



A cultural criminology approach to the function of the media in representing honor prejudices in Iran

Anahita Saifi¹
Khatreh Khavari²

 0000-0002-1180-8334
 0009-0001-4346-8557

Abstract

The purpose of this research is to examine the function of the media in representing honor prejudices and the extent of its impact on crime rates that stem from patriarchal culture. The present study was conducted using a qualitative research method with a library approach using printed documents and internet databases. The traditional perception of women's status in Iran has led to behaviors that are commensurate with it, including men's desire to exert power over women, which is justified as honor prejudice. Since the continuation of the harms caused by these prejudices is related to the traditional and cultural challenges of society, what leads to stopping the cycle of transmission of these beliefs and considering such rituals reprehensible is the use of the influential power of the media as a modern tool for culture-building. In this regard, discovering the connection between crime and the media and proposing strategic suggestions is the origin of cultural criminology. The ease of access to mass media throughout the country allows the media to be effective in correcting a false culture that values unconsidered prejudices under the pretext of honor worship by creating new civic norms. Cultural criminology theorists have pointed to the role of the media in changing or stabilizing the patriarchal culture and have proven that the biased representation of honor-related violence by the mass media under the influence of populist policies, apart from its effect on the process of forming criminal motives among individuals in society, introduces some deviations that are not crimes as deserving of punishment and introduces men as their perpetrators, and this method of information dissemination leads to the normalization of crimes and violence that are committed with honor motives.

Keywords: Cultural criminology, Honor prejudices, Media representation, Patriarchal culture.

1- Assistant Professor Department of Women's Studies in Communications Science, Faculty of Social Sciences, The University of Allameh Tabatabaei, Tehran, Iran (corresponding author of the article) a.seifi@atu.ac.ir

2- PhD. Student, Criminal Law and Criminology, Social Communications Department, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Ardabil, Ardabil. Iran Khatereh.khavari@iau.ir

رویکرد جرم‌شناسی فرهنگی بر کارکرد رسانه‌ها در بازنمایی تعصبات ناموسی در ایران

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۹/۳۰

تاریخ پذیرش:

آناهیتا سیفی^۱

خاطره خاوری^۲

۱۴۰۵/۰۲/۱۳

چکیده

هدف از این پژوهش، بررسی کارکرد رسانه‌ها در بازنمایی تعصبات ناموسی و میزان تأثیر آن بر نرخ جرایمی است که از فرهنگ مردسالاری سرچشمه می‌گیرند. پژوهش حاضر با روش تحقیق کیفی با شیوه کتابخانه‌ای با استفاده از اسناد چاپی و بانک‌های اطلاعاتی اینترنتی، صورت گرفته است. برداشت سنتی از جایگاه زن در ایران، منتهی به رفتارهایی متناسب با آن از جمله میل به قدرت‌نمایی بر زنان از جانب مردان شده است که به عنوان تعصب ناموسی توجیه می‌شود. از آنجایی که تداوم آسیب‌های ناشی از این تعصبات با چالش‌های سنتی و فرهنگی اجتماع در ارتباط است، آنچه منجر به توقف چرخه انتقال این باورها و قابل سرزنش دانستن این‌گونه آیین‌هاست استمداد از قدرت تأثیرگذاری رسانه‌ها به عنوان ابزار نوین فرهنگ‌سازی است. در این راستا، کشف ارتباط بین جرم و رسانه و طرح پیشنهادات راهبردی، خاستگاه جرم‌شناسی فرهنگی است. سهولت دسترسی به وسایل ارتباط جمعی در سراسر کشور این امکان را به رسانه می‌دهد که با ایجاد هنجارهای مدنی نوین، در اصلاح فرهنگ غلطی که تعصبات نسنجیده را به بهانه ناموس‌پرستی ارزش می‌دانند تأثیرگذار باشد. نظریه پردازان جرم‌شناسی فرهنگی با اشاره به نقش رسانه در تغییر یا تثبیت فرهنگ مردسالاری به اثبات رسانده‌اند که بازنمایی جهت‌دار خشونت‌های ناموسی توسط رسانه‌های جمعی تحت تأثیر سیاست‌های عوام‌گرا، جدای از تأثیری که در فرایند شکل‌گیری انگیزه‌های مجرمانه نزد افراد جامعه دارد، برخی از انحرافات را که جرم نیستند، مستحق مجازات و مردان را مجریان آن معرفی می‌کند و این شیوه اطلاع‌رسانی، منجر به عادی‌سازی جرایم و خشونت‌هایی می‌شود که با انگیزه ناموسی صورت می‌پذیرد.

واژگان کلیدی

بازنمایی رسانه‌ای، تعصب ناموسی، جرم‌شناسی فرهنگی، فرهنگ مردسالاری.

۱. استادیار، گروه آموزشی مطالعات زنان، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

a.seifi@atu.ac.ir

(نویسنده مسئول)

۲. دانشجوی دکترا، گروه حقوق جزا و جرم‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل،

Khatereh.khavari@iau.ir

ایران

بیان مسئله

خشونت علیه زنان و دختران یک مشکل اجتماعی بومی و جهانی به‌شمار می‌رود. جهانی است از این حیث که مرتکبان و قربانیان آن در گوشه و کنار جهان پراکنده‌اند، و بومی است از آن‌رو که ماهیت و شکل آن بسته به شرایط خاص فرهنگی، سیاسی و اجتماعی هر کشور متفاوت است. جدای از نوع خشونت و بررسی علل آن، ویژگی اصلی این نوع از گرایش به خشونت، تمایل مرتکبان آن به کنترل زنان و دختران است که شامل محدودکردن فعالیت‌های فیزیکی زنان، تحمیل نقش‌های خاص جنسیتی به آنان و تلاش برای تحمیل نوعی احساس مالکیت بر جسم آنان می‌شود که مجموع این توقعات در قالب فرهنگ مردسالاری با عنوان تعصبات ناموسی جای گرفته است و در جوامعی که آن‌ها را ارزش تلقی می‌کنند، به‌نوعی حکم قانون را دارد. با توجه به نقش عرف و فرهنگ در فرایند به فعلیت رسیدن این باورها، تا حدودی چنین رفتارهایی از سوی افراد جامعه مخصوصاً زنان (ولو به اجبار)، مورد پذیرش قرار گرفته و یا حداقل مورد انکار نبوده تا به فکر تغییر آن باشند. تداوم این ناهنجاری‌های پذیرفته شده؛ از اعمال هرگونه ظلم و ستم از جانب محارم نسبت به زنان تا به قتل رسیدن آنان به دست مردان خویشاوند پیش می‌رود. از نگاه فرهنگ و رسانه؛ در ارتکاب جرایم ناشی از تعصبات ناموسی علاوه بر بحث فرهنگ و آداب کلیشه‌ای در ایران، بروز خشونت‌های پنهان و آشکار علیه زنان و دختران در محیط خانواده یا خارج از آن، گستره وسیعی دارد و نقش رسانه‌ها در تأیید یا تعدیل این فرهنگ غلط، و ارزیابی تأثیری که در نرخ رشد جرایم ناموسی دارند، جایگاه خاصی داشته و نیاز به بررسی دارد. کشف ارتباط جرم با رسانه، خاستگاه جرم‌شناسی فرهنگی است؛ این علم نوظهور، با نگاه انتقادی به مکاتب پیش از خود، اذعان می‌دارد که جرم و مجرم نه‌تنها حاصل خصوصیات زیستی و روانی نیست بلکه نتیجه خرده‌فرهنگ‌های منفی تثبیت شده ناشی از فرهنگ غلط حاکم بر جامعه، آداب و رسوم ناسازگار با واقعیات منطقی و سیاست و کارکرد رسانه‌های جمعی در بازنمایی این فرهنگ است (Bandrillard, 1985, P. 12)؛ بازنمایی که اغلب گزینشی عمل می‌کند و منجر به گمراهی مخاطب نسبت به آمار واقعی جرایم برخاسته از چنین باورهایی می‌شود (Trudy, 2023).

شناخت فرهنگ یک جامعه به‌عنوان علت پذیرش رفتارهای مجرمانه، پیش‌زمینه پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی و عواقب کیفی ناشی از آن است. اصحاب رسانه با شناخت سطح ارتباط کج‌رفتاری‌های برخاسته از فرهنگ، این امکان را دارند که با طرح مسائل زنان، ضمن اصلاح برخی از نگرش‌های برخاسته از ایدئولوژی جنسیت‌مدار، با آموزش‌هایی که بتواند منجر به تغییر در شرایط اجتماعی و فرهنگی منتهی به رفتارهای مجرمانه شود و همین‌طور اطلاع‌رسانی در زمینه جرایمی که در امتداد پابندی به چنین باورهایی به‌وقوع می‌پیوندد و تشریح آثار و نتایج آن، در راستای اعتلای فرهنگ جامعه ایرانی در احترام به حقوق زنان و ارتقای امنیت آنان گام‌های مؤثری بردارند، چنان‌که جایگاه اجتماعی زن در بطن خانواده و جامعه به نقطه‌ای برسد که اگر به هر دلیلی نخواهد به دستور محارم عمل کند، تحت خشونت نباشد و امنیت او در اولویت باشد (وسنو، ۱۴۰۱، ص. ۶۲).

روش پژوهش

این مقاله با روش تحقیق کیفی تهیه شده است چرا که این روش با موضوع تحقیق انطباق دارد. روش گردآوری اطلاعات؛ اسنادی-کتابخانه‌ای است و ابزار مورد استفاده در جمع‌آوری اطلاعات، کلیه اسناد چاپی اعم از کتاب و مقاله و گزارش‌های خبری و بانک اطلاعات اینترنتی است.

سؤالات پژوهش

سؤال اصلی:

رویکرد جرم‌شناسی فرهنگی بر کارکرد رسانه‌ها در بازنمایی تعصبات ناموسی در ایران چیست؟

سؤالات فرعی:

۱- نقش رسانه در تعریف و ترویج عقاید و باورهای غلط فرهنگ اقتدارگرای مردسالار چیست؟

۲- کارکرد رسانه‌های جمعی در کاهش یا افزایش جرایم منشعب از تعصبات ناموسی

چگونه ارزیابی می‌شود؟

پیشینه پژوهش

این پژوهش پس از بررسی تحقیقاتی که سابقاً در خصوص ارتباط رسانه با جرم صورت گرفته انجام شده است. برخی از مقالات مرتبط با موضوع این پژوهش که مورد مطالعه قرار گرفته به شرح ذیل است:

۱- مقاله‌ای با عنوان «آسیب‌شناسی رسانه در بازنمایی جرم» به قلم امیرطاها مخدومی (۱۴۰۴) موجود است که به تأثیر مخرب رسانه و به‌طور خاص فضای مجازی در بازنمایی جرایم با اهداف رقابتی پرداخته و عنوان می‌دارد که چنانچه تصدی امور رسانه به افراد غیرمغرب واگذار شود با سطحی‌نگری و بی‌توجهی به محتوایی که به مخاطب ارائه می‌دهد، جامعه و خانواده را دچار آسیب‌های جبران‌ناپذیری خواهد کرد.

۲- پژوهشی با عنوان «بازنمایی نقش اجتماعی زنان در سینمای پس از انقلاب» به قلم محمدسالار کسرائی (۱۳۹۶) انجام شده که با بررسی جهان‌بینی مستتر در تصویرسازی دوفیلم «حبه قند» و «فروشنده» در جهت تحکیم کلیشه‌های جنسیتی؛ زنان را قربانی فضای سنتی جامعه دانسته است.

۳- مقاله مصیب قدمی عزیزآباد (۱۴۰۲) با عنوان «تأثیر بازنمایی رسانه‌ای جرم بر دادرسی منصفانه»، بازنمایی رسانه‌ای را به دلیل تأثیرپذیری از پوپولیسم کیفری، محکومیت رسانه‌ای متهم در قالب نمادسازی رسانه‌ای دانسته و آن را خدشه به اصول برائت و رسیدگی در مدت معقول می‌داند.

۴- حال از میان پژوهش‌های خارجی در مقاله‌ای با عنوان «بازنمایی و رسانه»، بازنمایی را سهمی از سیکل تکوین فرهنگ یک کشور و برآمده از برخی نمادها و زبان طبقه مسلط جامعه معرفی می‌کند درحالی‌که شیوه استفاده از این ابزار به‌صورتی است که تأمین‌کننده منافع آن‌هاست.

۵- جف فرل در پژوهشی با عنوان «جرم‌شناسی فرهنگی» با تشریح ترس اخلاقی ناشی از جرم، نمایش گسترده جرایم خشونت‌آمیز در رسانه‌ها را عامل بسیاری از آسیب‌های

اجتماعی از جمله اعتیاد به تماشای صحنه‌های جنایی در مخاطب به‌شمار آورده و این سبک بازنمایی را از عوامل عادی‌سازی جرم و تکرار آن توسط تماشاگر در شرایط مشابهی در آینده می‌داند.

