

# تأثیر رسانه‌های جمعی در وقوع و گسترش نزاع‌های فردی

رضا عبدالرحمانی<sup>۱</sup>، حسین ایارگر<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۹۵/۱۰/۱۵

تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۱/۱۳

## چکیده

**زمینه و هدف:** نزاع‌های فردی همانند بسیاری از جرایم دیگر معلول عوامل گوناگونی است. هدف پژوهش حاضر، بررسی تاثیر محتوای رسانه‌های جمعی بر وقوع و گسترش نزاع‌های فردی و به عبارت دیگر تعیین سهم رسانه‌های ارتباط جمعی در میان سایر عوامل اجتماعی اثرگذار (مانند خانواده، وضعیت اقتصادی-اجتماعی، محل و محیط زندگی) بر وقوع و گسترش نزاع‌های فردی است.

**روش:** این پژوهش با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی از نوع پیمایش بر روی ۲۱۰ نفر از مراجعه‌کنندگان به کلانتری ابوذر (فلاح) مورد بررسی قرار گرفت. روش گردآوری اطلاعات میدانی و ابزار آن پرسش‌نامه محقق ساخته است. برای سنجش روایی پرسش‌نامه، از روش منطقی و برای سنجش پایایی آن از روش آلفای کرونباخ، استفاده شد. آلفای کل برابر با ۰/۸۹ بوده است.

**یافته‌ها:** ضریب همبستگی پیرسون با اطمینان ۹۹٪ نشان داد که سطح معناداری متغیر «رسانه‌های جمعی» با مقدار آماره ضریب آزمون تی برابر ۷۱۴٪ و سطح معناداری ۰۰۰٪ معنادار بوده و ضریب بتای متغیر یادشده ۴۱۲٪ است.

**نتایج:** پژوهش حاضر با تأکید بر همبستگی عوامل مؤثر با نزاع‌های فردی مشخص کرد که «رسانه‌های جمعی» به‌عنوان متغیر مستقل بر وقوع نزاع‌های فردی تا اندازه زیادی تأثیرگذار بوده است. این به این معناست که رسانه‌های جمعی بر مخاطبان هم تأثیرات مثبت (تولید و پخش برنامه‌هایی برای آگاهی مردم از پیامدهای منفی نزاع‌های فردی، دعوت از کارشناسان، ارائه گزارش‌های علمی و پخش فیلم‌های مستند از صحنه‌های نزاع‌های فردی) و هم تأثیرات منفی (از طریق ذی‌حق جلوه‌دادن جوانان و نوجوانان و الگوسازی از طریق رسانه‌ها) دارد.

**کلیدواژه‌ها:** نزاع فردی، رسانه‌های جمعی، جوانان، الگوسازی، شخصیت‌پردازی، جرم.

<sup>۱</sup> دانشیار و عضو گروه علوم اجتماعی دانشگاه علوم انتظامی امین rar0664@yahoo.com

<sup>۲</sup> استادیار و عضو گروه حقوق دانشگاه علوم انتظامی امین ayargar@gmail.com

## بیان مسئله

آمارهای موجود دهه گذشته درخصوص نزاع‌های فردی و اجتماعی در کشورمان نشان از سیر صعودی این پدیده دارد (برای نمونه رجوع کنید به: واحدی و همکاران، ۱۳۹۲؛ باقرزادگان و همکار، ۱۳۹۲ و پارسامهر و همکاران، ۱۳۹۱)، نتایج پژوهش‌های یادشده و همچنین اطلاعات ارائه شده از سوی پزشکی قانونی در این باره، حاکی از فزونی نگران‌کننده نزاع‌های فردی و جمعی است (کیانی و همکاران، ۱۳۸۶؛ پورافکاری، ۱۳۸۳: ۳). از سوی دیگر نتایج پژوهش‌های اکتشافی نگارنده‌ها و مصاحبه و نظرسنجی از فرماندهان، مدیران و پلیس‌های رسته‌های مختلف اطلاعات، آگاهی، انتظامی و حتی راهور در این باره حاکی است، میزان نزاع‌های فردی در حد بالا و بسیار بالاست و برای جامعه اسلامی ما یک خبر ناخوشایند است. اگرچه این بالا بودن آمارهای نزاع در نزد برخی محققان به خودی خود کیفیت مسئله بودن نزاع‌ها را نشان نمی‌دهد، با این وصف این تغییر میزان نزاع‌های فردی به شکل بارزی از نشانگان بروز مسئله‌ای اجتماعی است (هاشمی، ۱۳۸۷).

نوع دیگری از گزارش‌های ارائه شده درخصوص افزایش نسبت‌های نزاع فردی در کشورمان، گزارش‌های مختلف همه روزه رسانه‌های همگانی است تا جایی که بخش قابل ملاحظه‌ای از اخبار، گزارش‌ها، رویدادها، تفاسیر و تحلیل‌ها و عکس‌ها به‌ویژه روزنامه‌ها (که از قضا بخش مورد علاقه بسیاری از روزنامه‌خوان‌ها شده)، حوادث و درگیری‌های روزانه است. اگرچه می‌توان گفت که روزنامه‌ها و به‌طور کلی رسانه‌ها به دنبال جمع‌آوری و حاشیه‌سازی درخصوص برخی حوادث هستند، اما اصحاب رسانه نیز درخصوص افزایش میزان نزاع‌های فردی- جمعی در کشور ابراز نگرانی کرده و خواستار پاسخگویی مسئولان برای یافتن علل و راهکارهای کاهش نزاع هستند.

مطالعات انجام شده حاکی از آن است که اخبار و رویدادهای جنایی بخش عمده‌ای از محتوای تمامی رسانه‌های گروهی را به خود اختصاص داده است. برای مثال تحلیل اخبار

روزنامه‌ها نشان می‌دهد که اخبار جنایی و حوادث مرتبط با قانون‌گریزی حداقل ۴ درصد، حداکثر ۲۸ درصد و به‌طور متوسط ۷ درصد از محتوای روزنامه‌ها را تشکیل می‌دهد. رسانه‌ها با انعکاس اخبار مربوط به پدیده‌های جنایی، نه تنها نگرش خاصی را به مخاطبان القا کرده، بینش‌های مردم را تحت تأثیر قرار می‌دهند، بلکه چگونگی قضاوت و داوری آنان درباره جرم و نظام عدالت کیفری را سازمان می‌دهند. بر همین اساس می‌توان ادعا کرد که تا اندازه زیادی برداشت ما از جرم و عدالت بیشتر محصول تأثیر رسانه‌ها است. به باور تعداد قابل ملاحظه‌ای از محققان علوم رسانه‌ای، رسانه‌ها از جمله عوامل اصلی ایجاد وحشت، اضطراب و بروز و گسترش افعال قانون‌گریزانه مانند نزاع هستند (گیدنز، ۱۳۷۳: ۸۷).

در این بین مهمترین وظیفه صاحب‌نظران علوم اجتماعی آن است که نسبت‌های موجود میان نزاع‌های فردی و تحولات مربوط به نزاع‌ها را با پدیده‌های ارتباطی-رسانه‌ای (در کنار سایر علل) تبیین کرده، سهم محتوای رسانه‌ها را در وقوع و گسترش نزاع‌های فردی تبیین کنند. بنابراین مسئله اساسی پژوهش حاضر، یافتن عوامل ارتباطی-رسانه‌ای (یا همان محتواهای رسانه‌ها) اثرگذار بر وقوع و گسترش نزاع‌های فردی و به تعبیر دیگر تعیین تأثیر پیام‌های رسانه‌ای در میان سایر عوامل اجتماعی بر وقوع و افزایش نزاع‌های فردی است.

## مبانی نظری

### تعریف لغوی نزاع

نزاع<sup>۱</sup> که در لغت‌نامه‌های فارسی به انگلیسی با معادل‌های مختلف<sup>۲</sup> و شقوق<sup>۳</sup> متفاوت آمده، در معانی زیر به کار گرفته شده است: ستیزه کردن، جنگ و ستیز، جدال، مجادله، بگومگو، آرزومندی، مشتاقی. (عمید، ۱۳۸۵: ۱۱۵۷)، دشمنی، جنگ، نزاع کردن، کشمکش کردن،

1. neza

2. Fray, scuffle, strife, altercation, dispute, dissension, quarrel, quarrelsome, exchange blows, battery, interpersonal violence

3. interpersonal physical violence

منازعه کردن، آشوب، اختلاف، پرخاش، دعوا، زد و خورد، مجادله، مرافعه، مشاجره، معارضه، درگیری (معین، ۱۳۸۰)

از نظر حقوق کیفری؛ نزاع یا به بیان دقیق‌تر نزاع فردی، دعوا و کشمکشی است که ممکن است بین دو نفر واقع شود نه چند نفر؛ در صورتی که دعوا و کشمکش میان حداقل سه نفر رخ می‌دهد به شکلی که آنها یکدیگر را مضر و مجروح کنند. از اصطلاح منازعه و یا مسامحتاً از عبارت نزاع جمعی استفاده می‌شود و در معنای عام طیف وسیعی از اعمال و حرکات و گفتار و اتهامات را شامل می‌شود. اما در معنای خاص، آن گونه که پژوهش حاضر به دنبال آن است (و در پرس و جو از افسران آگاهی به دست آمد) نزاع فقط به اعمال و افعال فیزیکی و مادی یکی از طرفین دعوا که متضمن ایراد صدمات بدنی مانند ضرب، جرح و... باشد، گفته می‌شود، که در جزوات دورن سازمانی زیر کد ۰۳ و زیر گروه‌هایی مانند ۰۳۱ و ۰۳۲ و ... زیر مجموعه‌های آن است.

