

تأثیر دو گانه رسانه ها بر نگرش جوانان به آسیب های اجتماعی در استان بوشهر

سوران رجبی^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۱۰/۳
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۱۱/۸

این تحقیق با هدف تعیین تأثیر دو گانه ی رسانه ها (رسانه های چاپی، الکترونیکی و دیجیتال) بر نگرش جوانان به آسیب های اجتماعی در استان بوشهر انجام گرفت. روش تحقیق، پیمایشی از نوع مقطعی توأم با روش همبستگی است. نمونه ای به حجم ۱۰۳۰ نفر با استفاده از روش نمونه گیری چند مرحله ای از بین جوانان دختر و پسر ۱۸ تا ۳۵ ساله استان بوشهر انتخاب شد. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه نگرش به آسیب های اجتماعی، پرسشنامه نگرش به رسانه و پرسشنامه ویژگی های جمعیت شناختی استفاده شد. یافته ها نشان داد بیشترین رسانه مورد استفاده، تلویزیون داخلی (۹۲/۲ درصد) و شبکه های ماهواره (۷۷/۹ درصد) بود. تحلیل واریانس مختلط بیانگر این بود که بین میزان ساعات استفاده از رسانه های داخلی و خارجی تفاوت معنی داری وجود دارد. بین دو گروه دختران و پسران از نظر میزان استفاده از رسانه ها تفاوت معناداری وجود نداشت. همچنین، بین نگرش جوانان به رسانه داخلی و خارجی در زمینه ترویج و پیشگیری از آسیب های اجتماعی تفاوت معنی داری وجود داشت. یافته بعدی این بود که از نظر جوانان، نقش رسانه ها در ترویج آسیب های اجتماعی بالاتر از نقش پیشگیرانه آنهاست. تحلیل رگرسیون نشان داد ماهواره، تلویزیون داخلی، سایت های اینترنت خارجی و مجلات و روزنامه های داخلی، بهترین پیش بینی کننده های نگرش جوانان دختر به آسیب های اجتماعی هستند. در گروه پسران نیز ماهواره، تلویزیون داخلی، بازی های رایانه ای داخلی، سایت های اینترنت خارجی و رادیوهای داخلی بهترین پیش بینی کننده های نگرش آنان به آسیب های اجتماعی است. این تحقیق نشان داد ۲۲ درصد واریانس نگرش جوانان دختر و ۱۸ واریانس نگرش پسران به آسیب های اجتماعی توسط رسانه ها قابل تبیین است.

واژگان کلیدی: رسانه، آسیب اجتماعی، ماهواره، اینترنت و جوان

مقدمه

از دیدگاه بسیاری از اندیشمندان، آسیب‌ها و کجروی‌های اجتماعی مانند سرقت، جرایم جنسی و فحشا، آدم‌ربایی، خشونت و قتل، خودکشی، اعتیاد، طلاق، فرار از خانواده و موارد دیگر نتیجه مشکلات خانوادگی است (ستوده، ۱۳۹۰). آنها در تعریف خود از مشکلات خانوادگی به مسائل متعددی اشاره دارند که می‌توان آنها را در مقوله‌هایی چون: طرد فرزندان از سوی والدین، فقدان ارتباط هیجانی و عدم حمایت فرزندان از سوی والدین خلاصه کرد (تولان، گورمن اسمیت، هنری، و اسکونی^۱، ۲۰۱۰).

اما واقعیت این است که علاوه بر خانواده، اخبار و اطلاعات شنیداری و دیداری در ارائه تصویر جرم به مردم و توسعه سازمان‌هایی مانند پلیس در جامعه نقش مهمی دارند. در واقع رسانه‌ها، بزرگ‌ترین مربیان دنیای امروز هستند. از زمان ظهور رسانه‌هایی چون رادیو و تلویزیون به عنوان یک نیروی اصلی، بسیاری از حامیان امنیت جامعه چنین فرض کردند که ارائه اطلاعات واقعی از طریق بسیج‌های ارتباطی به جامعه به طور خودکار به تغییر نگرش‌ها و پس از آن رفتارهای سالم منجر می‌شود. امروزه، اساس علم براین پایه گذاشته می‌شود تا با ناهنجاری‌های اجتماعی به روشی مبارزه کند که بر پیشگیری بیشتر از برخوردهای انتظامی که پرهزینه و گاه کم‌اثر است، تأکید شود (کامپبل، مارتین و فابوس^۲، ۲۰۱۳).

امروز در دهکده جهانی، رسانه زبان بین‌المللی است. امواج به عنوان سفیران جدید در سیاست‌های ارتباطی، وسیله‌ای مؤثر و کارآمد برای ایجاد تغییرات به شمار می‌روند (سپهری و گیویان، ۱۳۹۰). بدین ترتیب، ظهور و گسترش فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی^۳، جهان را به شمشیری دولبه مجهز کرده است. اینک، می‌توان گفت رسانه با تاثیرگذاری بر ساختار خانواده، از یک سو و با ارائه تصویری از جرم از سوی دیگر، بر شکل‌گیری یا کاهش جرائم اجتماعی مؤثر واقع می‌شود. تاثیر رسانه ممکن است در مواردی به صورت مستقیم منجر به ارتکاب جرم شود، اما این تاثیر عام نبوده و در مواردی خاص به صورت موردی گزارش شده است. دیدن صحنه سرقت یک بانک یا ربودن یک شی از مغازه یا دزدی خانوادگی ممکن است بیننده جوانی را به ارتکاب جرم بکشاند، اما خارج از چارچوب رسانه‌های رسمی کشور تاثیر فیلم‌های ماهواره‌ای یا ویدئویی که بر روی آنها هیچ‌گونه کنترلی وجود ندارد، شدیدتر و عمیق‌تر است؛ به طوری که ارتکاب جرائم جنسی اغلب تحت تاثیر این گونه فیلم‌ها بوده و مرتکبین آنها خود به این تاثیر اعتراف نموده‌اند (فرجیها، ۱۳۸۵).

نظریه بازتاب رسانه‌ای جرم^۴ (بنت^۵، ۱۹۸۲) مدعی است که رسانه‌ها با نمایش مستمر تصاویر فریبنده و خوشایند از ارتکاب جرم و اسطوره‌سازی از مجرمان، کنترل‌های درونی را تضعیف می‌کنند.

1 Tolan, Gorman-Smith, Henry, & Schoeny

2 Campbell, Martin, & Fabos

3 new information and communication technologies

4 Reflection Theory of Mass Media

5 Bennett

این امر در نظریه های روان شناسانه در مورد مهارزدایی و حساسیت زدایی در بخش شکل گیری انگیزه ارتکاب جرم بررسی شده است (رینر^۱، ۲۰۱۲). نظریه کنترل اجتماعی هیرشی^۲ (۲۰۰۲) نیز می گوید افراد زمانی بزهکار می شوند که نسبت به قیود اجتماعی کم اعتنا یا بی اعتنا شوند. در واقع، نقش رسانه ها در این است که می توانند هنجارهای اجتماعی موجود در جامعه را تقویت یا تضعیف نمایند. هنگامی که باورها و اعتقادات فرد نسبت به یک موضوع کمرنگ شده یا از بین می رود، نوعی رهایی رفتاری در او پدید می آید؛ به طوری که خود را از قید و بندهای گذشته رها حس می کند. اگر فردی قویاً باور داشته باشد که برخی رفتارهای انحرافی درست نیست، مشارکت در آن رفتار برای او دور از تصور است (رابرتسون، ۱۳۸۵). در این نظریات، رسانه ها تاثیر معناداری بر تصویر کلی جرم در درون جامعه دارند. گستره این تاثیر تا آنجاست که می توان گفت انگاره هایی که بر آگاهی عموم درباره جرم سایه افکنده است، عمدتاً محصول رسانه هاست. این پدیده را می توان تصویر رسانه ای رایج جرم^۳ نامید (وایت، ۱۳۸۹).

گرینر، مورگان، گروس، سیگنوریلی و شاناهان^۴ (۲۰۰۲) معتقدند درس هایی که ما در دوران کودکی از تلویزیون می آموزیم، احتمالاً پایه هایی برای جهان بینی وسیع ما می گردند. تلویزیون منبع معناداری از ارزش های عمومی، عقاید قالبی، ایدئولوژی و دیدگاههاست. به عبارت دیگر، هنگامی که رسانه ها برخی از کجروی ها را به گونه ای نمایش می دهند که فاعل آنها فردی موفق مطرح می شود، نابهنجار بودن کجروی نیز کمرنگ شده و حتی از بین می رود. فرزندان به این نوع آموزش نیازمندند و اگر محیط خانواده قادر به انجام آن نباشد، این الگوها به شکل دیگری در ذهن آنها جایگزین می گردد.

پرخاشگری در محیط خانواده و اجتماع، طیفی از شکل ها و گونه های متفاوت به خود می پذیرد که بدرفتاری با کودکان در یک سوی آن قرار دارد و نگرش ها و گفتارهای پرخاشگرانه والدین در سوی دیگر آن قرار دارد. باندورا^۵ (۱۹۷۳) معتقد است در همین عرصه تربیتی، کودکان با شدت تمام در معرض نمونه هایی روشن و زنده از قهر و اجبار^۶ و پرخاشگری قرار می گیرند و عمل والدین، آن نمونه ها را به عنوان شیوه های مطلوب حل اختلاف و اظهار تمایلات و خواسته ها به آنان معرفی می کند. بنابراین، رسانه هم می تواند از طریق تاثیرگذاری بر روابط بین زوجین، فرآیند تربیت فرزندان را تحت تاثیر قرار دهد و هم بصورت مستقیم بر اندیشه و طرز رفتار فرزندان مؤثر واقع شود. این تاثیر حتی می تواند ساختار خانواده را با تغییراتی عمیق روبرو سازد.

1 Reiner

2 Hirschi's social control theory

3 Popular media images of crime

4 Gerbner, Morgan, Gross, Signorielli, & Shanahan

5 Bandora

6 Coercion

رسانه می تواند با شیوه های گوناگون، تصور درستی از موقعیت های مناسب و رفتار متناسب با آن را ایجاد نماید. این تأثیر، جدای از کنترل اجتماعی غیر رسمی است که در جامعه یا مدرسه صورت می گیرد و اثر آن را باید به ابزارهای درونی مربوط دانست. رسانه می تواند بر نیازهایی مانند آزادی، عشق و تعلق و احترام تأکید نماید و از طریق آنها فرد را تحت تأثیر قرار دهد (سلیمی، ۱۳۸۵). هنگامی که باورها و اعتقادات فرد نسبت به یک موضوع کمرنگ شده یا از بین می رود، نوعی رهایی رفتاری در او پدید می آید؛ به طوری که خود را از قید و بندهای گذشته رها حس می کند. یکی از مصداق های آن بدحجابی در بین جوانان است. حجاب برتر^۱ به عنوان یکی از رفتارهای مذهبی مطرح می باشد. دیدگاه های نوین جامعه شناسی و روان شناسی تأکید زیادی بر نقش عمل به باورهای دینی و مذهبی در احساس شادی و احساس خوب بودن^۲ در جوانان دارند (فرانسیس^۳ و همکاران، ۱۹۹۵؛ موشر و هاندل^۴، ۱۹۹۷؛ کوینگ، مک کالو و و لارسون^۵، ۲۰۰۱؛ دیو^۶ و همکاران، ۲۰۱۰؛ و سمن^۷ و همکاران، ۲۰۱۰؛ باریرا^۸ و همکاران، ۲۰۱۱). بنابراین، با توجه به اهمیت معنویت و رشد ارزش های معنوی در انسان و در نظر گرفتن آن به عنوان بعد چهارم از دید سازمان بهداشت جهانی (هیل و هود^۹، ۱۹۹۹)، توجه به این مسئله مهم است.

