

# **השימוש בהסברה ובפרסום בכלים התקשורתיים במניעת פשיעה ובעמידה קורבנות סגן-ניצב רות גבע**

היחידה לשיטור קהילתי, משטרת-ישראל

## **ר ק ע**

השימוש באמצעותי הסברה ובפרסום לקידום פעילות מניעתית מכל הסוגים הפך לכלי שכיח ביותר בעולם כולו, בעיקר בתחום החברתי ובתחום הבריאותי. מטרות השימוש בכלים התקשורתיים ובפרסום ציבורי הן שתיים:

- א.** העלאת מודעות הציבור לתופעה, כדי להכינה לישום בשלב האקטיבי יותר: למשל, לҚراғат Қиной қоқ, Қрағат Ғәүиләттә Ақыфатты. או-או הציבור қабыл ат "ғәүірдә" беторға мөшкелт қоғар.
- б.** רתימת הציבור לפעולות עצמה: למשל, להתרדבות, לעשייה מניעתית קבוצתית או פרטנית, להימנע מהתנהגות הגוררת סיכון והפגיעה ומניעת פעילות עברינית. ראוי לציין, כי שתי מטרות אלה משיקות זו לזו ושלובות אחת בשנייה.

## **התפתחות השימוש בהסברה לציבור**

במאמר נתמקד בהתקפות של ההסברה למניעת פשיעה, כפי שהיא משתקפת בעשייה בעשורים השניים האחרונים בארץ ותורן מתן דגש לארה"ב, לקנדה ולאנגליה. בעקבות המחקר שנעשה בעולם בתחום זה, נמליץ על פעילות שכדי לישמן גם בישראל.

\* \*

בשנות ה-60 וה-70 ההסברה למניעת פשיעה התמקדה בעיקר בהעברת מידע לציבור על אמצעי מגוון נדרשים לצורך מניעת עבירות רכוש כגון פריצות וגניבות. בתקופה זו, הפנתה גם המשטרה את רוב מאמצי המנעה בתחום עבירות הרכוש. מחקרים רבים הוכחו, כי ניתן למנוע פשיעה מסווג זה על ידי "הקשחתה היעדר" – גרים מהליין לעבריין לבצע את זמנו. בכך, הסיכון להיתפס יגדל והדווח הכספי לעבריין – יקטן. (Eck and Weisburd, 1995; Clarke, 1992; Hough and Marshall, 1995)

מחקרים שונים, שבחנו את מידת המניעה שנגרמה בעקבות התקנת אמצעי-מיגון ואטרעה (מנעולים, אזעקות וכו') או על ידי התנהגות מניעתית, הראו, כי אכן אמצעים ושיטות אלה פועלם בצורה יעילה (Mayhew, Clarke and Hough, 1992; Eck and Spelman, 1995; Eck and Spelman, 1995). למשל - פריצות לבטים קטנים בעקבות התקנת מנעולי דלתות וחלונות טובים יותר; לגבי גניבות רכב, מספרן קטן בעקבות התקנת מנעול הגה; מקרי שוד בתהנות דלק אירעו פחות בעקבות אי-אחזקה כסף בкопות. (גבע 1992).

בעקבות כך, המשטרה וגורמים ממשלתיים ומוסחריים כאחד הפנו את רוב רובו של המאמץ הפרסומי והסבירתי לדרבון האורח להתקנת אמצעי מיגון ולהתנהגות בצורה שתקטין את סיכון להיפגע. אך הסברה מסווג זה, אשר מופנית לקהיל הרחוב, לא הוכיחה את יעילותה באופן חד משמעי. אמנם, אנשים הפנים את היוזץ שניתן להם, אך כאשר התקנת האמצעים הייתה כרוכה בטרדה, בהשקעת כסף וזמן, ובמיוחד כאשר האדם עדין לא נפל קורבן לעבירה, לעיתים לא הייתה להסברת השפעה מעבר להשגת מודעות בחינויות המיגון. דהיינו, הם הבינו והאמינו, שהאמצעים אכן יכולים למנוע קורבנות, אך הם לא פעלו על פי המלצות אלו (Sacco and Silverman, 1981).

גם כshedobar בסכנת חיים של ממש (למשל, בקשר להתנהגות מניעתית בכבישים או שימוש בחגורות בטיחות) – הסברה לא תמיד הובילה להתנהגות מניעתית (Hagenzieker, 1991).

