

دوفصلنامه بین المللی تحقیقات حقوق قضایی

License Number: ۸۶۲۲۷ Article Number: ۷۴N۵۱۲۴۸۸۲۹۹ ISSN-P: ۲۷۱۷-۱۱۳۲

تأثیر رسانه‌های گروهی بر ارتکاب جرم

با رویکرد جرم شناسی

(تاریخ دریافت ۱۴۰۲/۰۳/۱۷، تاریخ تصویب ۱۴۰۲/۰۸/۱۲)

مجتبی سلیمانی

چکیده:

امروزه رسانه‌های گروهی آموزش شیوه‌های ارتکاب جرم را بر اصل اطلاع رسانی ترجیح داده‌اند، فنون جنایی را به طور صریح و دقیق به نمایش درآورده و مخاطبان خود را با طرق مختلف ارتکاب جرایم آشنا می‌کنند. در مقاله حاضر قصد داریم به تأثیر رسانه‌های گروهی بر ارتکاب جرم با رویکرد جرم‌شناسی بپردازیم. نتایج و یافته‌های این پژوهش نشان دهنده این است که بنا به دلایلی مانند وسعت و همه‌گیری رسانه‌های جمعی، سرعت و میزان گسترده مخاطبان به دلیل جذابیت و نیاز به رسانه و البته عمق مطالب تهیه شده، رسانه‌های جمعی اگر به نحو دقیقی بر برنامه‌های تولیدی توجه نداشته باشند، ممکن است بستر برچسب‌زنی و ارتکاب جرم در آینده را فراهم نمایند، لذا راهکارهایی مانند بزه‌پوشی که مورد تأکید اسلام است و همین‌طور جرم زدایی برای جلوگیری از برچسب زنی و البته بازبینی و نظارت دقیق بر ساخت برنامه‌های رسانه‌های جمعی، می‌تواند در کاهش برچسب زنی از طریق رسانه تأثیر بگذارد.

کلید واژه: رسانه، رسانه‌های جمعی، جرم‌شناسی، برچسب‌زنی

بخش اول: تبیین مفهوم رسانه

رسانه‌ها در فرهنگ‌ها و منابع مختلف فارسی و انگلیسی تعاریف مختلفی دارد، در لغت، اسم آلت از مصدر «رسانیدن» و به معنای وسیله رسانیدن و در اصطلاح علوم ارتباطات، مقصود از «رسانه» وسیله رسانیدن پیام از پیام دهنده به پیام گیرنده است. در فرهنگ عمید به عنوان حسرت، اندوه و افسوس نیز آمده است (عمید، ۱۳۸۶: ۷۰۳) و در فرهنگ اندیشه نو، رسانه به عنوان اصطلاحی کلی برای اشاره به سیستم‌ها یا دستگاه‌های انتقال اطلاعات یا سرگرمی به کاربرده می‌شود، مانند: روزنامه، رادیو، تلویزیون، فیلم، کتاب، نوار و غیره. در فرهنگ بزرگ سخن، رسانه به وسیله‌ای که اخبار و اطلاعات را به مردم می‌رساند تعریف شده است. مانند رادیو، تلویزیون، روزنامه، مجله و شبکه‌های کامپیوتری و در دانشنامه علوم اجتماعی، رسانه (رسانه جمعی) بدین‌گونه تعریف شده است که رسانه‌های گروهی یک نهاد اجتماعی را تشکیل می‌دهند که به تولید و توزیع دانش و در حیطه فراتر از کلمات می‌پردازند و دارای مشخصه‌ای برجسته و بارز چون استفاده نسبی از فن‌آوری پیشرفته در تولید و پخش پیام‌ها می‌باشند. نظام‌مندی و قواعد اجتماعی موجود در این نهاد و سمت و سوی پیام‌ها، مخاطبین گسترده‌ای را در بر می‌گیرد که برای فرستنده پیام مشخص نیست.

بخش دوم: ویژگی‌های رسانه

ویژگی‌های کلی رسانه‌های ارتباطی عبارت‌اند از: ۱. سرعت؛ سرعت یکی از خصوصیت‌های مهم رسانه ارتباطی است، البته سرعت رسانه‌ها با یکدیگر متفاوت است. برخی از رسانه‌ها سریعتر از سایر رسانه‌ها عمل کرده و زودتر به خبرها و حوادث دسترسی پیدا می‌کنند، اما سرعت در رسیدن به انتقال اطلاعات و اخبار، به برخی مخاطبین از اهمیت خاصی برخوردار است. رادیو، سریع‌ترین رسانه خبری و پس از آن تلویزیون در مقام دوم قرار دارد. بعد از این دو رسانه، روزنامه، مجله، فیلم و سپس کتاب قرار دارند. ۲. عمق؛ عمق یک رسانه از نظر تأثیر بر مخاطب خود، با سرعت آن نسبت معکوس دارد. به عنوان مثال از نظر تأثیر عمیق و بلند مدت، کتاب و فیلم اگر به طرز مناسبی تهیه شوند، عمیق‌تر از سایر رسانه‌های



ارتباطی خواهند بود. بعد از کتاب و فیلم، مجله عمیقتر از سایر رسانه‌ها است، از بین رسانه‌های سریع، روزنامه عمیق‌تر از تلویزیون و رادیو از همه ضعیف‌تر است. ۳. وسعت؛ وسعت یک رسانه، عبارت است از گستردگی و میزان اطلاعاتی که در مورد یک موضوع خاص ارائه می‌کند، به عنوان مثال: کتاب و مجله، به صورت وسیع‌تری، یک موضوع خاص را مورد مطالعه و تجزیه و تحلیل قرار می‌دهند، در حالی که رادیو، فاقد این ویژگی است، رادیو به طور معمول به صورت اختصاصی‌تر موضوعات اطلاعاتی خود را ارائه می‌کند. ۴. دسترسی؛ رادیو به طور تقریبی در همه جا، بیشتر از سایر رسانه‌ها در دسترس همگان می‌باشد، ارزان بودن گیرنده‌های رادیویی و برد نسبتاً طولانی امواج آن، این رسانه را یک رسانه همگانی و قابل دسترس درآورده است، دسترسی به روزنامه، مجله و... به علل مختلف از جمله بی‌سوادی مردم و هزینه حمل و نقل مشکل‌تر از رادیو است. امواج تلویزیونی برعکس رادیو، برد نسبتاً متوسطی دارند. علاوه بر این، گرانی گیرنده‌های تلویزیونی و نیاز آن به الکتریسیته موجب می‌شود که در بسیاری از نقاط جهان، این وسیله به سختی در اختیار مردمی قرار گیرد که دور از مراکز تجمع جمعیت هستند. ۵. تداوم؛ کتاب اثر دائمی‌تر از سایر رسانه‌ها دارد، محتوای یک کتاب تقریباً در تمام طول عمر در حافظه خواننده باقی می‌ماند. علاوه بر این، کتاب را می‌توان برای مدت زمان بسیار طولانی در خانه یا کتابخانه نگهداری کرد و در مواقع لزوم به آن مراجعه کرد. بعد از کتاب، مجله و روزنامه، مدت نسبتاً طولانی‌تری در آرشیوها باقی می‌مانند. بدین ترتیب این دو رسانه قابل رجوع نیز می‌باشند، اما برنامه‌های رادیو هیچ گاه، به وسیله شنوندگان آن آرشیو و جمع‌آوری نمی‌شوند. (حبیبی، ۱۹:۱۳۹۲)

۷. اعتبار؛ رسانه‌های چاپی به طور سنتی از اعتبار بیش‌تری برخوردار هستند، کتاب شاید معتبرترین رسانه ارتباطی باشد. اما تحقیقات اخیر نشان داده‌اند که اعتبار یک رسانه تا حدود زیادی بسته به اعتبار افرادی دارد که آن را مدیریت می‌کنند.