از دیگر آسیب های اجتماعی مهم در کشور ما طلاق است. در بحث طلاق، آنچه مهم است جدایی عاطفی افراد از یکدیگر است، طلاق پنهان یا طلاق عاطفی به معنای زندگی در زیر یک سقف بدون همدلی و علاقه متقابل است که خود زمینه را برای طلاق واقعی مهیا می سازد. تحقیقات نشان دهنده گسترش نارسازگاریها و تنش های خانوادگی ناشی از عوامل مختلف از جمله خشونت و همسرآزاری^{۱۰} (سازمان بهداشت جهانی^{۱۱}، ۱۹۹۷؛ موفیت^{۱۲} و همکاران، ۱۹۹۷؛ کراگ^{۱۳} و همکاران، ۲۰۱۰)، اعتیاد^{۱۴} (اریکسون^{۱۵} و همکاران، ۲۰۰۳؛ فالس – استیوارت^{۱۶}، ۲۰۰۳؛ گالوانی^{۱۷}، ۲۰۱۲) و بیماری (استام و کویچپرس^{۱۸}، ۲۰۰۱؛ کورینگ^{۱۹}، ۲۰۰۲؛ روسلر و همکاران^{۲۰}، ۲۰۱۰) است. فحاشی، ضرب و شتم و به عبارت دقیقتر خشونت

1. Superior Hijab
2. well-bing
3. Francis
4. Mosher & Handal
5. Koeing, McKullough, and Larson
6. Dew
7. Weisman
8. Barrera
9. Hill & Hood
- 10 . wife abuse
- 11 . World Health Organizatzation
- 12 . Moffitt
- 13 . Krug
- 14 . addiction
- 15 . Eriksson
- 16 . Fals. Stewart
- 17 . Galvani
- 18 . Stam and Cuijpers
- 19 . Corring
- 20 . Rossler

خانوادگی به عنوان یکی از عمده‌ترین نگرانی‌های اجتماعی در آمده است (ویگنیز^۱، ۱۹۹۴؛ سازمان بهداشت بهداشت جهانی، ۱۹۹۷). در استان بوشهر از هر ۶/۵ ازدواج در سال ۹۱ یک طلاق رخ داده است و نرخ طلاق در سال ۹۳ نزدیک به ۱۸ درصد بوده است که بیانگر لزوم توجه بیشتر به مقوله سازگاری زوجین بویژه زوجین جوان است (سایت ثبت احوال ایران، ۱۳۹۴).

طلاق نیز مانند سایر آسیب‌های اجتماعی تحت تأثیر عوامل متعددی است و تأثیر رسانه‌ها نیز در این مورد می‌تواند به صورت غیر مستقیم باشد (زارتler^۲، ۲۰۱۱). در واقع رسانه‌ها نقشی کلیدی در تبیین شکل‌گیری فشار ناشی از خلاء هنجاری^۳ ایفا می‌کنند. رسانه‌ها ممکن است با ارائه تصاویری از چشم و هم‌چشمی عمومی در مورد برخورداری از یک زندگی مرفه، احساس محرومیت نسبی را تشدید می‌کنند و موجب وارد آمدن فشار برای رسیدن به سطوح بالای موفقیت می‌شوند (سیگل^۴، ۲۰۰۷).

بنابراین رسانه‌های جمعی در دنیای امروز تصویر تازه‌ای از طلاق را مطرح می‌کنند و از این طریق بر نگرش و رفتار مخاطبان خود تأثیر می‌گذارند. رسانه‌های جمعی مانند گذشته، طلاق را تنها یک آسیب اجتماعی نمی‌دانند؛ بلکه آن را راه حلی از روی ناچاری برای حفظ کیفیت زندگی تلقی می‌کنند. رسانه‌های جمعی امروزه به جای تأکید بر عواطف و احساسات مردم درباره طلاق، باید برای دوران پس از طلاق برنامه‌های مناسبی تولید نمایند. رسانه‌های جمعی ناچارند در مورد بازتعریف روابط خانواده پس از طلاق برنامه‌هایی داشته باشند و با توجه به شیوع پدیده طلاق در جوامع نقش رسانه‌های جمعی نیز در این زمینه بسیار حساس است (زارتler، ۲۰۱۱).

از آنجا که گسترش فضای اجتماعی به واسطه رسانه‌ها، عام شدن بسیاری از امور خاص و درهم‌تیدگی جهان، موجب شده است که جوانان امروزی در انتخاب هویت‌های منسجم و یگانه با مشکل و حتی بحران مواجه شوند و هویت آنها دچار چندپارگی و انشقاق گردد (لچنر^۵، ۲۰۰۷؛ گریر و لچنر، ۲۰۱۲) و شاید به همین جهت بیشتر در خطر ارتکاب به آسیب‌های اجتماعی و برهم زدن نظم اجتماعی^۶ باشند. لذا این تحقیق به دنبال بررسی این مسئله است که نقش دوگانه رسانه‌های جمعی در ترویج و پیشگیری از آسیب‌ها و کجروی‌های اجتماعی یعنی سرقت، جرایم جنسی، خشونت، خودکشی، اعتیاد، طلاق، فرار از خانواده و بدحجابی در جوانان چگونه است؟

پیشینه پژوهش

رحمان زاده و طهماسبی (۱۳۹۰) طی تحقیقی با عنوان "بررسی تأثیر تماشای سریال‌های ماهواره‌ای بر سبک زندگی بانوان دانشجو" دریافتند که در سریال‌های ماهواره‌ای مضامین مثبتی از قبیل مبارزه علیه

1 Wigniez
2 Zartler
3 Anomic Strain
4 Siegel
5 Lechner
6 social order

موانع و مشکلات و احترام به والدین و مضامین منفی همچون: روابط نامشروع، بی بندوباری و خیانت برجسته و مشهود بوده است. با توجه به آزمون فرضیه های موجود و تحلیل یافته ها می توان در این پژوهش این طور نتیجه گرفت که هر اندازه تماشای سریال های ماهواره بیشتر می شود، سبک زندگی بانوان دانشجوی ارتباطات دانشگاه آزاد تهران شرق هم مطابق با این سریال ها تغییر پیدا می کند.

نعیمی (۱۳۹۰) تحقیقی با عنوان "تاثیر تعامل خانواده و ماهواره در بروز پدیده طلاق (مطالعه موردی شهرستان گرگان)" انجام داده است. نتایج به دست آمده نشان دهنده تاثیر ماهواره در ایجاد ارزش های مدرن در زوجین و تاثیر خانواده در پیدایی ارزش های سنتی در بین زوجین بود. همچنین، نتایج حاکی از آن بود که برای ایجاد توازن در ارزش های مسلط در زوجین و برای جلوگیری از تغییرات ناگهانی و یا تضاد ارزشی در بین آنان باید تعاملی سنجیده بین این دو بال مهم جامعه پذیری صورت گیرد.

کوهی و حسنی (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی رابطه استفاده از رسانه های نوین با ابعاد هویتی در نوجوانان و جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله شهر تبریز پرداختند. نتایج نشان داد که بین استفاده از پایگاه های اینترنتی و ماهواره با هویت فردی و هویت جهانی، رابطه مثبت و با هویت ملی و دینی، رابطه منفی وجود دارد. بین استفاده از تلفن همراه و هویت فردی، رابطه مثبت و بین استفاده از تلفن همراه و هویت دینی، قومی و خانوادگی رابطه منفی دیده می شود. همچنین، بین استفاده از لوح فشرده و لوح ویدئویی با هویت ملی رابطه منفی و با هویت جهانی رابطه مثبت وجود دارد.

صدفی و محسنی تبریزی (۱۳۹۲) در تحقیقی به بررسی مسئله آسیب پذیری اجتماعی شدن کودکان در فضای رسانه های فراملی (مطالعه موردی خانواده های شهر زنجان) پرداختند. یافته های تحقیق بر مبنای ضریب همبستگی پیرسون (r) نشان داد که از نظر پدران (نسبت به مادران) در فرآیند جامعه پذیری کودکان در فضای شبکه های اینترنتی و ماهواره ای، کودکان هم گرایش بالایی به پیام های بازرگانی دارند و هم از انگیزه بالایی در پیروی از پیام های بازرگانی برخوردارند. در عین حال، تفاوت معناداری میان پدران و مادران از نظر آسیب پذیری اجتماعی شدن کودکان در فضای شبکه های اینترنتی و ماهواره ای و همچنین ارزش اقتصادی پیام های بازرگانی، گزینش پیام های مهم بازرگانی و اقناع رسانه ای پیام های بازرگانی وجود ندارند. در صورتی که بر اساس تحلیل رگرسیون چندگانه (R) و تحلیل مسیر جهت نیکویی برازش مدل نظری، برحسب ارزش بتا (β) در مجموع ۶۴ درصد تغییرات آسیب پذیری اجتماعی شدن کودکان در فضای شبکه های اینترنتی و ماهواره ای ($R^2 = 0/64$)، از نظر مادران ($-0/16$) به افزایش اقناع رسانه ای پیام های بازرگانی ($+0/54$)، افزایش انگیزش پیروی از پیام های بازرگانی ($+0/26$)، کاهش ارزش اقتصادی پیام های بازرگانی ($-0/17$)، افزایش گزینش پیام های مهم بازرگانی ($+0/17$) و افزایش گرایش به پیام های بازرگانی ($+0/10$)، در خانواده های شهر زنجان با حجم بالای بُعد خانوار ($+0/12$) و فاقد مسکن شخصی ($0/12$)، بستگی دارد.

شکریگی آقای نور، قبادی، و عبدالعلی پور (۱۳۹۱) در تحقیقی به بررسی تاثیر رسانه های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی (مطالعه موردی، افراد ۳۸-۱۸ سال استان چهارمحال و بختیاری) پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد بین میزان توجه و اعتماد به رسانه های داخلی و ابعاد مختلف احساس امنیت اجتماعی رابطه مثبت می باشد. سطح معناداری بالا و سطح اطمینان حداقل ۹۵ درصد بین میزان توجه و اعتماد به رسانه های خارجی، در چهار بعد قضایی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی رابطه مثبتی با سطح معناداری بالا سطح اطمینان حداقل ۹۵ درصد وجود دارد، اما بین این متغیر و احساس امنیت عمومی رابطه معناداری مشاهده نشد. نکته قابل توجه در نتایج تحقیق این است که وجود همبستگی بین متغیر مستقل و وابسته و لزوماً تاثیر رسانه ها بر احساس امنیت نیست، بلکه می توان گفت افراد، با احساس امنیت متفاوت، گرایش متفاوت در انتخاب و اعتماد به رسانه های داخلی و خارجی دارند و رسانه ها صرفاً نقش تقویت کننده نگرش قبلی مخاطبان را دارند.

احمدی، عدلی پور، سپهری، و علیزاده (۱۳۹۲) در تحقیقی به بررسی رابطه مصرف رسانه ای با اعتماد اجتماعی در بین جوانان شهر تبریز پرداختند. هدف مطالعه، رابطه رسانه های جمعی در دو شکل داخلی (راديو و تلویزیون و روزنامه و مجلات) و برون مرزی آن (اینترنت، ماهواره و شبکه های اجتماعی مجازی) با اعتماد اجتماعی و ابعاد آن بوده است. پژوهش حاضر، به روش پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته با حجم نمونه ۶۰۰ نفر در بین جوانان ۱۸ تا ۳۳ سال کلان شهر تبریز در سال ۱۳۹۲ انجام شده است. روش نمونه گیری، خوشه ای چند مرحله ای است. یافته های پژوهش حاکی از آن است که رسانه های داخلی باعث افزایش اعتماد اجتماعی و رسانه های خارجی باعث کاهش آن می شوند. همچنین، بین میزان استفاده از رسانه های داخلی و خارجی با اعتماد میان فردی رابطه معناداری مشاهده نشد، اما بین میزان استفاده از رسانه های داخلی با اعتماد به نظام و اعتماد تعمیم یافته رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد، اما بین رسانه های خارجی با این دو نوع اعتماد، رابطه معکوسی به چشم می خورد.