עם זאת, כאשר אדם כבר נפל קורבן לפועלות עבריות, הפחד שהדבר עורר בו, גרד עמו לעיתים קרובות שינוי בהתנהגות לכיוון הרצוי (למשל התקנת אמצעי מיגון ואזעקות לאחר פריצה לדירה). במקרים אלו, הקורבן מבקש יוזץ והסבירה מוגדר מוסמך או מבעל מקצוע, אשר נתפס אצלו כגורם מהימן או שיש בידו ידע רלוונטי. במקרה כזה, חומר הסברה זמין, המתפרש על-ידי המשטרה, יכול להיות לו עוזר.

לכן, המשטרות החלו להתמקד יותר ויוצרו בתנאי יעוץ לקבוצות אלו ולקבוצות שב███ן גבוחה ליפול בקרבן לעבריות. בכלל, המשטרות והעסקים במניעת פשיעה השיכלו להבין, כי אחוז ניכר מהנפגעים מהווים קבוצה של "קורבנות-חוורת", בגלל מגוון סיבות חברתיות, גיאוגרפיות ואחרות (Farrell and Pease, 1993; O'Keefe, 1986).

## העלאת מודעות הציבור

במשך שנות ה-80 הובן על-ידי העוסקים במניעת פשיעה, כי נחוץ ראשית להעלות את המודעות של האזרחים לבעה כפוגעת במרקם החברתי, לפני שהם יפעלו למניעתה. גישה זו התזקקה במיוחד עם הפעולות הולכת וגוברת בתחום הסמים, כאשר ההסברה מתמקדה בעיקר בשימושים בסמים או בקרוביים לשימושים (הורמים של ילדים, למשל). גישה זו הועתקה מהפעולות ההסברתיות-מניעתיות הרבה שנעשתה במשך שנים רבות בנושא בריאות הציבור, לצורך מניעת מחלות.

למרות הקושי הרב בשכנוע אנשים לسان לעצם התנהגות מניעתית מתמשכת, כאשר התגמול המיידי איננו מוחשי, פעילות זו עדין נשאה פרי בהצלחה מרובה. דוגמא לכך היא צחצוח שניינים או קבלת זריות חיסון למחלות (Rogers and Store, 1997). עם זאת, ניתן לראות, כי למרות הפעולות הפרטומית לאורך שנים נגד עישון והסכנות הטമונות בכך, הפירסום הפוך – המראה את הצד "החיובי" שבעישון – עדין מטה את הקפ' לכיוון עידוד העישון.

האסטרטניה של גורמי המונעה הייתה, ועדין קיימת, כי ללא הירטמות של הקהילה לפעולות אקטיבית, לא יוכל לשכנע את הקורבנות או את העברייןנים לכיוון הרצוי. ראשית, היה נחוץ להגביר את המידע לציבור לגבי הסכנות הכרוכות בעברייןנות הספציפית. שיטה זו הופעלה במיוחד בכל הנוגע לשימוש לרעה בסמים, נהייה תחת השפעה של אלכוהול וסמים ואף לגבי התנהגויות מסוכנות פחות, כגון "סחיבת" סחרות מחנויות על-ידי בני-נווער והשחתת רכוש ציבורי (O'Keefe and Reid, 1990).

גישה זו של העלאת המודעות נמצאת במרכז הפעולות המוניעתיות גם היום, בשנות ה-90, כאשר מדובר בתופעות עברייןנות בלתי מדוחות כגון אלימות בין בני-זוג וככלפי ילדים. התעללות מינית ואונס.

במקרים אלו, פעילות מניעתית יכולה להתבצע רק אם הקורבן ידוע על היפגעותיו ויקבל עזרה, והעבריין יופנה למרכז טיפולית ואכיפה. לכן, הדגש בהסברת הינו על עידוד חשיפת המקרה, והפנייה לגורםים מסייעים ומטפלים.

