

جایگاه حقوقی

رسانه‌ها

و تاثیر آن در بزه‌کاری و بزه دیدگی اطفال

مؤلفان:

امین امیریان فارسانی

دانشجوی دکتری حقوق کیفری و جرم شناسی و مدرس دانشگاه

مؤلفه رئیس

کارشناس ارشد جامعه شناسی مدرس دانشگاه



مجمع علمی و فرهنگی مجد

سرشناسه	: امیریان فارسانی، امین،
عنوان قراردادی	: ایران، قوانین و احکام Iran. Laws, etc
عنوان و نام پدیدآور	: جایگاه حقوقی رسانه‌ها و تاثیر آن در بزهکاری و بزه‌دیدگی اطفال / مؤلفان: امین امیریان فارسانی، مؤدبه رئیس.
مشخصات نشر	: تهران: مجد، ۱۳۹۶.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۱۹۳-۸۱۹-۱
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: نوجوانان بزهکار -- ایران
موضوع	: Juvenile delinquents -- Iran
موضوع	: نوجوانان بزهکار -- وضع حقوقی و قوانین -- ایران
موضوع	: Juvenile delinquents -- Legal status, laws, etc. -- Iran
موضوع	: کودکان -- ایران -- جرایم علیه
موضوع	: Children -- Crimes against -- Iran
موضوع	: رسانه‌های گروهی -- ایران -- تاثیر
موضوع	: Mass media -- Iran -- Influence
موضوع	: رسانه‌های گروهی -- قوانین و مقررات -- ایران
موضوع	: Mass media -- Law and legislation -- Iran
شناسه داده	: رئیس، مؤدبه
رده بندی	: HV ۹۱۹۲/۵۶/۵۸ الف ۱۳۹۶
رده بندی دیویی	: ۳۶۴/۳۶۰۹۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۷۳۸ ۷
هرگونه تکثیر کامل یا قسمتی از کتاب	: با اجازه پدیدآور، یا ناشر خلاف قانون، شرع و اخلاق است.
	: موارد تخلف را به دفتر مرکز مجده گزارش فرماید.
جایگاه حقوقی رسانه‌ها و تاثیر آن در بزهکاری و بزه دیدگی اطفال	
مؤلفان: امین امیریان فارسانی، مؤدبه رئیس	
انتشارات مجد	
چاپ اول: ۱۳۹۶	تعداد: ۵۰۰ نسخه
حق چاپ محفوظ و منحصر به «مجد» است.	
دفتر مرکزی مجد:	
تهران، میدان انقلاب تقاطع خیابان منیری جاوید و شهدای ژاندارمری، طبقه پنجم	
تلفن و دورنگار: ۶۶۴۹۵۰۳۴ - ۶۶۴۱۲۰۷۸ - ۶۶۹۶۱۳۸۶	
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۹۳-۸۱۹-۱	
ISBN: 978-600-193-819-1	
شعبه فروردین: خیابان ۱۲ فروردین، مقابل تعزیرات، پلاک ۷۸۳، طبقه دوم تلفن: ۶۶۴۹۰۹۹۸	
شعبه اردیبهشت: خیابان اردیبهشت (منیری جاوید)، تقاطع شهدای ژاندارمری، پلاک ۵۹ تلفن: ۶۶۴۸۶۸۷۴	
www.majdlaw.ir	
E-mail: majdlaw92@gmail.com	
سیستم اشتراک پذیری «مجد»:	
ارسال پیامک حاوی نام و نام خانوادگی و شغل (در صورت تمایل) به شماره ۰۲۱۶۶۴۹۰۹۹۸	
فصل نامه حقوقی مجد با ارائه مقالات اساتید میرز حقوق کشور بطور منظم منتشر می شود.	