لبیبی (۱۳۹۲) نیز در تحقیق چندملیتی به بررسی رسانه های جمعی و نظم اجتماعی (مطالعه تطبیقی شهرهای تهران، لندن و بمبئی) پرداخته است. این محقق نتیجه گیری می کند که رسانه های جمعی قادرند از طریق کاهش میزان احساس بی عدالتی و ناامنی در افراد، تقویت میزان مشارکت اجتماعی آنان، کاهش میزان خانواده گرایی (اولویت دادن منافع خانوادگی بر منافع جمعی)، همسو ساختن باورهای دینی با سیاست ها و خط مشی های اجتماعی و تقویت باورهای اخلاقی افراد موجب پایبندی بیشتر افراد به التزام به قانون، رعایت حقوق سایر شهروندان، اعتماد به دیگران و پرهیز از اعمال خشونت نسبت به دیگران شوند و در نهایت، بر افزایش میزان گرایش به نظم اجتماعی در جامعه تاثیرگذار باشند. این تحقیق نشان داد که احساس بی عدالتی و ناامنی در شهر تهران بیشتر از دو شهر لندن و بمبئی است.

دیوبند و همکاران (۱۳۹۲) تحقیقی با عنوان "تاثیر برنامه های ماهواره ای بر نگرش جوانان به روابط نامشروع" انجام داده اند. یافته ها نشان داد که تفاوت معناداری بین استفاده کنندگان و غیراستفاده کنندگان از برنامه های ماهواره ای از نظر نگرش نسبت به روابط نامشروع مشاهده می شود. افرادی که از برنامه های ماهواره ای خارجی استفاده کردند در مقایسه با کسانی که استفاده نمی کردند، با برقراری روابط نامشروع موافق تر بوده اند. نتایج رگرسیون سلسله مراتبی چندگانه نشان داد که متغیر استفاده از برنامه های ماهواره ای توانسته است ۹ درصد از واریانس متغیر نگرش به روابط نامشروع را پیش بینی کند.

در پژوهش های خارجی نیز به بررسی تاثیر رسانه ها پرداخته شده است:

کائو^۱ و همکاران (۲۰۰۷) و یین^۲ و همکاران (۲۰۰۷) به مقایسه ویژگی های روان شناختی، شخصیتی و اجتماعی دانشجویانی که استفاده مفرط از اینترنت داشتند، در مقابل سایر دانشجویان پرداختند. نتایج پژوهش های آنها نشان داد که میزان افسردگی، اضطراب، افکار خودکشی، پیش فعالی، هراس، ترس اجتماعی، پرخاشگری و خشونت و رفتارهای ضد اجتماعی در دانشجویانی که به اعتیاد اینترنت مبتلا بودند از سایرین بیشتر بود.

برسامین، بوردو، فیشر و گروب^۳ (۲۰۱۰) ضمن پژوهشی نشان دادند که جوانانی که تجربه رابطه جنسی نداشته اند، بیشتر از جوانانی که تجربه جنسی داشته اند تلویزیون تماشا کرده اند، اما برنامه های شبکه های موسیقی و جنسی و شبکه هایی را که مربوط به بزرگسالان می شده است، کمتر تماشا کرده اند. نتایج رگرسیون نشان داده است که استفاده از تلویزیون به طور کلی و همچنین استفاده از برنامه های ویدیویی موسیقی، جنسی و بزرگسالان پیش بینی کننده های معناداری به شمار می روند.

تحقیقات زارتلر (۲۰۱۱) نشان می دهد که رسانه های جمعی در دنیای امروز، تصویر تازه ای از طلاق را مطرح می کنند و از این طریق بر نگرش و رفتار مخاطبان خود تأثیر می گذارند. رسانه های جمعی مانند گذشته، طلاق را تنها یک آسیب اجتماعی نمی دانند، بلکه آن را راه حلی از روی ناچاری برای حفظ کیفیت زندگی تلقی می کنند. رسانه های جمعی امروزه به جای تأکید بر عواطف و احساسات مردم درباره طلاق، باید برای دوران پس از طلاق برنامه های مناسبی تولید نمایند. رسانه های جمعی ناچارند در مورد بازتعریف روابط خانواده پس از طلاق، برنامه هایی داشته باشند و با توجه به شیوع پدیده طلاق در جوامع، نقش رسانه های جمعی نیز در این زمینه بسیار حساس است.

سوالات پژوهش

- ۱- میزان استفاده جوانان دختر و پسر از رسانه های داخلی و خارجی به تفکیک نوع رسانه چگونه است؟
- ۲- آیا بین مدت زمان استفاده از رسانه ها در جوانان تفاوت وجود دارد؟

1 Cao

2 Yen

3 Bersamin, Bourdeau, Fisher, & Grube

۳- آیا بین جوانان دختر و پسر پیرامون مدت زمان استفاده از رسانه های داخلی و خارجی به تفکیک نوع رسانه تفاوت وجود دارد؟

۴- نگرش جوانان دختر و پسر نسبت به نقش رسانه های داخلی و خارجی در ترویج یا پیشگیری از آسیب های اجتماعی چگونه است؟

۵- سهم رسانه های داخلی و خارجی (رادیو، تلویزیون، مجلات، اینترنت و بازی های رایانه) در نگرش جوانان دختر به آسیب های اجتماعی چقدر است؟

۶- سهم رسانه های داخلی و خارجی (رادیو، تلویزیون، مجلات، اینترنت، بازی های رایانه) در نگرش جوانان پسر به آسیب های اجتماعی چقدر است؟

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق و جامعه آماری

در این تحقیق از روش تحقیق پیمایشی از نوع مقطعی توأم با روش همبستگی از نوع پیش بین استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، کلیه جوانان دختر و پسر ۱۸ تا ۳۵ ساله استان بوشهر است که در نیمه دوم سال ۱۳۹۳ در استان بوشهر ساکن بودند. با توجه به اینکه حداقل حجم نمونه در تحقیقات توصیفی و همبستگی ۱۰۰ نفر می باشد، اما جهت افزایش اعتبار نتایج، نمونه ای به حجم ۱۰۳۰ نفر در تطبیق با جدول کرجسی^۱ و مورگان^۲ (۱۹۷۰) به نقل از کوهن^۳، مانیون^۴ و ماریسون^۵، (۲۰۰۷) با استفاده از روش نمونه گیری چند مرحله ای انتخاب شد. به عقیده کوهن و همکاران (۲۰۰۱) این شیوه نمونه گیری نوعی از نمونه گیری خوشه ای به حساب می آید که در آن محقق می تواند در مراحل مختلف انتخاب خوشه یا گروه نمونه بر حسب نیاز از نمونه گیری تصادفی ساده و اگر بخواهد نسبت افراد نمونه برابر با نسبت افراد جامعه باشد، از نمونه گیری طبقه ای استفاده کند. به عبارت بهتر، در نمونه گیری چند مرحله ای، در هر مرحله نمونه گیری هدف تغییر می کند و در هر مرحله امکان دارد نمونه بر اساس ملاک جغرافیایی، اقتصادی، سیاسی و... انتخاب شود.

حجم نمونه ۱۰۸۰ نفر به این صورت انتخاب شد که استان بوشهر به پنج منطقه جغرافیایی شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز تقسیم و از هر منطقه، یک شهرستان انتخاب شد. سپس در هر شهرستان ۲۱۶ نفر جوان دختر و پسر انتخاب شدند؛ بدین شکل که با توجه به هر گروه سنی (بطور مثال در گروه سنی ۱۸ سال در شهرستان گناوه)، ۱۲ نفر (۶ نفر دختر و ۶ نفر پسر) به شیوه تصادفی با مراجعه به منازل به شیوه نمونه گیری منظم بر اساس پلاک منزل، انتخاب شدند. اگر در خانه انتخاب شده، فردی در محدوده سنی

1 Krejcie

2 Morgan

3 Cohen

4 Manion

5 Morrison

مورد نظر وجود نداشت و یا در منزل نبود، به منزل همسایه مراجعه می شد تا در نهایت، فرد مورد نظر شناسایی می شد. اجرای پرسشنامه در محدوده زمانی ۶۰ روزه و به صورت تحویل پرسشنامه و برگرداندن آن در حضور پرسشگران بوده است. نمونه نهایی بعد از حذف پرسشنامه های ناقص، ۱۰۳۰ نفر بود.

ابزار گردآوری داده ها

ابزار گردآوری داده ها شامل دو پرسشنامه بود: یکی، پرسشنامه نگرش به آسیب های اجتماعی که پرسشنامه ای ۴۰ آیتمی و محقق ساخته بود و نگرش شرکت کنندگان را به آسیب ها و کجروی های اجتماعی یعنی سرقت، خشونت، مواد مخدر، مسائل جنسی، خودکشی، فرار از خانه، بدحجابی و طلاق مورد سنجش قرار می داد. این پرسشنامه جهت تعیین اعتبار صوری و محتوایی در اختیار متخصصان جامعه شناس و روان شناس قرار گرفت. پس از اصلاحات و تایید آن، پرسشنامه در قالب طرح مقدماتی^۱ بر روی ۱۰۰ نفر نوجوان دختر و پسر و ۱۰۰ نفر جوان دختر و پسر اجرا شد و ضریب پایایی به روش آلفای کرونباخ و روایی آن با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی مورد بررسی قرار گرفت. پس از اجرای مقدماتی و تأیید ضریب پایایی و روایی پرسشنامه، بر روی نمونه اصلی اجرا شد که ضریب پایایی به روش آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه ۰/۸۷ به دست آمد. پایایی ابعاد پرسشنامه در دامنه ۰/۶۰ تا ۰/۸۰ است که در حد قابل قبول و خوبی قرار دارد.

ابزار دوم، پرسشنامه نگرش به رسانه بود. این پرسشنامه محقق ساخته که از ۱۶ سوال تشکیل شده است و سوالات آن بر اساس طیف پنج گزینه ای لیکرت از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم قرار دارد. رسانه ها در پنج دسته رادیو، اینترنت، تلویزیون (ماهواره و سیمای جمهوری اسلامی ایران)، بازی های رایانه ای و مجلات، روزنامه ها و تابلوها طبقه بندی شد و بر اساس آن سوالاتی راجع به نگرش به هر دسته طراحی گردید. پرسشنامه ها جهت تعیین اعتبار صوری و محتوایی در اختیار متخصصان جامعه شناس و روان شناس قرار گرفت. پس از اعمال اصلاحات و تایید پرسشنامه ها در قالب طرح مقدماتی، پرسشنامه های ساخته شده بر روی ۱۰۰ نفر نوجوان دختر و پسر و ۱۰۰ نفر جوان دختر و پسر اجرا شد و ضریب پایایی به روش آلفای کرونباخ و روایی آن تأیید شد. پس از اجرای مقدماتی و تأیید ضریب پایایی و روایی پرسشنامه ها، اجرا بر روی نمونه اصلی انجام گرفت که ضریب پایایی به روش آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه ۰/۷۱ به دست آمد. همچنین، روایی صوری و محتوایی آن نیز مورد تأیید قرار گرفت.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

روش های آماری مورد استفاده در این تحقیق شامل تحلیل واریانس مختلط، رگرسیون چندمتغیره به شیوه گام به گام و مدل سازی معادلات ساختاری بود که داده ها با نرم افزار SPSS ویرایش ۲۰ و نرم افزار AMOS ویرایش ۲۰ انجام گرفت.