## הגברת החששות

החשש מפגיעה מהויה חלק מרכזי והכרחי בהגנת האדם להתנהגות מונעת. בעיה מרכזית בכל ממצאים ההסברת, ובמיוחד אלה המופנים כלפי קבוצות הנתפסות כחולשות

יתר, כגון ילדים וקשיישים, הינה הסכנה הטמונה בהגברת הפחד מעבר לרצוי ובחידורו. מחד, אם מציגים את התופעה בצורה מוגזמת, אנו עלולים להגביר את הפחד של קבוצות אלו, עד כדי שיתוק מכל פעולה שהיא. מחקרים, שעסקו בהשפעת הפחד על פעילות, הראו, כי לעיתים הדבר מוביל לשיתוק ולהימנעות מעשיה. אם תוקנן ההסברה, ועל-ידי כך גם הפחד מהפישה, יתכן שהדבר יוביל להסתగות בבית: הקשיישים חוששים פן יפגעו ברחוב או לחילופין, יפגעו ברכושים אם יצאו מביתם (אמיר וברגמן, 1998). אולם, הצגת התופעה במדידה האמיתית יכולה, לעיתים, גם להביא לשאנות בלתי רצiosa בקשר קבוצה, שנפגעת בצורה מועטה יותר מקבוצות אחרות באוכלוסייה. למשל, ברוב המדינות, קשיישים פגיעים פחות באופן יחסית למספרם באוכלוסייה הכללית, מאשר קבוצות אחרות. עם זאת, הם חוששים יותר להיפגע מפשישה בגלל פגיעותם היחסית הנבואה (חולשה פיזית, חוסר מובייליות). אם תוכג התופעה בהיקפה האמיתית, הדבר יכול להביא להפחחת חששותיהם מהיפגעות, והם עלולים לחדר מפעילות המנייעת או להפחיתה. נחוץ, אם כן, הגיעו למצב, שבדומה להסבירה שנעשתה לאורך השנים בקשר להיגינה ולמניעת מחלות, האוכלוסייה תהיה מודעת להנתಗות מניעתית, ותפעל על-פי מה שנלמד, ולא תהיה משותקת מפניו, ותחדר מעשית פעלויות יום יומיות.

**מיציאת "שביל הזהב"** בהסברה, יכולה להתבצע אם עורכים בדיקות מקדיימות בעזרת "קבוצות-מיקוד", כדי לבחון את ההשפעה של המידע המועבר.

### פעלויות מניעת קהילתית

בשנות ה-90, עם הבנה הולכת וגוברת בכוחה של הקהילה לתרום לפעלויות מניעתית מערכית, הופנתה ההסברה לאפיקים נוספים. לא רק יעוז למיגון, ולא רק חשיפה התופעה והסכנות הנובעות ממנה, אלא מעבר לשלב של רתימת הקהילה לפעלויות מניעתית כולנית (Laycock and Tilly, 1996).

הדבר מתבטא במיוחד בפניה לציבור להירטם לפעלויות קהילתית כגון ה策טרפות ל"משמר השכונות" (סירות ופעילות שכונתיות מניעתיות אחרות), לפעול במסגרת מודלים של שותפות קהילה, ולשתף פעולה עם המשטרה ועם גורמי אכיפת ומניעה אחרים, לצורך העברת מידע, היכול למנוע פשישה. למשל, הוגברת ההסברה והפניה בכלים התקשורתיים לסוגיהם בבקשת מהציבור להעביר מידע על פשישה, שהתבצעה או העומדת להתבצע במסגרת תכניות כ"בשידור חוקר", תוך הקמת מוקדים טלפוןניים מיוחדים לצרכים אלו. (Rosenbaum, Lurigion, Lavrakas, 1986)

## מרכיבים עילים

אין זה מקום לסקור את הספרות העניפה בתחום זה ואת המחקר הרב שנעשה לאורך שנים על האפקטיביות של ההסברה בכלל. עם זאת, יש להזכיר, כי כדי לבנות מסע הסברה אפקטיבי, יש מקום לקחת בחשבון את האלמנטים הבאים: זיהוי קהל היעד ופילוחו; איבחון הידע הקיים של קהל והרעות שלו לגבי הנושא הספציפי; לימוד לעומק של התנהגות הקיימת של קהל היעד; בניית מסר התואם את התרבות ואת השפה של קהל היעד; בחינת מידת חשיפתו של קהל היעד לאמצעי, שעמו מתכוונים להעביר את ההסברה; תכנון המסר כדי שיבן כראוי (בעזרת שימוש בקבוצות מיקוד, ריאיונות והערכה לפני הפצתו; בניית תוכנית לחיזוק התנהגות הרצiosa).

במאמר זה נתמקד במרכיבים שהוכחו כיעילים בתחום מניעת קורבנות לפעולות עבריינית (McGuire, 1974; Roger 1983).