#### پیشینه

شاید به طور دقیق نتوان در خصوص شروع پژوهش درباره ناهنجاری‌ها، مشکلات و آسیب‌های اجتماعی با رویکردی ارتباطی و رسانه‌ای ابراز عقیده کرد؛ ولی شواهد نشان می‌دهد که نخستین پژوهش‌های غیر دانشگاهی مرتبط با تأثیرات رسانه بر جرایم (مانند نزاع) به سال ۱۹۰۸ برمی‌گردد. در آن سال «دبلیو آی توماس»<sup>۱</sup> در مجله «امریکن مگزین»<sup>۲</sup> نوشت: پای‌بندی اخلاقی و زندگی معنوی در یک اجتماع به میزان تکثیر روزنامه‌ها بستگی دارد، چرا که به باور وی مردم عمیقاً از مطالب منتشره در روزنامه‌ها تأثیر می‌پذیرند. در عین حال تبلیغ کردن فساد و ناهنجاری‌ها در سطح وسیع از طریق روزنامه‌ها تأثیر مشابهی بر میزان جرم و فساد در جامعه دارند (سروت،<sup>۳</sup> ۱۹۹۸؛ جهان‌بین، ۱۳۸۲).

<sup>۱</sup> W. I. Thomas

<sup>۲</sup> American Magazine

<sup>۳</sup> Surette, Ray

شاید بتوان گفت که پژوهش‌های ارتباطی «لاشلی»<sup>۱</sup> و «واتسون»<sup>۲</sup> در سال ۱۹۲۲، یکی از قدیمی‌ترین پژوهش‌ها در باب ارتباط میان رسانه‌ها و بروز مسایل اجتماعی مانند جرم بوده است که دریافتند بسیاری از ناراحتی‌ها و رویدادهای ناهنجار ناشی از تأثیر اطلاع‌رسانی غیراصولی رسانه‌ها و نیز طرح نادرست آنها در جامعه بوده است.

با این وصف چنین به نظر می‌رسد که تقریباً از دهه‌های ۱۹۳۰ به بعد صاحب‌نظران ارتباطات (به‌ویژه بلومر<sup>۳</sup>، چارترز<sup>۴</sup>، دیل<sup>۵</sup>، و دایسینجر<sup>۶</sup>) و با شکل‌گیری «بنیاد پژوهش‌های پایین»<sup>۷</sup> به معنای دقیق کلمه به پژوهش‌های علمی در باب مسایل اجتماعی، جرم، بزهکاری و رفتارهای جمعی علاقمند شدند (جهان‌بین، ۱۳۸۲). نخستین پژوهش‌های از این دست، به اثرات رسانه‌های جمعی، به‌ویژه رادیو، تلویزیون و سینما بر میزان خشونت جوانان در جامعه، درگیری‌ها، تغییر در گرایش‌های جنسی آنان و مزاحمت‌های شهری، با تأکید بر الگوهای «تأثیر» (دوران، ۱۳۸۶؛ مک کوایل<sup>۸</sup>، ۱۳۸۵: ۷۲ و ۳۵۵؛ لیتل جان<sup>۹</sup>، ۱۳۸۴: ۷۶۰)، مربوط می‌شد. اهمیت این‌گونه پژوهش‌ها این بود که گسترش منابع و شیوه‌های اطلاع‌رسانی یکی از مهم‌ترین علل ظهور چنین حوادث و رخدادهای اجتماعی ناهنجار در نظر گرفته می‌شد.

با ظهور علوم اجتماعی در قرن بیستم و با افزایش پژوهش‌های مربوط به فرهنگ عامه، تأثیر رسانه‌ها بر جرم و عدالت به پدیده مهمی تبدیل شد. پایه‌های نظری آثار خشونت رسانه‌ای، به‌طور کلی طی دهه ۱۹۷۰ میلادی و در کتاب «ریچارد کوینی»<sup>۱۰</sup> با عنوان «واقعیت

<sup>1</sup> Lashley

<sup>2</sup> Waston

<sup>3</sup> Herbert George Blumer

<sup>4</sup> Werrett Wallace Charters

<sup>5</sup> Edgar Deel

<sup>6</sup> W.S. Dysinger

<sup>7</sup> Payne fund studies

<sup>8</sup> Denis McQuail

<sup>9</sup> Stephen W Litte John

<sup>10</sup> Richard quinny

اجتماعی جرم» ریخته شد. چالش اساسی تمامی آثار و پژوهش‌های پیرامون رسانه و جرم در تمامی کشورها، پاسخگویی به این پرسش مهم بود که: آیا رسانه‌ها سبب افزایش ارتکاب جرم و خشونت در جامعه می‌شوند یا این که رسانه‌ها تنها بازتابی از جرم و خشونت در جامعه هستند؟ امروزه محتوای بسیاری از رسانه‌های جمعی (مانند اخبار تلویزیونی، برنامه‌های سرگرم‌کننده، بازی‌های رایانه‌ای، فیلم‌های سینمایی، موسیقی، مجله‌ها و کتاب‌ها) مملو از خشونت است و نمایش این خشونت‌ها این پرسش را مطرح می‌سازد (فرجیها، ۱۳۸۵) که آیا نمایش یادشده سبب تهییج و گسترش خشونت می‌شود؟ نظر می‌رسد که امروزه با گذشت بیش از صد سال، باور عمومی درخصوص تأثیر رسانه بر جرایم هنوز همان باور پیشین است، برای مثال در آخرین نظرسنجی در این باره، ۴۳ درصد آمریکایی‌ها معتقد هستند که پوشش خبری جرایم در تلویزیون، به وقوع جرایم دامن می‌زند (سروت، ۱۹۹۸).

منطق علمی ایجاب می‌کند که برای اثبات تأثیرات علمی یک متغیر باید بتوانیم شرایطی را که در آن از تأثیر آن متغیر خبری نیست، بررسی کنیم. چنانچه خواسته باشیم رابطه تلویزیون و خشونت را بررسی کنیم، باید گروهی از آزمودنی‌ها (گروه شاهد) را داشته باشیم که برنامه‌های خشن تلویزیون را ندیده باشند تا از این رهگذر بتوانیم آن‌ها را با گروهی که برنامه‌های خشن تلویزیون را دیده‌اند (گروه آزمون شونده) مقایسه کنیم. اما تلویزیون یک رسانه فراگیر و جزو جدایی‌ناپذیر مجموعه عوامل مؤثر بر رفتارهای اجتماعی است و شاید نتوان در جوامع صنعتی خانواده‌ای را یافت که فاقد تلویزیون باشد و برنامه‌های خشن را ندیده باشد. پژوهش‌ها همچنین نشان می‌دهد که رسانه‌ها تأثیر یکسانی بر مخاطبان ندارد و تأثیر آن بر برخی عوامل خاص (سن، جنس، زمان و مکان پخش، تعامل مخاطب، محتوای تصاویر، محیط، موقعیت تماشای آن پیام و ...) وابسته است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که رسانه‌ها تأثیرهای یکپارچه‌ای بر خشونت و جرم ندارند ولی در کنار سایر عوامل اجتماعی و روان‌شناختی تاحدودی در جرم و خشونت مخاطبان نقش

دارند. به این معنا که قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها، اگر شرط لازم برای خشونت هم باشد، شرط کافی برای آن نیست (رجوع کنید به لیتل جان ۱۳۷۲؛ بی<sup>۱</sup> ۱۳۸۲). با توجه به نقش بسیار مهم و انکارناپذیر رسانه و برنامه‌های تلویزیونی در پیشگیری از جرم، پژوهش‌های متعددی انجام شده است. حبیب‌زاده ملکی، افخمی، نادرپور و بهره‌بر (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی نقش دوگانه رسانه‌های جمعی در پیشگیری از جرم و وقوع جرایم» که به روش کتابخانه‌ای و اسنادی و با مطالعه در جامعه آماری شامل اساتید جرم‌شناس، جامعه‌شناس و منابع مرتبط با جرم و رسانه انجام شده، بیان می‌کنند، رسانه‌های جمعی به‌ویژه در قالب برنامه‌های تلویزیونی از یک طرف بسته به نحوه انعکاس حوادث و اخبار، توانایی تشدید احساس ناامنی، ترویج بزه‌کاری، تشویق افراد مستعد به ارتکاب جرم را دارند و از سوی دیگر با ایفای نقش اطلاع‌رسانی و ترویج الگوهای زندگی سالم می‌توانند در کاهش وقوع جرم، تغییر نگرش و نگاه مردم به جرم تأثیرگذار باشند. طرز نگرش و نگاه مردم به جرم به آنچه که از طریق رسانه‌های جمعی چاپ و منتشر می‌شود بستگی دارد.