از مجموع ویژگی‌هایی که برای رسانه‌ها بیان گردید، رعایت الزاماتی نظیر انتشار صحیح اخبار و امانت‌داری، پرهیز از موج‌سواری و تبدیل شدن به ابزار



گروه‌های سیاسی، دوری از اغراق، پایبندی به الزامات اخلاقی و امنیت ملی و نیز ایجاد بسترهای ایجابی و تشویقی در مبارزه با فساد و دیگر مباحث کلان کشور، همه و همه از لوازم حرکت بر مدار قانون و رسالت رسانه‌ای است.

بخش سوم: نظریه برچسب زنی

در اوایل دهه ۱۹۶۰ میلادی، رهیافتی متفاوت از نظریه جرم‌شناختی به وجود آمد، اگرچه این نظریه با عنوان برچسب زنی، شاخه‌ای از نظریه‌های پیشین به حساب می‌آمد اما از دیدگاهی جدید پرسش‌هایی در مورد بزه و بزهکاران مطرح می‌کرد که با تعاریف پیشین در مورد کج رفتاری به چالش بر می‌خواست. آنانی که در ارتباط با نظریه برچسب زنی بودند، چنین استدلال می‌کردند که نظریه‌های پیشین، اعتمادی بیش از اندازه به فرد منحرف داشته و تنوع روش‌هایی را که مردم ممکن است در مقابل کج رفتاری واکنش نشان دهد به فراموشی سپرده بودند. این نظریه ترکیبی از چند خط نظری است، با توجه به میراث آن در زمینه تعامل نمادین و گروه واگرای نظریه پردازان، مشکل بتوان قلب این نظریه را پیدا کرد. در حال حاضر حداقل دو راه ورودی اصلی وجود دارد، نخست آنکه مفهومی از واکنش اجتماعی وجود دارد و این جزء از مساله، به تفاوت‌های موجود در واکنش نسبت به انحراف می‌پردازد و بر روی معنای انحراف از نظر مخاطبان متمرکز می‌شود. دوم، مساله انحراف ثانویه است، یعنی مساله اینکه برچسب در مورد فرد برچسب خورده به چه معنایی است و چه کار می‌کند. اگرچه هر دوی این جنبه‌ها با یکدیگر سازگارند اما به نظر می‌رسد که به دو رهیافت نظری متفاوت اشاره دارند. تاثیر نظریه برچسب‌زنی بر روی جرم‌شناسی، تاثیری اساسی است و احتمالاً مهمترین تاثیر آن مربوط به واداشتن جرم‌شناسان به سوال از ارزش‌های طبقه متوسط است که در توصیفات خویش از انحراف و بزهکاری به کار می‌بردند. محققان به آزمون انتقادی از موسسات مربوط به عدالت کیفری و راهی که به وسیله آن، این موسسات افراد مورد دادرسی قرار می‌دهند، پرداختند. نیاز به مطالعه مسائل مربوط به افراد کج رفتار به عنوان بخشی از انسانیت نه تنها بر خود موضوع، بلکه بر جرم‌شناسان نیز تاثیر گذارد. حتی این جنبش‌های متفاوت عدالت کیفری، به طور مستقیم مرهون کار آنهایی است که در جنبش برچسب زنی



شرکت داشته‌اند. سرانجام، برچسب‌زنی منادی نظریه‌های منازعه بود و لذا به نحوی از انحاء بیش از یک دهه بر حوزه جرم‌شناسی غالب بود. (ویلیامز، ۱۳۸۸: ۱۵۲) بر اساس این نظریه، جامعه دارای ارزش‌های چندگانه است که با درجات مختلف بر روی یکدیگر قرار می‌گیرند و کیفیت رفتار هر فرد تنها به وسیله کارگیری ارزش‌ها تعیین می‌شود، شناسایی یک رفتار به عنوان رفتاری انحرافی از خلال واکنش نسبت به آن رفتار تعیین می‌شود.

انحراف، کیفیتی از واکنش است و ذات یک رفتار نیست، اگر واکنشی وجود نداشته باشد، انحرافی وجود ندارد. زمانی که یک رفتار از سوی مخاطبان اجتماعی دریافت شد و برچسب انحراف خورد، فردی که آن رفتار را مرتکب شده نیز برچسب فرد منحرف را می‌خورد. گفتنی است که زمانی که برچسب خورده‌ها از نظر اجتماعی نسبت به مخاطبان خود از قدرت کمتری برخوردار باشند، احتمال انجام فرایند واکنش نشان دادن و برچسب زدن، بیشتر است. از این رو مربوط کردن انحراف به آنانی که در جامعه از قدرت کمتری برخوردارند رایج‌تر است.

اصولاً واکنش‌کنندگان (افراد، گروه‌های اجتماعی، موسسات مجری قانون)، آنانی را که به عنوان مجرم شناسایی شده‌اند از نزدیک و دقیق‌تر مورد مشاهده قرار می‌دهند و لذا، انحرافات بیشتری را در آنها پیدا می‌کند. اعمال بعدی به عنوان نوعی واکنش، با سرعت بیشتری صورت می‌گیرد و برچسب‌ها نیز با شدت بیشتری زده می‌شود. در نتیجه زمانی که یک فرد برچسب خورد، مخاطبان او را با همان عنوانی که برچسب حکایت از آن دارد، می‌بینند. فردی که برچسب مجرم بودن را خورده، پیش از هر چیز و بیش از هر چیز، مجرم در نظر آورده می‌شود. دیگر خصوصیت‌هایی که توسط برچسب پوشیده نشده است، ممکن است به فراموشی سپرده شود.

یک فرد، علاوه بر آنکه ممکن است از نظر مخاطب به یک منحرف تبدیل شود، این احتمال نیز هست که فرد شروع به پذیرش برچسب به عنوان یک هویت شخص کند. پذیرش یک برچسب، به قدرت مفهوم شخصی اولیه فرد از خودش و نیروی فرایند برچسب‌زنی بستگی دارد. تغییر در مفهوم شخصی، منجر به درونی شدن ویژگی فرد منحرف، با تمام خصوصیت‌ها و اسنادهای آن می‌شود و رفتار



انحرافی بیشتر محصول زندگی و عمل در درون نقش برچسب منحرف است که اغلب به عنوان بخشی از خرده فرهنگ انحرافی تلقی می‌شود.