נראה, ששילוב של אלמנט הסברתי אחד, כגון הכלב האמריקאי "מק-גרף" כדוגמת מרכזיות, המככbat בכל אמצעי ההסברה, הייעוץ והמניעה, מאפשרת להקל הרחב להודאות עמו, ולהרגיש מחויבות ושיכות לאמצעי ההסברה. אך אין זה מספיק.

חשוב לשמר על אמון הציבור כלפי המידע המועבר לו באמצעות מסע ההסברה, ולקבוע אלמנט אחד, כדוגמת שמוזה ככבלת ידע וסמכות, ושניתן לשמור עליה. עם זאת, נחוץ גם לשמר על עניין על-ידי שניי בדגשים, הפתעות ואלמנטים המותאים לקהל הרחב. מסע ההסברה הנמשכים לאורך שנים, חייבים לחזור על מסרים, כדי להביא להטמעתם במידה הרצiosa, אך גם לשמר תמיד על עניין ועל גיוון. (Saatchi and Saatchi, 1990; O'Keefe et al., 1993; O'Keefe, 1986)

מחקרים העריכה, שבדקו את הייעילות של מבצעים אלו מצאו, כי "התקפה" מסיבית על הציבור באמצעות ההסברה בכל כלי התקשורות (טלוויזיה, רדיו, עיתונות, דפסאות, שלטי-רחוב) מביאה למודעות האוכלוסייה לייעוץ. חלק ניכר מהאוכלוסייה (25% במחקר האמריקאי משנת 1984), משנה את התנהגוו לכיוון הרצוי, עקב הייעוץ שקיבל באמצעות כלים הסברתיים אלו. (Sacco and Silverman, 1981)

עם זאת, אין זה קל להעריך את יעילותם של אמצעים אלה, מכיוון שקשה לבדוק את ההשפעה על אמצעי ההסברה משאר הפעולות שנעשית.

באנגליה, למשל, חלה ירידת משמעותית בగינויות כל-רכיב בשנתיים לאחררונות (Brown and Billing, 1996). בתקופה זו, נערך מסע ההסברה מסיבי בכל אמצעי התקשורות בנושא

מניעת גניבות רכב. מכיוון שהפעילות המնיעתית לא רק הדרישה התנהגות מנייעתית ע"י בעלי הרכב (למשל נעלית חלונות, התקנת אזעקה ומנגולים אינטימיים יותר וכיוצא ב'), אלא גם נעשתה פניה לייצרני הרכב להגבר את המיגון הקיים בשלב ייצור הרכב, קשה להעיר מה השפעתה של פעילות ההסברתית שנעשתה.

אמנם, ללא הסברה לציבור, אשר חשפה בפני קוני הרכב אלו כלפי רכב פגעים יותר, ברור הוא, שייצרני הרכב לא היו נרתמים לשיפור המיגון בכלל-הרכב שלהם. הם ראו בכך אמצעי להגבר את המכירות של רכבייהם. אך נראה, שככל האמצעים פעלו ייחדיו, לצמצום גניבות הרכב ולא רק אמצעי הפרטום.

השאלה הנשאלת היא, איזה חלק יכול ליזוף לעצמה ההסברת, במלול האמצעים ודרכי המנעה שיטשו. קשה מודר היה לבדוק את השפעתם של אמצעי ההסברת על הציבור בפועל מעין זה, כמו גם במקרים רבים אחרים שהתקיימו ברחובות העולם.

(O'Keefe et al., 1993)

### מבוצעי הסברת בישראל

בישראל כמעט שלא נעשה מחקר הערכה לגבי הסברת, הקשורה לפעולות מניעתית בתחום העבריינות והקורנות.

אמנם, הסברת כזו קיימת לרוב באופן ספוראי, והשימוש בה, ביוזמת המשטרה בשנות ה-80 בעיקר, היה רב יחסית. כאמור, בשנים אלו התרcosa הסברת, כמו בעולם כולו, במיגון-והתנהגות מניעתית בכל הקשור לפריצות ולגניבות (ראה דוחות שנתיים משטרת-ישראל 1980-1990).