فهرست مطالب

درآمد.....	۱۱
فصل اول: مفهوم شناسی مسئولیت و گونه شناسی رسانه.....	۱۷
۱-۱- مفهوم شناسی.....	۱۸
۱-۱-۱- تعریف لغوی مسئولیت.....	۱۹
۱-۱-۲- تعریف اصطلاحی.....	۱۹
۱-۲- گونه شناسی رسانه.....	۲۰
۱-۲-۱- رسانه های الکترونیکی.....	۲۱
۱-۲-۲- رسانه های نشریات.....	۲۶
۱-۳-۱- مطبوعات و برلانات.....	۲۶
۱-۳-۲- کتب و مجلات.....	۲۷
۱-۴- رسانه های شنیداری.....	۲۷
۱-۵- مصادیق محتوا و جلوه های رسانه های الکترونیکی.....	۲۸
۱-۵-۱- متن.....	۲۸
۱-۵-۲- عکس (تصویر).....	۲۹
۱-۵-۳- گرافیک.....	۲۹
۱-۵-۴- صوت.....	۲۹
۱-۵-۵- فیلم.....	۳۰
۱-۶- جلوه های رسانه های الکترونیکی.....	۳۰
۱-۶-۱- نشریات الکترونیکی.....	۳۱
۱-۶-۲- کتابهای الکترونیک.....	۳۲
۱-۶-۳- سایت.....	۳۲
۱-۶-۴- سایت های خبری.....	۳۳
۱-۶-۵- سایت های کاربرمحور.....	۳۳
۱-۷- گونه های مسئولیت کیفری.....	۳۴
۱-۷-۱- مسئولیت کیفری حقیقی.....	۳۶

- ۳۶-۲-۷-۱- مسئولیت کیفری شخصی.....
 ۳۸-۳-۷-۱- مسئولیت کیفری اشتراکی (مشارکتی).....
 ۳۸-۴-۷-۱- مسئولیت کیفری اعتباری (انتسابی).....
 ۴۰-۵-۷-۱- مسئولیت کیفری نیابتی (عاریتی).....
 ۴۱-۶-۷-۱- مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی.....
 ۴۳-۸-۱- مسئولیت شخص واحد.....
 ۴۳-۹-۱- مسئولیت جمعی یا همگانی.....
 ۴۴-۱۰-۱- مسئولیت تربیتی یا آبخاری.....

فصل دوم: چگونگی نظام‌دهی مسئولیت کیفری در رسانه‌های

- الکترونیکی.....
 ۴۹-۲-۱- نظام هم مسئولیت کیفری در نشریات الکترونیکی.....
 ۵۴-۲-۱-۱- مسئولیت کیفری در کتاب الکترونیکی.....
 ۵۵-۲-۱-۲- مسئولیت کیفری در نسخه دیجیتال نشریات مکتوب.....
 ۵۸-۲-۱-۲- نظام هم مسئولیت کیفری در پایگاه‌های خبری مجازی.....
 ۶۴-۲-۲- قوانین حاکم بر اداره کار پایگاه‌های خبری و خبرگزاری‌ها.....
 ۶۵-۱-۲-۲- قانون مطبوعات مصوب ۱۳۶۴/۱۲/۱ با اصلاحات مصوب
 سال ۱۳۷۹ و ۱۳۸۸.....
 ۶۵-۲-۲-۲- قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۱/۳/۵.....
 ۶۷-۳-۲-۲- قانون نحوه مجازات اشخاصی که در امور سمعی و بصری
 فعالیت غیرمجاز دارند مصوب ۱۳۸۶/۱۰/۱۶.....
 ۷۰-۴-۲-۲- قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۱/۱۰/۱۷.....
 ۷۱-۵-۲-۲- آیین نامه ساماندهی و توسعه رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی
 دیجیتال مصوب ۱۳۸۹/۵/۲۴ هیأت وزیران.....
 ۷۲-۶-۲-۲- قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۷۵/۳/۲ و ۱۳۹۲/۲/۱.....
 ۷۳.....

فصل سوم: پاسخ‌های قوه مقننه به جرایم و تخلفات رسانه‌های

- الکترونیکی.....
 ۷۷-۱-۳- پاسخ‌های با صبغه کیفری.....
 ۷۷-۳-۳- بررسی قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲/۲/۱.....
 ۷۹.....