۶- مرکادال ترودی^۱ (۲۰۲۳) در مقاله‌ای با عنوان «جرم و رسانه»، معتقد است که رسانه‌ها به انواع خاصی از جرم و مجرمان اهمیت بیشتری می‌دهند و در عین حال، برخی دیگر را کم‌تر گزارش می‌کنند. رسانه‌ها این قدرت را دارند که به ترس و تعصب در میان مخاطبان خود دامن بزنند. با این حال، آن‌ها همچنین می‌توانند به‌عنوان یک ناظر عمل کنند و با گزارش فعالیت‌های مجرمانه توسط نهادها و همچنین رعایت قوانین از سوی دولت، به منافع عمومی خدمت کنند.

۷- کتاب «نظم اجتماعی و ترس از جرم» نوشته استفن فارال، جاناتان جکسون و امیل گری (۱۳۹۲)، برای شناخت آثار ترس از جرم، با طرح مباحثی مربوط به عوام‌گرایی کیفری و نتایج هیجانی ناشی از ترس؛ بخشی از تجربیات خود و برخی از داده‌های آماری جرم در بریتانیا در خصوص ترس از جرم را بیان کردند و رشد روزافزون نرخ جرم را به‌عنوان یکی از ویژگی‌های روابط اجتماعی و زندگی سیاسی عنوان می‌کند.

۸- پژوهشی با عنوان «تصویرسازی خبری از خشونت و زنان» نوشته الیزابت کارل^۲ (۲۰۰۳)، دانشمند علوم رفتاری آمریکایی، عنوان می‌دارد که پوشش خبری بی‌طرفانه و انتشار اطلاعات می‌تواند به یکی از قدرتمندترین ابزارها در کاهش مشکلات فراگیر خشونت علیه زنان تبدیل شود. این مقاله نمونه‌هایی از تعصبات و تحریفات در پوشش خبری زنان به‌عنوان قربانی و عامل خشونت، از جمله تأثیر آن بر ادراک و سیاست عمومی را مورد بحث قرار داده و توصیه‌هایی برای اقداماتی که می‌توان برای تأثیرگذاری بر سیاست عمومی و ترویج تغییرات مثبت اجتماعی انجام داد نیز مطرح کرده است.

۹- مقاله‌ای با عنوان «فرهنگ، مدارا و جنسیت» در مجله اروپایی مطالعات زنان به قلم ساهرسو ساویتی^۳ (۲۰۰۳) به چاپ رسیده است که عدم توجه به نابرابری جنسیتی در

1. Mercadal Trudy
2. Elizabeth Carl
3. Saharso Sawitri

فرهنگ‌های اقلیت را مورد انتقاد قرار داده و سنت‌هایی را بیان می‌کنند که حقوق زنان را نقض می‌کنند یا با آنها سازگار هستند و با استفاده از رویکردی زمینه‌محور استدلال می‌کند که پوشیدن روسری و ترمیم پرده بکارت در بافت‌های آموزشی و پزشکی هلند موجه و با دغدغه‌های فمینیستی همسو است.

۱۰- کتاب «کلیشه‌سازی نقش جنسیتی در رسانه‌های جمعی» نوشته لسلی جی فریدمن^۱ (۱۹۷۷) است که معتقد است کلیشه‌های نقش جنسیتی؛ زنان و مردان را به شیوه‌های بسیار کلی و اغلب غیرواقعی بازنمایی می‌کنند. چنین کلیشه‌هایی در رسانه‌ها مهم هستند؛ زیرا بازنمایی، نقش کلیدی در شکل‌دهی به آنچه به واقعیت اجتماعی تبدیل می‌شود، ایفا می‌کند و پیام‌های رسانه‌ای بر دانش افراد نسبت به آنچه مهم و جالب تلقی می‌شود، تأثیر می‌گذارند.

۱۱- مقاله «جرم‌شناسی رسانه‌های خبری» نوشته کریس گریر^۲ (۲۰۱۱)، با جرم‌شناسی رسانه‌های خبری؛ بازنمایی‌های رسانه‌های خبری را شاخص کلیدی ماهیت و میزان جرم، تناسب و اثربخشی عدالت کیفری و وضعیت کلی جامعه معرفی می‌کند و معتقد است رسانه‌ها می‌توانند اخباری خلق کنند که نه بر اساس خود رویداد، بلکه بر اساس جنبه‌هایی از آن باشد که به آنها اهمیت خاصی داده‌اند، یعنی «یک رویداد به‌عنوان خبر»، با گزارش شدن به واقعیت تبدیل می‌شود، درحالی‌که علاوه‌براین، ممکن است پیامدهایی از گزارش ناشی شود که واقعیت اصلی را نسبت به معنایی که «خبر» به آن می‌دهد، دگرگون کند.

محدودیت‌های پژوهش

انجام هرگونه پژوهشی در حوزه مسائل زنان در ایران، دارای محدودیت‌های خاصی است که از جمله آن‌ها می‌توان به دسترسی به آمار و اطلاعات اشاره کرد که این نقیصه به لحاظ فرهنگ غلطی است که این‌گونه اخبار را خصوصی تلقی می‌کند؛ بنابراین نه تنها افراد و مؤسسات، از انتقال اطلاعات و یافته‌های خویش در موارد مرتبط با موضوعات مشابه این پژوهش خودداری می‌کنند بلکه رسانه‌های دیداری، شنیداری و نوشتاری نیز به لحاظ متأثر بودن از برخی سیاست‌های عوام‌گرا، در انجام رسالت اطلاع‌رسانی خود

1. L. J Friedman
2. Chris Greer

به صورت محافظه‌کارانه عمل می‌کنند.

جنبه نوآوری

در پژوهش‌هایی که در پیشینه پژوهش به آن اشاره شد، به آسیب‌های اجتماعی، خشونت و جرم با دیدگاهی کلی‌نگر پرداخته شده و از انواع رسانه، صرفاً فضای مجازی یا فقط سینما را محور بحث قرار داده است درحالی‌که در آنچه خواهیم گفت در بحث از خشونت؛ به فرهنگ خشونت علیه زنان و در مفهوم جرم؛ به جرایم ناموسی خواهیم پرداخت و در بیان ارتباط این فرهنگ با جرم، از یافته‌های علم جرم‌شناسی فرهنگی بهره‌مند خواهیم شد.

چهارچوب مفهومی پژوهش

استنباط میزان ارتباط نتایج یک پژوهش با مباحث مندرج در آن با تأکید بر مستندات مورد استفاده، نیازمند تشریح مفاهیم و اجزای آن است. ضمن ارج نهادن به زحمات سایر پژوهشگران در ارتباط با موضوع این پژوهش؛ در این مرقومه سعی داریم با شیوه‌ای متفاوت بر اساس یکی از مؤلفه‌های جرم‌شناسی فرهنگی با عنوان «فرهنگ به‌مثابه جرم»، در راستای پاسخ به اولین سؤال پژوهش؛ در ابتدا، کارکرد رسانه‌های ارتباط جمعی را به‌عنوان ابزار قدرتمند فرهنگ‌سازی، در تغییر یا تثبیت فرهنگ مردسالاری به چالش کشیده و پس از اشاره به سیاست عوام‌گرایی رسانه‌ها در بازنمایی این باورها، برای پاسخگویی به پرسش دوم؛ ضمن بررسی ارتباط جرم با رسانه‌های دیداری، نوشتاری و فضای مجازی از چشم‌انداز جرم‌شناسی فرهنگی؛ از آنجایی‌که در انتهای پژوهش به‌دنبال ارائه راهکارهایی در جهت کاهش جرایم ناموسی هستیم، کارکرد رسانه‌های جمعی را در کاهش یا افزایش جرایمی که دستاورد تعصبات ناموسی در ایران است مورد بررسی قرار می‌دهیم.

۱. نقش رسانه در تغییر یا تثبیت فرهنگ مردسالاری

رسانه‌های جمعی با توجه به گستردگی سطح مخاطب، قدرت و امکان نفوذ و بهره‌داری

از روش‌های خاص به صورت مستقیم و غیرمستقیم، در تربیت افراد جامعه را دارند. این آموزش‌ها همیشه قابل انطباق بر هنجارهای جامعه نبوده و گاهی به صورت عمد یا به طور ناخواسته انحرافات اجتماعی را به تصویر کشیده و امنیت جامعه را در مخاطره قرار می‌دهند.

۱-۱. کارکرد رسانه‌های گروهی به عنوان بازوی اصلی فرهنگ‌سازی

فرهنگ یک امر یکدست و همگن نیست بلکه راه و رسم غالب یک جامعه در زمان و مکان مشخص است. فرهنگ عمومی جامعه ایرانی در تاریخ تمدن، هم باورهای بسیار خوب داشته مثل برخورد مناسب و محترمانه با بیگانگان و معاونت با یکدیگر در اوقات دشوار زندگی؛ و هم باورهای بسیار منفی هم‌چون خشونت‌های قومی و قبیله‌ای، ستیزه با زنان، به رسمیت شناختن امتیازات اجتماعی و فرهنگی ویژه برای جنس مخالف را در خود پرورش داده است. اینکه کدامیک از این آداب را تقویت و کدامیک را از فرهنگ ایرانی بزداییم، وابسته به همت خرد جمعی جامعه‌شناسان و مشارکت ایده‌پردازان حوزه رسانه است.

زنان قشری هستند که با مشکلات بی‌شماری در مسیر زندگی خود مواجهند؛ به دلیل سنت و ایدئولوژی حاکم بر کشور ما، زنان نسبت به مردان در جایگاه ضعیف‌تری هستند و معضلات آنان تا اندازه‌ای عادی به نظر می‌رسد که احساس می‌شود نیازی به طرح آن نیست؛ هگل جمله مشهوری با عنوان «آشنایی زدایی از امر آشنا» دارد که می‌گوید بسیاری از مسائل ما به این جهت مشکل‌ساز می‌شود که در مقابل چشمان ماست درحالی‌که آنقدر به دیدنشان عادت کرده‌ایم که گویا به هیچ وجه آنها را ندیده‌ایم یعنی به آنها نگاه می‌کنیم؛ اما نمی‌بینیم (کینز، ۱۳۸۶، ص. ۴۰۳). بازنمایی نابرابری‌ها به دلیل اینکه باور عمومی را تغییر می‌دهد مهم است، اما واقعیت این است که، بازنمایی صاحبان رسانه بی‌طرف نیست چرا که هر نوع بازنمایی، ریشه در فرهنگ و ایدئولوژی حاکم دارد و عدم امکان رعایت اصل بی‌طرفی، تولیدات سینما را سرشار از تبعیض جنسیتی نموده است؛ در این مسیر با اینکه تشکل‌های حامی زنان نیز اقداماتی در جهت اطلاع‌رسانی انجام داده‌اند؛ اما رسانه‌های گروهی بهتر می‌توانند در این زمینه موفق باشند (فریدمن، ۱۳۸۱، ص. ۴۵).

باید گفت که سنبل کارکرد منفی این پدیده، حضور انکارناپذیر ابزارهای فرهنگی همچون ماهواره است که به‌عنوان یکی از رسانه‌های ارتباطی نوین، در زندگی روزمره جمعی از ایرانیان بدون فرهنگ‌سازی در حوزه بهره‌برداری از آن، دارای آثار مخربی بوده که به‌طور گسترده در سطح جامعه قابل مشاهده است. این رسانه بین‌المللی که با سوءاستفاده از برخی ضعف‌ها و خلأهای ارتباطی موجود در رسانه‌های داخلی به قدرت رسیده و با استفاده از امکانات پیشرفته‌ای که در حوزه تولید برنامه و ایجاد سرگرمی در اختیار دارد، به بطن زندگی مردم ورود کرده و آثار زیانبار خود را بر فرهنگ و تمدن ما اعمال کرده است. تلاش این شبکه‌ها در صحیح جلوه دادن سبک زندگی کشورهایی که هیچ‌گونه قرابت فرهنگی با شیوه زندگی مردم ایران ندارند، افکار خانواده‌های ایرانی را به انحراف کشانده‌اند به نحوی که پخش ادامه‌دار این برنامه‌ها که حامل پیام‌هایی متفاوت از فرهنگ ایرانی-اسلامی هستند، زنگ خطری را نسبت به افزایش نرخ پاره‌ای از رفتارهای ضداجتماعی و مخالف اخلاق اسلامی به صدا درمی‌آورد. اما علت قدرت‌نمایی رسانه‌هایی چون شبکه‌های ماهواره‌ای بر فرهنگ مردم این است که با جهت‌گیری‌های خاص خود، مفاهیمی همچون موفقیت یا خوشبختی را از مسیرهای جدیدی به مخاطبان خود آموزش می‌دهند و با بهره‌برداری از کشش و جاذبه‌ای که دارند قادرند که از جریان‌های فکری خاصی، همسو با اهداف خود نیز پشتیبانی کنند (کروتی و هوینز، ۱۳۹۱، صص. ۲۵۹ و ۲۶۳).

پیروزی در این مبارزه، نه با پاک کردن صورت مسئله یعنی حذف آنتن‌های ماهواره‌ای از پشت بام‌ها، بلکه از طریق به‌کارگیری راهبردهای جامع و بلندمدت برای فرهنگ‌سازی کاربردی در سطح جامعه ممکن است. رقابت با این شبکه‌ها زمانی امکان‌پذیر است که صدا و سیمای ایران با استفاده از توانمندی‌ها و ایده‌های برنامه‌سازی نوین توسط نیروهای جوان و باانگیزه، فرصت مانور برخی شبکه‌های جهت‌دار ماهواره‌ای را از آنها بگیرد.