عسگری، زکی‌بی و علیخانی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «چشم‌انداز نوین علمی در بررسی نقش رسانه در پیشگیری از جرم»، که به روش توصیفی انجام شده، به بررسی رابطه بین استفاده از برنامه‌های تلویزیونی و ادراک جرم پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که میان استفاده از تلویزیون و ادراک جرم همبستگی معناداری وجود دارد. همچنین اگر استفاده از رسانه با در نظر گرفتن ادراک مخاطب همراه باشد می‌تواند نقش مهمی در پیشگیری از جرم داشته باشد.

یوسفیان و محمدی‌دارابی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «نقش فراموش شده رسانه در پیشگیری از جرم»، که به روش کتابخانه‌ای و مروری تنظیم شده، به منظور تعیین میزان تأثیر رسانه در پیشگیری از وقوع جرم بیان می‌کنند که با توجه به کارکرد رسانه در آموزش

---

<sup>1</sup> Ertl Babbie

عمومی، انعکاس صحیح اخبار در جراید، بیان عوامل مختلف حقوقی، قضایی و اجتماعی منجر به ارتکاب جرم به نحو صحیح و همچنین اصلاح بهبود محتوای برنامه‌های نمایشی از بهترین شیوه‌های مؤثر در پیشگیری اجتماعی به شمار می‌آید.

روشندل اربطانی و خواجه‌نیا و قاسمی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «تبیین مدل کاربرد رسانه‌های جمعی برای پیشگیری از ارتکاب جرم» که به روش اکتشافی و مطالعه اسنادی و دریافت نظر کارشناسان انجام پذیرفت، به این نتیجه رسیدند که بخش چشمگیری از جرایم تحت تأثیر تصاویر و پیام‌های منتقل شده توسط رسانه‌ها صورت پذیرفته‌اند که این تأثیرپذیری در مراحل گوناگون اعم از انگیزه، شیوه ارتکاب جرم و رفتارهای پس از ارتکاب جرم نمود می‌یابد.

موزن‌زادگان و افشاری (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «نقش رسانه در پیشگیری از جرم در سیاست جنایی ایران» با هدف بررسی تأثیر رسانه‌ها جمعی با تأکید بر سیاست جنایی ایران به صورت مروری و کتابخانه‌ای انجام داد، به این نتیجه رسیدند که با اتخاذ سیاست‌های تقنینی، قضایی و مشارکتی می‌توان از رسانه به عنوان ابزاری که تأثیر مستقیم و اساسی در پیشگیری از بزهکاری دارد استفاده شایان توجهی کرد. سیاست جنایی تقنینی ایران در رابطه با انواع مختلف رسانه دارای ضوابط و مقررات ویژه‌ای است با تحلیل محتوای مقررات ناظر به رسانه‌های مزبور، نقش چندانی در پیشگیری از وقوع جرم از طریق این رسانه‌ها پیش‌بینی نشده است.

مرتضوی (۱۳۹۲) در این پژوهش تلاش کرده تا از طریق پیمایش و مقایسه نگرش‌ها در میان شهروندان یزد و نیز کارشناسان سازمان‌های بهزیستی، دادگستری و علوم پزشکی، همچنین اساتید دانشگاه به بررسی آسیب‌های اجتماعی شهر یزد و نقش رسانه‌ها در این خصوص، به سه پرسش اصلی پاسخ گوید: ۱- نگرش شهروندان یزد درباره آسیب‌های اجتماعی این شهر چیست؟؛ ۲- از نظر شهروندان یزد، تأثیرگذاری رسانه‌ها در آسیب‌های اجتماعی چگونه است؟ و از نظر شهروندان یزد موقعیت تأثیرگذاری رسانه‌ها نسبت به سایر



عوامل در بروز آسیب‌های اجتماعی در یزد به چه صورت است؟ او به این نتیجه رسید که آسیب‌های اجتماعی به‌عنوان پدیده‌های تهدیدکننده به شرایطی مربوط می‌شود که با کاهش امنیت، ضعف در انسجام و کاهش اعتماد اجتماعی همراه است. درباره اثرگذاری برنامه‌های شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای، بیشترین تأثیرگذاری از سوی کارشناسان دادگستری و کم‌ترین تأثیرگذاری از سوی عموم مردم ابراز شده است. درباره اثرگذاری بدآموزی برنامه‌های صدا و سیما، بیشترین تأثیرگذاری از سوی اساتید و کم‌ترین تأثیرگذاری از سوی عموم مردم ابراز شده است. متخصصان و کارشناسان دانشکده علوم پزشکی یزد تأثیرات اینترنت در بروز آسیب‌های اجتماعی را بسیار شدید اعلام کرده‌اند. در میان عوامل رسانه‌ای نیز به ترتیب: نفوذ شبکه‌های ماهواره‌ای، بدآموزی در برنامه‌های صدا و سیما و نفوذ اینترنت، بیشترین تأثیرگذاری را در پیدایش آسیب‌های اجتماعی دارند.

فتاحی (۱۳۹۳) به نقل از گروه (سازمان) «مفهوم مشترک رسانه»<sup>۱</sup>، گزارش کرده که برخی بازی‌های خشونت‌آمیز و برنامه‌های تلویزیونی نامناسب و بسیاری از انواع ژانرهای فیلم‌های سینمایی اثرات بسیار مخربی بر روی کودکان و نوجوانان دارد. این گروه اظهار کرده‌اند که موارد زیادی از تأثیرات رسانه بر روی رفتارهای کودکان و نوجوانان (رده سنی بین ۸ تا ۱۸ سال) وجود دارد که تا به حال بررسی نشده‌اند و یا کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند.<sup>۲</sup> هر کدام از انواع رسانه‌ها نوع خاصی از خشونت را در فضای جامعه رواج می‌دهند، به طور مثال در فضای سینما ژانرهایی همچون: علمی-تخیلی، پلیسی-جنایی، حادثه‌ای-رزمی، جنگی و ترسناک هر کدام نوع خاصی از خشونت را به تصویر می‌کشند. گاهی این رفتارهای خشونت‌آمیز از طریق برنامه‌های تلویزیونی در فضای خانواده‌ها شیوع پیدا می‌کند و تعامل بین افراد خانواده و جامعه اطراف آن‌ها تحت تأثیر محتوای به نمایش درآمده در تلویزیون قرار می‌گیرد. این نوع رسانه بدلیل گستردگی بالایی که در سطح جامعه،

<sup>۱</sup> Common Sense Media(CSM)

<sup>۲</sup> <http://www.gerdab.ir/fa/news/12657>

به‌خصوص جوامع شهری دارند، باید بیشتر مورد مراقبت محتوایی قرار گیرند. فضای تلویزیون بستری جدید را برای شیوع خشونت جمعی بوجود آورده است و در تبلیغات تلویزیونی تصاویر و بخش‌هایی از فیلم‌های خشن و ترسناک به تصویر کشیده شده است. فتاحی سپس به نقل از یافته‌های وبر<sup>۱</sup> در «آکادمی پزشکی اطفال آمریکا»<sup>۲</sup> نشان می‌دهد که رشد روزافزون افزایش خشونت در رسانه‌ها ارتباط مستقیمی با رفتارهای پرخاشگرانه دارند و این تأثیر در افراد جوان و کودکان پررنگ‌تر و قوی‌تر است. از حذف رسانه‌های خشن به‌عنوان «یگانه راهکار موجود برای درمان» یاد می‌کنند. نتایج نشان می‌دهد هر چقدر دسته اخیر از انواع متنوع‌تری از وبگاه‌های خشونت‌آمیز دیدن کرده باشند، میزان وقوع رفتارهای خشن در بین آنان تا ۵۰ درصد افزایش می‌یابد.