בנוסף, נעשתה הסברת מסיבית לקהל הרחב בתשדרי שירות בטלוויזיה, בעזרת כרזות באוטובוסים ושלטי חוץ בעירם, בנוגע להגברת העירנות לגבי חפצים, החשודים כאמצעי חבלה (גביע, 1992). סכנת החיים ואירועים אמיתיים שטוקרו בכל אמצעי התקשורת, חידדו את הסברת היוזמה, ונתנו לה משנה תוקף.

בסקר שנערך בשנת 1986, נבדקה החשיפה של האזרחים הצופים בטלוויזיה לתשדררים שונים, וביניהם גם לתשדר על "זהירות מהפץ חדש". 62% מהילדים ו-45% מהמבוגרים שרוואינו, ראו וזכרו תשדררים אלו (לוינסון, 1986).

אך מעבר לסקר זה, ולמבצע שכונתי אחד שנעשה בשכונות בית-הכרם בירושלים (גביע וישראל, 1980), לא נחקרה ההשפעה, שהייתה לאמצעי הסברת שהופצו באותה שנה על-

ידי המשטרה בנושא מיגון והתנהגות מניעתית. במבצע השכונתי בבית-הכרם, שנערך במשר מספר חדשים, תוך הפצת אמצעי הסברה מגוונים, 59% מהאוכלוסייה אכן ידעו על המבצע ו-38% העידו, כי שינו את התנהגותם בעקבות הייעוץ שניתן להם. בהשוואה למבצעים דומים שנעשו בעולם ולמחקר ולהערכתם לגבייהם בארא"ב, באנגליה ובחולנד, Achouz השינוי בתנהגות בעקבות הסברה זו היה גדול יחסית. (William and Pate, 1987; Lavrakas, 1985).

הרשوت למלחמה בסמים ערכت בשנת 1989 מבצעי הסברה ופרסום בנושא מניעת השימוש בסמים. מבצעים מקומיים מתוגברים על-ידי מבצע רחב היקף פעם בשנה, במהלך "יום הסמים הבינלאומי", שבו כל אמצעי התקשרות נרתמים לעיריכת כתבות והפצת מידע על מגוון רחב של בעיות הקשורות לשימוש ולסחר בסמים.

מחקרים העדכניים על אפקטיביות של ימי חשיפה אלו הראה, כי אכן ישנה השפעה בשינוי עמדות לכיוון הרצוי (רוןאל, 1990; בר-המברגר, 1991; לוי, 1990).

גם בנושא שתית אלכוהול והנזקים הנגרמים ע"י שתיה מופרזת, השתמשה האגודה למניעת אלכוהוליזם בישראל בהסברת מגוונת.

ההסברת משלבת "תגובה רגשית, פחד והגיוון גם יחד" (ויס, 1997, עמ' 47), כאשר לכל קהל יעד הותאמת ההסברת על פי האפיונים המיוחדים שלו (למשל, לאוכלוסית עולים מרוסיה הוצג בקבוק וודקה, שהינו המשקה החריף הנפוץ בקרבם, לatoiופים - בקבוק בירה). הפרסום הוצג בכרצות ובDEPTHOT. החלוקה, גם כן, נעשתה במקומות שבהם שווחות הקבוצות השונות (מרכזי קליטה), בבתי-ספר, בסדראות הורים ובהשתלמויות של אנשי מקצוע.

למרות שעיל הספר נראה, כי החומר היה אפקטיבי בהעברת מסר, ואף זכה לפרסים להסביר ולהינוק בתחום זה, החוקרת מדגישה, שלא נעשה מחקר בדבר מידת האפקטיביות של חומר זה על קהל היעד, מבחינת שינוי הרגלי שתיה (ויס, 1997, עמ' 48).

תחום נוסף שבו נעשה מאיץ הסברה רחב היקף לאורך שנים הינו זה הקשור למניעת תאונות-דרכים ונחיתה זהירה. מבצעים כמו "אל תהיה צודק, היה חכם", שנערך על-ידי משרד התחבורה, לא לווה על-ידי מחקר הערכה, למטרות השקעה מסיבית בפרסום, בהצבת דוכנים ובאיושם לצורך החתמת הציבור על אمنות, מתוך תעוזות וכו'. כדי להזכיר, כי קשה מאד לבדוק את ההשפעה של הפרסום על התנהגות הנהגים ועל הולכי הרגל, בהתחשב בעובדה, שנושא מניעת תאונות-דרכים נמצא על סדר היום הציבורי והתקשורתי ללא הפסיק וזה שנים רבות.