رسانه‌ها با ارائه الگوهای مختلف رفتاری در شیوه شکل‌گیری تفکر جمعی بسیار مؤثر بوده و قادرند به‌عنوان ابزار اطلاع‌رسانی مانند یک آموزگار، به مناسب‌ترین شیوه با ارائه شناخت درستی از فرهنگ نسنجیده نهادینه شده پرده برداشته و توصیف شفاف‌تری از صحیح و ناصحیح بودن مفهوم مردانگی جدای از فهم جنسیت‌مدار آن ارائه

دهند و با زبان نفوذپذیر رسانه‌ای، مفهوم قدرت‌نمایی را، از آکاذیبی چون مراقبت از زنان تفکیک نموده و به‌صورتی هدفمند گام بردارند.

۲. سیاست رسانه‌ها در بازنمایی فرهنگ جنسیت‌محور

رشد روزافزون شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی و بازتاب اجتماعی و فرهنگی مفاهیمی که ارائه می‌دهند در شناخت و تعریف تفاوت‌ها و برتری‌ها بسیار توانمند عمل می‌کند. در میان رسانه‌های دیداری، تلویزیون و سینما به این دلیل که بیش از سایر رسانه‌ها مورد استفاده عموم جامعه قرار می‌گیرند به لحاظ سطح تأثیرگذاری دارای اهمیت بیشتری هستند. رسانه‌ها با انتقال فرهنگ جوامع، بازگوی حقیقت زندگی بشر هستند و از آنجایی که ریشه هر نوع بازنمایی، در باورها و اصول اعتقادی حاکم است؛ حقیقت نیز بر همین اساس تعریف می‌شود. اما نکته اینجاست که اکثر فیلم‌های سینمایی با اتکا به تفاوت‌های جنسیتی، به باز تولید نامناسب برخی از تبعیض‌ها کمک می‌کنند؛ بنابراین با بررسی عملکرد آنها می‌توان به حقایق موجود در هر جامعه‌ای، در ارتباط با جایگاه زنان آن اقلیم پی برد؛ بنابراین باید گفت که علی‌رغم تلاش‌های جنبش‌های طرفدار حقوق زنان در راستای اطلاع‌رسانی؛ در اصل، این تلاش‌ها به روایت تصویر به مراتب تأثیرگذارترند چراکه با برجسته نمودن مشکلات زنان، قادر به ارائه راهکارهای عملی خواهند بود.

ازجمله آسیب‌های سبک بازنمایی جنسیت‌مدار در فرهنگ جامعه ایرانی، ترویج آیین‌های بیوه‌گی در رسانه‌هاست. ازجمله پیامدهای منفی بیوه شدن زنان از دست دادن حمایت‌های مالی، عدم سازگاری با نبود همسر، تک‌والدی و ایفای نقش پدری برای فرزندان، سرپرست خانوار شدن، نادیده گرفتن نیازهای عاطفی و جسمی و جنسی خود و ایثار برای فرزندان است. گویی وضعیت اجتماعی زنان تنها با حضور مردان تعریف می‌شود و تنها بودن در جامعه نشان‌دهنده کامل نبودن آنها است. در جامعه ایرانی نقش زنان صرفاً به نقش‌های خانوادگی نظیر همسر و مادر بودن محدود می‌شود و ازاین‌رو خانه‌داری و همسرپروری بیش‌تر در جامعه ما مورد تأیید است به‌طوری‌که این فعالیت‌ها مسئولیت اصلی زنان محسوب می‌شود، ازاین‌رو پس از فوت همسر، زن مجبور است نقش‌های جدید پرچالش

دیگری را نیز بپذیرد که او را در معرض بحران قرار می‌دهد. همسر مناسب برای زنان و مردان بیوه معنای دیگری دارد و شاید از همین‌رو است که برخی از آنها تا سنین بالاتر هم ازدواج مجدد نمی‌کنند. عوامل اجتماعی و فرهنگی و بحث شانس ازدواج برای این زنان نیز مهم است به طوری که برخی از مردان ترجیح می‌دهند زنان بیوه را به‌عنوان همسر دوم انتخاب کنند و به همین دلیل اغلب زنان بیوه تصمیم می‌گیرند ازدواج مجدد نکنند. ترویج آیین بیوه‌گی در رسانه‌های جمعی در قالب فیلم‌ها و مجموعه‌های تلویزیونی، به نوعی منجر به ترس از قرار گرفتن در این موقعیت و تن دادن به تمامی آزارهای ناموسی وارده بر زنان می‌شود. هر چقدر رسانه‌ها بهای بیشتری برای موضوع یا واقعه‌ای قائل باشند، مخاطبان حساسیت بیشتری نسبت به آن نشان می‌دهند، این بدین معناست که رسانه‌های ارتباطی بر اذهان عمومی حکومت می‌کنند (ویندال و دیگران، ۱۳۷۶، ص ۳۷۴). تاچمن معتقد است که تلویزیون، به‌طور سمبلیک، نسبت به زنان بی‌توجه بوده و آن‌ها را در حاشیه نگه می‌دارد و با نمایاندن اکثریت مصمم مردان در انواع تولیدات تلویزیونی، در حقیقت به جامعه می‌گوید که زنان چندان اهمیتی ندارند (Van Zoonen, 1998, p. 171). مسائل مالی، نیازهای جنسی و عاطفی، تنها مواجهه شدن با سختی‌های زندگی و مدیریت آینده فرزندان، از یک‌سو و نمایش هنرمندانه انگ‌ها و سوءتعبیرات و برچسب‌هایی نظیر «خانه خراب کن» به زنان بیوه در آثار تلویزیونی و سینمایی از سوی دیگر زنانی را که در چنین شرایطی قرار دارند به تصمیماتی وادار می‌کند که منجر به برطرف نشدن نیازهای روانی، جسمی و جنسی آنان می‌شود، ضمن اینکه عدم ازدواج ممکن است این زنان را به روابط عاطفی خارج از ازدواج سوق دهد که این نیز به‌خودی‌خود، وابستگی عاطفی و در مواردی حتی بحران‌هایی نظیر خودکشی را به همراه دارد.

فیلم‌سازان با جدیت به خرج دادن در مسیر آگاهی‌رسانی، شرایط گفتگو و نظرسنجی‌های سودمند را در سطح جامعه فراهم می‌کنند. در نتیجه زنان با گفتگو می‌توانند از حقوق خود دفاع کنند. بالا رفتن سطح مشارکت اجتماعی و سیاسی زنان و ورود آنان به مشاغل مختلف، امکان طرح خواسته‌هایی چون برابری جنسیتی برای احقاق حقوق‌شان را فراهم می‌کند و این رویکرد در حوزه سینما و در حرفه فیلم‌سازی نیز

خواهد توانست که بیش از سایر زمینه‌ها خودنمایی کند. از بین این فیلم‌سازان می‌توان از تهمینه میلانی نام برد که در تولید فیلم‌هایش به موضوع زنان در جامعه جایگاه ویژه‌ای می‌دهد. تهمینه میلانی فیلم‌سازی را با فیلم «بچه‌های طلاق» شروع کرد. و سپس فیلم «دو زن» را ساخت و موضوع بیشتر فیلم‌های ایشان دغدغه‌های زنان در جامعه ایران از جمله جایگاه خانوادگی زنان در جامعه مردسالار ایران، مشکلات و محدودیت‌هایی که قانون برای زنان ایجاد می‌کند، مشکلاتی که زنان با شوهران‌شان دارند، بازنمایی زندگی زنان بزهکار، و... است. واقعیت این است که رسانه‌ها بدون جانبداری و فارغ از چهارچوب‌های فرهنگی حرکت نمی‌کنند و بار ایدئولوژی را در کنار مفاهیم فرادست و فرودست به دوش کشیده و زنان را تابع مردان و تنگناهای اجتماعی را نیز، جزو معقولی در زندگی آنان نشان می‌دهد. در نگاه کلی باید گفت، سبک تصویرسازی رسانه در جامعه هنری وابسته به مرزبندی‌های جنسیتی، تعریفی از ناتوانی و ضعف زنان در قیاس با مردان ارائه می‌دهد و درنهایت، برتری یکی بر دیگری را توجیه‌پذیر نشان می‌دهد (رضایی و کاظمی، ۱۳۸۷، صص. ۷۸-۹۱).

سینما می‌بایست با ارائه‌الگویی مناسب در به تصویر کشیدن قدرت زنان، به ارتقای جایگاه آنان در داخل کشور کمک کند چراکه توصیف ضعف و عجز، نسبت به نیمی از جمعیت یک جامعه (زنان)، آثار ویرانگری را در دیدگاه جامعه بین‌المللی نسبت به فرهنگ یک کشور و در نتیجه، پیشرفت آن جامعه در پی دارد.

۲-۱. رسانه‌ها در خدمت ایدئولوژی حاکم

فرهنگ هر جامعه انعکاس‌دهنده ایدئولوژی سیاسی همان جامعه و طبقه حاکم بر آن است که خود گویای هنجارها و تعلقات صاحبان قدرت در آن جامعه است. بازنمایی در ادبیات سیاسی هر کشوری، ریشه در مفهوم «تقلا برای معنا کردن» داشته و در خدمت سبک زندگی اجتماعی و به نحوی زبان طبقه مسلط است (Bailey & Bart, 2017, p.17). به اعتقاد استوارت هال، بازنمایی بخشی از سیکل فرهنگی است که با استمداد از زبان، به طرح مسئله‌ای پرمفهوم یا نمایاندن جهان معنادار به همگان می‌پردازد (Hall, 2003, p. 5). در واقع

رسانه‌ها در دنیای امروز به‌جای انعکاس واقعیت موجود، در تلاشند که حقایق را عینی‌تر نشان دهند، یعنی آنچه که مخاطب رسانه درک می‌کند خود واقعیت نیست بلکه نمایی از واقعیت است که توسط صاحبان قدرت به‌جای واقعیت به تصویر کشیده می‌شود. امروزه رسانه‌های جمعی به‌عنوان یک انجمن و گفتمان عادی‌سازی و طبیعی نشان دادن ساخت اجتماعی واقعیت بر اساس درک مناسبات سیاسی قدرت از واقعیت عمل می‌کنند (کاظمی، ۱۳۸۷، ص. ۱۹۵).

این موضوع که رسانه‌ها از طرفی تا چه حد توان بیان واقعیت را دارند مناقشات زیادی را در این خصوص به‌وجود آورده است. به نظر استوارت هال، بازنمایی پروسه‌ای است که به‌دنبال آن بعضی از امور آشکار می‌شود؛ اما برخی از مسائل بدون هیچ توضیحی به حال خود رها می‌شود. چیزی که اهمیت دارد این است که چه کسی با چه عقایدی و با چه شیوه‌ای، فرهنگ یک طبقه خاص از اجتماع را توصیف می‌کند. در این مرحله است که ارتباط مستقیم و ناگسستگی بین قدرت و باورهای طبقه حاکم احساس می‌شود چرا که ابزار بازنمایی در اختیار آنان است و قشر صاحب قدرت، همان صاحبان رسانه هستند و منافع گروه خاصی را که از دید آنها ارزش انعکاس دارد ارجح دانسته و به تصویر می‌کشند. هال؛ بازنمایی، معنا، و زبان را در خدمت فرهنگ گروه مسلط می‌داند که با سبک خاصی، فرهنگ یک جنسیت، اقلیت و طبقه اجتماعی را یا اساساً نشان نمی‌دهد یا به‌صورت افراد غیرعادی توصیف می‌کند. (Hall & Jhally, 2007, p.32)

درواقع، گرچه واقعیت‌های ذهنی برپایه سبک بازنمایی رسانه‌ای صورت گرفته و متولد می‌شود؛ اما بازگویی بی‌کم‌وکاست حقیقت نیست؛ بنابراین، تحریف کردن و دست‌چین کردن اخبار بزهکاری بر اساس الگو و «ارزش خبری» بر مبنای متغیرهایی است که از عبور بسیاری از وقایع، از مرز پایگاه‌های خبری ممانعت می‌کند. اخبار به‌طور آگاهانه در جهت ایدئولوژی سردبیران به نسبت خط‌مشی سیاسی و اداری حاکم، حرکت می‌کنند (Surette, 2015, p.17).