یافته های پژوهش

جدول ۱، ویژگی های جمعیت شناختی نمونه های این تحقیق را نشان می دهد:

جدول ۱: توزیع فراوانی و درصد شرکت کنندگان برحسب ویژگی های جمعیت شناختی

شاخص	گروه	فراوانی	درصد	درصد از کل
جنسیت	مرد	۵۲۴	۵۰/۹	۵۰/۹
	زن	۵۰۶	۴۹/۱	۴۹/۱
میانگین سن و (انحراف معیار)				

محکومیت قضایی	مذکر	بله	۳۰	۲/۹
		خیر	۴۹۲	۹۴/۳
	مونث	بله	۱۰	۲
		خیر	۴۹۴	۹۸
	کل	بله	۴۰	۳/۹
		خیر	۹۸۶	۹۶/۱
اعتیاد	مذکر	بله	۶	۰/۶
		خیر	۵۱۸	۹۸/۹
	مونث	بله	۶	۱/۲
		خیر	۴۹۸	۹۸/۸
	کل	بله	۱۲	۱/۲
		خیر	۱۰۱۶	۹۸/۸
اقدام به خودکشی	مذکر	بله	۱۲	۱/۲
		خیر	۵۱۲	۹۷/۷
	مونث	بله	۱۶	۳/۲
		خیر	۴۸۸	۹۶/۸
	کل	بله	۲۸	۲/۷
		خیر	۱۰۰۰	۹۷/۳
رابطه جنسی نامشروع	مذکر	بله	۱۱۶	۱۱/۳
		خیر	۴۰۸	۷۷/۹
	مونث	بله	۵۸	۱۱/۵
		خیر	۴۴۶	۸۸/۵
	کل	بله	۱۷۴	۱۶/۹
		خیر	۸۵۴	۸۳/۱

۱۱/۹	۲۳/۳	۱۲۲	بله	مذکر	خشونت و درگیری
۳۹/۱	۷۶/۷	۴۰۲	خیر		
۳/۳	۶/۷	۳۴	بله	مونث	
۴۵/۷	۹۳/۳	۴۷۰	خیر		
۱۵/۲	۱۵/۲	۱۵۶	بله	کل	
۸۴/۸	۸۴/۸	۸۷۲	خیر		
۱	۱/۹	۱۰	بله	مذکر	طلاق
۵۰	۹۸/۱	۵۱۴	خیر		
۱/۴	۲/۸	۱۴	بله	مونث	
۴۷/۷	۹۷/۲	۴۹۰	خیر		
۲/۳	۲/۳	۲۴	بله	کل	
۹۷/۷	۹۷/۷	۱۰۰۴	خیر		

سوال ۱. میزان استفاده جوانان دختر و پسر از رسانه های داخلی و خارجی به تفکیک نوع رسانه

چگونه است؟

نتایج جدول ۲ نشان می دهد که بین دو گروه دختران و پسران در میزان استفاده از سایت های اینترنت داخلی، بازی های رایانه ای داخلی، بازی های رایانه ای خارجی و رادیوهای خارجی تفاوت معنی داری وجود دارد. این تحقیق نشان داد که بیشترین میزان استفاده مربوط به شبکه های تلویزیون داخلی (۹۲/۲ درصد) و شبکه های ماهواره (۷۸/۱ درصد) است. لازم به ذکر است که این آمار تنها بیانگر استفاده یا عدم استفاده از رسانه هاست و شدت یا میزان ساعات استفاده را نشان نمی دهد.

جدول ۲: توزیع فراوانی و درصد شرکت کنندگان به تفکیک رسانه های مورد استفاده آنان

p	خی دو	استفاده		عدم استفاده		گروه	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی		
۰/۰۸	۲/۹۸	۱۳/۴	۱۳۸	۳۷/۵	۳۸۶	مذکر	مجلات و روزنامه های خارجی
		۱۰/۷	۱۱۰	۳۸/۴	۳۹۶	مونث	
		۲۴/۱	۲۴۸	۷۵/۹	۷۸۲	کل	
۰/۹۸	۰/۰۰۱	۲۳/۷	۲۴۴	۲۷/۲	۲۸۰	مذکر	مجلات و روزنامه های داخلی
		۲۲/۹	۲۳۶	۲۶/۲	۲۷۰	مونث	
		۴۶/۶	۴۸۰	۵۳/۴	۵۵۰	کل	
۰/۱۳	۲/۱۹	۲۰/۶	۲۱۲	۳۰/۳	۳۱۲	مذکر	سایت های
		۱۷/۷	۱۸۲	۳۱/۵	۳۲۴	مونث	اینترنت خارجی

		۳۸/۳	۳۹۴	۶۱/۷	۶۳۶	کل	
۰/۰۳۵*	۴/۴۶	۳۲/۰	۳۳۰	۱۸/۸	۱۹۴	مذکر	سایت های اینترنت داخلی
		۲۷/۸	۲۸۶	۲۱/۴	۲۲۰	مونث	
		۵۹/۸	۶۱۶	۴۰/۲	۴۱۴	کل	
۰/۰۰۷**	۷/۱۵	۱۶/۵	۱۷۰	۳۴/۴	۳۵۴	مذکر	بازی های رایانه ای داخلی
		۱۲/۲	۱۲۶	۳۶/۹	۳۸۰	مونث	
		۲۸/۷	۲۹۶	۷۱/۳	۷۳۴	کل	
۰/۰۰۰***	۱۳/۴۵	۱۶/۹	۱۷۴	۳۴/۰	۳۵۰	مذکر	بازی های رایانه ای خارجی
		۱۱/۳	۱۱۶	۳۸/۰	۳۹۰	مونث	
		۲۸/۲	۲۹۰	۷۱/۸	۷۴۰	کل	
۰/۴۳	۰/۶۳	۲۱/۷	۲۲۴	۲۹/۱	۳۰۰	مذکر	رادیوهای داخلی
		۱۹/۸	۲۰۴	۲۹/۳	۳۰۲	مونث	
		۴۱/۶	۴۲۸	۵۸/۴	۶۰۲	کل	
۰/۰۰۰***	۱۳/۶۳	۱۳/۰	۱۳۴	۳۸/۰	۳۹۰	مذکر	رادیوهای خارجی
		۸/۰	۸۲	۴۱/۲	۴۲۴	مونث	
		۲۱/۰	۲۱۶	۸۰/۰	۸۱۴	کل	
۰/۲۷	۱/۱۹	۴۷/۴	۴۸۸	۳/۵	۳۶	مذکر	شبکه های تلویزیون داخلی
		۴۴/۹	۴۶۲	۴/۳	۴۴	مونث	
		۹۲/۲	۹۵۰	۷/۸	۸۰	کل	
۰/۰۹	۲/۷۳	۴۰/۸	۴۲۰	۱۰/۱	۱۰۴	مذکر	شبکه های ماهواره
		۳۷/۳	۳۸۴	۱۱/۸	۱۲۲	مونث	
		۷۸/۱	۸۰۴	۲۱/۹	۲۲۶	کل	

سوال ۲. آیا بین مدت زمان استفاده از رسانه ها در جوانان تفاوت وجود دارد؟

برای مقایسه شدت و یا میانگین ساعات استفاده از رسانه ها، از تحلیل واریانس درون گروهی استفاده شد. نتایج جدول ۳ نشان می دهد که تفاوت معنی داری بین میزان ساعات استفاده از رسانه ها وجود دارد؛ به طوری که بیشترین میزان ساعات استفاده جوانان مربوط به شبکه های ماهواره است.

جدول ۳: نتایج تحلیل واریانس یک عاملی درون گروهی برای مقایسه میانگین ساعات استفاده از رسانه ها در کل نمونه

ES	معنی داری	F _(۱,۱۰۲۸)	M(SD)	متغیر	
				نوع رسانه مورد استفاده	
۰/۲۹	۰/۰۰۰	۴۲۸/۹۱***	۱۰/۰۸(۱۱/۵۰)	ماهواره	
			۹/۸۰(۹/۲۳)	تلویزیون داخلی	
			۳/۷۳(۵/۴۸)	سایت های اینترنت داخلی	
			۲/۱۳(۴/۰۷)	سایت های اینترنت خارجی	
			۱/۶۹(۴/۷۵)	رادیوهای داخلی	
			۱/۴۶(۴/۸۷)	بازی های رایانه ای داخلی	
			۱/۴۵(۲/۶۷)	مجلات و روزنامه های داخلی	
			۱/۳۱(۳/۱۸)	بازی های رایانه ای خارجی	
			۰/۶۸(۱/۸۷)	رادیوهای خارجی	
			۰/۶۷(۱/۹۰)	مجلات و روزنامه های خارجی	

سوال ۳. آیا بین جوانان دختر و پسر پیرامون مدت زمان استفاده از رسانه های داخلی و خارجی به تفکیک نوع رسانه تفاوت وجود دارد؟

نتایج جدول ۴ بیانگر این است که بین میزان ساعات استفاده از رسانه های داخلی و خارجی تفاوت معنی داری وجود دارد؛ به طوری که میزان استفاده از رسانه های داخلی بالاتر از میزان استفاده از رسانه های خارجی است، اما بین دو گروه دختران و پسران از نظر میزان استفاده از رسانه ها تفاوت معناداری وجود ندارد. این عدم معناداری در تعامل با نوع رسانه نیز محرز است.

جدول ۴: نتایج تحلیل واریانس مختلط برای مقایسه جوانان مذکر (n=۵۲۴) و مونث (n=۵۰۶) از نظر مدت زمان

استفاده از رسانه های داخلی و خارجی

F _(۱,۱۰۲۸)			M(SD)	گروه	متغیر	مدت استفاده از رسانه ها
تعامل	جنسیت	رسانه				
۰/۲۴	۲/۲۵	۳۲/۴۷***	۱۸/۶۵(۱۷/۰۲)	مذکر	رسانه داخلی	
			۱۷/۶۳(۱۳/۴۸)	مونث		
			۱۸/۱۵(۱۵/۳۸)	کل		
			۱۵/۶۶(۱۳/۹۴)	مذکر	رسانه خارجی	
			۱۴/۰۷(۱۴/۶۹)	مونث		
			۱۴/۸۸(۱۴/۳۳)	کل		

سوال ۴. نگرش جوانان دختر و پسر نسبت به نقش رسانه های داخلی و خارجی در ترویج یا پیشگیری از آسیب های اجتماعی چگونه است؟

نتایج تحلیل واریانس دو عاملی درون گروهی در جدول ۵ نشان می دهد بین نگرش جوانان به رسانه داخلی و خارجی در زمینه ترویج و پیشگیری از آسیب های اجتماعی تفاوت معنی داری وجود دارد؛ به طوری که میانگین نگرش به رسانه خارجی در پیشگیری و ترویج آسیب های اجتماعی در مقایسه با رسانه داخلی بیشتر است. یافته بعدی جدول ۵ این است که نگرش جوانان به نقش ترویجی رسانه ها با میانگین ۳۰/۵۰ بالاتر از نگرش جوانان به نقش پیشگیرانه رسانه ها از آسیب های اجتماعی با میانگین ۲۲/۲۸ می باشد و این تفاوت از نظر آماری معنی دار است.