## המלצות ליישום

חפץ, שבחן את היעילות של מסע הסברת, מראה, כי נחוץ לשם דגש על הסברת חסכנות לקבוצות סיון ולאורי סיון. אלה, יכולים להוביל לפעולות מניעתיות מכל חסוגים: מפעולות פרטנית למיגון ולהקטנת הסיכון לפגיעה ועד לפעולות חברתיות מגוונות, כגון השתפות בסדנאות למניעת אלימות ופעולות שכונתית ועירונית רחבה היקף. עם זאת, רמת פחד גבוהה יכולה להוביל לחוסר מעורבות. ולכן, ההסברת צריכה לפעול להפחית הפחד מפגיעה, תוך מתן מידע, כיצד ניתן לאו סיכון עצמי מיותר (Winkel, 1984).

בתגובה לתופעה מסוימת, נדרש ליצור את האפשרות המערכתית לפעולות מניעתיות ולא רק שיטות מיגון או פעולות פרטנית. נדרש לפעול תוך מתן מידע מגוון לגבי פעולות רב-תחומית, למירב האנשים, היכולים להירותם לפעולות מניעתיות, על פי יכולתם וכישורייהם (Laycock and Tilley, 1996).

המידע המתייחס לתופעה, חייב להיות מكيف, ככל הניצן, ולכלול הן מידע על היקף התופעה, והן לגבי שיטות הביצוע או המնיעים של העברין בביוזמה, ולהתמודד מושך ומהימן מקור מקצועי, המסוגל לקבל החלטות, וה מבוסס על סמך ניתוח התופעה. ההסברת האפקטיבית ביותר, המביאה למירב הפעולות, הינה זו המופצת בתוך הקהילה, ומפתחת רגשי אחריות בין היחידים בקהילה וככלפי השכונה עצמה. ככל שהפרטים בקהילה מרגשים שייכות לשכונה, הם יהיו מוכנים להירותם לפעולות מניעתיות, על-פי הייעוץ שניתן להם.

בנוסף, נמצא, כי "מתקפת" הסברת לאורך זמן, בכל אמצעי התקשרות האפשריים, תוקן שימוש במוטיב דמות או קישור גראפי או תוכני אחר אחד, יכול להוביל לקבלת המסרים בצורה טובה יותר. עם זאת, נדרש לגוון את אמצעי ההסברת, כדי לשמור על עניין הציבור, ולהתאים לקבוצות תרבותיות ולגילאים שונים.

מכיוון ששימוש במסע הסברת רחבי היקף הינו אמצעי שכיח ביותר אך גם עתיק משאבים, יש להשתמש בכליו זה בצורה חסכונית ויעילה, המצדיקה את העליות הגבוהות. מומלץ, ללמידה את המסקנות ואת המלצות מהחוקרים שנעשו בעולם, ולישם אותם גם בישראל.

## ביבליוגרפיה

- אמיר מ. וברגמן, ש. (1982), קורבנות קשיים - סקר אנלייטי של ספרות מחקרית, מכון ברוקרייל, הג'זינט, ירושלים.
- בר-המברגר, ר. (1990), "שימוש ועמדות כלפי שימוש בסמים", ידיעון הרשות למלחמה בסמים, מס' 6.
- גבע ר. וישראל א. (1980), מבצע מניעת התפרצויות, משטרת-ישראל.
- גבע ר. (1992), אסטרטגיית למניעת פשיעה, משרד המשטרה, ירושלים.
- ישראל ע. (1997), שיטור ותקשור - מורה דרך על משטרת ותקשורת, מה"ד ויש"ק, משטרת-ישראל.
- לוי ש. (1990), מודעות לבניית הסמים בישראל, מכון גוטמן למחקר חברתי שימושי, ירושלים.
- לוינסון ח. (1986), עמדות והערכות כלפי המשטרה והמשמר האזרחי וחסיפה לתשדרי שירות של המשטרה, מכון ישראל למחקר חברתי שימושי, ירושלים.
- ויס, ש. (1997), "אלכוהול ואלימות בחומר הסבירה" מתוך: מיכאל, נ., נאור א., אלכוהול ואלימות, עמותת "אפר", משרד העבודה והרווחה, עמ' 41-48.
- רונאל נ. (1990), משמעות הסבירה נגד השימוש לרעה בסמים, הוצאת פפירות, תל-אביב.
- Backer T.E., Rogers E.M. and Sorpore P. (1992), Designing Health.
- Brown R. and Billing N. (1996), Tackling Car Crime, Crime Detection and Prevention Series, Paper 71, Police Research Group, Crown Copyright, UK.
- Clarke R.V. (ed.) (1992), Situational Crime Prevention: Successful Case Studies, Harrow and Heston, Albany, NY.
- Eck J. and Spelman W., "Thefts from vehicles in shipyard parking lots", in : Clarke R.V. (ed.) (1992), Situational Crime Prevention: Successful Case Studies, Harrow and Heston, Albany, NY.