۳-۴- قانون جرایم رایانه ای (فصل ششم قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۸۸/۳/۵).....	۸۱
۳-۲- پاسخ های با صبغه حقوقی (مدنی).....	۸۳
۳-۲-۱- شرایط تحقق مسئولیت مدنی.....	۸۴
فصل چهارم: مبانی و پیشینه شناسی رسانه ها.....	
۱-۱- وسایل ارتباط جمعی.....	۹۱
۲-۲- مفهوم لغوی ارتباط.....	۹۲
۳-۳- تعریف اصطلاحی ارتباط.....	۹۲
۴-۱- دوره ظهور ارتباطات جمعی و گروهی.....	۹۳
۴-۵- ایجاد ارتباط جدید در مرحله صنعتی.....	۹۴
۴-۶- کارکرد های رسانه های ارتباط جمعی.....	۹۶
۴-۶-۱- اجزای رسانه.....	۹۷
۴-۶-۲- اطلاع رسانی بر افراد عمومی.....	۹۸
۴-۶-۳- پرکردن اوقات فراغت افراد.....	۱۰۰
۴-۷- اثر شناسی رسانه های ارتباط جمعی بر گروهی.....	۱۰۱
۴-۷-۱- به لحاظ ابزار انتقال پیام.....	۱۰۱
۴-۷-۲- به لحاظ حوزه تأثیر جغرافیایی.....	۱۰۱
۴-۷-۳- به لحاظ تأثیر بر مخاطبین.....	۱۰۲
۴-۹- شرایط مسئولیت کیفری کودکان بزهکار در سدهای نوناگمن.....	۱۰۳
۴-۱۰- مصداق شناسی بزه دیدگی و تاریخچه آن.....	۱۰۵
۴-۱۰-۱- زنان و دختران بزه دیده.....	۱۰۶
۴-۱۰-۲- کودکان بزه دیده.....	۱۰۷
۴-۱۰-۳- اشخاص حقوقی بزه دیده.....	۱۰۷
۴-۱۰-۴- بزه دیدگان جرایم رایانه ای.....	۱۰۸
فصل پنجم: تسهیل بزهکاری و بزه دیدگی در کودکان با توسل به رسانه ها.....	
۵-۱- تفسیر لغوی و اصطلاحی تحریک.....	۱۱۰
۵-۲- مصداق شناسی تحریکات رسانه ای.....	۱۱۲

- ۱۱۳-۱-۲-۵- اشاعه الگوهای تبلیغاتی انحراف آمیز.....
- ۱۱۴-۲-۲-۵- تبلیغات تجاری و تأثیر آن بر کودکان.....
- ۱۱۵-۳-۲-۵- تبلیغات مذهبی و تأثیر آن بر کودکان.....
- ۱۱۶-۴-۲-۵- عدم امکان تطبیق مضامین رسانه ای با وضعیت کودکان.....
- ۱۱۸-۵-۲-۵- عارضه بلوغ زودرس در کودکان.....
- ۱۲۱-۶-۲-۵- اختلالات پنداری.....
- ۱۲۲-۷-۲-۵- روان گسیختگی و تأثیر آن بر کودکان.....
- ۱۲۳-۸-۲-۵- اختلالات خلقی و تأثیر آن بر کودکان.....
- ۱۲۴-۹-۲-۵- انحراف در فرهنگ پذیری کودکان.....
- ۱۲۷-۱۰-۲-۵- ایجاد حس بزرگ بینی در کودکان و ملاک ارزیابی آن.....
- ۱۳۰-۱-۲-۵- ایجاد زمینه خشونت رسانه ای و تأثیر آن بر کودکان.....
- ۱۳۲-۳-۵- نقش رسانه های دیداری در تسهیل بزهکاری و بزه دیدگی در کودکان.....
- ۱۳۳-۱-۲-۵- نقش رسانه های دیداری در بزهکاری و بزه دیدگی کودکان.....

فصل ششم: نقش رسانه های دیداری در بستر سازی بزهکاری و بزه دیدگی

- ۱۳۵- دیدگی در کودکان.....
- ۱۳۶-۱-۶- کارکردهای تلویزیون و تأثیر آن بر کودکان.....
- ۱۳۶-۱-۱-۶- ایدئولوژی حاکم بر تلویزیون و تأثیر آن بر کودکان.....
- ۱۳۷-۲-۱-۶- قابلیت های تلویزیون بر کودکان.....
- ۱۳۸-۳-۱-۶- تبلیغات تلویزیونی و تأثیر آن بر کودکان.....
- ۱۳۹-۴-۱-۶- تلویزیون و تأثیر آن بر روابط بین کودکان خانواده همسالان.....
- ۱۴۰-۵-۱-۶- تأثیر خشونت بر بزهکاری و بزه دیدگی بر تلویزیون.....
- ۱۴۳-۲-۶- تدابیر مقابله با کارکردهای منفی تلویزیون.....
- ۱۴۵-۳-۶- نقش سینما و تأثیر آن بر بزهکاری و بزه دیدگی کودکان.....
- ۱۴۵-۱-۳-۶- مقایسه بین سینما و تئاتر.....
- ۱۴۷-۲-۳-۶- مقایسه بین سینما و تلویزیون.....
- ۱۵۰-۳-۳-۶- تأثیر فیلم سینمایی بر کودکان.....
- ۱۵۱-۴-۶- نقش بازی های رایانه ای بر کودکان.....