اصولاً امروزه به دلیل آثار سوء برچسب‌زنی توجه قانونگذاری داخلی و بین‌المللی را به خود جلب کرده است، برای مثال مقررات بیجینگ یا قواعد استاندارد سازمان ملل برای مدیریت دادگستری به طور صریح موادی را به برچسب زنی کودکان و نوجوانان اختصاص داده است و همچنین مقررات ریاض در این خصوص مقرر می‌کند که حق نوجوان برای داشتن زندگی خصوصی در همه مراحل باید مراعات گردد تا از ورود آسیب ناشی از پدید آمدن جار و جنجال‌های نابجا یا برچسب زدن جلوگیری گردد. (فرحی، ۱۳۹۷: ۷۹)

اصولاً وقتی مردم شخصی را با برچسب‌هایی نظیر سارق خطاب می‌کنند به آن دلیل است که چنین شخصی به خصوص از طریق نهادهای عدالت کیفری یا دیگران یا رسانه‌های جمعی با این عناوین مورد خطاب قرار گرفته است که حاصل چنین روندی وادار کردن و فشار آوردن بر اشخاص برای انجام و پذیرش رفتارهای منحرفانه است و انحراف محصول تعامل یا کنش متقابل بین گروه اجتماعی و یک فرد است. (وایت، ۱۳۸۳: ۱۲۳) فردی منحرف است که از نظر اجتماع آن گروه ناقض هنجار و قاعده‌های حاکم بر گروه باشد، لذا پاسخ و واکنش دیگران است که فرد را به منحرف تبدیل می‌کند و آنچه مهم است مطالعه این واکنش و پاسخ است نه ارتکاب عمل انحرافی و جرم. در همین راستا باید گفت که از دیدگاه تعامل‌گرا و کنش متقابل، این جامعه است که جرم را تعریف می‌کند نه اینکه جرایم ذاتاً رفتارهای بد و غیر اخلاقی‌اند. تعامل‌گرایان معتقدند که جرم هنگامی معنا پیدا می‌کند که مردم نسبت به آن واکنش نشان دهند و به متخلفین برچسب انحراف زده شود. (Siegol: ۲۰۱۲: ۲۵۲) دیدگاه کنش متقابل نمادی مبنای نظری و مفهومی فرضیه انحراف ثانویه را در نظریه برچسب زنی فراهم می‌کند. (Adams, ۲۰۰۳: ۱۷۱) برعکس جامعه‌شناسان اثبات‌گرا، تعامل‌گرایان، یا به تعبیر برخی از نویسندگان غیر پوزیتیویست بیش از اینکه با تعریف مطلق انحراف کار کنند با تعریف نسبی انحراف سر و کار دارند، یعنی آنها استدلال می‌کنند که هیچ رفتاری ذاتاً منحرف نیست. در عوض اعمال منحرف اعمالی هستند که در درون

یک محیط یا فرهنگ خاص به عنوان عمل انحرافی تعریف شده‌اند. این امر ناشی از این است که افراد ذاتاً منحرف نیستند، بلکه گاهی اوقات ممکن است رفتاری که مردم از خود نشان می‌دهند توسط دیگران برچسب منحرف بخورد، اما در مواقع دیگر همان رفتار ممکن است به عنوان رفتاری قابل قبول و حتی بهنجار تلقی شود. از این رو، تعامل‌گرایان به فرایندهای اجتماعی که توسط آن رفتارهای خاصی به عنوان رفتار منحرف تلقی می‌شود و نیز به عواقب این فرآیندها برای کسانی که برچسب منحرف می‌خورند علاقمندند. (Aggelton, ۱۹۹۳:۴۳)

برچسب‌زنی از هر طریقی از جمله رسانه‌های جمعی که شکل بگیرد، انحرافات بعدی را با ترغیب کردن یک هویت منحرف افزایش می‌دهد، در میان فرآیندهای کنش متقابل نمادی، داغ ننگ یک منحرف، خودپنداره‌ای تولید می‌کند که نهایتاً مشوق انحرافات بعدی می‌شود. (علی‌وردی نیا، ۱۳۹۲:۸۵) به طور کلی تئوری‌های مرتبط با برچسب زنی را می‌توان به سه دسته تقسیم بندی کرد: تئوری اول که وحشت اخلاقی نام دارد و اولین بار توسط هوارد بکر در رابطه با مواد مخدر در آمریکا مطرح شد، تاکید بر روی نظارتی دارد که به طور افراطی از سوی نهادهای کنترل کننده وجود دارد. همچنین وی عنوان می‌کند که گروه‌های قدرتمند می‌توانند عوامل اجتماعی را در جهت اعمال تعریف‌ها، هنجارها و حفظ منافع خود به کار گیرند، در حالی که گروه‌های ضعیف نمی‌توانند به طور موفقیت آمیزی به زورمندان برچسب منحرف بزنند. تئوری دوم تفسیر سازی اجتماعی است، در این نوع، کسانی که در معرض برچسب زنی قرار می‌گیرند، تحت تاثیر آن نام جداگانه‌ای دریافت می‌کنند که خود موجب مشکلات عدیده‌ای در زندگی آینده آنان خواهد شد این تئوری ممکن است از طرف رسانه‌های جمعی ایجاد شود، تئوری سوم کنترل اجتماعی نام دارد که با دخالت افراطی و بیش از اندازه در زندگی شخصی با توسل بیش از حد به انحراف و بوروکراسی‌سازی در سازمان‌های کنترل کننده توأم با رفتار غیرانسانی، موجب بزه‌دیدگی افراد می‌شود. (شمعی، ۱۳۹۲:۱۳۸) تئوری‌های برچسب زنی همواره به طور گسترده‌ای با سیاست‌هایی مانند جرم انگاری و جرم زدایی مرتبط است. نظریه برچسب زنی بیان می‌کند که چطور نهادهای اجتماعی، افراد و اعمال و چه بسا حتی باورها و ارزش‌ها را شایسته

واکنش‌های اجتماعی منفی از جمله جرم‌انگاری می‌دانند و وقتی به شخصی بر چسب مجرمانه زده شد وی سعی در انطباق و هماهنگ کردن اعمال خود با آن برچسب نموده و با علاقه بیشتری برای ارتکاب جرم وسوسه می‌شود.