جدول ۵: تحلیل واریانس دو عاملی درون گروهی برای مقایسه نگرش جوانان نسبت به نقش رسانه های داخلی و

خارجی در ترویج یا پیشگیری از آسیب های اجتماعی

F _(۱,۱۰۲۸)			M(SD)	نقش رسانه	نوع رسانه
تعامل رسانه و نقش رسانه	نقش رسانه	نوع رسانه			
۵۶/۸۵***	۱۱/۳۶***	۳۰/۵۰***	۱۸/۱۴(۰/۴۹)	پیشگیری	داخلی
			۱۴/۸۶(۰/۴۴)	ترویج	
			۲۲/۲۷(۰/۱۲)	پیشگیری	خارجی
			۲۳/۴۹(۰/۱۳)	ترویج	
			۲۲/۲۸(۴/۰۴)	پیشگیری	کل
			۲۳/۵۰(۴/۲۱)	ترویج	

سوال ۵. سهم رسانه های داخلی و خارجی (رادیو، تلویزیون، مجلات، اینترنت، بازی های رایانه) در نگرش جوانان دختر به آسیب های اجتماعی چقدر است؟

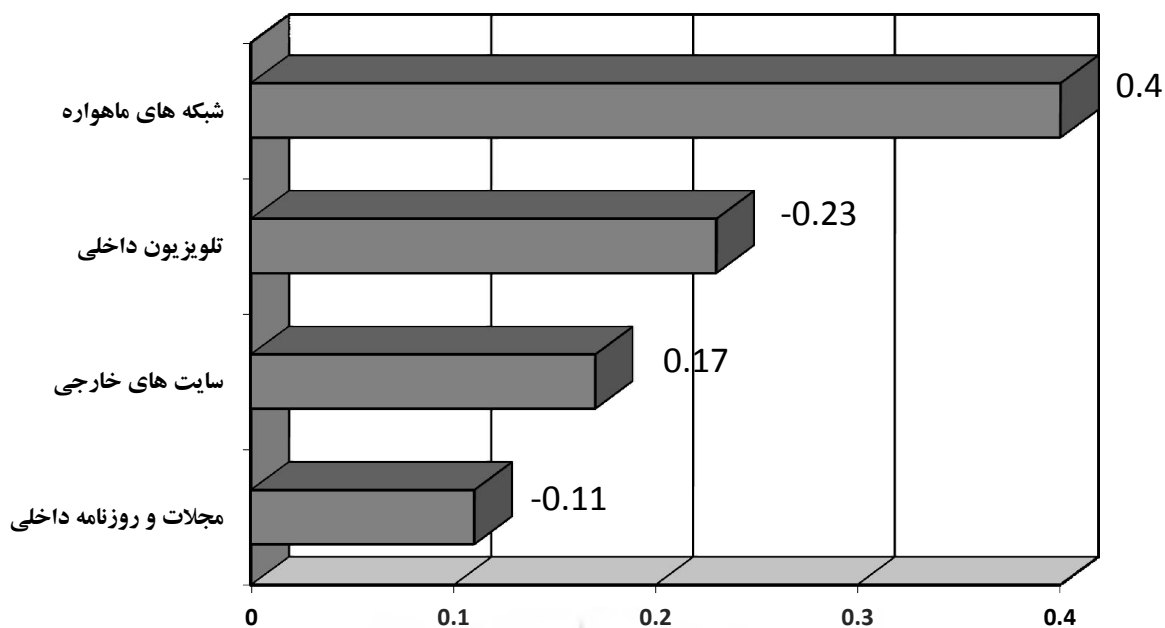
به منظور تعیین متغیرهای مؤثر در پیش بینی نگرش جوانان دختر به آسیب های اجتماعی بر اساس میزان استفاده آنان از رسانه های داخلی و خارجی (رادیو، تلویزیون، مجلات، اینترنت و بازی های رایانه ای) از تحلیل رگرسیون چند متغیره با استفاده از روش مرحله ای (stepwise) استفاده گردید. F به دست آمده در سطح معنی داری ۰/۰۰۱، بیانگر معنی داری بودن سهم متغیرهای پیش بین در متغیر وابسته است. همانطور که در جدول ۶ ملاحظه می شود، از میان مجموع متغیرهای پیش بین به ترتیب اهمیت، شبکه های ماهواره، تلویزیون داخلی، سایت های اینترنت خارجی و مجلات و روزنامه های داخلی بهترین پیش بینی کننده های نگرش جوانان دختر به آسیب های اجتماعی هستند؛ به طوری که ۲۲ درصد واریانس نگرش جوانان دختر به آسیب های اجتماعی قابل تبیین می باشد و در نمودار ۱ نیز نمایش داده

شده است. متغیر های بازی های رایانه ای داخلی، رادیوهای داخلی، سایت های اینترنت داخلی، رادیوهای خارجی، مجلات و روزنامه های خارجی و بازی های رایانه ای خارجی از معادله رگرسیون حذف شدند.

جدول ۶: نتایج تحلیل رگرسیون متغیرهای رسانه های داخلی و خارجی (رادیو، تلویزیون، مجلات، اینترنت، بازی های رایانه) با نگرش جوانان دختر به آسیب های اجتماعی به روش مرحله ای (گام به گام)

ضرایب رگرسیون				F p	RS	MR	شاخص ها پیش بین ها
۴	۳	۲	۱				
			$\beta=0.34$ $t=8.07$ $p<0.001$	۶۵/۲۳ $p<0.001$	۰/۱۱	۰/۳۴	ماهواره
		$\beta=-0.27$ $t=-6.24$ $p<0.001$	$\beta=0.43$ $t=9.97$ $p<0.001$	۵۴/۵۷ $p<0.001$	۰/۱۸	۰/۴۲	تلویزیون داخلی
	$\beta=0.17$ $t=4.13$ $p<0.001$	$\beta=-0.24$ $t=-5.63$ $p<0.001$	$\beta=0.41$ $t=9.61$ $p<0.001$	۴۳/۲۳ $p<0.001$	۰/۲۰	۰/۴۵	سایت های اینترنت خارجی
$\beta=-0.11$ $t=-2.65$ $p<0.001$	$\beta=0.17$ $t=4.28$ $p<0.001$	$\beta=-0.23$ $t=-5.36$ $p<0.001$	$\beta=0.40$ $t=9.50$ $p<0.001$	۳۴/۵۶ $p<0.001$	۰/۲۲	۰/۴۶	مجلات و روزنامه داخلی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



نمودار ۱: ضریب بتای عوامل پیش بینی کننده نگرش جوانان دختر به آسیب های اجتماعی

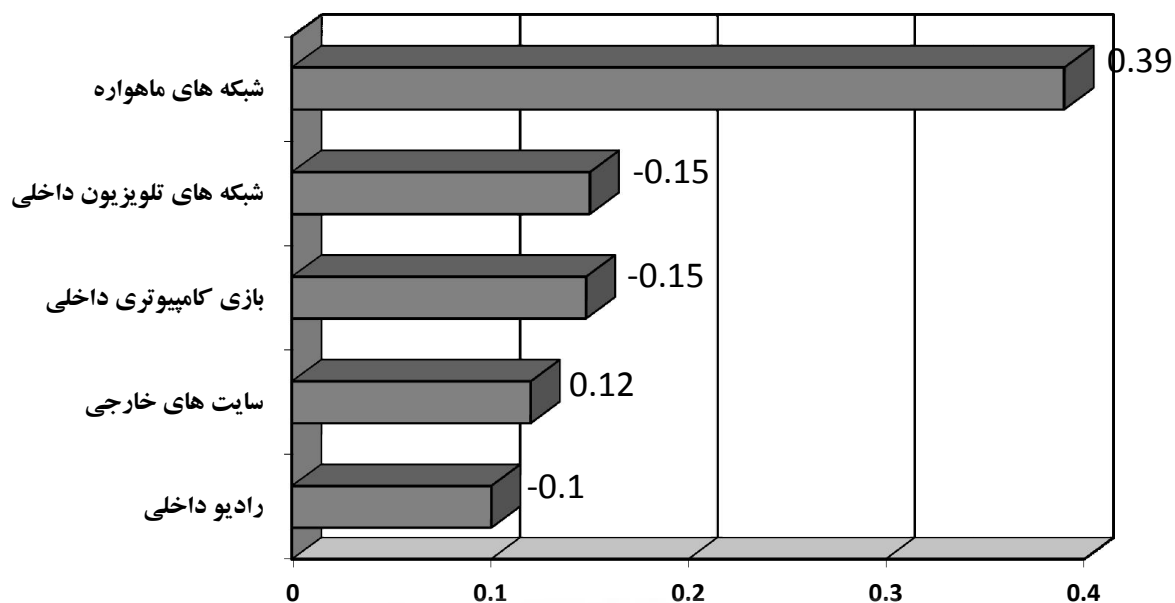
سوال ۶. سهم رسانه های داخلی و خارجی (رادیو، تلویزیون، مجلات، اینترنت و بازی های رایانه ای) در نگرش جوانان پسر به آسیب های اجتماعی چقدر است؟

در تعیین متغیرهای مؤثر در پیش بینی نگرش جوانان پسر به آسیب های اجتماعی بر اساس میزان ساعات استفاده آنان از رسانه ها، نتایج پژوهش بیانگر معنی داری بودن سهم متغیرهای پیش بین بر متغیر وابسته است. همانطور که در جدول ۷ ملاحظه می شود، از میان مجموع متغیرهای پیش بین به ترتیب اهمیت، شبکه های ماهواره، تلویزیون داخلی، بازی های رایانه ای داخلی، سایت های اینترنتی خارجی و رادیوهای داخلی بهترین پیش بینی کننده های نگرش جوانان پسر به آسیب های اجتماعی هستند؛ به طوری که ۱۸ درصد واریانس نگرش جوانان پسر به آسیب های اجتماعی قابل تبیین هستند و در نمودار ۲ نمایش داده شده اند. متغیرهای مجلات و روزنامه های داخلی، سایت های اینترنتی داخلی، رادیوهای خارجی، مجلات و روزنامه های خارجی و بازی های رایانه ای خارجی از معادله رگرسیون حذف شدند.

جدول ۷: نتایج تحلیل رگرسیون متغیرهای رسانه‌های داخلی و خارجی (رادیو، تلویزیون، مجلات، اینترنت، بازی‌های رایانه‌ای) با نگرش جوانان پسر به آسیب‌های اجتماعی به روش مرحله‌ای (گام به گام)

ضرایب رگرسیون					F p	RS	MR	شاخص‌ها پیش‌بین‌ها
۵	۴	۳	۲	۱				
				$\beta=0/33$ $t=7/98$ $p<0/001$	۶۳/۷۴ $p<0/001$	۰/۱۱	۰/۳۳	ماهواره
			$\beta=-0/19$ $t=-4/61$ $p<0/001$	$\beta=0/37$ $t=8/90$ $p<0/001$	۴۳/۷۶ $p<0/001$	۰/۱۴	۰/۳۸	تلویزیون داخلی
		$\beta=-0/14$ $t=-3/19$ $p<0/001$	$\beta=-0/18$ $t=-4/31$ $p<0/001$	$\beta=0/41$ $t=9/53$ $p<0/001$	۳۳/۰۸ $p<0/001$	۰/۱۶	۰/۴۰	بازی‌های رایانه‌ای داخلی
	$\beta=0/13$ $t=3/11$ $p<0/002$	$\beta=-0/15$ $t=-3/53$ $p<0/001$	$\beta=-0/15$ $t=-3/77$ $p<0/001$	$\beta=0/40$ $t=9/36$ $p<0/001$	۲۷/۶۵ $p<0/001$	۰/۱۸	۰/۴۲	سایت‌های اینترنتی خارجی
$\beta=-0/10$ $t=-2/43$ $p<0/015$	$\beta=0/12$ $t=3/08$ $p<0/002$	$\beta=-0/15$ $t=-3/65$ $p<0/001$	$\beta=-0/15$ $t=-3/39$ $p<0/001$	$\beta=0/39$ $t=9/30$ $p<0/001$	۲۳/۵۲ $p<0/001$	۰/۱۸	۰/۴۳	رادیوهای داخلی

