-۴. احیاء و انتشار تراث شیعه و کتاب‌های نقد و پاسخگویی در اینترنت
- ۲۰۲.....فهرست منابع و مآخذ