۳. رویکرد جرم‌شناسی فرهنگی به ارتباط جرم با رسانه

چشم‌انداز بسیاری از مردم از رسانه، گویای ابزاری است که در زمینه تولید برنامه‌های سرگرمی کار می‌کند و بر این باورند که هر میزان جرمی که رسانه‌ها نمایش می‌دهند، تأثیر چندانی بر دیدگاه عموم جامعه ندارد (مگوایر و دیگران، ۱۳۸۹، صص. ۲۶۸-۲۷۰). چنین دیدگاهی بی‌اعتنایی به وقایع دنیای کثرت‌گرای امروز در ارتباط با همه رسانه‌ها است، منظور از همه رسانه‌ای، انبوه رسانه‌هایی است که برای مخاطبان خود جنبه اطلاع‌رسانی داشته و از طریق امواج خود تصاویر و مفاهیم مختلفی را در سطح گسترده منتشر می‌کنند (Ferrell et al, 2008, p. 123) و امروزه کم‌تر پیش می‌آید که فردی با آن روبه‌رو نشود. نظریات مختلفی در خصوص ارتباط جرم با رسانه وجود دارد: دیدگاهی که رسانه را از منظر سنتی آسیب‌زا و تهدیدی برای قانون و اخلاق تلقی می‌کند و در دیدگاه دیگری، محتوای رسانه، به‌عنوان یک اتاق کنترل فرهنگی و مکانی برای مجادله‌های ایدئولوژیکی دیده می‌شود؛ بنابراین هیچ رقابت برابری برای طرح دیدگاه‌های مختلف در شرایط برابر وجود ندارد. درحالی‌که از نگاه لیبرال‌ها، رسانه‌ها دیدگاه‌های متنوع و متضادی را انعکاس می‌دهند که نوع ادراک مخاطبان را شکل می‌دهد. از سوی دیگر، صاحب‌نظران منتقد و مارکسیست معتقدند که رسانه‌های جمعی با گرایش‌ات سیاسی و فرهنگی جهت‌دار، اقدام به تثبیت منافع طبقات مسلط و قدرتمند جامعه می‌کنند (O'Brein & Yar, 2008, p. 109). نظریه‌پردازان جرم‌شناسی فرهنگی نیز با نگاه انتقادی خود برگرفته از دیدگاه مارکسیستی، به بحث استفاده از ابزار رسانه‌ای توسط صاحبان قدرت به‌عنوان کارفرمایان اخلاقی اشاره دارند که از این رهگذر به تقسیم منافع، درون ائتلاف قدرت می‌پردازند (روچک، ۱۳۹۰، صص. ۷۷-۷۵). به معنای شرایطی که از طریق آن یک طبقه اجتماعی بر سایر طبقات اجتماعی تسلط پیدا می‌کند و در این زمینه رسانه نقش اصلی را دارد (O'Brein & Yar, 2008, p. 93).

۳-۱. جرایم ناموسی به‌عنوان آسیب اجتماعی رسانه‌ای نمی‌شوند

بازنمایی آسیب‌های اجتماعی، یکی از حوزه‌های مهم مطالعه‌ی بازنمایی رسانه‌ای است. رابینگتن و وینبرگ آسیب‌های اجتماعی را «تخلف از انتظارات اخلاقی» تعریف

می‌کنند. به‌طور معمول آنچه می‌بایست در بازنمایی آسیب‌های اجتماعی مورد توجه قرار گیرند، افراد آسیب‌پذیرتر هستند (Rubington & Weinberg, 2015) و از آنجاکه زنان اغلب آسیب‌پذیری بیشتری نسبت به مردان دارند، انتظار می‌رود که بازنمایی زنان آسیب‌دیده در رسانه‌ها در اولویت باشد؛ اما نظر به اینکه یکی از اساسی‌ترین مقیاس‌های گزینش ارزش خبری برای رسانه‌ها، جنسیت است، بررسی‌ها نشان می‌دهد که مطبوعات، جرایم با ماهیت جنسیتی یا جنسی را بیش‌تر گزارش می‌کنند (Naylor, 2001, p.10). از آنجاکه کلیشه‌سازی یکی از راهبردهای رایج بازنمایی رسانه‌ای است، در ترسیم کلیشه‌های جنسیتی، زنان اغلب به چند ویژگی محدود تقلیل داده می‌شوند (Hall, 2003, P.11). از این منظر نحوه بازنمایی زنان در صفحه حوادث و میزان به رسمیت شناختن یا نادیده گرفتن آنان در این بازنمایی‌ها (Friedman, 1977) می‌تواند بر اذهان عمومی و شکل‌گیری هنجارهای جنسیتی، تأثیر قابل‌توجهی داشته باشد. برخی از رسانه‌ها به‌عنوان نهادی مورد پذیرش و دارای جایگاه اجتماعی قابل نفوذ با اقدامی تدریجی و مشارکتی، جلوه‌های گوناگونی از تخلف‌های قانونی و نابهنجاری اخلاقی را به نحوی به منصفه ظهور می‌کشاند که به‌جای آسیب‌شناسی چنین رفتارهایی، در عمل، با عادی کردن این اعمال و شکستن قبح ذاتی آن، در فرایند به فعلیت رسیدن چنین افکاری برای مشتاقان و انگیزه‌داران، بی‌تأثیر نخواهند بود.

۳-۲. سوءاستفاده از رسانه‌ها برای بزرگنمایی برخی از انحرافات

جرم ناموسی، یک عکس‌العمل خشونت‌آمیز اجتماعی است که در قبال انحرافات و کج‌رفتاری‌های اجتماعی زنان به کار می‌رود. این دسته از جنایات، با اعمال خشونت و غالباً با قتل محارم یک خانواده توسط مردان خویشاوند صورت می‌پذیرد. در جوامع غربی انگیزه این‌گونه اعمال، حفظ آبروی خود یا دیگری محسوب نمی‌شود بلکه انتقام‌جویی فردی عنوان می‌شود؛ اما در فرهنگی که زنان را «ناموس» خطاب می‌کنند، در یک جامعه سنتی یا نیمه‌سنتی به‌عنوان آبروی جمعی تعریف می‌شود که این فرهنگ‌سازی به عهده رسانه‌هاست. تغییر نگرش اعضای جامعه نسبت به درک نادرستی

که از مفاهیم آبرو و مذهب دارند منتهی به دگرگونی دیدگاهی خواهد شد که در نتیجه آن، یک اجتماع، امکان دفاع از خود را به زنان خانواده خود داده و از داوری و صدور حکم خارج از اختیار قضات ممانعت می‌کند؛ اما درواقع رسانه‌ها با هدف بالا بردن ارزش خبری حوادث و همین‌طور هم‌گام شدن با اصول عقیدتی حاکم، دست به مبالغه در خصوص این‌گونه انحرافات زده و در عمل به قصد پند و اندرز، اقدام به تصویر کشیدن اعمال خشونت‌آمیز مردان به‌عنوان عقوبت لغزش زنان می‌نمایند.

رسانه‌های جمعی با برجسته کردن انحرافات اخلاقی، ترویج فرهنگ ناموس‌پرستی و توسعه و تبلیغ حمیت و عصبیت در تولیدات خود، ناخودآگاه به‌طور مخرب و افزایشی موجب بسترسازی برای ارتکاب این‌گونه خشونت‌ها خواهند بود. رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون و سینما، با تهیه فیلم‌های سینمایی و مجموعه‌های تلویزیونی و دیگر رسانه‌های اجتماعی با تولید و پخش آثاری که به نحوی سنت‌های موجود را تثبیت می‌کند؛ ضمن تهییج افراد در اعلام موافقت با باورهای زن‌ستیز، در ترویج خشونت‌های ناموسی در جامعه بسیار اثربخش هستند. جایگاه رسانه در گسترش و ترویج این باورها به اندازه‌ای است که سایر نهادهای اجتماعی و فرهنگی، در غیاب آن امکان رسیدن به اهداف پیشگیرانه خود را نخواهند داشت.

۳-۳. تصویرسازی وحشت اخلاقی از جرم در رسانه‌ها

جرم‌شناسان فرهنگی معتقدند با توجه به اینکه ترس‌های اخلاقی توسط فعالیت‌های رسانه‌ای، می‌تواند بازتاب قاطعی بر معانی جرم و بزه‌دیدگی در ذهنیت مردم به همراه داشته باشد و در گذر زمان، موجب روش زندگی و عقاید خاصی باشد؛ ضرورت دارد که این مفاهیم در حوزه تحلیل جرایم بررسی شوند. ترس‌های اخلاقی تحمیلی بر جامعه قادرند بر معنای جرم و سیاست‌های کنترلی سیستم کیفری نیز تأثیرگذار باشند. مطالعه عملکرد رسانه‌ها در زمینه پوشش‌دهی اخبار و تصاویر جرم، نشان از گرایش آن‌ها به محکوم کردن جنایاتی است که به‌ندرت در واقعیت اتفاق می‌افتد. در چنین سیستمی، ترس اخلاقی ناشی از گزارشات اغراق‌آمیز در ارتباط با خشونت‌های جسمی و جنسی، نه‌تنها

منجر به وا همه از تمامی جرایم شده بلکه برخی از اقلیت‌های قومی و نژادی و همین‌طور خرده فرهنگ جوانان را در مظان اتهاماتی قرار می‌دهد که در نهایت به صورت تهدید امنیتی برای جامعه شناخته می‌شوند (O'Brein & Yar, 2008, p. 109-110).

با ظهور جرم‌شناسی فرهنگی، تحلیل رسانه و مطالعه مفهوم ترس اخلاقی ناشی از آن، هسته اصلی این نظم شده است. انسان‌شناسان فرهنگی بر این عقیده‌اند که تولید وحشت در بینندگان نسبت به جرایم خیابانی و انواع خشونت، ناشی از نمایش گسترده جرم در رسانه‌ها است. این وا همه از طریق فرنامه (سناریو)های جنایی سرشار از غم و اندوه، به ترتیبی پخش می‌شود که گویا درام جرم در حال شدن به یک سرگرمی بوده و منجر به احساس لذت در تماشاگر می‌شود (Ferrell et al, 2008, p.408).

امروزه ترس دیگر یک نهاد ایستا نیست بلکه باعجله در رسانه‌های مختلف سیر کرده و به بسیاری از افکار عمومی حمله کرده است. افزون بر خود جنایت، خواستگاه این ترس، رشد قابل توجه مسائل اجتماعی مختلف و تصمیم‌سازی‌های سختگیرانه با شعار مقابله با جرم است. امروزه، ما شاهد تولد جرایم فراملی به علت حملات تروریستی در رسانه‌ها هستیم، حقیقتی که بر نقش رسانه در توسعه و ترویج ترس از جرم تأکید دارد (فارال و دیگران، ۱۳۹۲، ص. ۱۷). در این رابطه مفهوم ترس اخلاقی، برای تجزیه و تحلیل اثر رسانه‌های گروهی بر حساسیت‌های عمومی در ارتباط با جرم و اینکه چطور این گزاره‌گویی در جهت مقاصد ایدئولوژیکی مورد استفاده قرار می‌گیرند، به‌کار می‌رود. از نظر ترس اخلاقی، چیزی در نتیجه اندکی ترس حادث می‌شود؛ اما رسانه‌ها آن را بزرگنمایی می‌کنند، به نحوی که افراد درگیر در آن به‌عنوان یک شیطان فرهنگی تعریف می‌شوند و جامعه نسبت به آن دچار نوعی وحشت اخلاقی نامتداول است. تحقیقاتی که در خصوص ارتباط ترس از جرم با تشدید کیفر برخی از جرایم توسط مؤسسه آمریکن بارومتر بر روی ۲۰۱۲ نفر از ساکنان کشورهای آمریکای لاتین صورت گرفته (Singer, 2019, p. 181) مؤید ارتباط معناداری بین وحشت از جرایمی که توسط رسانه‌ها به تصویر کشیده می‌شود با افزایش گرایش مخاطب به شدت مجازات‌ها، به‌ویژه در جرائم جنسی و در بین زنان است.

تأکید بیش از حد بر ارزش‌خبری جرایم جنسی و خشونت‌آمیز، منتهی به افزایش نگرانی افراد نسبت به امنیت اجتماعی مخصوصاً طبقه خاصی از افراد خواهد شد. نتیجه اینکه هرکسی با مطالعه گزارشات مرتبط با حوادث جنایی، شناخت متفاوتی از مفهوم بزهکاری پیدا کرده و به همان میزان درصدی از بزه‌دیدگی غیرمستقیم را تجربه می‌کند. ترس زنان از تردد در مکان‌های تاریک، نگرانی از آسیب دیدن نزدیکان و هزینه‌هایی که برای ایمنی و محافظت از خود متحمل می‌شوند نیز از جمله تبعات بزه‌دیدگی غیرمستقیم است. توجه به این نکته ضروریست که هراس از جرم به جهت آثاری که بر روحيات و ارتباطات اجتماعی افراد باقی می‌گذارد مورد استفاده سیاستمداران سودجو قرار می‌گیرد به نحوی که از این دلهره‌ها برای مقاصد سیاسی خود استفاده می‌کنند.