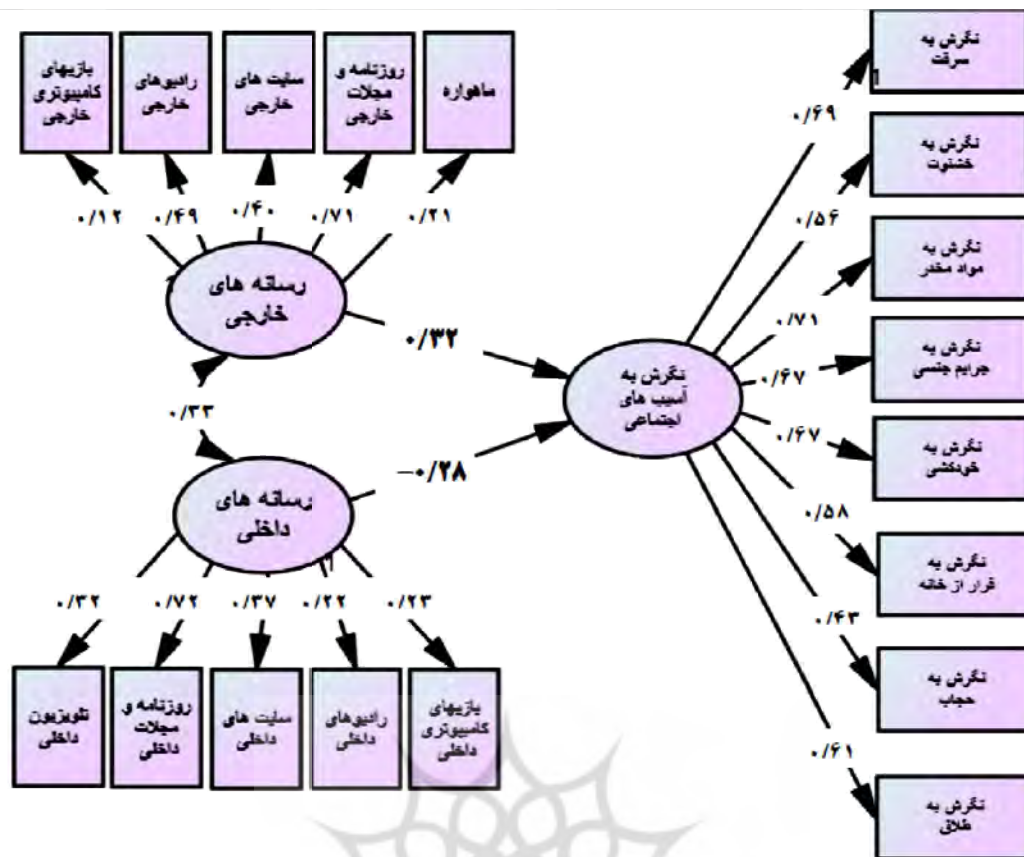
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



نمودار ۲: ضریب بتای عوامل پیش بینی کننده نگرش جوانان پسر به آسیب های اجتماعی

تأثیر رسانه ها بر نگرش افراد در مورد آسیب های اجتماعی در نمودار ۱ نیز نمایش داده شده است که نتیجه مدل سازی معادلات ساختاری ۱ (SEM) است. در این مدل، مجذور خی ($P=0/0001$, $df=157$), شاخص نیکویی برازش ۲ GFI که نشان دهنده میزان واریانس و کواریانس تبیین شده توسط مدل است، ۰/۹۱ محاسبه شد. در مجموع، شاخص های مربوط به نیکویی برازش نشان می دهند که مدل پیشنهادی از برازش مناسبی با داده های مشاهده شده برخوردار است. نمودار ۱ نشان می دهد رسانه های خارجی، نگرشی مثبت به آسیب های اجتماعی و رسانه داخلی، نگرشی منفی را به آسیب های اجتماعی پیش بینی کرده بودند.

1 Structural Equation Modelling
2 Goodness of Fit Index



نمودار ۱. خروجی نرم افزار آموس در معناداری آزمون رابطه علی میان عوامل موثر بر نگرش به آسیب های اجتماعی

بحث و نتیجه گیری

هدف این تحقیق، تعیین تأثیر دو گانه رسانه ها (رسانه های چاپی، الکترونیکی و دیجیتال) بر نگرش جوانان به آسیب های اجتماعی در استان بوشهر بود.

سوال اول تا سوم تحقیق این بود که میزان استفاده جوانان دختر و پسر از رسانه های داخلی و خارجی به تفکیک نوع رسانه چگونه است؟

یافته اول نشان داد که بین دو گروه دختران و پسران در میزان استفاده از سایت های اینترنتی داخلی، بازی های رایانه ای داخلی، بازی های رایانه ای خارجی و رادیوهای خارجی تفاوت معنی داری وجود دارد. همچنین، این تحقیق نشان داد که بیشترین رسانه مورد استفاده به ترتیب: شبکه های تلویزیون داخلی (۹۲/۲ درصد)، شبکه های ماهواره (۷۷/۹ درصد)، و سایت های اینترنتی داخلی (۵۹/۶ درصد) بود. این آمار تنها بیانگر استفاده یا عدم استفاده از رسانه هاست و شدت یا میزان ساعات استفاده را نشان نمی دهد. میانگین ساعات استفاده از رسانه ها نشان داد که تفاوت معنی داری بین میزان ساعات استفاده از رسانه ها وجود دارد؛ به طوری که بیشترین میزان ساعات استفاده جوانان مربوط به شبکه های ماهواره ای است. سپس به ترتیب: شبکه های تلویزیون داخلی، سایت های اینترنتی داخلی، سایت های اینترنتی خارجی،

رادیوهای داخلی، بازی های رایانه ای داخلی، مجلات و روزنامه های داخلی، بازی های رایانه ای خارجی، رادیوهای خارجی و مجلات و روزنامه های خارجی قرار دارند.

همچنین، نتایج بیانگر این بود که بین میزان ساعات استفاده از رسانه های داخلی و خارجی تفاوت معنی داری وجود دارد؛ به طوری که میزان استفاده از رسانه های داخلی بالاتر از میزان استفاده از رسانه های خارجی بود، اما بین دو گروه دختران و پسران از نظر میزان استفاده از رسانه ها تفاوت معناداری وجود نداشت.

در تبیین این یافته باید گفت که یکی از علل جذب و گرایش جوانان به رسانه ها بویژه رسانه های دیداری و دیجیتالی مانند ماهواره و اینترنت، قابلیت های جذاب اینترنت مانند وب سایت ها، موتور های جست و جو، گپ خانه ها، ارسال پیام های آنی، صفحه های اطلاعات، پست الکترونیکی، وب لاگ ها و جذابیت های تصویری و صوتی شبکه های ماهواره ای است. همچنین، یکی از علل مصرف بالای اینترنت و ماهواره در میان جوانان، قابلیت پر کردن اوقات فراغت است، زیرا امکانات ورزشی یا تفریحی به اندازه کافی در اختیار آنان قرار ندارد. اکثر خانواده ها نیز از این امر استقبال می کنند که نوجوانان در خانه و در کنار آن ها با یک کامپیوتر و اشغال خط تلفن سرگرم باشند، غافل از این که بر پایه نظریه کنترل اجتماعی هیرشی^۱ (۲۰۰۲) در صورت استفاده نامناسب از رسانه بویژه اینترنت، آثار منفی و مخرب آن به مراتب بیش تر از بسیاری از سرگرمی های دیگر است.

وجود شکاف های اجتماعی، شکاف بین نسل ها و نیز از هم پاشیدگی تعاملات بین والدین و فرزندان، موجب شده است تا اینترنت برای بسیاری از نوجوانان و جوانان پناهگاهی برای فرار از مشکلات، دردها و رنج های شان باشد و به آن به عنوان یک مامن و ابزار سرگرم کننده نگاه کنند.

اما در تبیین تفاوت جنسیتی در استفاده از رسانه ها باید گفت که دامنه سنی نمونه تحقیق بین ۱۸ تا ۳۵ سال و میانگین سنی آنان ۲۶ سال بود. لذا احتمالاً در این سن، در گروه مردان به دلیل قبول مسئولیت های زندگی، ورود به بازار کار و علاقه به مسائل سیاسی و اقتصادی روز، گرایش به رادیو جهت آگاهی از اتفاقات روز افزایش می یابد، در حالی که در گروه زنان احتمالاً به دلیل تمایل بیشتر به آگاهی از نکات مربوط به خانه داری، تربیت فرزندان و مسائل بهداشتی (مسائلی که در مجلات بیشتر دیده می شود)، موجبات گرایش و استفاده بیشتر و لذا نقش بیشتر و معنی دارتر در تبیین واریانس نگرش آنان به آسیب های اجتماعی فراهم می آید. همچنین، با توجه به اینکه بیشتر بازی های رایانه ای ماهیت مردانه دارند و محتوای خشونت و درگیری در آنان بیشتر است و یا حاوی بازی های مردانه تر مانند فوتبال و مسابقات اتومبیل رانی است، به طور طبیعی باید انتظار گرایش بیشتر آنان به بازی های رایانه ای را داشت که این

1 Hirschi's social control theory

مسئله نیز منجر به سهم بیشتر و معنادارتر آن در تبیین واریانس نگرش پسران به آسیب های اجتماعی خواهد شد.

سوال چهارم این بود که نگرش جوانان دختر و پسر نسبت به نقش رسانه های داخلی و خارجی در ترویج یا پیشگیری از آسیب های اجتماعی چگونه است؟

یافته ها نشان داد که از نظر جوانان، رسانه های خارجی هم در پیشگیری و هم در ترویج آسیب های اجتماعی (یعنی نقش دوگانه رسانه) نقش بیشتری را ایفا می کنند. یافته بعدی این بود که از نظر جوانان، نقش ترویجی رسانه ها بالاتر از نقش پیشگیرانه آنها در آسیب های اجتماعی است و این تفاوت از نظر آماری معنی دار بود. تعامل رسانه و نقش رسانه نیز معنادار بود.

در تبیین این یافته که رسانه خارجی در مقایسه با رسانه داخلی نقش بالاتری هم در پیشگیری از آسیب های اجتماعی و هم در ترویج آسیب های اجتماعی داشتند و اینکه نقش ترویجی رسانه ها از نقش پیشگیرانه رسانه ها از نظر جوانان بالاتر بود می توان گفت که رسانه ها اغلب جرم را در قالب موج هایی برجسته و متمایز و به تعبیر نویسندگان، امواج جرم به تصویر می کشند؛ بدین شکل که با ارائه گزارش های مکرر از ارتکاب برخی اشکال خاص جرم- از جمله جرم خیابانی مانند ضرب و شتم، تجاوز به عنف و قتل- موجب می شوند که توجه افکارعمومی با شدت بیشتری، به این دسته از جرایم جلب شود. انعکاس کجروی های اجتماعی در رسانه ها در کاهش میزان نفرت از انحرافات و عادی شدن نابهنجاری در جامعه تأثیر بسزایی دارد، زیرا فرد ضمن اطلاع از نقض هنجارها توسط رسانه ها، درمی یابد که هنجارهای اجتماعی که به نظر وی غیرقابل تخطی بودند، قابل شکستن و تخلف هستند. لذا انگیزه ارتکاب جرم در فرد تقویت می شود و این یکی از کارکردهای منفی بیان کجروی ها و انحرافات اجتماعی در رسانه هاست. همچنین، رسانه ها با تنزل قدرت انتخاب مخاطبان و تضعیف روند نهادی شدن ارزش های اجتماعی و انتقال تصویرها و انگاره های ازهم گسیخته، افراد جامعه را دچار تعارض ها و چندگانگی های فرهنگی و اجتماعی می کنند و وفاق، مشارکت و همدلی را به نفاق، جدایی و خشم و خصومت تبدیل می نمایند. در چنین شرایطی تنش، تعارض و خشونت پدیدار می شوند و هنجارها و ارزش های پسندیده جامعه رنگ می بازند. امروزه، رسانه ها با تولید انبوه فیلم های جنایی و نشر وسیع اخبار جرم و جنایت، خشونت و ناامنی، سبب انتقال تجارب و فنون و به عبارت بهتر، شگردهای جنایی به کل مردم می شوند. بر این اساس شاید بتوان گفت که رسانه ها به نوعی به طور مستقیم و خودآگاه یا غیرمستقیم و غیرعمد در ایجاد خشونت، جرم، جنایت، انحرافات اجتماعی و... دخیل هستند.

رسانه های خارجی فارسی زبان به دلیل عدم سانسور در فرایند تولید و نمایش محصولات خود، به راحتی قادر به ارائه محصولات متنوع و غیراستاندارد هستند و این موجب تأثیر بیشتر این رسانه ها بر ترویج آسیب های اجتماعی در جوانان است. از طرف دیگر، شاید به دلیل اینکه محصولات رسانه های

خارجی به میزان کمتری تحت تأثیر ملاحظات سیاسی قرار می‌گیرد موجب شده است تا مسائل و معضلات داخلی به روشنی و از ابعاد گوناگون آن مورد بررسی قرار گیرد و همین عامل موجب شده است تا کاربران و مصرف‌کنندگان رسانه‌های خارجی، نگرش مثبت‌تری به این رسانه‌ها در مقایسه با رسانه‌های داخلی داشته باشند. نباید فراموش کرد که این یافته بیانگر نگرش جوانان در مورد تأثیر رسانه‌ها بر آسیب‌های اجتماعی بوده است و تبیین‌کننده نقش واقعی رسانه‌ها نیست.