۱-۴-۶- چالش طلبی موجود در بازی های رایانه ای و تأثیر آن	
بر کودکان	۱۵۲
۲-۴-۶- مشکلات اجتماعی عمده بازی های رایانه ای بر کودکان	۱۵۴
۵-۶- تأثیرات مثبت و منفی بازی های رایانه ای بر کودکان	۱۵۵
۱-۵-۶- نقش بازی های رایانه ای در بستر سازی بزهکاری و بزه	
دیدگی در کودکان	۱۵۷
۶- تأثیر ماهواره بر خانواده و کودکان	۱۶۰
۱-۶-۶- آسیب شناسی استفاده از ماهواره	۱۶۱
۲-۶-۶- پیامدهای شیطانی	۱۶۱
۳-۶-۶- بجران گذار در خانواده ایرانی و تأثیر آن بر کودکان	۱۶۳
۴-۶-۶- تأثیر ماهواره بر بزهکاری و بزه دیدگی خانواده و کودکان	۱۶۶
نتیجه گیری و پیشنهادها	۱۷۱
منابع و مأخذ	۱۷۸

درآمد

بیاری از دانش پژوهان، متفکران و مصلحان اجتماعی، عصر حاضر را با نام‌های متفاوتی چون عصر تکنیک، عصر ارتباطات، دهکده جهانی و رهبری از راه دور نامیده‌اند. البته رهبری از راه دور نه تنها در مورد ماهواره‌ها و فضاپیماها صادق است، بلکه هدایت از مسافت دور به وسیله رسانه‌های دیداری در مورد انسان نیز صحت می‌کند. تا قرن بیستم رهبری و ارشاد انسان براساس ارتباط بود، در صورتی که در حال حاضر ارتباطات یک طرفه و از راه دور صورت می‌گیرد به طوری که بین شونده بگوینده یا بهتر بگوییم بین مؤثر و متأثر به طور نسبی فاصله زیادی وجود دارد. برخی معتقدند رسانه‌های دیداری دارای چنان قدرتی هستند که می‌توانند نسلی تازه را در تاریخ بشر به وجود آورند، نسلی که با نسل‌های پیشین متفاوت است. تحقیقات انجام شده در شهر تهران حاکی از آن است که بیشتر تماشاگران این رسانه‌ها کودکان زیر ۱۵ سال و بعد از آن بانوان خانه دار و سپس جوانان بالای ۱۵ سال هستند. امروزه بررسی اثرات این وسایل از پیچیده‌ترین مباحث انحرافات اجتماعی است. به همین دلیل جامعه‌شناسان در صحت نتایج و پژوهش‌هایی از این قبیل تردید نشان می‌دهند. البته به خاطر تأثیر انکارناپذیر رسانه‌های دیداری در امور فرهنگی-سازي، القاء عقیده و غیره در زمینه اثر این وسایل در رفتار انسان تحقیقات به عمل آمده است، هر چند تحقیقاتی که بتواند اثرات تلویزیون، سینما، بازی‌های رایانه‌ای و ماهواره را در انحراف و بزهکاری و بزه‌دیدی کودکان در کشور ثابت کند بسیار اندک است.

کودکان ما امروزه در خانه‌ای پا به دنیا می‌گذارند که رسانه‌های دیداری در آن به طور میانگین هفت تا هشت ساعت در روز روشن است و کودکان دیگر بیش از آنکه از مادر بزرگ‌ها داستان و از پدر بزرگ‌ها خاطره بشنوند این رسانه‌ها

هستند که داستان‌های مربوط به انسان‌ها، زندگی و ارزش‌های آن را برای ایشان بیان می‌کنند.