### رسانه جمعی<sup>۳</sup>

رسانه‌های جمعی که مورد توجه تعداد زیادی از افراد جامعه قرار گرفته، به‌طور کلی به آن دسته از ابزار ارتباطی اشاره دارد که ویژگی اساسی آنان قدرت و توانایی زیاد و شعاع عمل وسیع است (کازنو<sup>۴</sup>، ۱۳۸۴: ۴). این ابزار نه تنها امکان ارتباط با جمعیتی زیاد را توانا می‌سازد (راجرز<sup>۵</sup> و شومیکر<sup>۶</sup>، ۱۳۶۹: ۲۷۰)، بلکه کارهایی را انجام می‌دهند که به لحاظ کمی و کیفی از عهده یک فرد ساخته نیست. مضافاً این که فعالیت از طریق رسانه‌ها بسیار ارزان‌تر از کانال‌های ارتباط شخصی است (ویندال<sup>۷</sup>، سیگنایتر<sup>۸</sup> و اولسون<sup>۹</sup>، ۱۳۷۶: ۷۰). ارتباطات جمعی در دو معنا به کار رفته است. نخست: به معنی وسیله یا حاملی که چیزی

<sup>۱</sup> michele ybarra

<sup>۲</sup> American Academy of Pediatrics(AAP)

<sup>۳</sup> Mass Media

<sup>۴</sup> Cazeneuve, Jean

<sup>۵</sup> Everett M. Rogers

<sup>۶</sup> F. Floyd, Shoemaker

<sup>۷</sup> Seven Windahl

<sup>۸</sup> Benno Signitzer

<sup>۹</sup> Jean T Olson

(مانند اطلاعات) از طریق آن جریان می‌یابد (راجرز و شومیکر، ۱۳۶۹). دوم: چیزی که محتوایش بیشتر معطوف به فعل یا عمل است تا وسیله یا حامل. به این معنا که گاه می‌تواند خود به‌عنوان عامل مؤثر یا تأثیرگذار بر وقایع یا رخدادها باشد (کازنو، ۱۳۸۴، ۳-۲۱). رسانه‌ها را می‌توان با توجه به ماهیت، مجرای ارتباط، ویژگی‌های حواس، تعداد گیرندگان و مخاطبان پیام، مفهوم آن و از این قبیل به انواع مختلفی دسته‌بندی کرد. برای نمونه و بر همین اساس رسانه‌ها به قدیمی و جدید، انتشاری و غیر انتشاری، مکتوب یا چاپی (مانند کتاب، روزنامه و مجله) و غیر مکتوب، رسانه‌های گفتاری، دیداری، شنیداری، رسانه‌های جمعی (رادیو و تلویزیون) و فردی یا شخصی (تلفن، گفتار، نامه و تلگراف)، تقسیم می‌شوند (دانسی<sup>۱</sup>، ۱۳۸۷).

### رسانه، خشونت و نزاع

بررسی رسانه به‌عنوان علت جرم یا یکی از عوامل تعیین‌کننده آن، موضوعی است که نه مربوط به امروز بلکه دغدغه سال‌های بسیار دور و پیش از جنگ جهانی دوم بوده است. امروزه به سبب تنوع بیش از پیش رسانه‌ها و برنامه‌های رسانه‌ای، همچنین گسترش انواع مخاطبان، نقش رسانه‌ها در جریان زندگی روزمره بیشتر شده و از قضا به همین علت بیشتر با قلمرو انحرافات اجتماعی به چالش علمی کشیده شده‌اند. مطالعه رفتار ناهنجار و جرم از خلال رسانه‌ها یکی از جذاب‌ترین مباحث جامعه‌شناسی است (گیدنز<sup>۲</sup>، ۱۳۷۳). چرا که پژوهش‌های انجام شده حاکی از آن است که اخبار و رویدادهای جنایی بخش عمده‌ای از محتوای تمامی رسانه‌های گروهی را به خود اختصاص داده است. برای مثال تحلیل اخبار روزنامه‌ها نشان می‌دهد که اخبار جنایی و حوادث مرتبط با قانون‌گریزی کمینه ۴ درصد، بیشینه ۲۸ درصد و به طور متوسط ۷ درصد از محتوای روزنامه‌ها را تشکیل می‌دهد. این نسبت در مورد رسانه‌های دیداری و شنیداری درصد متفاوتی بین ۱۰ تا ۱۳ درصد را

<sup>1</sup> Danesi Marcel

<sup>2</sup> متولد ۱۸ ژانویه ۱۹۳۸ Anthony Giddens

براساس دوره‌های زمانی و محیط‌های جغرافیایی مختلف به خود اختصاص داده است. اگرچه در ایران هنوز اراده جدی برای گردآوری چنین آمارهایی وجود ندارد، اما بخش قابل ملاحظه‌ای از روزنامه‌خوانانها علاقه خاصی به صفحات حوادث، به‌ویژه رخدادهای جنایی دارند (حبیب‌زاده ملکی، افخمی و نادرپور، ۱۳۸۸).

از همین رو در هیچ زمینه‌ای به اندازه آسیب‌های اجتماعی، بی‌سازمانی، کج‌روی، انحراف‌ها و مسائل اجتماعی، که موضوعات مرتبط با ناهنجاری‌های اجتماعی‌اند، بحث و جدل‌های گوناگون به‌ویژه پس از گسترش مخاطبان رسانه‌ای صورت نگرفته است. چرا بررسی جرم و ناهنجاری‌های اجتماعی با تأکید بر رسانه‌ها تا بدین اندازه اهمیت یافته است؟ شاید برجسته‌ترین پاسخ آن باشد که اجماع درخصوص وقوع و گسترش جرایم و انحرافات از طریق رسانه‌ها روز به روز بیشتر شده و نگرانی‌ها در این باره افزایش یافته است. افکار عمومی مدت‌های مدیدی است که نگران جرم‌زایی رسانه‌های جمعی و برنامه‌ها و محتواهایی است که از طریق آن پخش می‌شود (جهان‌بین، ۱۳۸۲). به‌نظر می‌رسد که بسیاری از مخاطبان از مطالب انتشار یافته از رسانه‌ها تأثیر می‌پذیرند (سروت، ۱۹۹۸). رسانه‌ها با انعکاس اخبار، گزارش‌ها و تصاویر مربوط به پدیده‌های جنایی، نه تنها نگرش خاصی را به مخاطبان القا کرده، بینش‌های مردم را تحت تأثیر قرار می‌دهند (گیدنز، ۱۳۷۳: ۸۷)، بلکه چگونگی قضاوت و داوری آنان درباره جرم و نظام عدالت کیفری را دگرگون می‌کنند. بنابراین می‌توان ادعا کرد که برداشت مردم از جرم و انحرافات اجتماعی تا اندازه زیادی محصول تأثیر رسانه‌ها است.

زوال پای‌بندی‌های اخلاقی و زندگی معنوی از طریق رسانه‌ها، موضوع یا ادعای دومی است که توجه و هراس از رسانه‌ها و محتواهای آنها را در جوامع مختلف، به‌ویژه جوامع در حال توسعه را بیشتر کرده است (دوران، ۱۳۸۶). به‌نظر می‌رسد این توجه و هراس که با پیدایی و گسترش فناوری‌های جدید (که پیش از این سابقه نداشته است) افزون‌تر نیز شده، به‌سبب گزارش‌هایی است که در این کشورها، به‌گسترش جرایم، ناامنی‌ها، ناهنجاری‌ها و

آسیب‌های اجتماعی اشاره دارد. به این معنا که این گزارش‌ها علل افزایش بسیاری از ناامنی‌ها، خشونت‌ها، جرم و جنایات و در کل ناهنجاری‌ها است. ادعای دیگری که پرداختن به رسانه و محتواهای آنها را به‌عنوان عامل جرم‌زا ضروری می‌سازد، تنوع وقوع جرایم در کنار گسترش آنهاست. به این معنا که جرایم و ناهنجاری‌ها به سبب ظهور رسانه‌ها، تنوع بیشتری نسبت به گذشته‌ها یافته است. برای مثال خشونت‌ها و پرخاشگری‌هایی مانند تجاوز به عنف، سرقت‌ها و قتل‌ها متنوع‌تر و پیچیده‌تر شده است (نگاه کنید به زیرمینگ<sup>۱</sup> و هاو کینز<sup>۲</sup>، ۱۳۷۹: ۳۲۱-۳۵۸؛ محسنی، ۱۳۸۶: ۲۷۱-۲۷۶).

به هر ترتیب شواهد و یافته‌های پژوهش‌ها در این باره فراوان هستند که رسانه‌های جمعی بر میزان جرم و ناهنجاری‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارند. بیشتر کسانی که در معرض رسانه‌های زیان‌آور قرار دارند، تحت تأثیر منفی نمایش‌ها و پیام‌های آن قرار نمی‌گیرند. این امکان هم وجود دارد که رسانه‌ها تأثیرات درازمدت بر عده زیادی از مردم بگذارند و بر شمار افراد مستعد در معرض خطر بیفزایند. جرم‌زایی رسانه‌ها به مواردی مانند محتوای محصولات رسانه‌ای، بافت رسانه‌ها (مقدار پوشش و میزان پخش آن، سبک‌های ارائه و پخش جرایم همراه با حمایت از آن و...)، بافت جامعه (هنجارهای فرهنگی موجود، گرایش‌های مصرف‌کننده‌ها، فرصت‌های ارتکاب جرم و تعداد خلافکاران موجود و...) بستگی دارد (مک کوائیل<sup>۳</sup>، ۱۳۸۵).