سوال پنجم و ششم، سهم رسانه‌های داخلی و خارجی (رادیو، تلویزیون، مجلات، اینترنت و بازی‌های رایانه) را در نگرش جوانان دختر و پسر به آسیب‌های اجتماعی مورد پرسش قرار می‌داد.

در یافته‌های مربوط به تعیین سهم رسانه‌ها در نگرش به آسیب‌های اجتماعی، نتایج بیانگر معنی‌داری بودن سهم متغیرهای پیش‌بین در متغیر وابسته بود؛ به طوری که از میان مجموع متغیرهای پیش‌بین به ترتیب اهمیت: شبکه‌های ماهواره‌ای، تلویزیون داخلی، سایت‌های اینترنتی خارجی و مجلات و روزنامه‌های داخلی بهترین پیش‌بینی‌کننده‌های نگرش جوانان دختر به آسیب‌های اجتماعی بودند؛ به طوری که ۲۲ درصد واریانس نگرش جوانان دختر به آسیب‌های اجتماعی قابل تبیین بود و متغیرهای بازی‌های رایانه‌ای داخلی، رادیوهای داخلی، سایت‌های اینترنتی داخلی، رادیوهای خارجی، مجلات و روزنامه‌های خارجی و بازی‌های رایانه‌ای خارجی از معادله رگرسیون حذف شدند.

همچنین، در تعیین سهم رسانه‌های داخلی و خارجی (رادیو، تلویزیون، مجلات، اینترنت و بازی‌های رایانه) در نگرش جوانان پسر به آسیب‌های اجتماعی، نتایج نشان داد که به ترتیب اهمیت: شبکه‌های ماهواره‌ای، تلویزیون داخلی، بازی‌های رایانه‌ای داخلی، سایت‌های اینترنتی خارجی و رادیوهای داخلی بهترین پیش‌بینی‌کننده‌های نگرش جوانان پسر به آسیب‌های اجتماعی بودند؛ به طوری که ۱۸ درصد واریانس نگرش جوانان پسر به آسیب‌های اجتماعی توسط میزان استفاده از این رسانه‌ها قابل تبیین بود و متغیرهای مجلات و روزنامه‌های داخلی، سایت‌های اینترنتی داخلی، رادیوهای خارجی، مجلات و روزنامه‌های خارجی و بازی‌های رایانه‌ای خارجی از معادله رگرسیون حذف شدند.

این یافته با نتایج تحقیقات رحمان زاده و طهماسبی (۱۳۹۰)، نعیمی (۱۳۹۰)، کوهی و حسنی (۱۳۹۱)، شکرپیگی آقای نور، قبادی، و عبدالعلی پور (۱۳۹۱)، صدفی و محسنی تبریزی (۱۳۹۲)، لیبی (۱۳۹۲) و احمدی، عدلی‌پور، سپهری و علیزاده (۱۳۹۲) همخوانی دارد.

در تبیین این یافته می‌توان گفت نظریه بازتاب رسانه‌ای جرم ۱ (بنت ۲، ۱۹۸۲) مدعی است که رسانه‌ها با نمایش مستمر تصاویر فریبنده و خوشایند از ارتکاب جرم و اسطوره‌سازی از مجرمان، کنترل‌های درونی را تضعیف می‌کنند. این امر در نظریه‌های روان‌شناسانه در مورد مهارزدایی و

حساسیت زدایی در بخش شکل گیری انگیزه ارتکاب جرم بررسی شده است (رینر^۱، ۲۰۱۲). نظریه کنترل اجتماعی هیرشی^۲ (۲۰۰۲) نیز می گوید افراد زمانی بزهکار می شوند که نسبت به قیود اجتماعی کم اعتنا یا بی اعتنا شوند. در واقع، نقش رسانه ها در این است که می توانند هنجارهای اجتماعی موجود در جامعه را تقویت یا تضعیف نمایند. هنگامی که باورها و اعتقادات فرد نسبت به یک موضوع کمرنگ شده یا از بین می رود، نوعی رهایی رفتاری در او پدید می آید؛ به طوری که خود را از قید و بندهای گذشته رها حس می کند. اگر فردی قویاً باور داشته باشد که برخی رفتارهای انحرافی درست نیست، مشارکت در آن رفتار برای او دور از تصور است (رابرتسون، ۱۳۸۵). در این نظریات، رسانه ها تاثیر معناداری بر تصویر کلی جرم در درون جامعه دارند. گستره این تاثیر تا آنجاست که می توان گفت انگاره هایی که بر آگاهی عموم درباره جرم سایه افکنده است، عمدتاً محصول رسانه هاست. این پدیده را می توان تصویر رسانه ای رایج جرم^۳ نامید (وایت، ۱۳۸۹).

گرینر و همکاران (۲۰۰۲) معتقدند درس هایی که ما در دوران کودکی از تلویزیون می آموزیم، احتمالاً پایه هایی برای جهان بینی وسیع ما می گردند. تلویزیون منبع معناداری از ارزش های عمومی، عقاید قالبی، ایدئولوژی و دیدگاه هاست. به عبارت دیگر، هنگامی که رسانه ها برخی از کجروی ها را به گونه ای نمایش می دهند که فاعل آنها فردی موفق مطرح می شود، نابهنجار بودن کجروی نیز کمرنگ شده و حتی از بین می رود. فرزندان به این نوع آموزش نیازمندند؛ اگر محیط خانواده قادر به انجام آن نباشد، این الگوها به شکل دیگری در ذهن آنها جایگزین می گردد.

همچنین بر پایه نظریه مبادله اجتماعی^۴ (ون داین و گراهام، ۱۹۹۴) افراد با تجربه حضور عدالت در جامعه، بر مبنای اصل مقابله به مثل^۵، تمایل بیشتری به فعالیت مثبت و سازنده دارند (کوهن چاراش و اسپکتور، ۲۰۰۱). به این معنا که اگر استفاده کنندگان از رسانه ها، بر اثر القائات و یا واقعیت های بیان شده در رسانه ها، مشاهده کنند که در جامعه عدالت اجرا نمی شود، دچار تنش می شوند و به تدریج از سطح دل بستگی و تعهد آنها نسبت به کشور، قوانین و ارزش های آن جامعه کاسته می شود. در این صورت، کمتر احتمال دارد که جوانان به انجام رفتارهای مدنی و وظایف صحیح خود مبادرت نمایند و شاهد گریز از قانون مندی خواهیم بود. برعکس، اگر جوانان احساس کنند در جامعه آنها عدالت وجود دارد، برانگیخته می شوند تا در شغل، وظایف و مسوولیت های خود، پذیرای قوانین و ارزش های آن جامعه باشند. این مسئله در نتایج تحقیق احمدی، عدلی پور، سپهری، و علیزاده (۱۳۹۲)؛ شکر بیگی آقایی نور، قبادی و عبدالعلی پور (۱۳۹۱) و لیبی (۱۳۹۲) به دست آمده است.

1 Reiner

2 Hirschi's social control theory

3 Popular media images of crime

4 social exchange theory

5 reciprocal principle

همچنین افراد در تلاش اند تا نیازهای خود را در دو سطح روانی و مادی به بهترین نحو ممکن ارضا نمایند و هر گاه در جریان رفع نیازهای خود با مشکلی مواجه شوند، عکس العمل و واکنشی نشان خواهند داد. از جمله واکنش‌هایی که افراد در زمان عدم ارضای نیازها، از خود نشان می‌دهند این است که در مقابل جامعه و قوانین آن موضع‌گیری و با آنها مقابله می‌کنند. براین اساس، رسانه‌ها و مطالب بیان شده در رسانه‌ها که به واقع دانشگاه عمومی به حساب می‌آیند، تاثیر بسزایی در واکنش جوانان نسبت به قوانین و ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی آن جامعه دارد. لذا چنانچه افراد به رضایت روانی و مادی دست یابند، جامعه نیز با توان بالاتری در تحقق اهداف که همان ارتقای سطح رفاه و امنیت اجتماعی است، حرکت خواهد نمود.

بطور مثال، پدیده طلاق مانند سایر آسیب‌های اجتماعی تحت تاثیر عوامل متعددی است و تاثیر رسانه‌ها نیز در این مورد می‌تواند به صورت غیر مستقیم باشد (زارتگر، ۲۰۱۱). در واقع رسانه‌ها نقشی کلیدی در تبیین شکل‌گیری فشار ناشی از خلاء هنجاری^۱ ایفا می‌کنند. رسانه‌ها ممکن است با ارائه تصاویری از چشم و هم‌چشمی عمومی در مورد برخورداری از یک زندگی مرفه، احساس محرومیت نسبی را تشدید کنند و موجب وارد آمدن فشار برای رسیدن به سطوح بالای موفقیت شوند (سیگل^۲، ۲۰۰۷). بنابراین، رسانه‌های جمعی در دنیای امروز تصویر تازه‌ای از طلاق را مطرح می‌کنند و از این طریق بر نگرش و رفتار مخاطبان خود تاثیر می‌گذارند. رسانه‌های جمعی مانند گذشته، طلاق را تنها یک آسیب اجتماعی نمی‌دانند، بلکه آن را راه حلی از روی ناچاری برای حفظ کیفیت زندگی تلقی می‌کنند. رسانه‌های جمعی امروزه به جای تأکید بر عواطف و احساسات مردم درباره طلاق، باید برای دوران پس از طلاق برنامه‌های مناسبی تولید نمایند. رسانه‌های جمعی ناچارند در مورد بازتعریف روابط خانواده پس از طلاق برنامه‌هایی داشته باشند و با توجه به شیوع پدیده طلاق در جوامع، نقش رسانه‌های جمعی نیز در این زمینه بسیار حساس شده است (زارتگر، ۲۰۱۱).

گسترش فضای اجتماعی به واسطه رسانه‌ها، عام شدن بسیاری از امور خاص و درهم تنیدگی جهان، موجب شده است که جوانان امروزی در انتخاب هویت‌های منسجم و یگانه با مشکل و حتی بحران مواجه شوند و هویت آنها دچار چندپارگی و انشقاق گردد (لچنر^۳، ۲۰۰۷؛ گریور و رینر، ۲۰۱۲). شاید به همین جهت بیشتر در خطر ارتکاب به آسیب‌های اجتماعی و برهم زدن نظم اجتماعی^۴ باشند.

به طور کلی می‌توان گفت که رسانه‌ها از طرق زیر کارکرد دو گانه خود را به اجرا می‌گذارند: از طریق اطلاع‌رسانی از وقایع، قانون‌شناسی و کیفرشناسی، کارکرد کنترل اجتماعی و تعریف جرم و کجروی، تاثیر مثبت خود را بر مخاطبان می‌گذارند و از طریق ارائه تصویر کلی از جرم، عادی‌سازی

1 Anomic Strain
2 Siegel
3 Lechner
4 social order

هنجارشکنی، ایجاد زمینه های بروز و توسعه خشونت، انتقال تجارب و فنون- به عبارت بهتر، شگردهای جنایی- ایجاد اختلاف و تجزیه، ایجاد گسست فرهنگی و تبلیغ الگوهای جامعه مشتری مبتنی بر ارزش های جامعه مصرفی، تأثیر منفی خود را بر مخاطبان می گذارند.

نویسنده مقاله ادعا نمی کند که به طور کامل نقش رسانه ها را در پیشگیری و یا ترویج آسیب های اجتماعی مورد بررسی قرار داده است و در واقع هدف این تحقیق نیز این نبوده است که کلیه متغیرها بررسی شوند، چرا که در یک تحقیق هرچند به گستردگی تحقیق حاضر نیز باشد، امکان بررسی تمام متغیرها نیست.