۴. تأثیر عملکرد رسانه بر نرخ رشد جرایم منشعب از تعصبات ناموسی

رسانه‌ها عامل توسعه فرهنگ و جهانی شدن روند شکل‌گیری صورت تعاملات اجتماعی نوین هستند. از مضرات دوران عبور از سنت به مدرنیته، ایجاد خلل در مضمون بسیاری از باورهای سنتی است. قتل‌های ناموسی نشانه‌ای از سبک زندگی سنتی است که براحتی امکان همزیستی با آزادی نوین را ندارند (International journal of criminal justice sciencis, 2011, p. 343-357). رسانه‌ها با امکان برقراری ارتباط مستقیم با جمع کثیری از افراد جامعه، این برتری را نسبت به سایر رسانه‌ها دارند که با دیکته کردن معانی خاصی به مخاطبان، نقش اجتناب‌ناپذیری در روند جامعه‌پذیری آنها و تسهیل وقوع انواع جرایم ایفا کنند. جرم‌شناسی فرهنگی معتقد است که تنوع فرهنگی، مذهبی و ایدئولوژیکی تأثیر قابل‌توجهی در تعریف جرایم، از جمله جرایم علیه زنان دارد. تنوع فرهنگی، اخلاقی و قانونی در جامعه‌ای مثل کشور ما تعریف این‌گونه مفاهیم جهانی شده را دشوار می‌کند؛ بنابراین در قانون ایران، هیچ تعریفی از خشونت علیه زنان وجود ندارد درحالی‌که تعیین مصادیق قانونی چنین رفتارهایی، می‌تواند بر نگرش فرهنگی افراد نسبت به این موضوعات تأثیر بگذارد. رسانه‌های جمعی در این خلأ بزرگ قانونی، با توجه به تنوع و گستردگی که دارند، یکی از ابزارهای یادگیری اجتماعی و اجتماعی شدن افراد در این

عرصه محسوب شده و در میل به ارتکاب جرم در جامعه سهم بزرگی دارند. پرواضح است که رسانه‌های جمعی با تصویرسازی متوهمانه از امورات زندگی اجتماعی، به نحو تأثیرگذاری تمایلات مجرمانه را در سطح جامعه و افکار عمومی شعله‌ور ساخته و فراگیر می‌سازند (شیخاوندی، ۱۳۸۶، ص. ۷۸).

رسانه‌ها قادرند عملکرد مجرمی را که در عالم واقع یک جرم را به صورت تام مرتکب می‌شود و گناهکار محسوب می‌شود، دلاورانه توصیف کنند؛ بنابراین باید گفت که، عملکرد رسانه در پوشش گسترده شیوه ارتکاب جرم و تمام اتفاقات و حواشی آن، در هر حالتی منجر به گرایش افرادی با پیش‌زمینه ذهنی (دارای شخصیت مجرمانه) نسبت به انجام چنین رفتاری می‌شود. اینجاست که رسانه به طور ناخواسته رفتاری مشابه معاون جرم در فرایند شکل‌گیری انگیزه تا رسیدن به نتیجه را ایفا می‌کند و با توجیهاتی که برای ارتکاب یک فعل مجرمانه در اختیار مخاطب قرار می‌دهند به راحتی قادر به عادی‌سازی یک جرم هستند به نحوی که افکار مجرمانه را به سهولت و با خیال راحت به سمت بزهکاری سوق می‌دهند. به دلیل وسعت، فراگیری و تأثیرگذاری هر کدام از این وسایل ارتباطی، در اینجا می‌کوشیم هر یک از این رسانه‌ها را بررسی و کارکرد آنها را در قبال جرایم موضوع بحث این پژوهش ارزیابی کنیم.

۴-۱. رسانه‌های دیداری

«تلویزیون» به عنوان یکی از رسانه‌های دیداری یکی از مطلوب‌ترین و دسترس‌پذیرترین محصولات فناوری است و در جامعه کنونی، یافتن کسانی که چنین امکانی را نداشته باشند دور از ذهن است (آنری، ۱۳۷۸، صص. ۲۰۱ و ۲۰۹). این ابزار نوین در زندگی مردم، به عنوان وسیله‌ای که اوقات فراغت افراد با تماشای آن سپری می‌شود، این امکان را دارد که در ایجاد تغییرات مثبت و منفی بر فرهنگ یک جامعه تأثیرات شگرفی داشته باشد، می‌توان ادعا کرد همچنان که بافت فرهنگی هر جامعه‌ای تحت نفوذ رسانه‌های دیداری قرار دارد، بخش مهمی از یافته‌های هر فردی در خصوص بسیاری از امور، فارغ از تجربه شخصی خود او، در اصل برگرفته از تولیدات رسانه‌ای است. از این منظر، اهمیت پژوهش

در حوزه عملکرد رسانه از منظر جرم‌شناسی فرهنگی، آشکارتر می‌شود. چشم‌انداز جرم‌شناسی فرهنگی، ستیزه‌جویی را نوعی رفتار عارضی و منشأ تندخویی را، فراگرفتن آموخته‌های سایرین معرفی می‌کند. بررسی‌ها نشان از یادگیری پرخاشگری از اوان کودکی تا بزرگسالی به واسطه الگو گرفتن از رسانه‌هاست. پژوهشی میدانی از سیصد نفر جوان تهرانی، نشان می‌دهد بین ظهور رفتار خشونت‌آمیز در سن کودکی و نشانه‌های آن در دوران نوجوانی، ارتباط معنادار و قطعی وجود دارد (صلاحی، ۱۳۸۸، صص. ۱۱۷ و ۱۱۸). جرم‌شناسان فرهنگی معتقدند کودکانی که به مشاهده خشونت در رسانه‌ها می‌پردازند به شدت تحت‌تأثیر رفتار پرخاشگرانه بازیگران قرار گرفته و در شرایط مشابه، واکنش‌هایی موازی با عملکرد هیجان‌انگیز کاراکترهای فیلم را از خود نشان می‌دهند (معظمی، ۱۳۹۱، صص. ۱۶۲ و ۱۶۳).

مهم‌ترین کارکرد تلویزیون، انتقال و استحاله فرهنگی است که فرایند جامعه‌پذیری افراد را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد. این ابزار ارتباطی می‌تواند در ارتباطات فامیلی و پیوندهای طایفه‌ای و بومی در یک منطقه نیز اختلال ایجاد کند هنگامی که ارزش‌ها و هنجارهای یک جامعه با فعالیت رسانه‌های فراگیری مانند تلویزیون در نزد قسمتی از افراد آن جامعه کم‌ارزش یا بی‌ارزش می‌گردد این دسته از افراد دیگر تمایلی به رعایت این‌گونه هنجارها نداشته و اسباب تعارض بین افراد جامعه که حتی می‌توانند اعضای یک خانواده باشند، فراهم می‌شود و موضوعی که نزد برخی افراد پایدار به سنت‌ها بسیار باارزش شمرده می‌شود، در نزد بقیه موضوعی مهم قلمداد نشده و حتی ممکن است عکس‌العمل شدید سایرین را به دنبال داشته باشد که مثال روشن آن تلقی و نگرش جامعه را در خصوص روابط دختران و پسران است. تصویری که تلویزیون با نمایش روابط دوستانه، نزدیک و بدون داشتن مجوز شرعی و قانونی بین دختران و پسران در این زمینه نشان می‌دهد، فرسنگ‌ها با آنچه در اکثر جوامع سنتی در جریان است، فاصله دارد. پژوهش‌هایی صورت گرفته حاکی از این است که جایگاه زنان هرچند به صورت محدود، اما نسبت به گذشته تغییر کرده است. پیش از این، چهره زن در تلویزیون ایران، صورتی قدیمی داشت که صرفاً نقش همسر یا مادر را نمایان می‌کرد درحالی‌که اخیراً،

در نقش کاراکتر اصلی فیلم هنرنمایی می‌کند که اغلب شاغل و تحصیل‌کرده و در جامعه مردان دارای جایگاه اجتماعی است (راوودران، ۱۳۸۰، ص. ۱۴۵).

پس از تلویزیون، قدرت «سینما» نیز در حوزه تأثیرگذاری بر افکار مخاطبان از گذشته‌های دور، موضوع مناظرات پژوهشگران و صاحبان رسانه بوده است. این پدیده در دنیای امروز، به‌عنوان ابزار انتقال عواطف و احساسات، با تمام توان به امیدها، و انگاره‌های مخاطبان روح می‌بخشد و آنها را واقعی‌تر و دست‌یافتنی‌تر نشان می‌دهد. تماشای زنده یک صحنه همسرآزاری در جمع زیادی از بینندگان در سینما، به‌مراتب مهیج‌تر از تماشای همان تصویر در فضای خانه است و این موضوع برای کسانی که بیش‌تر از سایرین زمینه یادگیری جرم را دارند به‌عنوان یک الگوی زنده در ارتکاب رفتار مشابه محسوب می‌شود؛ البته باید گفت که گاهاً مشقت‌هایی گریبان‌گیر فرد می‌شود که به نسبت شخصیت و ظرفیت هر انسانی می‌تواند انگیزه اقدامات خشونت‌آمیز از جانب او باشد؛ بنابراین نمی‌توان رسانه‌های جمعی و به‌طور مشخص، سینما را ایفاگر نقش اول و علت اصلی گرایش جامعه به سمت جرایم ناموسی دانست؛ اما می‌توان گفت که چنانچه مقدمات فرهنگی و اجتماعی بروز و ظهور این‌گونه تعصبات و باورهای فارغ از منطق انسانی، در جامعه فراهم باشد، توانایی قابل‌ملاحظه سینما در برقراری ارتباط ذهنی با قبایل و طوایفی که نسبت به باورهای جهالت‌بار خود اعتقاد راسخ دارند غیرقابل اجتناب است و نباید از نظر دور داشت که مردم یک جامعه تمایلات گوناگونی دارند که فهم و استنتاج آنها از سکانس‌های مختلف یک فیلم به نسبت شرایط روحی، ذات و سرشت یک فرد و جایگاه اجتماعی و همین‌طور نوع عکس‌العمل‌های احساسی او متفاوت و در نوسان است (مظلومان، ۱۳۵۱، صص. ۱۲۵-۱۳۰).

تولیدات سینمایی بسیار اغراق‌آمیزتر از تلویزیون، با طول و تفصیل کامل و اصطلاحاً با بزرگ کردن و آراستن جنایات خشونت‌بار، چنان تصویری از آنها نشان می‌دهند که کاملاً پیش‌پافتاده و سهل‌الوصول به نظر می‌رسند. برخی از صاحب‌نظران بر این باورند که چنین فیلم‌هایی بار معنایی بالایی دارند و موجب ارشاد تماشاگر و راهنمایی او به گذرگاه‌های امن می‌شود؛ اما جرم‌شناسان منتقد، معتقدند که چند متر خاتمه‌ی به‌ظاهر

اخلاقی انتهای فیلم، تأثیر مخرب کیلومترها صحنه‌های زیانبار را خنثی نمی‌کند. این امر در آثار سینمای قبل و بعد از انقلاب در ایران نیز کاملاً محسوس است. زمانی که مجموعه‌ها و فیلم‌های سینمایی به صورت جانبدارانه و در حد افراط‌گونه به تعصبات ناموسی توجه نشان داده و از آنها حمایت می‌کنند و مرتکبان قتل‌های ناموسی را قهرمان فیلم و قربانی را گناهکار روسیاهی نشان می‌دهند که رفتار او قاتل را به ارتکاب قتل تحریک کرده است و این مفهوم را القا می‌کنند که تصمیم قهرمانانه قاتل، آبروی خانواده را از خطر زوال و جامعه را از فساد و تباهی حفظ کرده است؛ همین طرز تلقی از رفتار قهرمان فیلم، در شرایط مشابهی که عملکرد یک زن یا دختر، تخلف از هنجارهای قوم یا خانواده به نظر می‌رسد، تلویحاً خویشاوندان مرد را به انجام واکنشی مشابه قهرمان فیلم تشویق می‌کند چراکه آنچه بر تماشاگر تأثیر می‌گذارد این نیست که دادگاه در پایان فیلم، قهرمان را محکوم می‌کند یا اینکه خویشاوندان مقتول قاتل را به قصد انتقام به قتل برسانند، مهم این است که «آن اقدام، مورد تأیید و پذیرش عرف متعصب حاکم بر محل سکونت مرتکب است». زمانی که بخش عمده‌ای از اوقات فراغت جوانان به سرگرمی در فضای رسانه‌ای چون سینما اختصاص می‌یابد، سرعت اثرگذاری این رسانه به‌طور افسارگسیخته‌ای افزایش می‌یابد و این همان اختلال اعتیاد به رسانه‌هاست که مصرف‌کنندگان هرگز به آن اعتراف نمی‌کنند (اکبری و دنیایی، ۱۳۹۱، ص. ۱۵۳).

به‌طور کلی در آثاری که با محتوای جرایم ناموسی بر روی پرده سینما می‌روند اساساً قهرمان فیلم شخصیتی است که به دلیل یا به بهانه امور حیثیتی دست به جنایت علیه محارم خود می‌زند و با وجود مرگش در خاتمه فیلم، تصویری که از او در ذهن مخاطب باقی می‌ماند چهره یک پهلوان است که این موضوع خود حامل پیامی است که به‌نوعی مهر تأییدی بر نوع نگرش و تفکر آنان به این مسئله و پیامدهای ناشی از آن است. در واقع تصویرسازی سینمایی، جرایم خشونت‌بار را بزرگنمایی و به‌جای آینه‌ای برای انعکاس واقعیت، همواره بر بزه‌دیدگی زنان به واسطه جنسیتشان دامن می‌زند (مگوایر و ریگران، ۱۳۸۹، ص. ۲۸۶).