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش و ماهیت، توصیفی-تحلیلی از نوع پیمایش<sup>۴</sup> مقطعی است. جامعه آماری شامل کلیه مراجعه‌کنندگان به کلانتری ۱۶۱ ابوذر مستقر در ناحیه سوم منطقه ۱۷ شهر تهران هستند. حجم نمونه به روش تصادفی سیستماتیک

<sup>۱</sup> Franklin E Zimring

<sup>۲</sup> Gordon Hawkins

<sup>۳</sup> McQuail

<sup>۴</sup> survey

از میان مراجعه کنندگان (شاکیان و متشاکیان) به کلانتری ۱۶۱ ابوذر انتخاب شد. در این بین سعی کردیم از کارکنان کلانتری نیز نمونه‌هایی را که بیشتر با موضوع در ارتباط بودند، انتخاب کنیم. کل نمونه‌ها ۲۱۰ نفر بودند (که حجم نمونه مراجعه کنندگان به کلانتری همان گونه که گفته شد، به صورت تصادفی سیستماتیک و کارکنان کلانتری نیز به صورت هدفمند انتخاب شدند). در این پژوهش روش گردآوری اطلاعات میدانی و ابزار آن پرسش‌نامه محقق ساخته بود. به منظور بررسی روایی پرسش‌نامه، از روش منطقی استفاده کردیم که یکی از معتبرترین روش‌های تعیین روایی است. بدین منظور، با توجه به روایی ظاهری که پرسش‌نامه دارا است، کمیت و کیفیت پرسش‌ها از نظر پانزده نفر از کارشناسان، خبرگان و اساتید دانشگاه در حوزه مربوطه بررسی شد. بدین منظور جلساتی با این افراد ترتیب داده شد که طی آن روایی پرسش‌نامه مورد بررسی قرار گرفت. در نتیجه این مباحث، تغییراتی برای اصلاح پرسش‌نامه و اعتباربخشی به آن، انجام شد و پرسش‌نامه برای توزیع، نهایی شد. برای تعیین پایایی پرسش‌نامه از روش آلفای کرونباخ، استفاده شد که آلفای کلی برابر با ۰/۸۹ بوده است.

#### جدول شماره ۱. گویه‌های مرتبط با تأثیر رسانه‌ها (به عنوان متغیر مستقل)

ردیف	درخصوص ارتباط بین رسانه‌های جمعی با وقوع و گسترش انواع نزاع‌های فردی، تا چه اندازه موافقت می‌کنید...
۱	رسانه‌های جمعی از طریق دارای حق جلوه‌دادن جوانان و نوجوانان بر میزان نزاع مؤثر هستند.
۲	تماشای فیلم‌های اکشن و خشن بر وقوع و گسترش نزاع‌های فردی تأثیر دارد.
۳	تهیه و تولید برنامه‌های آگاه‌سازی توسط رسانه‌های جمعی، از پیامدهای منفی نزاع‌های فردی می‌کاهد.
۴	تهیه و تولید برنامه‌هایی مانند دعوت از کارشناسان، ارائه گزارش‌های علمی و پخش فیلم‌های مستند، از نزاع‌های فردی می‌کاهد.
۵	الگوسازی از طریق رسانه‌ها برای جوانان در گرایش آنها به نزاع تأثیر دارد.
۶	تهیه و تولید برنامه‌هایی برای اصلاح شیوه‌های تربیتی و کنترلی فرزندان در کاهش نزاع فردی مؤثر است.
۷	تهیه و تولید برنامه‌های رسانه‌ای با ایجاد ترس در مجرمان توانسته از میزان نزاع‌های فردی بکاهد.
۸	شخصیت‌سازی از طریق رسانه‌های جمعی در کاهش و افزایش نزاع‌های فردی مؤثر است.

## جدول شماره ۲. گویه‌های مربوط با متغیر وابسته (نزاع‌های فردی)

ردیف	در خصوص تأثیر عوامل مختلف بر میزان نزاع‌های فردی تا چه اندازه موافقید که...
۱	میانگین نزاع‌های فردی طی سال‌های گذشته افزایش یافته است.
۲	افراد بیسواد بیشتر از افراد با تحصیلات دانشگاهی در نزاع شرکت می‌کنند.
۳	جوان‌ترها بیشتر از پاه سن گذاشته‌ها در نزاع شرکت می‌کنند.
۴	مردها بیشتر از زن‌ها در نزاع شرکت می‌کنند.
۵	جوانان بیشتر برای اسم در کردن، خودی نشان دادن و ... به نزاع فردی دست می‌زنند.
۶	جوانان برای قوی‌تر نشان دادن خود و ... به نزاع فردی دست می‌زنند.
۷	بیکاران بیشتر از شاغلان در نزاع‌های فردی شرکت می‌کنند.
۸	در میان نزاع‌کننده‌ها، بیشترین درصد مربوط به مشاغل آزاد و کارگران و کمترین آن مشاغل دولتی تعلق دارند.
۹	افراد از خانواده‌های متدین و دیندار کمتر در نزاع‌های فردی شرکت می‌کنند.
۱۰	شیوه تربیتی والدین با نزاع‌های فردی ارتباط دارد.
۱۱	شکل غالب وقوع نزاع‌های فردی بیشتر لفظی (فحش، ناسزا، عربده کشی و ...) و یا عملی (با چاقو، قمه و تیغ موکت‌بری، شیشه شکسته و سایر ابزارها) است.
۱۲	شکل غالب وقوع نزاع‌های فردی بیشتر غیر مسلحانه است تا مسلحانه.
۱۳	بیشترین نزاع‌های فردی در روز اتفاق می‌افتد تا در شب.
۱۴	شکل غالب وقوع نزاع‌های فردی بیشتر با ضرب و جرح همراه بوده است.
۱۵	عدم آشنایی با قوانین و مقررات، در وقوع نزاع‌ها تأثیر دارد.
۱۶	وجود گرایش‌های قومی در وقوع نزاع‌های فردی مؤثر است.
۱۷	مصرف مواد مخدر و مواد الکلی یکی از عوامل مهم وقوع نزاع‌های فردی است.

## یافته‌های پژوهش

کل نمونه‌ها ۲۱۰ نفر بودند که در بین پاسخ‌دهندگان، ۲۸ نفر (۱۳/۳ درصد) زن، ۱۸۲ نفر (۸۶/۷ درصد) مرد؛ ۵۷/۶ درصد متأهل و ۴۲/۴ درصد مجرد؛ بیشترین فراوانی مربوط به گزینه ۳۱ تا ۴۰ سال بوده و ۳۶ درصد پاسخ‌دهندگان در این بازه سنی قرار دارند و گزینه ۲۱ تا ۳۰ سال با ۳۱ درصد در رتبه دوم و ۴۱ تا ۵۰ سال نیز با ۲۱ درصد در رتبه سوم قرار دارند. در خصوص وضعیت تحصیلی پاسخ‌دهندگان، بیشترین فراوانی مربوط به گزینه زیر

دیپلم با ۳۲/۶ درصد، ۲۸ درصد دارای مدرک دیپلم، ۱۷ درصد دارای مدرک لیسانس و ۸/۴ درصد دارای مدارک فوق لیسانس و دکتری هستند.

### توصیف پرسش‌های مربوط به رسانه‌های جمعی

#### جدول شماره ۳. توصیف پرسش‌های مربوط به رسانه‌های جمعی

سوال	شرح گویه	میانگین	انحراف استاندارد
۱	رسانه‌های جمعی از طریق دارای حق جلوه‌دادن جوانان و نوجوانان بر میزان نزاع مؤثر هستند.	۳/۹۵	۰/۳۲۳
۲	تماشای فیلم‌های اکشن و خشن بر وقوع و گسترش نزاع‌های فردی تأثیر دارد.	۳/۹۲	۰/۴۴۶
۳	تهیه و تولید برنامه‌های آگاه‌سازی توسط رسانه‌های جمعی، از پیامدهای منفی نزاع‌های فردی می‌کاهد.	۳/۹۲	۰/۴۱۴
۴	تأثیر تهیه و تولید برنامه‌هایی مانند دعوت از کارشناسان، ارائه گزارش‌های علمی و پخش فیلم‌ها و...	۳/۰۳	۰/۳۵۲
۵	الگوسازی از طریق رسانه‌ها برای جوانان در گرایش آنها به نزاع تأثیر دارد.	۳/۰۱	۰/۲۲۴
۶	تأثیر تهیه و تولید برنامه‌هایی برای اصلاح شیوه‌های تربیتی و کنترلی فرزندان در کاهش نزاع فردی	۳/۰۱	۰/۳۵۳
۷	تهیه و تولید برنامه‌های رسانه‌ای با ایجاد ترس در مجرمان توانسته از میزان نزاع‌های فردی بکاهد.	۳	۰/۳۶۱
۸	شخصیت‌سازی از طریق رسانه‌های جمعی در کاهش و افزایش نزاع‌های فردی مؤثر است.	۲/۹۸	۰/۳۶۷