بخش چهارم: نسبت ارتباط رسانه‌ها با جرایم ارتكابی

جرایم معمولاً مخفی و پنهان هستند، با استناد به دو مفهوم رفتار جلوی صحنه و رفتار پشت صحنه می‌توانیم بگوییم جرم در دورترین بخش صحنه یا حتی بیرون از صحنه رفتارهای اجتماعی صورت می‌گیرد. همین مخفیانه بودن جرم باعث می‌شود امکان جدا کردن عوامل تاثیرگذار رسانه‌های جمعی و بررسی سنجش و نقش آنها بسیار دشوار باشد. از آنجا که جرم هم شامل جرایم بزرگ و خشن نظیر قتل، اختلاس، تجاوز به عنف و... هم جرایم جزایی و محدود می‌شود، لذا با یک گزاره نمی‌توان رابطه رسانه‌ها و جرم را توصیف کرد و یا آن را به سادگی نشان داد. رسانه‌های ارتباط جمعی دارای قدرت و شعاع عمل وسیعی در میان توده‌های مردم می‌باشند، پس می‌توان آنها را همچون نهادهای اجتماعی مورد شناخت قرارداد. در میان عوامل متعدد مرتبط با جرم، نقش رسانه‌ها از اهمیت خاصی برخوردار است و در حقیقت احتمال این که تلویزیون، رادیو، مطبوعات، سینما و... هیچ نفوذی در عقایدی که مردم از آنها دفاع می‌کنند و یا رفتارهای مطلوب و به‌هنگار نداشته باشند خیلی کم است با وجود این اگر تعدادی از افراد را به شکل مجرد در نظر بگیریم و آنها را تحت تاثیر مستقیم و بدون قید و شرط رسانه بدانیم نیز اشتباه است. نگرش‌ها و رفتارهای افراد تحت تاثیر روابط اجتماعی خود نیز قرار دارد و به عنوان مثال گروه‌های نخستین خانواده، گروه، دوستان، همکاران نزدیک اداری و... تاثیر بسیاری در این زمینه دارند. (محسنی، ۱۳۷۹: ۳۲۷) به هر حال همواره عده‌ای رسانه‌ها را به مثابه علل ایجاد کننده یا مقوم تشدید کننده جرایم و یا تسهیل کننده جنایات می‌نگرند، و خواهان اعمال محدودیت و سانسور جهت رعایت حقوق مصرف کنندگان مخصوصاً کودکان می‌باشند. این گروه سیاست‌های انقباضی و محدود کننده‌ای را جهت نمایش خشونت و جرم و پخش این برنامه‌ها در ساعات کم بیننده و کاهش میزان خشونت رسانه‌ها ارائه می‌دهند. در مقابل، گروه دیگر با برشمردن نقش نظارتی و اطلاع رسانی و آگاهی بخش رسانه‌ها بر



جریان جامعه پذیری و درونی کردن هنجارها و آموختن تجارب جدید اشاره کرده و با تکیه بر آزادی و حفظ حقوق رسانه‌ها به نقش آنان در بازدارندگی جرایم، فساد زدایی از سیستم انضباطی و قهریه نظیر پلیس و... شفاف سازی رفتار نهادهای متولی کنترل اجتماعی، تصریح و وضوح هنجارهای اجتماعی و شفاف سازی رفتارهای غیرمجاز و تشدید همنوایی افراد و جامعه با هنجارهای اجتماعی اشاره می‌نمایند و رسانه را به عنوان رابط مردم با دستگاه‌های متولی سیاست گذاری و اجرا در حوزه کنترل اجتماعی می‌انگارند که می‌توانند شکاف میان واقعیت و حقوق را در نظام قانونگذاری و قضایی بهتر نشان داده و در سامان مندی سیستم قانونگذاری و بالا بردن کارایی سیستم کنترل اجباری به آن کمک نماید. (جهان بین، ۱۳۸۲: ۱۰۳)

افزایش تعداد جرم تاثیر بسزایی در بازتاب آنها در رسانه‌ها داشته است، امروزه به دلیل وسعت جرایم متعدد بخش قابل توجهی از محتوای اخبار را شکل داده است، میزان جرایم خشن و جنسی حدود ۱۰ درصد کل جرایم است اما دو سوم حجم جرایمی که در رسانه بازتاب داده می‌شود از این دسته است. بر عکس جرایم علیه اموال که حدود ۹۰ درصد جرایم را تشکیل می‌دهد حدود یک پنجم در رسانه بازتاب دارد. بازتاب واقعی جرایم علیه اموال از این مقدار نیز کمتر شده و صرفاً در مواردی که اشخاص مشهور در آن قضیه درگیر باشند مورد توجه قرار می‌گیرد. رسانه‌ها میزان خطر و اهمیت جرم را نیز بزرگ نشان می‌دهند تا حساسیت و ترس نسبت به آن را بالا ببرند. جرم، تنها یک پدیده ناهنجار اجتماعی نیست، بلکه شرارت استثنایی متعلق به یک فرد خاص است که به نمایش در می‌آید. به جای اینکه رفتاری خلاف قانون باشد، رفتاری علیه افراد خاص نمایانده می‌شود تا مخاطب رسانه به سادگی با قربانی همزاد پنداری کرده، احتمال قربانی شده خود را بالا ببیند و در نتیجه نسبت به جرم ترس بیشتری داشته باشد. همچنین رسانه‌ها معمولاً به پرونده‌های مشخص می‌پردازند و جزء نگردند و کمتر به مسایل و سیاست‌های کلی مربوط به جرم توجه دارند و برای پررنگ کردن خطر جرم، محور بیشتر اخبار و داستان‌های تخیلی، جرایم خشن علیه افراد به ویژه مرگ بوده است. تا زمانی که ناهنجاری در نظر کنش‌گران اجتماعی،



امری زشت و غیرمنطقی جلوه کند، میزان ارتکاب انحراف اجتماعی و خروج از هنجارهای اجتماعی کاهش خواهد یافت. انعکاس کجروی‌های اجتماعی در رسانه‌ها در کاهش نفرت از انحرافات و عادی شدن نابهنجاری در جامعه تاثیر بسزایی دارد، زیرا فرد ضمن اطلاع از نقض هنجارها توسط رسانه‌ها، در می‌یابد که هنجارهای اجتماعی که به نظر وی غیرقابل تخطی بودند، قابل شکستن و تخلف هستند، لذا انگیزه ارتکاب جرم در فرد تقویت می‌شود و این یکی از کارکردهای منفی بیان کجروی‌ها و انحرافات اجتماعی در رسانه‌ها است.

به عنوان مثال دختر شهرستانی که از پدیده فرار دختران از خانه اطلاع چندانی ندارد، با شنیدن یا دیدن خبر مربوط به فرار دختران متوجه می‌شود که این کار می‌تواند یکی از راه‌های رهایی او از برخی مشکلات و تضادهای خانوادگی باشد و هنگامی که در کانون خانواده، احساس ناامیدی و سرخوردگی و خلاء عاطفی به او دست می‌دهد، ممکن است همان راهی را برگزیند که برخی دختران برای رهایی از رنج‌های خانوادگی انتخاب کرده بودند.