۲-۴. رسانه‌های نوشتاری

«مطبوعات» رسانه‌ای نوشتاری است که به‌عنوان گزارش‌گر حوادث یا هدایت‌گر ذهن مخاطب در فرایند انتقال اطلاعات، این امکان را دارد که ذهنیت مخاطب را به مسیری که از قبل مشخص شده است، هدایت کند. این رسانه قادر است به سوژه‌ای پروبال داده و آن‌را برجسته کند یا اینکه یک جریان فکری را برتری دهد یا از اولویت بیاندازد. رویدادهای مرتبط با جرایم و عملکرد سیستم کیفردهی، از مباحث مورد التفات خبرگزاری‌ها و عموم مردم جامعه است. با اینکه، خوانندگان بر این باورند که محتوای مطبوعات، واقعیت جامعه را به تصویر می‌کشد؛ اما در واقع الگوی خبری مدیرمسئولان خبرگزاری‌ها در خصوص انعکاس اخبار تابع سبک خاصی نبوده و متأثر از ایدئولوژی حاکم یا سیاست خبرگزاری‌ها است. این رسانه در بازتاب اخبار به فراخور خط‌مشی قدرت مسلط جامعه، گاهی بر مبنای آزادی‌اندیشه و برابری، آنچه را که مطلوب اکثریت مطلق جامعه و مطابق ارزش‌های اخلاقی است منتشر می‌کند و گاه تحت مدیریت الگوی کنترل، کارشناسان این حوزه را به انتخاب تیترهایی که حامی منافع یک گروه خاص یا تبلیغ هنجارهای مدنظر آنان است الزام می‌کند (Greer, 2011, p. 352). به این ترتیب در انجام رسالت تاریخ‌نگاری، گاهی از واقعیت دور و گاهی به آن نزدیک می‌شود.

با وجود این که دامنه اثربخشی مطبوعات در ایجاد تحول در حوزه فرهنگ، در سطح رسانه‌های تصویری نیست؛ اما به اندازه قابل‌توجهی در جهت‌دهی به سبک فکری نسل جدید و تعدیل تمایلات مجرمانه آنان نقش‌آفرینی می‌کند. این میزان از تأثیرپذیری در هر جامعه‌ای، مخصوص افرادی است که مقاومت‌شان در مقابل برخی هیجانانگیز و وسوسه‌ها محدود است؛ البته سبک نوشتاری این رسانه نشان داده است که در رسوخ کردن بر عزم کسانی که قدرت‌ایستادگی بالاتری دارند نیز کارساز بوده است. چنان‌که گروهی از کارشناسان حوزه مطبوعات، نقش این رسانه را به‌طور خاص در گرایش نسل جوان به تبهکاری و عصیان‌گری اجتماعی، اجتناب‌ناپذیر دانستند (Sawitri, 2003, p.23). گفتنی است که این نظریه در صورتی قابل اتکا است که تصدیق کنیم که برخی از اعضای جامعه، همیشه به‌دنبال یک الگوی فکری، ایده یا نمودار هستند که از آن الهام بگیرند و زندگی کنند.

از مهم‌ترین آسیب‌های اعتیاد به مطالعه اخبار حوادث، این است که خواننده رخ دادن جنایات را به‌عنوان روال زندگی روزمره می‌پذیرد، چنان‌که اگر در اولین داستان‌های جنایی که مطالعه می‌کند، ارتکاب جرم توسط بزه‌کار تحت تأثیر عملکرد قربانی، باعث تعجب یا تأسف خواننده می‌شود و او را وادار می‌کند که برای پی بردن به انگیزه واقعی قاتل، یک بار دیگر متن را با دقت بیشتری مرور کند؛ اما با توجه به وفور این‌گونه جرایم تحت تأثیر این‌گونه رفتار؛ به مرور میل و عتش او در جستجوی این اخبار فروکش کرده و به‌نوعی مسئله حل‌نشده‌ای برایش باقی نمی‌ماند، به این معنا که انجام جرم در واکنش به رفتار مجنی‌علیه را قابل‌قبول دانسته و بدون جدال با نفس سرزنش‌گر در موقعیت مشابه، دست به‌کار می‌شود (Sawitri, 2003, p. 233).

پرونده‌ای در خصوص کارکرد مطبوعات در حوزه آموزش شیوه ارتکاب جرم، در سال ۱۹۳۶ در یکی از محاکم کشور لهستان مورد رسیدگی قرار گرفته است. این پرونده در ارتباط با سوءظن یک مهندس شیمی نسبت به همسرش مطرح شده که منجر به مرگ مقتول با زهری به نام «تالیوم» می‌شود و گزارش پزشکی قانونی نشان می‌دهد که هیچ نشانه‌ای بر بدن مقتول مشاهده نشد. رسیدگی به اتهام این فرد، جنجال‌برانگیز می‌شود و مطبوعات لهستان به‌طور روزانه قسمتی از گزارشات خود را به این پرونده و شیوه ارتکاب قتل می‌پرداختند، چراکه پیش از این هیچ‌گاه از چنین عنصری برای ایجاد مسمومیت استفاده نشده بود (Carll, 2003, p.1601).

بدیهی است که نمی‌توان بی‌اعتنا به عوامل فرهنگی و روانی زمینه‌ساز جرایم ناموسی، اخبار روزنامه را تنها عامل چنین جنایاتی دانست چرا که تنها تمایل به ارتکاب چنین خشونت‌هایی در شخصیت یک فرد است که او را به سمت ارتکاب جرم سوق می‌دهد و تقلید از یک نمونه، صرفاً به ظهور و بروز این گرایش در عالم خارج منجر نمی‌شود. با این توضیح، شاید بتوان یکی از مهم‌ترین آثار رسانه‌های گروهی به‌طورکلی و مطبوعات را به‌طورخاص، تقویت تمایلات قبلی در افراد دانست، چراکه اغلب مردم برنامه‌هایی را مورد توجه قرار می‌دهند که با نظام فکری آنها سازگار باشد (خالصی، ۱۳۸۱، ص. ۲۸۲). روزنامه‌ها قادرند یک عنوان کم‌اهمیت را چنان با آب‌وتاب تزئین کنند که تبدیل به یک

سوژه مهم شود و برعکس یک سوژه مهم را به صورت کاملاً خنثی نشان دهند که این همان عادی‌سازی رسانه‌ای است (زابلی‌زاده، ۱۴۰۱، صص. ۵-۴۱). با توجه به اینکه اکثر جرایم اهداف و راهبرد خاص خود را در انتخاب تیتراژ اخبار دخالت می‌دهند، گزارشات که از جرایم ارائه می‌دهند نیز حاصل تبدیل یا تغییر حقایق است. گفتنی است که مطالعه همین مفاهیم از جانب مخاطبانی که شناختی از مباحث کیفری ندارند در فهم و نگرش آنها نسبت به سیستم قضائی بی‌تأثیر نیست و احساس آشفتگی و بی‌ثباتی در عدالت کیفری، موجب انزجار آنان از وضعیت موجود می‌شود و در نتیجه خواستار شدت عمل کیفری افزون‌تر از جانب قوای قهریه می‌شوند.

همگام با روزنامه‌ها، «کتاب و رمان» نیز که به‌عنوان نگارگر سنت و تمدن راه و رسم تثبیت شده زندگی بشر در هر دوره زمانی را ساماندهی می‌کند بازمانده تمدن یک قوم هستند و از طرق مختلف سینه‌به‌سینه منتقل می‌شوند (ساروخانی، ۱۳۸۰، ص. ۸۸۷). این رسانه نوشتاری، ثمره تلاش خردمندان و صاحبان اندیشه‌ای است که سعی داشتند فرهنگ کهن ایران را در قالب نوشتار یا ضرب‌المثل‌ها (تاریخ شفاهی) به‌عنوان میراث ادبیات فارسی حفظ کنند. با توجه به تحقیقات تاریخی صورت گرفته در ارتباط با بررسی مفهومی موقعیت زن در این رسانه، آنچه در نگاه اول به چشم می‌آید، کثرت اشعار و ضرب‌المثل‌ها در ارتباط با زنان است. با توجه به اینکه مثل‌ها سهم برجسته‌ای در نشان دادن فرهنگ یک جامعه دارند، هرگز نباید واژگانی را که توده مردم در یک فرهنگ استعمال می‌کنند نادیده انگاشت چرا که این الفاظ، هر چند دربردارنده بخش محدودی از گویش فارسی است و هرازچندگاهی کاربرد دارد؛ اما چنان‌که می‌دانیم عناصر پویای زبان در حافظه عموم جامعه حضور مداوم دارند و موجب شکوفایی قدرت تأمل می‌شوند (صادقی‌فسایی و کریمی، ۱۳۸۴، ص. ۷۲).

درواقع این سطح از تأثیرگذاری نیز بعید نیست، و از آنجایی که قلم در دست مردانی بوده که جایگاه زنان را در حد غیرخودی تنزل داده‌اند؛ در همین ضرب‌المثل‌ها، به رسالت و موقعیت زنان در جامعه و در مواردی نیز، به شیوه رویارویی با آنان به‌عنوان کسانی که از عرف و سنن حاکم سرپیچی می‌کنند، اشاره شده است. عرف خانواده ایرانی، زنان

را دارای نقصان درک و عقل می‌داند که این فقره از بایسته‌های فرهنگی در عرصه یادگیری در جامعه تثبیت شده‌اند. با نگاهی به ارزش‌های فرهنگی در ابقای ساختار روانی و اجتماعی می‌توان گفت که عقاید و باورهای جامعه ایرانی در خصوص منزلت بانوان و سبک ارتباط برقرار کردن با آنان، زمینه‌ساز برخی از رفتارهای خشونت‌بار علیه زنان است (صانعی، ۱۳۷۷، ص. ۵۱۰).

بسیاری از خصوصیات که به زن ایرانی نسبت داده شده است متصل به رسم و رسومات کهن بوده و در آثار تاریخی نیز بسیار استعمال شده است، شامل عبارات کوتاه و کنایه‌آمیزی چون؛ ناقص‌العقل، فریب‌کار و عهدشکن بوده که همواره در دیوان اشعار شعرای مختلف، نه تنها در میان فارسی‌زبانان بلکه در فرهنگ غرب هم کم‌نظیر نیست. لازم به ذکر است که این سبک رفتاری در ادبیات هر کشوری، امر پیش‌پاافتاده‌ای نیست و وابسته به اصول فکری، سرگذشت و ساختار فرهنگ یک مملکت است که اعضای این جامعه همین واژگان را به صورت عبارات متداول به کار می‌برند و مسبب گسترش آن می‌شوند؛ بنابراین می‌بایست مولد این جریان متناوب فرهنگی را شناخت و مسیر آن را تغییر داد (کار، ۱۳۷۹، ص. ۱۱۳).

۳-۴. فضای مجازی در چالش ایفای نقش خود در گذر از رسانه‌های نوشتاری به فناوری دیداری

یکی از گمانه‌زنی‌ها در ارتباط با آسیب‌های فعالیت در بستر اینترنت؛ آموزش و اغوای کاربران در گرایش به رفتار خشونت‌بار است. مشاهده بی‌شمار رفتارهای قهرآمیز و خشونت‌بار، اعم از ارباب، فحاشی، تندمزاجی و انواع پرخاشگری در شبکه‌های مجازی و بازی‌های اینترنتی موجب اشاعه خشونت در گروه‌های سنی مختلف می‌شود، در این راستا، واژه خشونت سایبری رواج یافته است که نوعی از وحشت‌افکنی رایانه‌ای است که عاملان آن از مزیت ناشناس ماندن در فضای مجازی برای آسیب زدن به افراد استفاده می‌کنند. خشونت در فضای مجازی چه به صورت نوشتاری یا تصویری باشد

نشان می‌دهد که خشونت از مجرای ابزارهای الکترونیکی می‌تواند به مراتب جدی‌تر از خشونت فیزیکی باشد و با توجه به نامحدود بودن سطح دسترسی در این محیط، این خشونت در هر ساعتی از روز و از راه دور اتفاق می‌افتد و آثار مخرب آن نسبت به قربانی نادیده گرفته می‌شود و همین امر منجر به تکرار جرم خواهد شد. از جمله آسیب‌های دنیای دیجیتال، مفاهیمی است که بر محور تبعیض نژادی و جنسیتی قرار دارد و نوعی از ستیزه‌جویی برخاسته می‌شود که در سطح گسترده توسط وبلاگ‌نویسان افراط‌گرا منتشر می‌شود. تاجایی‌که برخی از تارنماها چهره قربانیان جرایم ناموسی و سایر جنایات ناشی از نفرت را به نحوی نشان می‌دهند که نوع نگرش طبقه اقلیت را در فضای عمومی جامعه مورد تأیید قرار می‌دهد (ویلیامز، ۱۳۹۱، صص. ۶۰ و ۶۱). بلاشک فضای مجازی با انتشار این تصاویر ضمن عادی‌سازی خشونت، اقدام به تطهیر چهره عاملان این‌گونه از رفتارها نموده و به‌عنوان منبع محرک جرم‌زای مکمل، مطابق دیگر رسانه‌ها، زیان‌بارترین آثار خود را بر سرشت آسیب‌پذیر کودکان و نوجوانان، برجا خواهد گذاشت (گسن، ۱۳۱۵، ص. ۱۲۸).