جدول بالا به توصیف پرسش‌های مربوط به رسانه‌های جمعی پرداخته شده است. پرسش نخست «رسانه‌های جمعی از طریق دارای حق جلوه‌دادن جوانان و نوجوانان بر میزان نزاع مؤثر هستند» با میانگین ۳,۹۵ و انحراف استاندارد ۰/۳۲۳ و رتبه اول قرار دارد و این بدان معناست که پاسخ‌دهندگان در حد متوسط رو به بالا معتقدند رسانه‌های جمعی از طریق دارای حق جلوه‌دادن جوانان و نوجوانان بر میزان نزاع مؤثر هستند؛ همچنین میانگین پرسش دوم و سوم هر دو با میانگین ۳,۹۲ و انحراف استاندارد به ترتیب ۰/۴۴۶ و ۰/۴۱۴ در رتبه



دوم قرار دارند و این بدان معناست که پاسخ‌دهندگان در حد متوسط رو به بالا معتقدند «تماشای فیلم‌های اکشن و خشن» و «تهیه و تولید برنامه‌های آگاه‌سازی (از پیامدهای منفی نزاع‌های فردی)» در وقوع نزاع‌های فردی مؤثر است. «بین عملکرد رسانه‌های جمعی و وقوع و گسترش انواع نزاع‌های فردی رابطه معناداری وجود دارد»

باعنایت به اینکه دو متغیر عملکرد رسانه‌های جمعی و گسترش انواع نزاع‌های فردی هر دو دارای سطح سنجش فاصله‌ای هستند لذا برای بررسی رابطه بین آنها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود که نتایج آن در جدول زیر نشان داده شده است:

جدول شماره ۴. بررسی همبستگی میان نزاع فردی با عملکرد رسانه‌های جمعی

		نزاع‌های فردی	رسانه‌های جمعی
نزاع‌های فردی	ضریب همبستگی پیرسون	۱	.۶۳**
	سطح معناداری		۰/۰۰۰
	تعداد	۲۰۱	۱۹۰
رسانه‌های جمعی	ضریب همبستگی پیرسون	.۶۳**	۱
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	
	تعداد	۱۹۰	۱۹۸

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

در بررسی جدول ضریب همبستگی پیرسون با توجه به مقدار ضریب همبستگی که ۰/۶۳ بوده و سطح معناداری که ۰/۰۰۰ است و درجه آزادی و همچنین مقایسه این مقدار با جدول همبستگی پیرسون با اطمینان ۰/۹۹ می‌توان بیان کرد فرضیه یادشده تأیید شده و این بدان معناست که بین عملکرد رسانه‌های جمعی و وقوع و گسترش انواع نزاع‌های فردی رابطه معناداری وجود دارد.

		نزاع‌های فردی	رسانه‌های جمعی
نزاع‌های فردی	ضریب همبستگی پیرسون	1	۶۳.**
	سطح معناداری		۰/۰۰۰
	تعداد	۲۰۱	۱۹۰
رسانه‌های جمعی	ضریب همبستگی پیرسون	۶۳.**	۱
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	
	تعداد	۱۹۰	۱۹۸

**\*\*.** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

در بررسی جدول ضریب همبستگی پیرسون با توجه به مقدار ضریب همبستگی که ۰/۶۳ بوده و سطح معناداری که ۰/۰۰۰ است و درجه آزادی و همچنین مقایسه این مقدار با جدول همبستگی پیرسون با اطمینان ۰/۹۹ می‌توان بیان کرد فرضیه یادشده تأیید شده و این بدان معناست که بین عملکرد رسانه‌های جمعی و وقوع و گسترش انواع نزاع‌های فردی رابطه معناداری وجود دارد.

#### جدول شماره (۵) - بررسی ماتریس همبستگی گویه‌ها مربوط به متغیر رسانه‌های جمعی

		رسانه‌های جمعی	سوال ۱	سوال ۲	سوال ۳	سوال ۴	سوال ۵	سوال ۶	سوال ۷	سوال ۸
رسانه‌های جمعی	ضریب همبستگی پیرسون با سطح معناداری ۰/۰۰۰	۱	۰/۷۹۹.**	۰/۵۷۸.**	۰/۸۲۱.**	۰/۵۶۸.**	۰/۸۳۱.**	۰/۷۵۵.**	۰/۷۱۶.**	۰/۷۹۲.*
سوال ۱	ضریب همبستگی پیرسون با سطح معناداری ۰/۰۰۰	۰/۷۹۹.**	۱	۰/۴۱۱.**	۰/۴۶۱.**	۰/۵۴۲.**	۰/۵۹۵.**	۰/۷۲۴.**	-۰/۲۰۹.**	۰/۴۸۴.**
سوال ۲	ضریب همبستگی پیرسون با سطح معناداری ۰/۰۰۰	۰/۵۷۴.**	۰/۴۱۱.**	۱	۰/۵۱۰.**	۰/۰۱۴.**	۰/۵۹۲.**	۰/۳۳۶.**	-۰/۲۴۴.**	۰/۶۳۲.**
سوال ۳	ضریب همبستگی پیرسون با سطح معناداری ۰/۰۰۰	۰/۸۲۱.**	۰/۴۶۱.**	۰/۵۱۰.**	۱	۰/۵۳۳.**	۰/۶۳۰.**	۰/۵۹۲.**	-۰/۵۲۱.**	۰/۲۶۹.**

سوال ۴	ضریب همبستگی پیرسون با سطح معناداری ۰/۰۰۰	**/۵۶۸	**/۵۴۲	**/۰۱۴	**/۵۳۳	۱	**/۴۹۷/	**/۵۹۴	** -۰/۴۲۶	** -۰/۲۱۴
سوال ۵	ضریب همبستگی پیرسون با سطح معناداری ۰/۰۰۰	**/۸۳۱	**/۵۹۵	**/۵۹۲	**/۶۳۰	**/۴۹۷	۱	**/۴۸۱	** -۰/۶۸۰	**/۴۲۷
سوال ۶	ضریب همبستگی پیرسون با سطح معناداری ۰/۰۰۰	**/۷۵۵	**/۷۲۴	**/۳۳۶	**/۵۹۲	**/۵۹۴	**/۴۸۱	۱	** -۰/۳۶۷	** -۰/۴۱۲
سوال ۷	ضریب همبستگی پیرسون با سطح معناداری ۰/۰۰۰	**/۷۱۶	**/۲۰۹	**/۲۴۴	**/۵۳۱	**/۴۲۶	**/۶۸۰	**/۳۶۷	۱	** -۰/۳۸۴
سوال ۸	ضریب همبستگی پیرسون با سطح معناداری ۰/۰۰۰	**/۷۹۲	**/۴۸۴	**/۶۳۲	**/۲۹۶	**/۲۱۴ -	**/۴۲۷	**/۴۱۲	** -۰/۳۸۴	۱

در بررسی ماتریس همبستگی مربوط به شاخص رسانه‌های جمعی مشخص می‌شود بیشترین همبستگی بین پرسش‌ها و متغیر رسانه‌های جمعی مربوط به سوال چهار (تهیه و تولید برنامه‌هایی مانند دعوت از کارشناسان، ارائه گزارش‌های علمی و پخش فیلم‌های مستند) با ۸۳ همبستگی و کمترین همبستگی مربوط به سوال دو (تماشای فیلم‌های اکشن و خشن) با ۵۷/ است.

### جدول رگرسیون مربوط به متغیر وابسته و متغیرهای مستقل

آزمون رگرسیون آزمونی است که تأثیر متقابل متغیرها را در کنار هم بررسی می‌کند پیش شرط صحیح بودن این آزمون، معناداری آزمون آن‌ها می‌باشد که در زیر آمده است:

جدول شماره ۶. بررسی آزمون آنووا

ANOVA <sup>b</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
۱	Regression	۰/۰۸۰	۴	۰/۰۲۰	۱۰/۵۶۶	<sup>a</sup> ۰/۰۰۰
	Residual	۰/۳۴۵	۱۸۳	۰/۰۰۲		
	Total	۰/۴۲۴	۱۸۷			
a. Predictors: (Constant), kontrol, ejtemaei, mohit, resane						
b. Dependent Variable: mokhtalef						

جدول شماره ۷. بررسی رگرسیون چند گانه

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
۱	(Constant)	۲/۸۲۷	۰/۲۵۳		۱۱/۱۶۶	۰/۰۰۰
	رسانه‌های جمعی		۰/۰۵۷	۰/۰۸۰	۰/۴۱۲	۰/۷۱۴

بر اساس ضریب‌های به دست آمده از جدول آزمون آنووا مشخص می‌شود که رابطه رگرسیون مطرح شده میان تاثیر رسانه‌های جمعی (به‌عنوان متغیر مستقل) بر نزاع فردی (به‌عنوان متغیر وابسته) معنادار است. برای بررسی تأثیر هر متغیر باید جدول رگرسیون مورد بررسی قرار گیرد که در این جدول با توجه به سطح معناداری متغیرها مشخص می‌شود که متغیر عامل رسانه‌های جمعی به ترتیب با مقدار آماره تی ۰/۷۱۴ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ معنادار بوده و ضریب بتای عامل رسانه‌های جمعی ۰/۴۱۲ است که ضریب بالایی است.