در مورد خشونت و نقش رسانه‌ها در افزایش آن باید گفت که اصولاً خشونت و عمل خشونت آمیز، عملی خواهد بود که با رفتار تهاجمی به خصوص از نظر جسمانی و یا حداقل بیانی همراه گردد. بررسی رسانه به عنوان علت جرم یا یکی از عوامل تعیین کننده آن، موضوعی است که نه مربوط به امروز بلکه دغدغه سال‌های بسیار دور و پیش از جنگ جهانی دوم بوده است. امروزه به سبب تنوع بیش از پیش رسانه‌ها و برنامه‌های رسانه‌ای، همچنین گسترش انواع مخاطبان، نقش رسانه‌ها در جریان زندگی روزمره بیشتر شده و از قضا به همین علت بیشتر با قلمرو انحرافات اجتماعی به چالش عملی کشیده شده‌اند. مطالعه رفتار ناهنجار و جرم از خلال رسانه‌ها یکی از جذاب‌ترین مباحث جامعه‌شناسی است. (گیدنز، ۱۳۷۳: ۷۸) امروزه خشونت و پرخاشگری در میان جوانان شایع شده است که معلول علل و عوامل متعددی است. مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که رسانه‌های جمعی در این زمینه تاثیر بسیاری داشته‌اند، زیرا رسانه‌ها با تبلیغات کالاهای رنگارنگ، شغل مرفه را آرمان و هدف مخاطبان ترسیم می‌کنند، در حالی که این هدف با شغل و درآمد مخاطبان قابل دسترسی نیست، در نتیجه میان



اهداف و ابزار مشروع دستیابی به این اهداف فاصله ایجاد می‌شود. یعنی فرد احساس محرومیت می‌نماید، این وضعیت منجر به خشونت و پرخاشگری در میان افراد می‌گردد. به عبارت دیگر رسانه‌ها موجب می‌شوند که میل به مصرف کالاهای لوکس در بین مردم افزایش یابد، اما وقتی این میل و تقاضا امکان ارضاء ندارد، در نتیجه به خشونت تبدیل می‌شود و یا فرد را به انجام عملی غیرقانونی نظیر سرقت جهت دستیابی به کالاهای تبلیغی ترغیب می‌نماید. بر این اساس بایستی اذعان داشت که اولاً سیاست‌های کلی فرهنگی دولت که از طریق قوه مجریه و مجمع تشخیص مصلحت نظام و سایر ارگان‌های حاکمیتی (غیر از قوه قضاییه) تدوین می‌شوند بایستی اهدافی را از لحاظ فرهنگی در سطح جامعه تبلیغ و نشر دهد که امکان وصول و نیل به آن برای همه یا اکثریت آحاد جامعه امکان پذیر باشد، ثانیاً اینکه برای رسیدن به آن اهداف، وسایل و ابزار لازم مشروع را به نحو تساوی در دسترس همه شهروندان بدون تبعیض قرار دهد به عنوان مثال اهداف حال حاضر جامعه ایرانی که خواسته یا ناخواسته از طریق رسانه‌های جمعی، رادیو و تلویزیون نشر پیدا می‌کند داشتن امکانات مادی بالا از قبیل مسکن، ماشین، املاک، دارایی، ظاهری آراسته و... است. این در حالی است که ابعاد معنوی زندگی اجتماعی آنچنان که در قانون اساسی منعکس است، در نشر و توسعه اهداف مذکور مورد غفلت واقع شده است از طرف دیگر علی‌رغم وجود نقص در تدوین سیاست کلی فرهنگی در سطح جامعه، ابزار لازم برای رسیدن به این اهداف تک بعدی مادی نیز برای همگان در دسترس نیست، لذا لاجرم جرایم و خشونت افزایش پیدا می‌کند. محتوای خشونت بار رسانه‌ها به بروز رفتارهای خشن در افراد جامعه دامن می‌زند و ممنوعیت‌های اخلاقی و اجتماعی به کارگیری خشونت را کمرنگ می‌کند. صاحب‌نظران ارتباطات سازوکارهای تحریک کننده خشونت را شامل بازداری زدایی یا همان کاهش خودداری بینندگان از انجام اعمال پرخاشگرانه، حساسیت زدایی و افزایش تحمل بینندگان و قبول خشونت و برانگیختگی‌زایی می‌دانند. رسانه‌ها قادرند فنون ارتکاب جرایم را آموزش دهند، جرایم را مهیج و لذت بخش جلوه کنند، آن را ترویج دهند و فرد را به همانند سازی با مجرم ترغیب کنند، البته جرم زایی رسانه‌ها به تعامل محصولات رسانه‌ای خصوصیات جرایم و مجرمان آن، بافت



رسانه مثل مقدار پوشش رسانه‌ای، سبک‌های رایج، حمایت از ارتکاب جرایم و بافت اجتماعی مانند هنجارهای فرهنگی موجود، گرایش‌های مصرف‌کنندگان، فرصت‌های ارتکاب جرم و تعداد خلافکاران موجود بستگی تام دارد. (فیروزبخت، ۱۳۸۰: ۲۳۱) مثلاً هفته‌نامه ساندی تایمز حاکی از آن است که برخی از کارشناسان مسایل اجتماعی در کشورهای غربی معتقدند یکی از علل رواج خشونت و وقوع جرایم و جنایات، از سوی نوجوانان و جوانان در این جوامع بدآموزی‌ها و برچسب‌زنی‌های تلویزیونی این کشورها است. مثلاً در ارزیابی شبکه‌های اصلی تلویزیون آمریکا مانند ABC, NBC, CBS مشخص شده است که این شبکه‌ها در برنامه‌های خود در هفته ۹۲ مورد حمله با اسلحه گرم، ۱۱۳ صحنه تجاوز به عنف، ۹ فقره خفه کردن، ۱۶۸ نزاع و ۱۷۹ مورد تخلف از قانون را نمایش می‌دهند و هر فرد جمعاً ۱۳۰۰۰ مورد قتل و تجاوز را مشاهده می‌کند. (کریمی، ۱۳۷۵: ۵۶)

افکار عمومی مدت‌های مدیدی است که نگران جرم‌ها بودن رسانه‌های جمعی و برنامه‌های محتوایی است که از طریق آن پخش می‌شود. (جهان‌بین، ۱۳۸۲: ۹۲) به نظر می‌رسد که بسیاری از مخاطبان از مطلب انتشار یافته از رسانه‌ها تاثیر می‌پذیرند و تئوری برچسب‌زنی در خصوص آنها محقق می‌شود. (سروت، ۱۳۸۰: ۲۳۱) رسانه‌ها با انعکاس اخبار، گزارش‌ها و تصاویر مربوط به پدیده‌های جنایی، نه تنها نگرش خاصی را به مخاطبان القا کرده، بینش‌های مردم را تحت تاثیر قرار می‌دهند، بلکه چگونگی قضاوت و داوری آنان درباره جرم و نظام عدالت کیفری را دگرگون می‌کنند. بنابراین می‌توان ادعا کرد که برداشت مردم از جرم و انحرافات اجتماعی تا اندازه زیادی محصول تاثیر رسانه‌ها و برچسب‌های آنها است. لذا خشونت و افزایش آن می‌تواند به سبب تاثیرات رسانه‌های جمعی و بازتاب آنها از جرم، جنایات، فرایند رسیدگی‌ها و علنی کردن مقولات قضایی جرایم باشد، به این معنا که رسانه‌ها علل افزایش بسیاری از ناامنی، خشونت‌ها، جرم و جنایت و در کل ناهنجاری‌ها است. (عبدالرحمانی، ۱۳۹۵: ۶۵)