جرم‌شناسی فرهنگی در خصوص ارتباط فضای مجازی و خشونت، فرضیه «تحریک‌کنندگی» را مطرح می‌کند. طبق این فرضیه، افرادی که به‌طور مداوم قربانی خشونت می‌شوند، از آثار زیان‌بار آن بر شخصیت و دیدگاه خود در امان نخواهند ماند. مضامین حاوی خشونت، میل به خشونت را در مخاطب افزایش داده و موجب زوال هنجارهای اجتماعی، اخلاقی و فرهنگی در زندگی مردم می‌شود (عابدی تهرانی و افشاری، ۱۳۹۲، صص ۱۷۵ و ۱۷۶). به‌این‌ترتیب، در گذر زمان مشاهده و تکرار این رفتارها در بستر رسانه‌های دیداری و نوشتاری، باعث ترغیب کاربران در سنن یادگیری شده و الگوی رفتاری آنان را تشکیل می‌دهد که با تکرار و تمرین این فرایند، عنصر خشونت در زندگی واقعی کاربر وارد و پذیرفته می‌شود. وجه تمایز و سطح تأثیرگذاری این فناوری نسبت به دیگر رسانه‌ها، امکان برقراری ارتباط دوجانبه بین رسانه و کاربر است، درحالی‌که در خصوص سایر رسانه‌ها، این ارتباط یک‌طرفه است؛ بنابراین با توجه به جایگاه رسانه‌های اینترنتی در پرورش فکری کودکان، صرف‌نظر کردن از سهم رایانه در تصویری که تماشای تصاویر خشن در

بازی‌های اینترنتی در سنین کودکی از خشونت به‌جا می‌گذارد، درواقع غفلت از آموزش صحیح کودکان و نوجوانان است (F.Sharf, 2009, p. 274).

خشونت رسانه‌ای، فرصت جدیدی در اختیار افراد کم‌سن‌وسال قرار می‌دهد که نسبت به توجیه کج‌رفتاری‌ها و ناهنجاری‌های رفتاری خویش به لحاظ اخلاقی و فرهنگی اقدام نمایند. درنتیجه، با توجه به امکانات نوینی که فضای مجازی در اختیار کاربران قرار داده است؛ نحوه برقراری ارتباط، شیوه ارتکاب بزه و ابزار مورد استفاده در آن نیز به‌روز شده و علم جرم‌شناسی فرهنگی نیز همگام با فناوری‌های جدید، به اصول فرهنگی‌ای پرداخته که در جرایم اینترنتی وجود داشته و بر ایده‌پردازی‌های کاربران تأثیر می‌گذارد (Hayward, 2012, P. 455). مطالعه فضای مجازی از منظر جرم‌شناسی فرهنگی نشان می‌دهد که کاربران در هنگام ورود به این دنیای جذاب و بی‌انتها، مایلند که در پوشش یک ماهیت ناشناخته، با تجربه کردن یک فضای مجازی ثانویه فارغ از تجربیات ناخوشایند دنیای حقیقی، علاوه بر ترمیم آلام ناشی از محدودیت‌ها و نقایص زندگی روزمره، گام به دنیایی گذارند که عاری از هر نوع منطق و قانون و کنترل رسمی است.

نتیجه‌گیری

توسعه اطلاعات جدید ارتباطات و فناوری‌های رسانه‌ای اجتماعی در قرن بیست‌ویکم منجر به تغییرات بزرگی در هویت شخصی و اجتماعی مخاطبان و به‌طورخاص جوانان شده است. صرف زمان طولانی برای تماشای تلویزیون یا جستجو در فضای مجازی به‌عنوان دنیای جایگزینی برای زندگی مردم این عصر، با غرق کردن آن‌ها در فضایی با داده‌های علمی بعضاً نامعتبر و آلبومی از محصولات فرهنگی، این فرصت‌ها را به تجربه‌های خاص ادراک و لذت مبدل کرده است؛ نوع برخورد جامعه نسبت به زنان بیوه و دخترانی که در معرض آسیب‌های اجتماعی قرار گرفته‌اند، در بسیاری از موارد برآیند تصویرسازی برنامه‌سازان از این آسیب‌ها و نوع مواجهه با آن‌هاست. بررسی‌ها نشان می‌دهد که نوع برداشت مخاطبان از محتوای یک فیلم یا مجموعه تلویزیونی بر اساس پایان زیرکانه‌ای است که یک کارگردان برای آن رقم می‌زند و این ذهنیت تماشاگر یا

خواننده از فرجام یک رفتار است که می‌تواند برای بسیاری از رفتارهای انحرافی و مجرمانه زمینه‌سازی کند. رسانه‌های جمعی؛ فراگیر، جذاب و دربرگیرنده سلايق مختلف برای مخاطبان هستند که این خصایص بارز، گویای قدرت تأثیرگذاری این فناوری هست. این میزان از گستردگی و گیرایی، قطعاً دارای ابعاد مثبت و منفی است، از این منظر می‌توان کارکرد رسانه را از بعد منفی، عامل تکثیر جرایم ناموسی دانست که با انتقال مفاهیمی چون با غیرت دانستن مرتکبان این‌گونه جرایم یا با اشاعه افکاری چون ناموس‌پرستی یا ترویج رفتار متعصبانه در آثار سینمایی و تلویزیونی، مشوق افرادی هستند که چنین تصوراتی را در ذهن می‌پرورانند و مقابله با آن مستلزم گزینش یک سیاست کیفی منطقی و صحیح است تا بتواند با تبعات منفی آن روبه‌رو و آن‌ها را خنثی کند. کنش و واکنش‌های روحی که متأثر از تماشای فیلم‌ها و مجموعه‌هایی است که حرکات خلاف عرف را، توسط شخصیتی که مرتکب قتل ناموسی شده به تصویر می‌کشد، منجر به تحریک شدن تماشاچی برای ارتکاب جنایتی خواهد شد که مورد تأیید بزرگان برخی از اقوام و قبایل نیز هست. الگوبرداری از قهرمانان این داستان‌ها در اجتماعی که هرگونه رفتار خلاف هنجارهای خود را، علی‌الخصوص در صورتی که توسط زنان صورت گرفته باشد با نهایت بی‌رحمی مورد عقوبت قرار می‌دهد، چنان سهمگین است که درنهایت به انجام رفتارهای غیرانسانی نسبت به زنان و دختران می‌انجامد، چرا که چنین جوامعی مردان را به حراست از زنان و برخورد با افراد خاطی مکلف کرده و از احساس مسئولیت آنان نیز ق‌دردانی می‌کنند.

روش‌های استمداد از ابزارهای فرهنگی مثل رسانه‌های جمعی در جهت کنترل و کاهش کچرفتاری‌ها، در تمام دنیا تحت بررسی است و تلاش بر این است که به هر نحو ممکن، از این ابزار در جهت مبارزه با افکار جرم‌زا بهره‌داری شود. درواقع رسانه‌ها با امکانات ویژه‌ای که در تولید برنامه‌های آموزشی دارند توان تغییر و انتقال فرهنگ یک گروه انسانی و تعویض باورهای کهن با اندیشه‌های نوین و ایجاد تحول و براندازی افکار و ارزش‌هایی را دارند که منجر به ارتکاب جرایم ناشی از این‌گونه جانبداری‌ها در جامعه می‌شوند. با این توضیح که درحالی‌که می‌توان به جای اشاعه دادن شیوه‌های نوین مقابله

با زنانی که رفتار نامناسب انجام می‌دهند، با ایجاد تحول در نگرش عامه مردم نسبت به این گروه از جامعه (به‌عنوان کسی که به حیثیت خانواده لطمه زده و باید حذف شود) و پذیرفتن او به‌عنوان فردی که در معرض یک اشتباه قرار گرفته و سزاوار یک مهلت دیگر است؛ می‌توان مانع از سوءقصد به جان یک انسان شد.

پیشنهادات

در جهت به‌کارگیری مؤثرتر نتایج پژوهش، پیشنهادات ذیل ارائه می‌شود:

۱- رسانه‌های گروهی با هدف رفع مشکلات حقوقی زنان و کم‌رنگ کردن نابرابری‌های جنسیتی، با تولید محتوا و دعوت از کارشناسان این حوزه در قالب برنامه‌های آموزشی، ضمن حمایت از عملکرد دستگاه قضائی در ارتباط با رسیدگی به این‌گونه جرایم با اطمینان‌بخشی به مخاطب، در خصوص مجازات شدن مجرمان، اثبات می‌کنند که سیستم کیفری با صداقت و استوار، به‌دنبال اجرای عدالت در حق بزهکاران بوده و از هیچ لغزشی چشم‌پوشی نمی‌کند. نکوهش رفتارهایی که به تثبیت فرهنگ غلط در جامعه دامن می‌زنند علاوه بر اصلاح آداب و رسوم مخرب، همچنان که دستگاه عدالت کیفری مجرمان را مورد پیگرد قرار می‌دهد، با استفاده از ابزار کنترل جمعی و واکنش مسئولانه مردم، با فرد بزهکار برخورد می‌کنند.

۲- وظیفه دیگر رسانه‌ها در جهت تأثیرگذاری مثبت در این مسیر، این است که ضمن اصلاح برخی از برداشت‌های خلاف واقع در ارتباط با حمایت بی‌قیدوشرط دستگاه قضا از مرتکبان این جرایم؛ با توجیه مخاطبان نسبت به انواع جرایم ناموسی و اطلاع‌رسانی لازم در خصوص علل، ابعاد و آثار این جرایم؛ از طریق تلویزیون، رادیو، مطبوعات و سایر رسانه‌های دیداری و شنیداری؛ عاملان این جنایات را از انجام بزه منصرف کنند.

۳- ازجمله مؤلفه‌هایی که موجب عدم گرایش افراد به انجام این جرایم می‌شود، اجتناب عموم جامعه از مثبت‌اندیشی نسبت به افرادی است که مرتکب این جنایات می‌شوند. رسانه‌های دیداری این امکان را دارند که با تولید و عرضه آثاری با موضوعات مرتبط با این مفاهیم، و رسانه‌های نوشتاری در کنار وبلاگ‌نویسان در فضای مجازی با انتشار

مقالاتی در این خصوص، به تدریج احساسات اجتماع را نسبت به این‌گونه مضامین برانگیخته کرده و نه تنها مسبب امتناع افراد از آلوده کردن دستان خود به چنین جنایاتی می‌شوند بلکه به نحوی با واکنش نشان دادن نسبت به این‌دسته از افکار باطل و آسیب‌زا، مانع از انجام آن توسط سایر افراد جامعه نیز خواهند شد.

۴- با هدف ایجاد تغییرات مثبت در تولیدات تلویزیونی لازم است نمایشنامه‌نویسان برخی از مطالب جهت‌دار و نامناسب را بدون صدمه به متن اصلی فیلم اصلاح کنند به این ترتیب که گفتگوهای را که جایگاه زنان را تنزل می‌دهد و مردان را در موقعیت برتر قرار می‌دهد، تغییر دهند. فیلم سینمایی باید جامعه بی‌طبقه و زیبایی را نشان دهد که افراد با هر طرز تفکر و جنسیتی توانایی فعالیت در هر عرصه هنری و شغلی را دارند و این تصور را تقویت کنند که جامعه به تخصص و قدرت تصمیم‌گیری زنان نیاز دارد.

۵- سازمان سینمایی ایران باید به جای انتقاد مداوم از شبکه‌های ماهواره‌ای و برحذر داشتن مردم از تماشای این رسانه یا جمع‌آوری ابزار استفاده از آن که اغلب نتیجه عکس دارد؛ با همکاری‌های مشترک برون‌مرزی و تولید محصولات مشترک، خلأ جذابیت در زمینه فنون شخصیت‌پردازی و داستان‌نویسی را پر کند و محصولات رقابت‌پذیر و غیرکلیشه‌ای به لحاظ تکنیکی و مفهومی را طراحی و سامان دهد. از این مسیر تهیه‌کنندگان می‌توانند با صرف انرژی و توجه بیشتر، فارغ از کلیشه‌هایی که بار جنسیتی دارند اقدام به تولید مجموعه‌های جذاب و پرتعداد کنند. ضمن اینکه از تجربیات جهانی، برای تولید محصولات مناسب با ذائقه فرهنگی داخلی استفاده شود به نحوی که زنان ایرانی را به اندازه‌ای قدرتمند نشان دهند که قادرند خشونت علیه خود را نه به عنوان یک مسئله خصوصی بلکه به عنوان یک مشکل اجتماعی فریاد بزنند.