## بحث و نتیجه‌گیری

نخستین یافته این پژوهش نشان داد که رسانه‌ها فارغ از این که نوع تأثیر و سمت و سوی آن کدام است، بر مخاطبان مؤثر بودند. چرا که در تمامی گویه‌های پاسخ داده شده از سوی نمونه‌های تحقیق، چه در سطح توصیفی که میانگین آن نزدیک ۴ بوده و چه در سطح استنباطی، که ضریب بالایی (هم در آزمون تی و هم رگرسیون) به خود اختصاص داده بوده است، این اثر مشخص است. بر همین اساس این یافته با یافته‌های جامعه‌شناسان و جرم‌شناسانی که وسایل ارتباط جمعی را ذیل عوامل اجتماعی اثرگذار بر رفتار افراد می‌دانند، نزدیک بوده است. به اعتقاد برخی جامعه‌شناسان و جرم‌شناسان مطبوعات و نشریه‌ها که در پرورش و یا انحراف افکار عمومی نقش مهمی را ایفا می‌نمایند، بهترین وسیله برای روشن شدن اذهان و ترفیق افکار و عقاید مورد نظر هستند. «گیدنز و مک کوائیل» نیز از تأثیر فراوان رسانه‌های گروهی در مورد نحوه برداشت و استنباط افراد جامعه از جرم یاد می‌کنند. برخی علمای ارتباطی (مانند گیدنز) و حقوقی (مانند فرجی‌ها) با وجود انتقاد از نقش رسانه‌ها در ایجاد برداشت‌های عامه‌پسند از جرم و جوسازی بر این باورند که رسانه‌های گروهی نه تنها در شکل دادن تعاریف از جرم و کنترل کردن جرایم تأثیر دارند، بلکه در عین حال در مورد ایجاد تغییرات قانونی لازم و نیز اجباری کردن دوباره برخی از شیوه‌های حفظ نظم نقش مهمی را ایفا می‌کنند.

یافته دیگر پژوهش آن بود که محتواهای رسانه‌ها (مانند نمایش فیلم‌های اکشن و خشن؛ یا محتواهایی که از طریق الگوسازی رسانه‌ای) در میزان خشونت مؤثر هستند. از قضا یکی از موضوعاتی که از منظر افزایش جرم در جامعه مورد توجه جرم‌شناسان و جامعه‌شناسان قرار گرفته، انعکاس مستقیم خشونت در برنامه‌ها و مطالب رسانه‌هاست.

یافته‌ی دیگر تحقیق (که با یافته‌های پاک نهاد و نجفی ابرندآبادی و هاشم‌بیگی هم قرابت داشت) آن بود که رسانه‌ها از طریق محتوای خود برخی ناهنجاری‌ها و احساس عدم امنیت را ترویج می‌کنند. در این باره برخی از محققان بر این باورند که در حال

حاضر رسانه‌ها از سه بعد در خصوص مسائل جنایی متهم‌اند: بی‌مسئولیتی، ساختن اخبار مصنوعی و ایجاد و تحمیل وحشت روانی. در همین رابطه گیدنز (۱۳۷۳) اذعان داشته که «رواج خشونت در برنامه‌های تلویزیونی کاملاً مستند است. زیرا پژوهش‌های بسیار گسترده‌ای که در این باره انجام شده نشان می‌دهد برنامه‌های تلویزیون در پر بیننده‌ترین اوقات و روزهای آخر هفته در همه شبکه‌های عمده تلویزیون آمریکا از سال ۱۹۶۷ محتوای خشن دارند. برای نمونه به طور متوسط ۸۰ درصد این گونه برنامه‌ها در بردارنده خشونت و پرخاشگری است و ۷/۵ درصد ماجرای خشن در هر ساعت تصویر شده‌است. در برنامه‌های کودکان سطح خشونت حتی از این هم بالاتر است، اگرچه قتل معمولاً کمتر نشان داده می‌شود اما کارتون‌ها بیشتر از هر نوع برنامه تلویزیونی حاوی اعمال و ماجراهای خشن هستند».

در یکی از یافته‌های دیگر پژوهش حاضر مشخص شد که ترکیبی از عوامل در وقوع نزاع‌های فردی دخیل هستند. از سوی دیگر «هیچیک» از جرم‌شناسان و جامعه‌شناسان نیز اعتقاد ندارند که رسانه‌های گروهی به‌تنهایی بتوانند عامل اصلی و تنها عامل ارتکاب بزه (مانند نزاع) باشند. بلکه معتقدند که برنامه‌های خشونت‌بار و جنایی تلویزیون یا دیگر رسانه‌های گروهی فقط آمادگی و استعداد جنایی را از قوه به فعل تبدیل می‌کنند» به اعتقاد آنان ریشه‌های بزهکاری و البته نزاع را باید در روابط خانوادگی (ارتباطات فرزندان با والدین، وضعیت ارتباطی اعضای خانواده و خویشاوندان) و محیط اجتماعی (فرم و کالبد شهر، رشد و گسترش ناموزون نظام‌ها و فضاها، شهرنشینی و تراکم جمعیت) مدرسه (معلمان و همکلاسی‌ها، امکانات مدرسه و محیط مدرسه) جستجو کرد. گیدنز نیز به نتایج پژوهش‌های «رابرت هاج» و «دیوید تریپ» اشاره می‌کند که معتقدند «واکنش‌های کودکان نسبت به تلویزیون متضمن تفسیر آنچه می‌بینند است و نه فقط ثبت محتوای برنامه‌ها» و اینکه «کودکان برنامه‌ها را با ربط دادن آنها به سایر نظام‌های معنادار زندگی روزانه تفسیر می‌کنند». لذا با این که تعیین دقیق نقش خشونت رسانه‌ای در ارتکاب جرم در جامعه

دشوار به نظر می‌رسد، اما در نفس تأثیر آن اختلاف نظر وجود ندارد، مهم نیست که رسانه‌ها به تنهایی باعث وقوع جرم شوند یا نه، مهم این است که در شرایط مستعد بر افراد مستعد تأثیر می‌گذارند و شاید وقوع جرایمی مانند نزاع را تسریع کنند. به هر تقدیر نتایج این پژوهش نشان داد که رسانه‌ها نه فقط از طریق به نمایش گذاردن سریال‌ها، مسابقات و فیلم‌های اکشن و خشن به افزایش میزان خشونت در میان جوانان کمک می‌کنند، که جوانان به سبب الگوسازی یا الگوگیری از رسانه‌ها و شخصیت‌سازی برای جوانان و دارای حق جلوه‌دادن جوانان و نوجوانان، بر میزان نزاع مؤثراند. اگرچه رسانه‌ها در شق دوم خود توانسته‌اند یا بهتر است که بگوئیم می‌توانند از طریق «تهیه و تولید برنامه‌هایی برای آگاهی مردم از پیامدهای منفی نزاع‌های فردی»، «تهیه و تولید برنامه‌هایی مانند دعوت از کارشناسان، ارائه گزارش‌های علمی و پخش فیلم‌های مستند»، «تهیه و تولید برنامه‌هایی برای اصلاح شیوه‌های تربیتی و کنترلی فرزندان» و «تهیه و تولید برنامه‌های رسانه‌ای با ایجاد ترس در مجرمان»، از میزان نزاع‌های فردی بکاهند.

### پیشنهاد‌های پژوهش

براساس یافته‌های پژوهش چند پیشنهاد ارائه می‌شود:

۱. در نمایش و پخش سریال‌ها، مسابقات و فیلم‌های اکشن و خشن که به افزایش میزان خشونت در میان جوانان کمک می‌کنند، کمال دقت صورت گیرد و نیروی انتظامی می‌تواند به عنوان یکی از مهم‌ترین سازمان‌های درگیر با جرم، این موضوع را از طریق رسانه ملی و سایر متولیان پیگیری کند.
۲. دقت شود که رسانه‌ها از التهاب‌آفرینی، تشویق به نمایش صحنه‌های خشن و ارائه اخبار و فیلم‌های مرتبط با ناامنی، به رسالت مهمی چون آموزش آحاد جامعه به استفاده از تدابیر پیشگیرانه از جرم، بالابردن آستانه تحمل و در صورت ارتکاب نزاع، تشویق به صلح و سازش و ترمیم روابط بین طرفین نزاع با بهره‌گیری از آموزه‌های دینی و مشارکت جامعه محلی اقدام کنند.