بخش پنجم: تاثیر رسانه‌های جمعی بر برچسب‌زنی

همانطور که می‌دانیم علم جرم‌شناسی به شناخت عوامل مختلف جرم

می‌پردازد، علل ارتکاب جرم نیز در دنیای امروز گستردگی فراوانی دارند. لذا با توجه به زمینه‌های مختلف این عوامل دسته‌بندی شده و در شاخه‌های مختلف بررسی می‌شوند. به عنوان مثال علل اقتصادی، اجتماعی و سیاسی هر کدام در نظریات جرم‌شناسی مختص خود بررسی می‌شوند، فرهنگ نیز می‌تواند در کنار سایر علل، به عنوان یکی از اصلی‌ترین عوامل وقوع جرم باشد. فرهنگ می‌تواند به رفتار آدمی شکل دهد و او را به سمت عمل و عکس‌العمل‌هایی سوق دهد، چرا که فرهنگ به مانند یک ارزش حاکم بر فرد و شناخته شده و این توانایی را دارد. حتی مواردی که نتوان این ارزش را به درستی برای فرهنگ در نظر گرفت، فرهنگ‌های مختلف به عنوان یک انتخاب ناظر بر سود و زیان شخص مورد استفاده شخص قرار می‌گیرد. تعارضات فرهنگی، خرده‌فرهنگ‌ها، سبک زندگی، تأخر فرهنگی، مهاجرت، رسانه‌ها، موسیقی، جشن‌ها و سایر تولیدات فرهنگی می‌توانند در مواردی شخص را به سمت ارتکاب جرم سوق دهند، تحلیل و شناخت این عوامل را عامل شناسی فرهنگی جرم می‌گویند. جرم‌شناسی فرهنگی به‌عنوان گرایشی نوخاسته در جرم‌شناسی، جامعه‌شناسی و عدالت کیفری، تقارن فرهنگ و فرآیندهای کیفری را در زندگی اجتماعی معاصر بررسی می‌کند. بخشی از معنای فرهنگ از منظر این جرم‌شناسی در کنار پرداختن به خرده‌فرهنگ‌های مجرمانه، معطوف است به پویایی رسانه‌های جمعی. این گرایش با استفاده از دیدگاه‌های مطالعات فرهنگی، نظریه پست‌مدرنیسم و دیدگاه‌های جامعه‌شناختی همانند سنت تعامل‌گرا و نیز روش مطالعاتی تحلیل محتوای متون رسانه‌ای و همچنین با بهره‌گیری از معنا، نماد و تصویر به بررسی تعامل میان جرم و رسانه می‌پردازد. از آنجایی که امروزه رسانه و کارکرد آن از نظر تاثیر بر مردم، همه گیر شدن، افزوده شدن فضای مجازی به حجم رسانه‌های گذشته متحول شده است، اهمیت و ضرورت دارد که به تاثیر رسانه بر ارتکاب جرم پرداخته شود، چرا که برخلاف گذشته، امروزه افراد در هر سنی، در هر موقعیت اجتماعی و جغرافیایی با فضای پیرامون خود از طریق اینترنت و شبکه‌های مجازی در ارتباط هستند و اگر تاثیرات منفی و تشویق و ترغیب به جرم در این رسانه یا اصولاً مشکلات ناشی از این رسانه‌ها که بر نرخ جرایم تاثیر گذار هستند مورد بررسی و جرم‌شناسی، یعنی



علت‌یابی و ارائه راهکار قرار نگیرد، ممکن است گسترده و قلمرو وسیعی از مخاطبان را درگیر مسائل مجرمانه کند، لذا این موضوع به عنوان یک چالش برای جوامع، مخصوصاً جوامع جهان سوم و سنت‌گرا و ایدئولوژیک مطرح است و نیازمند مطالعه و بررسی است.

بخش ششم: مقابله با تاثیر رسانه بر ارتکاب جرم از طریق برچسب زنی

در واقع رویکرد سازمانی در جرم‌شناسی بر این باور است که جرم یک واقعیت عینی نیست، قطع نظر از جهت‌دار بودن جرم‌انگاری نظریه برچسب زنی به دلیل امکان بدنام کردن افراد، نقش‌پذیری افراد برچسب خورده و اثرات منفی این اقدام بر روی روحیه، شخصیت و زندگی اجتماعی و فردی افراد می‌تواند قضاوت فرد نسبت به خود و ارزیابی دیگران نسبت به او را دگرگون کند (شریفی، ۱۳۹۵: ۲۶)، و ممکن است او را در تداوم اقدامات مجرمانه مصمم‌تر سازد و اگر بی‌گناه برچسب خورده باشد و یا خود را بی‌گناه بداند، به ویژه جوانان برای اعتراض به این امر و یا انتقام از جامعه رفتار مجرمانه را به صورت حرفه‌ای در پیش گرفته و نوعی هویت‌پذیری در زمینه رفتار مجرمانه در او به وجود خواهد آمد. (نجفی‌توانا، ۱۳۹۲: ۹۱) از آنجا که کنترل کامل شرایط و زمینه‌انگیزه‌های اجتماعی و انسانی و ویژگی‌های روانی وقوع جرم امکان‌پذیر نیست، برای اهداف پیشگیری از وقوع جرم باید با تحریک‌کنندگی و جرم‌خیزی احتمالی رسانه‌ها مقابله شود، گو اینکه کنترل کامل رسانه‌ها نیز نه ممکن و نه مطلوب است ترسیم خط مشی انعکاس حوادث و مسائل خشن و برچسب زنی در رسانه‌های گروهی و تعیین مکانیسم‌های اجرایی و نظارتی برای پیاده شدن آن قدم اول برای مقابله با جرم‌زایی رسانه‌ها از طریق برچسب زنی به نظر می‌رسد. این خطی مشی باید محصول هم‌اندیشی جرم‌شناسان، کارشناسان رسانه، روانشناسان، جامعه‌شناسان و صاحب‌نظران سیاست باشد. بازبینی محتوای برنامه‌ها و مطالب رسانه‌های صوتی، تصویری و نوشتاری نیز به منظور اصلاح برنامه‌های موجود و توقف رویه‌های غیر قابل اصلاح باید مورد توجه قرار گیرد. در این بررسی می‌توان از شاخص‌های بدآموزی اخلاقی و امنیتی در اطلاع‌رسانی، قهرمان‌سازی از مجرمان، نا امن جلوه دادن جامعه، جو سازی و بزرگنمایی حوادث، بی‌اعتنایی به آسیب‌شناسی و ریشه‌یابی مسائل و بالاخره