رسانه‌های دیداری، امروزه به عنوان عمومی‌ترین و پرمخاطب‌ترین رسانه جمعی، سهم عمده‌ای در آموزش و تأثیرگذاری مستقیم و غیر مستقیم بر فرهنگ و روح و روان جمعی دارند. تأثیر پذیری اکثریت خاموش جامعه از تلویزیون، ماهواره و دیگر رسانه‌های دیداری بسیاری از اوقات فراغت کشورهای جهان سوم را با بحران فرهنگی روبرو کرده است به طوری که رسانه‌های دیداری هر روز تسلط بیشتری می‌یابند و باید نگران آثار مخرب این برنامه‌ها بر کودکان و خانواده‌های خود باشیم. این حق ماست و می‌بایستی عکس عمل نکنیم، اگر چه این رسانه‌ها فی نفسه مطرود نیستند؛ اما برنامه‌ها، محتوا، روش‌ها، جمع زیانبار بوده‌اند. در غرب به نوعی و در شرق به شکلی دیگر خطر، بر گونه برنامه‌های مخرب و منحط احساس می‌شود.

متأسفانه ما فرزندان این رسانه‌ها تربیت می‌کنیم، وقتی می‌خواهیم آنان را ساکت کنیم برای آنکه ویزیون روشن می‌کنیم و یا آنان را به تماشای برنامه‌هایی که خودمان هم نمی‌دانیم هستند دعوت می‌کنیم. خودمان هم عادت کرده‌ایم به آنچه پخش می‌شود فقط خیره شویم و نگاه کنیم. بشر با تولید، نیازمند به شناخت دنیای اطراف خود است و انتقال فرهنگ و روحیه مدنی می‌تواند به صورتی سالم و سازنده انجام گیرد اما به نظر می‌رسد رسانه‌های دیداری یک مانع اصلی بر سر راه رسیدن به دنیای بهتر است. بنابراین ما بایستی از آثار سوء این جعبه‌های جادویی آگاه شویم و در ارتباط با آنها مسئولیت خود را بپذیریم.

رسانه‌های دیداری می‌توانند دارای اثرات کاملاً مخرب باشند یا به صورت ابزار مفیدی در خدمت تعلیم و تربیت در آیند، ولی برای رسیدن به این هدف مفید باید هزینه و نظارت بسیار جدی انجام گیرد. البته ساخت برنامه‌های با ارزش وقت بیشتر و تخصص بالاتری لازم دارد. البته نمی‌توان کودکان را برای زمانی که در مقابل این رسانه‌ها صرف می‌کنند سرزنش کرد و اینکه آنها

تقصیری ندارند که اطلاعات را به صورت دگرگون شده دریافت کنند. جان کندری می‌گوید: قرار نیست که تلویزیون از بین برود. از سویی خیلی کم احتمال دارد که تلویزیون فضای مناسبی را برای اجتماعی کردن کودکان ایجاد کند.

در گذشته کودکان ناظر فعالیت بزرگترها بودند و آنچه را خانواده طی یک نسل به آنان آموخته بود الگویی برای نسل آینده می‌شد. اما اکنون باید دریابیم که کودکان از محیط اطراف خود چه چیزهایی را فرا می‌گیرند؟ عواملی که محیط اطراف آنان را می‌سازد چه نام دارد؟ و رسانه دیداری به عنوان یکی از این عوامل به نقش ایفاء می‌کند و چه باید بکند؟

انگیزه کودکان از بستن در پای رسانه‌های دیداری با خواست بزرگترها فرق دارد. بزرگترها به ادراک خود از جهان برای سرگرمی به تماشای این رسانه‌ها می‌پردازند، ولی کودکان خود را به خاطر اینکه طالب سرگرمی هستند غالباً برای فهمیدن دنیای اطراف به رسانه‌های دیداری می‌نگرند. بزرگترها معمولاً اهمیت کمتری برای رسانه‌ها قایل هستند و به آن با یک ساک باوری آگاهانه نگاه می‌کنند. تبلیغات این رسانه‌ها روی شخصیت کودکان، باورهای کودکان و اعمال کودکان به شدت مؤثر می‌افتد. معمولاً کودکان از دو سالگی تماشای فیلمهای کارتون را شروع و تقریباً در ۶ سالگی به تماشای تلویزیون و برنامه‌های کارتون ماهواره که سرشار از انحرافات است عادت می‌کنند. یعنی قبل از اینکه به مدرسه بروند با این نوع رسانه‌ها دوست می‌شوند.