لذا پیشنهاد می شود جهت دستیابی به مدل های نظری بیشتر به بررسی نقش عوامل زمینه ای از جمله اوضاع سیاسی و اقتصادی کشور، موقعیت جغرافیایی، سوابق تاریخی، نقش احزاب، دسترسی به منابع و اطلاعات علمی، نقش خانواده، ارزش های جامعه و فرهنگ نیز در گرایش افراد به رسانه ها و آسیب پذیری آنان در برابر آسیب های اجتماعی پرداخته شود.



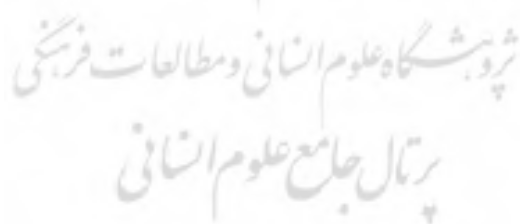
منابع

- ابوالقاسمی، محمود و همکاران (۱۳۹۲) "تاثیر اینترنت بر ارزش های خانواده: از منظر هویت دینی و ملی". نشریه مطالعات ملی. ۱۴ (۳)، ۵۵-۶۵.
- احمدی، عزت الله؛ عدلی پور، صمد؛ سپهری، آسیه؛ و علیزاده، محمد حسن (۱۳۹۲) "رابطه مصرف رسانه‌ای با اعتماد اجتماعی در بین جوانان شهر تبریز". فصلنامه پژوهش های ارتباطی. ۲۰ (۴).
- امام جمعه زاده، سیدجواد؛ مرندي، زهره؛ رهبرقاضي، محمود رضا؛ و سعیدی ابواسحقى، لیلا (۱۳۹۲) "بررسی رابطه مصرف رسانه و سبک زندگی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان". فصلنامه پژوهش های ارتباطی. سال بیستم، شماره ۲ (۷۴).
- باستانی، سوسن و زمان، لیلا (۱۳۹۲) "تاثیر استفاده از اینترنت و ماهواره بر رفتار اجتماعی جوانان: مقایسه کاربران و غیرکاربران در شهر اصفهان". نشریه مجله جامعه شناسی ایران. ۱۴ (۱).
- حیدری، حسین؛ و شاوردی، تهینه (۱۳۹۲) "شبکه های اجتماعی مجازی و قومیت؛ فرصت ها و تهدیدهای پیش رو". فصلنامه پژوهش های ارتباطی. سال بیستم، شماره ۴ (۷۶).
- رابرتسون، یان (۱۳۸۵) درآمدی بر جامعه با تأکید بر نظریه های کارکرد گرایی. حسین بهروان. انتشارات آستان قدس رضوی
- ربیعی، علی و محمدزاده یزد، فرشته (۱۳۹۲) "آسیب شناسی فضای مجازی، بررسی تاثیر استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی دانشجویان". نشریه راهبرد اجتماعی فرهنگی. ۲ (۶).
- زمانی، بی بی عشرت و همکاران (۱۳۹۱) "رابطه بین میزان و نوع استفاده از تلفن همراه و صفات شخصیتی دانشجویان". نشریه مطالعات فرهنگ - ارتباطات. ۱۳ (۱۹).
- سپهری، محمدباقر و گیویان، عبدالله (۱۳۹۰) "تاثیر فرهنگ در استفاده از رسانه های فرامرزی: بررسی عوامل موثر در استفاده مردم شهر اردبیل از شبکه های ماهواره ای ترکیه و جمهوری آذربایجان". فصلنامه جامعه، فرهنگ، رسانه. سال اول، شماره ۱.
- ستوده، هدایت الله (۱۳۹۰) آسیب شناسی اجتماعی. تهران: آوای نور
- سعدی پور، اسماعیل (۱۳۹۲) "بررسی اثرات اینترنت بر خانواده های دارای فرزند نوجوان". فصلنامه پژوهش های ارتباطی. سال بیستم، شماره ۴ (۷۶).

- شکر بیگی، عالیہ؛ آقایی نور، مریم؛ قبادی، عباس و عبدالعلی پور، قادر (۱۳۹۱) "بررسی تاثیر رسانه های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی (مطالعه موردی، افراد ۱۸-۳۸ سال استان چهارمحال و بختیاری)". فصلنامه دانش انتظامی. ۱۳، ۴ (۵۳).
- شکر بیگی، عالیہ و مختاری زنجانی، امیر (۱۳۹۲) "کارکرد صداوسیما جمهوری اسلامی ایران در افزایش/کاهش سرمایه اجتماعی و ارائه الگوی مطلوب". فصلنامه جامعه. فرهنگ، رسانه. ۲ (۶).
- فرجیها، محمد (۱۳۸۵) "بازتاب رسانه ای جرم". فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی. ۲۲.
- کوثری، مسعود و همکاران (۱۳۹۱) "تلفن همراه و تاثیر آن در ارتباطات میان فردی جوانان دانشجوی (مطالعه دانشجویان دانشگاه های تهران)". نشریه مطالعات میان رشته ای در رسانه و فرهنگ (رسانه و فرهنگ). ۲ (۱)، ۲۸-۱.
- میرزاییان، بهرام و همکاران (۱۳۹۰) "اعتماد به اینترنت در بین دانشجویان و تاثیر آن بر سلامت روان". نشریه فن آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی. ۲ (۱).
- هاشمی داران، حسن و زراعتگر، علی اکبر (۱۳۹۰) "بررسی تاثیر عوامل اجتماعی، فرهنگی بر نوع و میزان استفاده جوانان شهر تهران از تلویزیون". نشریه پژوهش اجتماعی. ۴ (۱۱).
- هاشمی، شهناز (۱۳۹۲) "مطالعه موردی رابطه سازگاری اجتماعی و نگرش سیاسی اجتماعی نوجوانان با تماشای ماهواره در شهر تهران". فصلنامه پژوهش های ارتباطی. ۱۹ (۷۲).
- یاسمی نژاد، پریسا و همکاران (۱۳۹۱) "رابطه سلامت عمومی و استفاده مفرط از تلفن همراه در دانشجویان". نشریه دانش و پژوهش در روان شناسی کاربردی. ۱۳ (۱).
- Bandora. A. (1973) **Agression: A social learning analysis**. Englewood Glifs. N.J. prentice
- Barrera, T.L., Darrell Zeno, Amy L. Bush, Catherine R. Barber, Melinda A. Stanley (2011) "**Integrating religion and spirituality into treatment for late-life anxiety: Three case studies. Cognitive and Behavioral Practice**". 19(2), 346-358.
- Bersamin, M., Bourdeau, B., Fisher, D., & Grube, J. (2010) "**Television Use, Sexual Behavior, and Relationship Status at Last Oral Sex and Vaginal Intercourse**". Sexuality & Culture, 14(2), 157-168.
- Boonaert, T. & Vettenburg, N. (2011) "**Young people's Internet use: Divided or Diversified?**". Childhood. 18(1), 54-66.

- Campbell, R., Martin, C. R., & Fabos, B. (2013) **Media and Culture**. 8th edition. Boston: Bedford/ St. Martin's.
- Cao F, Su L, Lin T, Gao X. (2007) **"The Relationship between impulsivity and Internet addiction in a sample of Chinese adolescents"**. Eur Psychiatry. 22, 466-471.
- Conti-Ramsden, G., Durkin, K., Simkin, Z. (2010) **"Language and social factors in the use of cell phone technology by adolescents with and without specific language impairment"**. (SLI). Journal of Speech, Language, and Hearing Research. 53(1), 196- 208.
- Francis, L.J., Lewis, J.M., Brown, L., and et al (1995) **"Personality and Religion Among Under Graduate Students in the Drifted Kingdom United States"**. Australia and Canada. Journal of Psychology, 14, 280-282.
- Galvani, S. (2012) **"Responsible: Alcohol, Men, and Violence to Women."** Addiction Research and Theory, 12(4), 357-371.
- Gerbner, G., Morgan, M., Gross, L., Signorielli, N., & Shanahan, J. (2002) **Growing up with television: Cultivation processes. In. J. Bryant & D. Zillmann (Eds.). Media Effects: Advances in theory and research.** 2nd edition. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, Inc.
- Greer, Chris and Reiner, Robert (2012) **Mediated mayhem: media, crime, criminal justice In: Maguire, Mike and Morgan, Rod and Reiner, Robert, (eds.) The Oxford Handbook of Criminology.** Oxford University Press, Oxford, UK, 245-278.
- Hill, P. C. & Hood, R. (1999) **Measures religiosity.** Birmingham, Ala; Religious education press.
- Hirschi, T. (2002) **Causes of delinquency.** New Brunswick, N.J., Transaction Publishers.
- Koenig, H.G. McCullough, M. & Larson, D.B (2001) **Handbook of religion and health: A century of research reviewed.** Oxford University Press, New York.
- Lechner, F.J. (2007) **"Redefining National Identity: Dutch Evidence on Global Patterns"**. International Journal of Comparative Sociology. Vol. 48, No. 4, pp. 355-368.
- Mosher, J.P. And Handal, P.J. (1997) **"The Relationship Between Religion and Psychological Distress in Adolescents"**. Journal of Psychology and Theology. 25(4), 449-457

- Reiner, R. (2012) "**Political economy and criminology: the return of the repressed**". In: Hall, Steve and Winlow, Simon, (eds.) *New Directions in Criminological Theory*". Routledge, Abingdon, Oxon, 30-51.
- Siegel, L.J. (2007) **Criminology: Theories, Patterns and Typologies**. 9th ed. Belmont, CA: Thomson/Wadsworth.
- Tolan, P.H., Gorman-Smith, D., Henry, D.B., & Schoeny, M. (2010) "**The effects of a booster prevention program on child behavior and family functioning: The SAFE Children program**". *Prevention Science*. 10, 287-297.
- Weisman, A.G., Mamani, D.E., Naomi, T., Eugenio, A. D. (2010) "**Incorporating Religion/Spirituality into Treatment for Serious Mental Illness**". *Cognitive and Behavioral Practice*. 17(4), 348-357.
- Yen, J., Koc, Yen C, Wu, H, Yang M. (2007) "**The comorbid psychiatric symptoms of Internet addiction: attention deficit and hyperactivity disorder (ADHD), depression, social phobia, and hostility**". *J Adolesc Health*. 41(1), 93-98.
- Zartler, U. (2011) "**Multiple perspectives in qualitative family research**". *Crafting and conducting research projects*. In: *Family Science*, 1(3-4), 173-182.



Dual Effects of Mass Media on Promoting Social Abnormality among Bushehr Province Youth

Soran Rajabi

Ph.D. in Psychology, Associate Professor, Persian Gulf University, Bushehr

Received:24 Dec. 2014

Accepted:28 Jan. 2015

This study is to determine the dual effects of mass media (print media, electronic and digital) among Bushehr province youth and determine the print media, electronic and digital mass media role in promoting or preventing social abnormality. Methodology was together with a survey of a cross correlation between the advance. To collect the data two questionnaires about the media and demographic characteristics were used. Findings indicate that the most of youth use domestic television networks (92.2 percent) and satellite networks (77.9 percent). But between the two groups of boys and girls in terms of the media, there was no significant difference. Combined analysis of variance showed that the domestic and foreign media in promoting social and injury prevention, there is a significant difference. It was later found that the role of the media in promoting higher than average 30.50 proactive role social media damage is average 22.28. In males, the satellite networks, local television, video games, internal, external Internet sites, and local radios are the best predictors of their attitudes to social harm. The study showed that the frequency used by most media, local TV and media most used by the average number of hours, the satellite network. Also, 22% of the variance in the attitude of young girls and 18 boys' attitudes to social damage variance can be explained by the media.

Keywords: Media, Social Harm, Satellite, Internet and Youth