برچسب زنی، بهره جست. این کار باید از مجاری قانونی و توسط متولیان رسمی انجام شود، ابتدا باید ضرورت امر توسط تیم‌های مطالعاتی زیرمجموعه دستگاه قضایی تبیین شود و در قالب طرح توسعه قضایی مورد حمایت مسئولان بلند پایه قوه قرار گیرد و با رفع تنگناهای قانونی، زمینه‌های اجرایی شدن آن فراهم شود. (رزمان، ۱۳۹۷: ۱۱۵)

بدین ترتیب رسانه‌های گروهی باید به وظیفه اصلی خود یعنی پیشگیری از جرم برگردند نه برچسب زنی منجر به افزایش جرم، لذا اتفاقاً نقش رسانه‌های جمعی باید در پیشگیری ظاهر شود، قانون اساسی جمهوری اسلامی نیز دولت را موظف کرده برای رسیدن به اهداف والای انسانی و اسلامی از رسانه‌های گروهی به صورت مطلوبی استفاده کند، در بند ۲ اصل ۳ قانون اساسی نیز بر بالا بردن سطح آگاهی‌های عمومی در همه زمینه‌ها با استفاده صحیح از مطبوعات و رسانه‌های گروهی و وسایل دیگر تاکید شده است. ماده ۴۴ قانون خط مشی، اصول و برنامه‌های سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۶۱ هم یکی از رسالت‌های صدا و سیما را آموزش عمومی جهت آشنایی مردم با حقوق فردی و اجتماعی، قانون اساسی و قوانین مدنی و جزایی کشور اعلام کرده است. بنابراین قوه قضاییه که مطابق بند ۵ اصل ۱۵۶ قانون اساسی به اقدام مناسب برای پیشگیری از وقوع جرم و اصلاح مجرمین موظف شده است، همسو با سیاست‌های ایجابی سازمان صدا و سیما و نیز مطبوعات و سایر رسانه‌ها باید از این ظرفیت‌های قانونی استفاده بهینه کند، به ویژه با عنایت به اصل ۱۷۵ قانون اساسی که مقرر می‌دارد شورایی مرکب از نمایندگان رییس جمهور و رییس قوه قضاییه و مجلس شورای اسلامی هر کدام دونفر نظارت بر این سازمان خواهد داشت.

از جمله راهکارهای دیگر موثر در این حوزه، تاکید بر بزه پوشی با توسل به آموزه‌های اسلامی و دینی است، مخفی داشتن و نهان سازی جرم روشی است که به عنوان یکی از ویژگی‌های سیاست جنایی اسلام مطرح است. سعی در بزه پوشی و جلوگیری از افشاء جرم و ترغیب شخص خطاکار، مردم و حتی حاکم و قاضی به ستر گناه و پوشیدن خطا در آیات و روایات مورد توجه بوده و آن را از ابعاد و جنبه‌های مختلف دارای اهمیتی قابل توجه دانسته‌اند. کشف و آشکار شدن جرم



غالباً با گسترش اخبار مربوط به آن همراه است که این امر با توجه به انتشار مکرر اخبار وقوع آن توسط رسانه‌های جمعی، ضعف حساسیت عمومی نسبت به جرم و برچسب زنی را در پی خواهد داشت. (حسینی، ۱۳۹۱: ۱۲۷) این وضعیت علاوه بر تزلزل احساس امنیت در جامعه و شیوع ترس از جرم که مبتنی بر احتمال بزه‌دیده واقع شدن هر شهروندی است، غیرقابل اغماض و چشم پوشی است. در اسلام، در روایات بیشماری، شخص خطاکار، مردم و حاکم به ستر گناه و پوشیدن خطا ترغیب شده‌اند. مجرم لغزش خویش را علنی نکند و به توبه و انابه قلبی بین خود و خدای خود روی آورد و به راه راست درآید و در جبران خطای خود بکوشد. دولتمردان و قضات و رسانه‌های جمعی و گروهی از نهی افشای سر مردم مستثنی نیستند و آنها نیز مشمول دستور و توصیه به ستر عیوب و خطایای مردم می‌باشند. حضرت علی (ع) در نامه خود خطاب به مالک اشتر فرمودند دورترین و منفورترین مردم نزد تو باید کسانی باشند که بیشتر به دنبال عیوب مردم هستند، چرا که مردم را عیوبی است که حاکم سزاوارترین کس به پوشاندن آن عیوب است. به دنبال کشف خطاهایی که از تو پنهان مانده نباش، پس تا می‌توانی زشتی‌های مردم را بپوشان تا خدا زشتی‌های تو را که دوست می‌داری از مردم مستور بماند، بپوشاند. (فیض الاسلام، ۱۳۷۵: ۹۹۷) بنابراین بزه پوشی به لحاظ جنبه‌های اخلاقی و مصالح اجتماعی در سیاست جنایی اسلام دارای اهمیت است و بر اساس آن تلاش می‌شود جرایم و زشتی‌های مردم تا آنجا که ممکن است مخفی باشد و از اخفا و افشا و پیگیری آنها خودداری گردد. با این وجود سیاست بزه‌پوشی فقط در مورد بزهکاران اتفاقی قابل اعمال بوده، معروفین به شرارت و مجرمین حرفه‌ای را شامل نمی‌شود. (صادقی، ۱۳۸۷: ۹۰) از سوی دیگر راهکار دیگری که وجود داشت جرم زدایی است، سیاست کیفری باید بر مبنای جرم زدایی باشد که از این طریق برچسب کمتری به افراد زده شود، از طرفی تورم کیفری باعث می‌شود که به افراد بیشتری انگ بزهکاری زده شود و افرادی که فاقد چنین برچسبی هستند نیز در جامعه با ترس و دلهره زندگی کنند.