به نظر می‌رسد ورود رسانه‌ها به عنوان معلم به اعتبار معلم و به عنوان پدیده بخشیده است یا دارای این چنین قدرتی است؛ زیرا امروزه دانش‌آوران در حالی قدم به مدرسه می‌گذارند که به شدت از تکنیک و اثرات روانی آنها متأثر شده‌اند و در حالی که مکانیسم تصویری و بصری این نوع رسانه‌ها ریشه در اعماق آنان دوانده است، با سیستم کتاب و حروف چاپی وارد یک نزاع درونی و روانی می‌شوند که این درگیری قربانیان زیادی را می‌طلبد. کودکان و دانش‌آموزان که نمی‌توانند و یا نمی‌خواهند از طریق قرائت آموزش ببینند و یا اصولاً

توانایی خواندن را ندارند، نوآموزانی که قادر به درک تسلسل منطقی حتی یک پاراگراف نیستند و نمی‌توانند افکار خود را بر روی چند جمله مکتوب متمرکز کنند دیگر قادر نیستند بیش از چند دقیقه به بیان شفاهی معلم و یا یک سخنرانی توجه کنند و ارتباط منطقی جملات و مطالب را به خاطر بسپارند و یا فراگیرند.

کودکان بر خلاف بزرگسالان که با دیگر رسانه‌ها هم ارتباط دارند، بیشتر با رسانه‌های دیداری در ارتباط هستند. به عقیده پژوهشگران علت علاقه کودکان به رسانه‌های دیداری این است که به آنان امکان می‌دهد تا در ماجراهای پشت پرده زندگی کودکان خود رسوخ کنند و دنیا و مردم را بهتر بشناسند. وقتی کودکان ما به دنیا می‌آیند باید کار دشواری را انجام دهند و آن انطباق‌پذیری صحیح با دنیای بیرون است و این خانواده‌ها هستند که باید کودکان را برای این انطباق با دنیای بیرون آماده سازند. بنابراین وقتی کسی به کودکان کمک نمی‌کند که دنیای اطراف خود را بشناسند آنان دست به دامان این رسانه‌ها می‌شوند. زیرا در حال حاضر پدران و مادران وقت اینکه دنیای وسیع اطراف را به کودکان بیاموزند از دست داده‌اند و از سویی دیگر این رسانه‌ها برای کودکان دست یافتنی‌ترین دریچه به دنیای اطراف هستند. بنابراین رسانه‌های دیداری به کودک یک تصویر یا خیال دگرگون ارائه می‌دهند؛ زیرا در تلویزیون یا ماهواره بیننده بیشتر از آنچه می‌بیند تأثیر می‌پذیرد و این نگرانی در مورد کودکان و تأثیری که بر آنان می‌گذارد بیشتر وجود دارد.

حال در این تحقیق تأثیر رسانه‌های دیداری چون تله‌ویزیون، سینما، بازی‌های رایانه‌ای و ماهواره در بزهکاری و بزه دیدگی کودکان مورد بررسی قرار می‌گیرد.

مسئله بزهکاری و بزه دیدگی کودکان و نوجوانان از جمله مسائل بفرنج اجتماعی است که دنیای امروز را شدیداً به خود مشغول داشته است. بیش از یک قرن پیش یعنی از اواخر قرن نوزدهم ارتکاب جرم و جنایت از ناحیه کودکان و نوجوانان در کشورهای بزرگ صنعتی جلب توجه نموده است. از آن

هنگام تا کنون در ممالک مترقی جهان اکثر محققین، جامعه شناسان، جرم شناسان، روانشناسان، روان پزشکان و متخصصین تعلیم و تربیت برای یافتن راه حلی برای جلوگیری از بروز تبهکاری در میان کودکان و نوجوانان بوده‌اند. در حال حاضر در بسیاری از محافل رسانه‌ای، بزهکاری و بزه دیدگی کودکان و لزوم پیشگیری از آن به صورت بحث روز در آمده است. درباره علت افزایش بزهکاری و بزه دیدگی در روزگار ما عقاید مختلفی ابراز شده است. پاره ای از محققین، ردیاد جرم و جنایت را در جهان امروز از اختصاصات جوامع متمدن کنونی دانسته و معتقدند به همان نسبتی که بشر با تمام توان به سوی ترقی و تکامل صنعتی و مالی پیش تاخته و از معنویت دور می‌شود به همان نسبت نیز تبهکاری، قانون شکنی، بزهکاری و ارتکاب اعمال ضد اجتماعی در جوامع صنعتی گسترش یافته و از سکس و آرامش معنوی در این گونه اجتماعات کاسته می‌گردد (صلاحی، ۱۳۸۷، ۱۱، ۱۷).