Farrel G. and Pease K. (1993), Once Bitten, Twice Bitten: Repeat Victimation and its Implications for Crime Prevention, Crime Prevention Unit, Paper 46, London, Home Office, UK.

Hagenzieker M.P. (1991), "The effect of enforcement and rewards on safety-belt use: a field study in the Netherlands", in: Enforcement and Rewarding Strategies and Effects, SMOV Institute for Road Safety Research, The Netherlands.

Hough M. and Marshall J. (1995), Crime Environment and Situational Prevention, Kugler Publication, Amsterdam.

Lab S.P. (1988), Crime Prevention: Approaches, Practices and Evaluations, New York, NY: Anderson Publishing.

Lavrakas P.J. (1986), "Evaluating police-community anticrime newsletters: The Evanston, Houston and Newark field studies", in: Rosenbaum D.P. (ed.), Community Crime Prevention: Does it Work?, Beverly Hills: Sage Publications.

Laycock G. and Tilley N. (1996), Building a Safer Society - Strategic Approaches to Crime Prevention, Implementing Crime Prevention, HMSO, UK.

McGuire W. (1974), "Communication persuasion models for drug education", in: M. Goodstadt M., (ed.), Research on Methods and Program of Drug Education, Toronto, Addiction Research Foundation.

Mayhew P., Clarke R. and Hough M, "Steering column locks and car theft, in: Clarke R.V. (ed.) (1992), Situational Crime Prevention: Successful Case Studies, Harrow and Heston, Albany, NY.

O'Keefe G.J. and Reid K. (1989), "The McGruff crime prevention campaign" in: Rice R.E., and Atkin C.K. (eds.), Public Communication Campaigns, (2nd ed.), Newbury Park, CA, Sage Publications.

O'Keefe G.J. and Reid K. (1990), "Media public information campaigns and criminal justice policy - beyond McGruff", in: Surette R., and Thomas, C.C. (eds.), The Media and Criminal Justice Policy, Springfield Il.

O'Keefe G., Rosenbaum D., Lavrakas P., Reid K., Botta R. (1993), The social impact of the National Citizens' Crime Prevention Campaign, Bureau of Justice Assistance, US Dept. of Justice.

O'Keefe G.J. (1986), "The McGruff national media campaign: its public impact and future implications", in: D. Rosenbaum (ed.), Community Crime Preventions: Does It Work? Beverly Hills, CA, Sage Publications.

Poyner B. (1991) "Situation crime in two parking facilities", Security Journal, Vol. 2, No. 2, pp. 96-101.

Rice R.E. and Atkin C. (1989), Public Communication Campaigns (2nd Ed.), Newbury Park, CA, Sage Publications.

Rogers E. (1983), Diffusion of Innovations, NY: The Free Press.

Rosenbaum D.O., Lurigio A.J. and Lavarakas P.J. (1987), Crime Stoppers: A National Evaluation of Program Opreations and Effects, Washington, D.C., National Institute of Justice.

Saatchi and Saatchi (1990), Results of a Tracking Study Conducted to Assess Attitudes and Behavior among Crime Prevention Practitioners, Washington, DC., National Crime Prevention Council.

Sacco V.F. and Silverman R.A. (1981), "Selling crime prevention: The evaluation of a mass media campaign", Canadian Journal of Criminology, Vol. 21, pp. 191-202.

William H. and Pate A.M. (1987), "Returning of first principles: Reducing fear of crime in Newark", Crime and Delinquency, Vol. 33, pp. 53-70.

Winkel F.W. (1991), "Police, victims and crime prevention: Some research-based recommendations on victim-oriented interventions", British Journal of Criminology, Vol. 31, No. 3, pp. 250-265.