نتیجه‌گیری

به دلیل آنکه امروزه به دلیل تحول رسانه به سبب ایجاد شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی، مفهوم رسانه دستخوش تغییر شده و کارایی و تنوع و فعالیت آنها از نظر وسعت و میزان تاثیرگذاری قابل قیاس با دهه‌های پیشین نیست، رسانه به یک ابزار دو بعدی تبدیل شده است، به همان میزان که کارایی و مزایا دارد، ممکن است خواسته یا ناخواسته معایب زیادی از جمله مربوط به حوزه حقوق کیفری داشته باشد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که هر زمانی که افراد در سطح جامعه توسط رسانه‌های جمعی و برنامه‌ها و مطالب آنها با برچسب مجرمانه روبرو شوند، گروه دوستان و جامعه و اقوام او، فرد را با آن برچسب جدید شناسایی می‌کنند و دیگر خصلت‌ها و ویژگی‌های او به واسطه نفوذ رسانه و برچسبی که بر فرد چسبیده است محجور خواهد شد. این فرایند آنقدر قوی عمل می‌کند که پس از مدتی، خود فرد نیز تحت تاثیر رسانه و برچسب وارد شده قرار گرفته و آن را به عنوان یک هویت جدید می‌پذیرد، یعنی رسانه گروهی و جمعی اگر طی یک فرایندی فرد یا افراد را با برچسب مجرمانه خطاب کرده و آنها یا آن ویژگی‌ها را تصویر و مکتوب کنند، حاصل آن، وادار کردن و فشار آوردن بر فرد برای انجام و پذیرش رفتارهای منحرفانه است. لذا برچسب‌زنی از هر طریقی ولو از جمله رسانه‌های جمعی که شکل بگیرد، انحرافات بعدی را با ترغیب کردن یک هویت منحرف افزایش می‌دهد و داغ ننگ یک منحرف، خودپنداره‌ای تولید می‌کند که نهایتاً مشوق انحرافات بعدی می‌شود. شاید به همین دلیل باشد که گروهی معتقدند که باید رسانه تحت نظارت قرار بگیرد تا از طریق برچسب زنی خواسته یا ناخواسته، ناهنجاری را افزایش ندهد، این دغدغه مدت‌هاست که مطرح است و نگاه برخی به رسانه بسیار منفی است و آن را از جمله اسباب افزایش جرم تلقی می‌کنند، چرا که بسیاری از مخاطبان از مطلب انتشار یافته از رسانه‌ها تاثیر می‌پذیرند و تئوری برچسب زنی در خصوص آنها محقق می‌شود. با توجه به اینکه رسانه‌ها با انعکاس اخبار، گزارش‌ها و تصاویر مربوط به پدیده‌های جنایی، نه تنها نگرش خاصی را به مخاطبان القا کرده، بینش‌های مردم را تحت تاثیر قرار می‌دهند، بلکه چگونگی قضاوت و داوری آنان درباره جرم و نظام عدالت کیفری را



دگرگون می‌کنند. بنابراین می‌توان ادعا کرد که برداشت مردم از جرم و انحرافات اجتماعی تا اندازه زیادی محصول تاثیر رسانه‌ها و برجسب‌های آنها است. یافته‌های پژوهش نشان داد که سه راهکار عمده در این خصوص می‌توان پیشنهاد داد، به ترتیب راهکار اول، جرم زدایی و کاهش تورم عناوین کیفری است که در جامعه ایران نیز نمود زیادی دارد، هرچه میزان جرایم بیشتر باشد، امکان خود مجرم‌پنداری بیشتر خواهد شد، راهکار دوم با استفاده از تدابیر اسلامی، بزه پوشی و کمتر پرداختن به بزه و بزهکاری و عناوین مجرمانه و اخبار کیفری در رسانه‌های جمعی است و راهکار سوم نیز نظارت دقیق توسط کارشناسان خبره بر برنامه‌های تصویری، مکتوب و مجازی است که امکان برجسب زنی در آنها وجود دارد.



منابع و مآخذ

الف) کتاب‌ها

- شمعی، محمد، درآمدی بر جرم انگاری و جرم زدایی، تهران، نشر جنگل، ۱۳۹۲.
- عمید، حسن، فرهنگ فارسی عمید، تهران، نشر امیرکبیر، ۱۳۸۶.
- فیض الاسلام، سیدعلینقی، ترجمه و شرح نهج البلاغه، تهران، نشر فیض الاسلام، ۱۳۷۵.
- گیدنز، آنتونی، جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نشر نی، ۱۳۷۳.
- محسنی، منوچهر، بررسی آگاهی‌ها و نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی در شهر تهران، نشر زهد، ۱۳۷۹.
- نجفی توانا، علی، جرم شناسی، تهران، نشر آموزش و سنجش، ۱۳۹۲.
- ویلیامز، فرانک، نظریه‌های جرم شناسی، ترجمه حمیدرضا ملک محمدی، تهران، نشر میزان، ۱۳۸۸.

ب) مقاله‌ها

- جهان بین، داریوش، نقش رسانه‌ها در کنترل امنیت اجتماعی، نشریه حقوقی دادگستری، شماره ۴۳، ۱۳۸۲.
- حبیب زاده، اصحاب و محمودی اصل، حسن، بازتاب رسانه‌ای جرایم در مطبوعات محلی، نشریه کارآگاه، شماره ۳۸، ۱۳۹۶.
- حبیبی، مهدی، رسانه‌شناسی، تهیه شده در دانشگاه جامع علمی - کاربردی واحد بیرجند، ۱۳۹۲.
- حسینی، سیدمحمد و متولی زاده نائینی، نفیسه، بررسی نظریه برچسب زنی با نگاه به منابع اسلامی، نشریه مطالعات حقوق خصوصی، ۱۳۹۱.
- رزمان، علی، رسانه‌ها و جرم، نشریه قانون یار، شماره ۵، ۱۳۹۷.
- سروت، ماری، ساخت اجتماعی جرم و خشونت رسانه‌ها به مثابه یک علت، نشریه پژوهش و سنجش، شماره ۲۶، ۱۳۸۰.
- شریفی، ماهرخ و رجبیه، محمد حسین، بررسی سجل کیفری و گواهی



- عدم سوء پیشینه در حقوق ایران، نشریه مطالعات علوم سیاسی، حقوق و فقه، شماره ۲، ۱۳۹۵.
- صادقی، محمدهادی، بزه پوشی، مجله حقوقی و قضایی دادگستری، شماره ۲۸ و ۲۹، ۱۳۷۸.
 - عبدالرحمانی، رضا و ایارگر، حسین، تاثیر رسانه‌های جمعی در وقوع و گسترش نزاع‌های فردی، نشریه دانش انتظامی، شماره ۷۳، ۱۳۹۵.
 - علیوردی نیا، اکبر و جانعلی زاده، حیدر، تاثیر برچسب زنی بر گرایش دانشجویان به رفتارهای انحرافی، نشریه علوم اجتماعی، تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۲۲، ۱۳۹۲.
 - فرحی، مریم، جرم انگاری در بستر مکاتب حقوق کیفری و نظریه‌های جرم شناسی، با نگاهی به حقوق کیفری ایران و آمریکا، نشریه مطالعات علوم سیاسی، حقوق و فقه، شماره ۲، ۱۳۹۷.
 - فیروزبخت، مهرداد، ساخت اجتماعی جرم و خشونت رسانه‌ها به مثابه یک علت، نشریه پژوهش و سنجش، سال هشتم، شماره ۲۶، ۱۳۸۰.
 - کریمی، یوسف، کژاجتماعی کردن نوجوانان، بحثی در روانشناسی اجتماعی رسانه‌های گروهی، مجله تربیت، شماره ۱۰۰، ۱۳۷۵.

ج) منابع انگلیسی

- Adams, Mile, *Labeling and Delinquency*, Adolescence, 38. 2003.
- Aggelton, Peter, *Deviance*, London, Rutledge, 1993.
- Andrew nicol and carolin bowman; *Press law in the kingdom, in press law and practice*, pairs, unseco 1993.
- Rome, Dennis, *Black Demons: The Media Depiction of the African American Male Criminal Stereotype Crime, Media and Popular Culture*, Greenwood Publicashing Group, United States, 2004.
- Siegol, larry, *criminology*, london, wadsworth publishing company, eleventh edition, 2012.