بدون شک یکی از علل افزایش بزهکاری و بزه دیدگی کودکان در دهه‌های اخیر را شاید بتوان رشد فراگیر رسانه‌های دیجیتال، همانند تلویزیون، ماهواره، اینترنت و سینما دانست. رسانه‌های دیداری از جمله رسانه‌های گروهی هستند که ضمن داشتن محاسن و مزایای فراوان آموزشی، هنری، تفریحی، آگاه‌سازی، عقیده، سازمان‌یابی، کسب مهارت، سرگرمی، تفریح و غیره به آموزش‌های اجتماعی را نیز به همراه دارند. برخی از فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی مشوق فرار از خانه هستند. روحیه استقلال طلبی غیرمنطقی در سنین کودکی، تنوع طلبی، عدم رعایت احترام نسبت به والدین، پرخاشگری نسبت به بزرگترها، ترویج فرزند سالاری، مادی گرایی و حتی نمایش فرار جمعی از جوانان بدون نمایش صحیح پشیمانی و ندامت آنها می‌تواند در شیوع این پدیده موثر باشد (صلاحی، ۱۳۸۷، ۱۷).

رسانه‌های دیداری جزء وسایل ارتباطی محسوب می‌شوند که در آنها در اکثر اوقات ارتباط یک طرفه آن هم از سوی کارگردان به سوی مصرف‌کننده شکل می‌گیرد و این کارگردان است که قادر است آنچه را که خود خواهان آن

است در اختیار مصرف‌کننده قرار دهد. در ارتباطات دیداری به جای دیالوگ (گفتگوی دوطرفه) یک حالت مونولوگ (گفتگوی یک طرفه) وجود دارد. این رسانه‌ها معمولاً ارزش‌های کلان جامعه و جنبه‌های هنری خرده فرهنگ‌ها را به مردم عرضه می‌دارند. مثلاً در فیلم‌ها تأکید روی ارزش‌های کلان چون میهن دوستی، وظایف افراد به عنوان پدر، مادر، فرزند، شوهر یا مسائل دینی است. الگوهای خرده فرهنگ مانند تبلیغات تجاری، مقررات و آیین‌های گروهی قشر خاص از طریق رسانه‌های دیداری به اعضای جامعه کلان منتقل می‌شود. پسر و جوان، زن و مرد به طور پیوسته تحت تأثیر تصاویر و گفتار برنامه‌های سینمایی و تلویزیونی قرار می‌گیرند. روزانه صدها فیلم مملو از اعمال خشن پر از فساد و ناپاکی در مقابل چشمان مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد و تأثیرات خود را بر روی رفتار، کردار، پندار و عواطف مصرف‌کنندگان می‌گذارد. این وسایل ارتباط جمعی جدی ابزاری بس نیرومندند که می‌توان از آنها در راه خیر و شر با تأثیری سگرفه سودمند و چنانچه کنترل مطلوب وجود نداشته باشد امکان استفاده از این وسایل در راه شر بیشتر از خیر است (ستوده ۱۳۷۳، ۲۰۳).

در حال حاضر تقریباً در تمام کشورها به ویژه کشورهای در حال رشد تعداد نسل جوان بیشتر و دلبستگی آنان به رسانه‌های دیداری فزون تر می‌شود. همانگونه که قبلاً نیز اشاره گردید تحقیقات انجام شده در شهر تهران حاکی از آن است که بیشتر تماشا کنندگان تلویزیونی که کارشان زیر ۱۵ سال و بعد از آنان بانوان خانه دار و سپس جوانان بیشتر از ۱۵ سال هستند که نشان دهنده علاقه زیاد کودکان به رسانه‌های دیداری می‌باشد (شیخاوی ۱۳۷۲، ۳۴۳).