۶- تمامی رسانه‌های جمعی، این امکان را دارند که به جای نشان دادن احساسات زنان به عنوان نقطه ضعف ایشان و محمل ابتلا به انحرافات اخلاقی و دعوت از آنان برای زیرپا گذاشتن غرور خود در شرایطی که در معرض خودخواهی مردان قرار می‌گیرند؛ با تولید تصاویری که آنان را در تمام ورزش‌ها و انجام بسیاری از امور، قوی‌تر و حرفه‌ای‌تر از مردان و به همان اندازه دارای قدرت رؤیای‌پردازی و درخشش نشان می‌دهد،

زن را در اوج قدرت و لذت، دارای قدرت تفکر و شخصیتی غیرقابل نفوذ به تصویر بکشند، به نحوی که اجتماع مردان بدانند که اگر با غرورشان بازی کنند و در مقابل آنان بی‌تعهد باشند باید منتظر برخورد محکم و قدرتمندی از جانب آنان باشند. تمامی ابزارهای اطلاع‌رسانی در هر سطحی از رؤیت‌پذیری قادرند که با تولید آثاری که مؤید یا منتقد باورهای غلط در جامعه است، آمار جرایم ناشی از آن از جمله جرایم ناموسی را به نحو مؤثری افزایش یا کاهش دهند.

۷- امروزه در برخی از تولیدات رسانه‌ای شاهد این هستیم که بازنمایی‌ها و کلیشه‌سازی‌ها در حال نشان دادن زنان خانه‌دار در سطوح پایین جامعه و اکثراً بی‌سواد و دارای مشکلات متعدد هستند که اغلب توسط مردان در معرض آزار و تحقیر بوده و گاهی نیز رها می‌شوند. درحالی‌که زن شاغل، با لباس و ظاهری آراسته علاوه بر فضاهای داخل خانه در فضاهای بیرون نظیر خیابان، در حال رانندگی و داخل شرکت؛ بسیار بلندپرواز و در جستجوی موفقیت بازنمایی می‌شود و این در تضاد و تناقض با تصویر زنانی است که همواره در فضای درون خانه حضور دارند. این موضوع در ناخودآگاه مخاطب اثر می‌گذارد که زن خانه‌دار فردی بینوا، آسیب‌پذیر و منفعل در مقابل اعمال تعصب یا گرایش‌های کنترل‌گر یک مرد است. این سبک تصویرسازی از زنان خانه‌دار؛ برای مردانی که به دنبال زنان ضعیف و ناتوان هستند، سوءبرداشت ایجاد کرده و این طرز تلقی را نهادینه و ایجاد توقع می‌کند. تغییر این نگرش همگام با حمایت‌های قانونی از این بانوان، مستلزم دقت برنامه‌سازان صدا و سیما نسبت به این موضوع است.

۸- طرفداران حقوق زنان کم‌تر در رسانه ملی ظاهر می‌شوند و نه تنها هیچ‌وقت قربانی قوانین جنسیت‌محور شناخته نمی‌شوند بلکه غالباً به‌عنوان افراد غیرعادی، مردستیز، مخالف ارزش‌های خانوادگی، دارای انحراف جنسی و فاقد خصوصیات زنانه معرفی می‌شوند. این شیوه بازنمایی بسیار منفی، در کنار تمام برچسب‌های رسانه‌ای تحقیرآمیز، زنان را مجبور به سکوت کرده است؛ چراکه که اکثر تصمیم‌سازان رسانه ملی مردان هستند. برای انجام اصلاحات لازم، ضرورت دارد که از ظرفیت بانوان توانمند در حوزه مدیریت رسانه در سطح گسترده‌تر استفاده شود.

۹- رسانه‌ها می‌توانند الگوهای مثبت را در مردان و زنان به نمایش بگذارند و اعتماد به نفس و جاه‌طلبی را در بین دختران و زنان تقویت کنند. علاوه‌براین، می‌توانند از جنبش‌ها و کارزارهای طرفدار برابری جنسیتی حمایت کنند و فشار برای تغییر اجتماعی را افزایش دهند. رسانه‌ها ظرفیت تسهیل گفتگو و ارتباط پیرامون مسائل برابری جنسیتی را دارند و قادرند که بینندگان را به مشارکت و تعامل تشویق کنند. با این تغییر رویکرد، می‌توان رسانه را به نیروی مثبت در حمایت و ترویج برابری جنسیتی از طریق پوشش رسانه‌ای متعادل و چندوجهی و ارائه تصاویری با هدف تغییر اجتماعی مطلوب تبدیل کرد.

آنچه در توصیف قدرت رسانه‌های گروهی در تولید و تغییر فرهنگ بیان شد، جامعه را نیازمند استفاده از این ظرفیت در جهت در امان ماندن جامعه انسانی و اقشار آسیب‌پذیر آن از گزند افکار نابخردانه‌ای است که موقعیت و مقام زنان را به جایگاهی فرودست تنزل داده است. برنامه‌سازان با استمداد از توانایی تأثیرگذاری این پدیده نوین، قادر خواهند بود که ذهنیت مخاطبان و به‌طور ویژه نسل جوان در ارتباط با زنان را دگرگون سازند و با تولید برنامه‌ها و عرضه محصولات فرهنگی و مفاهیم خردمندانه، اساس و بنیان این جهالت را محو نموده و سیاست‌گذاران و مسئولان را در راه مبارزه با این پدیده یاری کنند.

ملاحظات اخلاقی

نویسندگان این اثر پژوهشی اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت کرده و این موضوع مورد تأیید آن‌هاست.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

سپاسگزاری

از داوران محترم و خانم دکتر آناهیتا سیفی به‌خاطر بازبینی متن مقاله و ارائه نظرهای ساختاری تشکر و قدردانی می‌شود.

منابع

- آذری، غلامرضا (۱۳۷۸). تلویزیون در کادر الگوی ارتباطی مالتسکه. فصلنامه پژوهش و سنجش، سال ششم، شماره ۱۹ و ۲۰. صص ۲۰۱ و ۲۰۹.
- اکبری، رضا و دنیایی، ام کلثوم (۱۳۹۸). جامعه‌شناسی خانواده و آسیب‌های نوپدید آن. تهران: آوای نور.
- خالصی، الهام (۱۳۸۸). نقش و اهمیت رسانه‌های جمعی و کارکرد آنها، مجله اطلاعات سیاسی اقتصادی، شماره ۲۶۲. ص ۲۸۲.
- رابینگتن، ارل و واینبرگ، مارتین (۱۳۸۲). رویکردهای نظری هفتگانه در بررسی مسائل اجتماعی. ترجمه رحمت‌اله صدیق سروستانی. تهران: نشر دانشگاه تهران.
- راووداد، اعظم (۱۳۸۰). تغییرات نقش زن در جامعه و تلویزیون. مجله پژوهش زنان، دوره اول. شماره یک. ص ۱۴۵.
- رضایی، محمد و کاظمی، عباس (۱۳۸۷). بازنمایی اقلیت‌های قومی در سریال‌های تلویزیونی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. دوره ۱، شماره چهارم. صص ۷۸-۹۱.
- روبرت، وسنو (۱۴۰۱). جامعه‌شناسی فرهنگ، ترجمه مصطفی مهرآیین. تهران: کرگدن.
- روجک، کریس (۱۳۹۰). مطالعات فرهنگی. ترجمه پرویز علوی. تهران: ثانیه.
- زابلی‌زاده، اردشیر؛ صادقی، جواد و پورجعفری، علیرضا (۱۴۰۱). الگوی روزنامه‌نگاری تلویزیونی در پیشگیری از جرم. دوره ۳۳. شماره یک. (تاریخ مشاهده ۱۴۰۴/۰۶/۲۰) در <https://doi.org/10.22034/bmsp.2022.264747>
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۰). درآمدی بر دایره‌المعارف علوم اجتماعی. تهران: کیهان.
- شیخاوندی، داور (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی انحرافات و مسائل جامعه‌ی ایران، مشهد: مرنديز.
- صادقی فسایی، سهیلا و کریمی، شیوا (۱۳۸۴). کلیشه‌های جنسیتی در سریال‌های تلویزیونی ایرانی. پژوهش زنان، ش ۳ ص ۷۲.
- صانعی، پرویز (۱۳۷۷). جامعه‌شناسی ارزش‌ها. تهران: گنج دانش.
- صلاحی، جاوید (۱۳۸۸). بزهکاری اطفال و نوجوانان، تهران، نشر میزان.
- فارال، استفن؛ جکسون، جاناتان و گری، امیلی (۱۳۹۲). نظم اجتماعی و ترس از جرم در

- دوران معاصر. ترجمه حمیدرضا نیکوکار. تهران: میزان
- فریدمن، جین (۱۳۸۱). *فمینیسم*، ترجمه فیروز مهاجر، تهران: آشیان.
- قدمی عزیزآباد، مصیب (۱۴۰۲). تأثیر بازنمایی رسانه‌ای جرم بر دادرسی منصفانه. *فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی*، سال ۳۵ (۳). صص ۱۳۳ و ۱۳۹. کاظمی، عباس (۱۳۸۷). *مطالعات فرهنگی*، مصرف فرهنگی و زندگی روزمره در ایران. تهران: جهاد دانشگاهی.
- کروتی، دیوید و هوینز. ویلیام (۱۳۹۱). *رسانه و جامعه: صنایع، تصاویر و مخاطبان*، ترجمه یوسفی، مهدی و مرزانی، رضا. تهران: نشر دانشگاه امام صادق.
- کار، مهرانگیز (۱۳۷۹). *پژوهشی درباره خشونت علیه زنان در ایران*. تهران: روشنگران و مطالعات زنان.
- کسرابی، محمدسالار (۱۳۹۶). *بازنمایی نقش اجتماعی زنان در سینمای پس از انقلاب*. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال هشتم. شماره ۴. صص ۸ و ۶.
- گسن، ریموند (۱۳۸۵). *جرم‌شناسی نظری*. ترجمه مهدی کی‌نیا. تهران: مجد.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی*. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: نی.
- مخدومی، امیرطاها (۱۴۰۴). *آسیب‌شناسی رسانه در بازنمایی جرم*. (تاریخ مشاهده در <http://famp.ir/wp-connect/uploads/2021/06/1404/06/25>)
- مظلومان، رضا (۱۳۵۱). سینما و اثرش بر رفتارهای ضد اجتماعی. *مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی*، شماره یک، دوره ۱۰، صص ۱۲۵ تا ۱۳۰.
- مگوایر، مایک؛ رینر، رابرت و مورگان، راد (۱۳۸۹). *دانشنامه جرم‌شناسی آکسفورد*. ترجمه حمیدرضا ملک محمدی. تهران: میزان.
- ون زونن، لیزبت (۱۳۸۳). *رویکردهای فمینیستی به رسانه‌ها*. ترجمه محمدرضا حسن‌زاده و حسن رئیس‌زاده. *فصلنامه رسانه*، سال پانزدهم، شماره ۵۷. صص ۱۷۱.
- ویلیامز، ماتیو (۱۳۹۱). *بزهکاری مجازی: بزه، انحراف و مقررات‌گذاری برخط*، مترجمان امیرحسین جلالی فراهانی و محبوبه منفرد. تهران: میزان.
- ویندال، سون؛ اولسون، جین و سیگنایرز، بنو (۱۳۷۶). *کاربرد نظریه‌های ارتباطات*.

ترجمه علیرضا دهقان. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

- Bailey, Olgat; Cammaerts, Bart and Carpentier (2017). *Understanding Alternative Media: Open University Press*.
- Bandrillard J, (1985). *The Ecstasy of Communieation, In Postmodernism, Culture*, Pluto Prees, London, UK.
- Carll, Elizabeth (2003). News Portrayal of Violence and Women. *American Behavioral Scientist*. Vol 46: Sage Pub.
- F. Sharf, Susan. (2009). Feminist Criminology. In Miller. J.M, *21 Century Criminology*. Volume 1. London, UK: SAGE Publication.
- Ferrell, J; Hayward. K&Young. J (2008). *Cultural Criminology: An Invitation*. London: SAGE Publications.
- Friedman, L. J. (1977). *Sex role stereotyping in the mass media*. Garland: An annotated bibliography
- Greer, Chris (2011). *News Media Criminology: The Sage Handbook of Criminological Theory*.
- Hall, S. (2003). *Representation & the media* [Video]: Media Education Foundation.
- Hall, S. and S. Jhally (2007). *Representation and Media*. Northampton. MA: Media Education Foundation.
- Hayward, Keith. (2012). *Five Spaces of Cultural Criminology*. (ISTD), London, UK: University Press on behalf of Crime and Justice Studies.
- Naylor, B. (2001). Reporting violence in the British print media: Gendered stories. *The Howard Journal*.
- O'Brien, M & Yar, M (2008). *Criminology: The Key Concepts*. Milton Park: Routledge.
- Rubington, E., & Weinberg, M. S. (2015). *Deviance: The Interactionist Perspective* (11 Th Ed): Routledge.
- Sawitri. Saharso (2003). Culture, Tolerance and Gender. *European Journal of Women'sStudies*. Vol. 10. Sage Pub.
- Singer, Alex, et al. (2019). Economic anxieties, fear of crime, and punitive attitudes in Latin Americ: *Sage Journal*. Vol. 22, issue 2. pp: 181–206.
- Surette, Ray (2015). *Media, Crime and Criminal Justice: Images, Realities and Policies*. Gengage Learning.
- Trudy, Mercadal, (2023), *Media and crime*, <https://www.ebsco.com/research-starters/communication-and-mass-media/media-and-crime>
- Van Zoonen. L (1998). *One of the girls? The changing gender of journalism*. In C. Caret et al. (Eds) *News, Gender and Power*. London: Routledge, pp.33-46.