۳. نظر به الگوگیری افراد، به ویژه جوانان از رسانه‌ها در شخصیت‌سازی از بزه‌کاران و اوباش، پیشنهاد می‌شود که به شخصیت‌سازی مثبت از افراد موفق و یا قهرمانان اقدام شود.
۴. درخصوص ساخت و تولید برنامه‌هایی که به آگاهی جوانان درخصوص پیامدهای گرایش به نزاع می‌افزاید بیشتر تلاش شود.
۵. نیروی انتظامی با همکاری محققان و اساتید دانشگاه‌ها به «تهیه و تولید برنامه‌هایی مانند دعوت از کارشناسان، ارائه گزارش‌های علمی و پخش فیلم‌های مستند» اقدام کند تا از این طریق میزان آگاهی شهروندان از نزاع و پیامدهای آن افزایش یابد.
۶. نیروی انتظامی با همکاری سازمان‌های رسمی و غیررسمی برای «تهیه و تولید برنامه‌هایی برای اصلاح شیوه‌های تربیتی و کنترلی فرزندان» و نیز «تهیه و تولید برنامه‌های رسانه‌ای با ایجاد ترس در مجرمان» اقدام کند تا هم خانواده‌ها اطلاعات بیشتری در این باره پیدا کنند و هم مجرمان با دیدن عواقب کار خود، کمتر در فکر نزاع باشند.
۷. با توجه به این یافته پژوهش که طی آن نشان داد، تولید و انتشار برخی اخبار و رخدادها می‌تواند تحریک‌کننده و تشنج‌آفرین باشد، باید درخصوص تولید و انتشار برخی اخبار و رخدادها با پلیس مشورت شود تا از گسترش ناامنی جلوگیری شود.

### فهرست منابع

- باقرزادگان، امیر و میرزایی، محمد (۱۳۹۲). بررسی تحقق نزاع فردی و دسته‌جمعی با تأکید بر نقش حاشیه‌نشینی (مطالعه موردی شهرستان سنندج). کارآگاه، ۷(۲۵)، ۱۶۳-۱۸۹.
- بی، ارل (۱۳۸۲). روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی. تهران: سمت.
- پارسامهر مهربان؛ سعیدی‌مدنی، سیدمحسن و دیوبند، فائزه (۱۳۹۱). مطالعه جامعه‌شناختی خشونت میان فردی: آزمون تجربی نظریه نظارت اجتماعی. جامعه‌شناسی کاربردی. علوم انسانی دانشگاه اصفهان، ۲۳(۲)، ۸۹-۱۰۸.



پاک نهاد، امیر (۱۳۹۲) احساس ناامنی و ترس از جرم. آموزه‌های حقوق کیفری. دوره جدید بهار و تابستان ۱۳۹۲ شماره ۵، ۱۵۵-۱۸۰.

پورافکاری، نصرالله (۱۳۸۳). نزاع‌های جمعی محلی. مجموعه مقالات اولین همایش ملی طرح مسائل جامعه‌شناسی ایران، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.

جهان‌بین، داریوش (۱۳۸۲). نقش رسانه‌ها در کنترل امنیت اجتماعی. حقوقی دادگستری. شماره ۴۳، تابستان ۱۳۸۲. صص ۹۳-۱۲۰.

حبیب زاده ملکی، اصحاب و افخمی، حسین و نادرپرو، محمد رضا و بهریر، سروش (۱۳۸۸) بررسی نقش دوگانه رسانه‌های جمعی در پیشگیری و وقوع جرایم. فصلنامه انتظام اجتماعی. ۱(۲)، ۱۰۷-۱۴۲.

دانشی، مارسل (۱۳۸۷) نشانه‌شناسی رسانه‌ها. ترجمه گودرز میرانی و بهزاد دوران. تهران: بی‌نا.

دوران، بهزاد (۱۳۸۶). اینترنت و هراس‌های اخلاقی آن در ایران. تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.

• راجرز، اورت ام. و شومیکر، اف. فلویید (۱۳۶۹). رسانش نوآوری: رهیافتی میان‌فرهنگی. عزت‌الله کرمی و ابوطالب فنایی (مترجمان). شیراز: دانشگاه شیراز.

• روشن دل اربطانی، طاهر و خواجه بیان، داتیس و قاسمی، محمد (۱۳۹۰) تبیین مدل کاربرد رسانه‌های جمعی برای پیشگیری از ارتکاب جرم. نظم و امنیت انتظامی: بهار ۱۳۹۰، دوره ۴، شماره ۱؛ از صفحه ۵۵ تا صفحه ۸۱.

زیمرینگ، فرانکلین و هاوکینز، گوردن (۱۳۷۹). رسانه‌های جمعی و خشونت. سیدرضا میرطاهر (مترجم). چاپ شده در کتاب خشونت و جامعه به کوشش اصغر افتخاری. تهران: سفیر.

سروت ماری (۱۹۹۸). ساخت اجتماعی جرم و خشونت رسانه‌ها به‌مثابه یک علت. پژوهش و سنجش. سال هشتم، شماره ۲۶، تابستان ۱۳۸۰، ۲۲۷-۲۴۶.

- شایگان، فریبا (۱۳۸۸). رسانه و آموزش جرم (مطالعه موردی صفحه حوادث روزنامه جام‌جم در سال ۱۳۸۸. پژوهش‌های امنیت اجتماعی. زمستان ۱۳۸۹. دوره جدید. شماره ۲۴. صص ۹۱-۱۱۶).
- عمید، حسن (۱۳۸۵). فرهنگ فارسی عمید. تهران: امیرکبیر.
- فرحیها، محمد (۱۳۸۵). بازتاب رسانه‌ای جرم، فصلنامه رفاه اجتماعی. ۶(۲۲)، ۵۷-۸۶.
- کازنو، ژان (۱۳۸۴). جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی. باقر ساروخانی و منوچهر محسنی (مترجم). تهران: اطلاعات.
- کیانی، مهرزاد؛ بزمی، شبنم؛ قره‌داغی، جابر و برزگر، عبدالرزاق (۱۳۸۶). بررسی فراوانی ضرب و جرح ناشی از نزاع در مراجعان در واحد معاینات سرپایی مردان ستاد مرکزی سازمان پزشکی قانونی کشور طی ۳ ماه، پزشکی قانونی. زمستان ۱۳۸۶. دوره ۱۳، شماره ۴۸ (مسلسل ۴۸)، ۲۵۶-۲۶۰.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۳) جامعه‌شناسی. منوچهر صبوری. تهران: نی.
- لیتل‌جان، استیفن (۱۳۸۴). نظریه‌های ارتباطات. سیدمرتضی نوربخش و سیدعلی‌اکبر میرحسینی (مترجمان). تهران: جنگل.
- محسنی، منوچهر (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی انحرافات اجتماعی. تهران: طهوری.
- مرتضوی، محمودرضا (۱۳۹۲) ارزیابی پیمایشی آسیب‌های اجتماعی در یزد با تأکید بر عوامل رسانه‌ای. پژوهش‌های رسانه‌ای. ۸(۲۳)، ۱۷۳-۱۸۴.
- معین، محمد (۱۳۸۰) فرهنگ فارسی شش جلدی معین. تهران: امیرکبیر.
- مک کوایل، دنیس (۱۳۸۵). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی. پرویز اجلالی (مترجم). تهران: مرکز تحقیقات رسانه‌ها.
- هاشمی، سیدضیاء (۱۳۸۷). بررسی ابعاد فرهنگی و اجتماعی نزاع. مجموعه مقالات اولین همایش تأثیر نزاع بر امنیت اجتماعی. یاسوج: دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان کهگیلویه و بویراحمد.

واحدی، ناصر؛ بهستانی، رضا و حن‌زاده، رضا (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر نزاع و درگیری فردی از دیدگاه شهروندان در سال ۱۳۹۲ (مطالعه موردی شهر خوی). دانش انتظامی آذربایجان غربی. ۶(۲۱)، ۴۷-۷۴.

ویندال، سون؛ بنو سیگناتیزر و جین اولسون (۱۳۷۶) کاربرد نظریه‌های ارتباطات (مقدمه‌ای بر ارتباطات برنامه‌ریزی شده). علیرضا دهقان (مترجم). تهران: مرکز تحقیقات رسانه‌ها.

عسگری، سعید و زکی‌یی، علی و علیخانی، مصطفی (۱۳۹۲) رسانه، محتوا و ادراک مخاطب از جرم: چشم انداز نوین علمی در بررسی نقش رسانه در پیشگیری از جرم. مطالعات پیشگیری از جرم. ۸(۲۶)، ۹-۳۸.

یوسفیان شوره دلی، بهنام و محمدی دارابی، معصومه (۱۳۹۲) دانش انتظامی مازندران. ۴(۱۳)، ۹-۲۵.

روشندل اربطانی، طاهر و خواجه‌بیان، داتیس و قاسمی، محمد (۱۳۹۰). تبیین مدل کاربرد رسانه‌های جمعی برای پیشگیری از ارتکاب جرم. نظم و امنیت انتظامی. ۴(۱)، ۵۵-۸۱.

مؤذن‌زادگان، حسنعلی و افشاری، فاطمه (۱۳۹۲) نقش رسانه در پیشگیری از جرم در سیاست جنایی ایران. دیدگاه‌های حقوقی قضایی. ۱۸(۶۴). صص ۱۳۱-۱۵۸.

Surette, Ray. The social construction of crime and violence, in media, crime, and Criminal Justice, wandsworth publishing company. Secand edition, 1998, p.p114- 154.



پروشکاه علوم انسانی و مطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی