

## بررسی تاثیر صنایع فرهنگی و رسانه ها در گرایش به بزهکاری نوجوانان

محمدتقی کمال آبادی<sup>۱</sup>، فرهاد حصاری<sup>۲</sup>، محمد شریفی<sup>۳</sup>

از صفحه ۱۶۳ تا ۱۹۰

### چکیده

پژوهش حاضر، به بررسی تاثیر مصرف کالاهای فرهنگی همچون ماهواره، اینترنت، تلویزیون، کتاب و مجلات، بر بروز پدیده بزهکاری پسران کانون اصلاح و تربیت شهرستان کرمانشاه در نیمه اول سال ۱۳۹۲، پرداخته است. این مطالعه با استفاده از روش پیمایشی، توصیفی، تحلیلی و همبستگی و با بهره گیری از نظریات آدرنو، فدرستون و باندورا، به عنوان چارچوب نظری به بررسی ارتباط بین متغیرهایی چون: نوع و میزان استفاده از برنامه های ماهواره ای، نوع و میزان استفاده از سایت های اینترنتی، نوع مجلات و ژورنال های خارجی مورد مطالعه، نوع کتاب های مورد مطالعه و نوع برنامه های تلویزیونی با بزهکاری پسران به عنوان متغیر وابسته می پردازد. جامعه آماری این تحقیق را کلیه پسران بزهکار کانون اصلاح و تربیت شهر کرمانشاه تشکیل می دهد، که تعداد آنها طی یک دوره سه ماهه ۱۴۲ نفر می باشند. بنابراین در این تحقیق از یک برش عرضی استفاده شده و شیوه نمونه گیری، اقتضایی (غیر تصادفی) می باشد. جهت سنجش پایایی و اعتبار ابزار به ترتیب از روش های آلفای کرونباخ و روش اعتبار صوری لاوشه استفاده شده، و در پایان اطلاعات جمع آوری شده به کمک نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. بر اساس نتایج پژوهش تاثیر چهار متغیر نوع و میزان استفاده از برنامه های ماهواره ای، نوع و میزان استفاده از سایت های اینترنتی و نوع مجلات و ژورنال های خارجی مورد مطالعه و تلویزیون به عنوان ابزاری برای گرایش به بزهکاری تایید گردید. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره متغیرهای مستقل بر وابسته تحقیق نشان می دهد که از میان متغیرهای مستقل، ۲، متغیر میزان و نوع برنامه های ماهواره ای مورد استفاده با ضریب رگرسیونی (۰/۵۱۶) و متغیر نوع کتاب های مورد مطالعه با ضریب رگرسیونی (۰/۰۱۸) به ترتیب قوی ترین و ضعیف ترین ضریب را بر روی متغیر بزهکاری پسران داشته اند.

**واژگان کلیدی:** سبک زندگی، رسانه، ماهواره، تلویزیون، اینترنت، نوجوان، صنایع فرهنگی، بزهکاری.

۱. پژوهشگر، کارشناسی ارشد مردم شناسی، کارشناس دفتر تحقیقات کاربردی فا استان مرکزی. @Mtkamalabadi357@yahoo.com

۲. باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه

۳. پژوهشگر، دانشجوی کارشناسی ارشد مردم شناسی، کارشناس پژوهشگاه علوم انظامی و مطالعات اجتماعی ناجا

## مقدمه و طرح مسأله

چند بعدی بودن زندگی در جوامع امروزی (مخصوصاً شهرهای بزرگ) متأثر از صنعتی شدن و مدرنیته و ازسوی دیگر در بستر استرسهای متعدد بودن، می‌طلبند که یک فرد (بخصوص در دوران نوجوانی و جوانی)، با بکارگیری مهارت‌های خود در جهتی صحیح و اصولی راه زندگی مطلوب و سعادت‌مندانه را طی کند. اما در بسیاری از موارد فرد در زندگی عادی و در حضور اجتماعی خود با مشکلاتی روبرو می‌شود (مرشدی جودکی، ۱۳۸۹: ۵). در این میان عوامل متفاوتی در بروز این مشکلات برای فرد دخیل می‌باشند. یکی از مشکلاتی که شاید امروزه بسیار، بیش از هر زمان دیگر خود را نمایان می‌نماید مسئله بزهکاری و انحرافات به خصوص درقشر نوجوان است.

در ایران آمار و ارقام معتبر و درستی در مورد بزهکاری ارائه نشده است. اما برخی تحقیقات انجام شده بر روی نوجوانان نشان می‌دهد که حدود ۹۲٪ از بزهکاران را پسران و ۸٪ را دختران تشکیل می‌دهد (بیش از ۵۰٪ از نوجوانان بزهکار درشهرهای بزرگ مانند، تهران، اصفهان و شیراز هستند). گزارش سازمان زندانهای ایران نشان می‌دهد که تعداد افراد زیر ۱۸ سال که در خرداد ماه سالهای ۸۷/۸۸/۸۹ دستگیر و به زندان و یا کانون ارجاع داده شده‌اند، در خرداد ۱۳۸۷ حدود ۵۷۲۲ نفر/ خرداد ۱۳۸۸ حدود ۶۴۹۴ نفر/ خرداد ۱۳۸۹ حدود ۷۵۲۱ نفر می‌باشد. به طور کلی آمارهای موجود رشد فزاینده بزهکاری را در سال‌های اخیر در ایران نشان داده است. پس توجه به مسئله انحرافات و بزهکاری را بایستی به عنوان یکی از مهم‌ترین مسائل در هرجامعه‌ای مد نظر قرارداد چرا که تبعات منفی بی‌توجهی به رفتارهای نوجوانان و کم‌اهمیت شمردن حقوق مسلم آنها گریبان‌گیر همه اقشار جامعه خواهد بود، و شاید بتوان گفت بالا بودن میزان بزهکاری و انحرافات در هر جامعه نشان‌دهنده وضعیت و کارکرد نامطلوب خانواده‌ها و سپس جامعه می‌باشد. در نتیجه همواره نه تنها در ایران بلکه در کل جوامع مسئولان با این معضل اجتماعی روبرو هستند و به دنبال ارائه راهکارهای جدید و مؤثر در جهت به حداقل رساندن آن در جامعه خود می‌باشند. در نهایت باید توجه داشت که تنها مبارزه با معلول کافی نیست بلکه باید عوامل جرم‌زا معلوم و ریشه‌یابی گردد و آنگاه راه پیشگیری از بزهکاری و سپس اصلاح جرم مد نظر قرار گیرد. لذا می‌توان با گیدنز همراه شد که مطالعات بزهکاری را یکی از جذاب‌ترین و حساس‌ترین وظایف جامعه‌شناس می‌داند (گیدنز، ۱۳۸۴: ۱۳۰).

یکی از عوامل تاثیر گذار بر بزهکاری نوجوانان رسانه‌ها می‌باشند، عصر حاضر،



عصر فناوری و نوآوری در تولید انواع کالاها به خصوص کالاهای فرهنگی است. کالاهای فرهنگی از چنان اهمیتی برخوردارند که برخی از کارشناسان آنها را جانشینی برای فرهنگ می‌دانند، کالاهای فرهنگی ای مانند؛ ماهواره، شبکه اینترنت و... است که از طریق آنها می‌توان به گونه‌ای گسترده به تبادل برنامه‌ها و اطلاعات در زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و... پرداخت و در سایه همین فناوری‌هاست که جهان پهناور ما در یک ارتباط تنگاتنگ قرار گرفته است.

در این رابطه نظریه پردازان انتقادی، انتقادهای مهمی را بر آنچه صنعت فرهنگی می‌خوانند وارد کرده‌اند، یعنی بر ساختارهای عقلانی و دیوان سالارانه‌ای نظیر تلویزیون، ماهواره، اینترنت و... که مهار فرهنگ نوین و حتی انسان‌های نوین را در دست دارند. صنعت فرهنگی که معمولاً فرهنگ توده‌ای را تولید می‌کند از سوی این مکتب به عنوان فرهنگ جهت داده شده، غیر خودجوش، چیز واره شده و ساختگی، نه به عنوان چیز واقعی تعریف شده است (استیونس، ۱۳۷۹: ۲۱۶). این صنعت فرهنگ را ساخته یا گزینش می‌کند، آن را باب میل خود یا بانیان خود بسته بندی می‌نماید و آنگاه توسط رسانه‌ها به خورد مردم می‌دهد. نظریه پردازان انتقادی از تأثیر ساکت کننده، سرکوبگر و خرف کننده این فرهنگ بر مردم هراسانند. رسانه‌های جمعی یک نقش اساسی در شکل گیری و انعکاس افکار عمومی دارند؛ آنها جهان را با افراد ارتباط می‌دهند و خودپنداره جامعه نوین را باز تولید می‌کنند. نقدها در اوایل یا اواسط قرن بیستم حاکی از این بودند که رسانه‌ها توانایی عمل خودمختارانه افراد را از بین می‌برند. اما مطالعه‌های تجربی بعدی حاکی از وجود یک تعامل پیچیده تر بین رسانه‌ها و جامعه هستند و افراد به صورت تعاملی رسانه‌ها و اطلاعات آنها را تفسیر و ارزیابی می‌کنند. در قرن بیست و یکم، با پیدایش اینترنت و ابداع روش‌های نوین ارائه اطلاعات و برنامه‌ها، این رابطه دو جانبه رسانه‌های جمعی و افکار عمومی شروع به تغییر کرد. برخی از نظریه پردازان مکتب فرانکفورت نظیر مکس هورکهایمر، تئودور آدرنو و هربرت مارکوزه رسانه‌ها را یک صنعت فرهنگی می‌دانند که بر دریایی از افراد منفعلی اثر می‌گذرانند و صرفاً هر نوع اطلاعاتی را که در معرض آن قرار می‌گیرند، جذب می‌کنند. علت این امر کالایی شدن هنر و فرهنگ است که امکان دستکاری «توسط مردم فریبی‌ها» را مهیا می‌کند (تامپسون، ۱۳۷۸: ۴۵).

امروزه استفاده رسانه‌های جمعی تقریباً همه جای ایران مخصوصاً در کلان شهرها به طور چشمگیری افزایش یافته است. شهر کرمانشاه (بخش مرکزی) دارای ۷۸۴۶۰۲ نفر جمعیت است که طبق طرح بررسی رفتارهای فرهنگی ایرانیان بیش از ۹۴ درصد

کرمانشاهی‌ها حداقل دارای یک دستگاه تلویزیون بوده و به طور متوسط حدود ۴۴۰ دقیقه در روز تلویزیون در هر خانه روشن است و سرانه ۱۸۹ دقیقه در روز تلویزیون تماشا می‌شود. افزون بر این، ۷۸ درصد از مردم رادیو داشته که از این میان، ۷۴ درصد رادیو داخلی گوش می‌کنند و میانگین گوش دادن به رادیو ۸۱ دقیقه است؛ ۱۹،۴ درصد از دارندگان رادیو به رادیو گوش می‌کردند. حال اگر به این رسانه‌ها ماهواره را که تقریباً در هر خانه‌ای به چشم می‌خورد و اینترنت را اضافه نمایم متوجه می‌شویم که هر روزه افراد با احتمالات زیادی در خصوص مشاغل جالب تر، حقوق بهتر، زندگی در خانه‌های مجلل تر، اقلیم بهتر، همسران زیباتر، وسایل مصرفی بهتر و جدیدتر، پوشاک و مدل موی زیباتر و جدیدتر، فرهنگ قوی تر، هنجارها و ارزش‌های جدیدتر بمباران می‌شود و و طرز تفکر، ارزش‌ها، و شیوه مصرف فرد را تغییر می‌دهند.

که هر یک از این عوامل می‌تواند احتمال گرایش افراد (مخصوصاً نوجوانان) را به بزهکاری به صورت مستقیم یا غیر مستقیم افزایش دهد. حال با توجه به موارد فوق و اهمیت مقوله انحرافات و آسیب‌های اجتماعی، مخصوصاً در بین نوجوانان در این پژوهش این مساله مطرح است که مصارف فرهنگی‌ای همچون ماهواره، تلویزیون، اینترنت و... چه تاثیری بر گرایش جوانان به بزهکاری دارند؟

### پیشینه مطالعاتی

تحقیقات جرج گربنر<sup>۱</sup> (۱۹۶۰) در زمینه مطالعه تاثیرات رسانه‌ها، بر طرز تلقی و دیدگاه‌های مخاطبان است، که به طور شاخص، به بررسی موضوع «خشونت» در برنامه‌های تلویزیونی و شکل‌گیری دیدگاه‌های بینندگان بر پایه آن می‌پردازد. گربنر نتیجه می‌گیرد که تحت تاثیر محتوای غالب برنامه‌های تلویزیونی (خشونت)، تصور تماشاگران پر مصرف، به تدریج به یکی از صورت‌های زیر نمود می‌یابد:

۱. افزایش احتمال قرار گرفتن در معرض خشونت (گرایش به خشونت).
۲. اغراق درباره آمار واقعی مشاغل یقه سفید (پلیس، وکلا و پزشکان).
۳. بدگمانی و سوءظن عمومی نسبت به مردم.
۴. ترس از پیاده روی به تنهایی در هنگام شب (دهقان، ۱۳۸۴: ۳۹۲-۳۹۰ به نقل از سورین و تانکاراد).

تحقیقات پل و رگلی<sup>۲</sup> (۱۹۹۹) نشان می‌دهد، نوجوانانی که بیشتر از رسانه‌های مروج خشونت و انحرافات اخلاقی استفاده نموده‌اند، آمادگی بیشتری برای جذب

۱. George Gerbner

۲. Paul and Rgly

در گروه‌های بزهکار و مخرب را دارند. به عبارت دیگر جوان و نوجوانانی که کمتر در خانه و یا به همراه دوستان و همسالان به استفاده از شبکه‌های غیر مجاز می‌پردازند، تمایلی برای پیوستن به این گروه‌ها ندارند و مایل نیستند پایگاه‌های تثبیت شده و مطلوب خود را در میان خانواده به خطر بیندازند (پل و رگلی، ۱۹۹۹).

اما اولین بررسی علمی در مورد رفتار و حالات بزهکاران در برابر تلویزیون، از سوی هالوران<sup>۱</sup> (۱۹۷۰) روانشناس انگلیسی، در مرکز تحقیقات دانشگاه لیستر انجام شده است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که؛ اثر تلویزیون بر زندگی افراد غیر بزهکار به مراتب بیشتر از بزهکاران است. همچنین بزهکاران بیشتر به برنامه‌های محرک و پر خشونت گرایش دارند و کمتر به اخبار و برنامه‌های آموزشی و پرورشی علاقه نشان می‌دهند.

پژوهش‌های هیملویت، اوپنهایم و وینسه<sup>۲</sup> در خصوص اثرات خشونت بر کودکان ۱۱-۱۰ ساله و ۱۴-۱۳ ساله که بعضی از آنها در خانه تلویزیون داشته‌اند و بعضی فاقد آن بوده‌اند، نشان از اثر ناچیز تلویزیون بر خشونت کودکان دارد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که هر قدر هوش کودک بیشتر باشد، کمتر تلویزیون تماشا می‌کند. در سنین ۱۳ و ۱۴ سالگی کنترل والدین بیشتر از سطح اجتماعی - اقتصادی خانواده بر رفتار کودک در این مورد موثر است (کازنو، ۱۳۸۷).

همچنین نتایج تحقیق داوسون<sup>۳</sup> (۲۰۰۱) که به بررسی رابطه بین استفاده از وسایل ارتباط جمعی و بزهکاری با استفاده از روش پیمایشی پرداخته است، نشان می‌دهد که استفاده بالا از تلویزیون، در گروه نوجوانان غیر بزهکار ۲۳/۵٪ و در گروه نوجوانان بزهکار ۳۴/۳٪ است، همچنین استفاده از اینترنت در گروه نوجوانان غیر بزهکار ۳۸/۵٪ و در گروه نوجوانان بزهکار ۶۳/۶٪ است. برخی از نتایج پژوهش حاکی از آن است که بین میزان استفاده نوجوانان بزهکار و غیر بزهکار از ماهواره، تفاوت معنا داری وجود ندارد. اما نوجوانان بزهکار بطور معنا داری کمتر از نوجوانان غیر بزهکار از اینترنت و بطور معنا دار بیشتر آنان از تلویزیون استفاده می‌کنند. به نظر می‌رسد سن استفاده طولانی مدت از تلویزیون، استفاده نکردن از اینترنت و استفاده زیاد و هرروزه از فیلم‌ها و لوح‌های فشرده ویدیویی با احتمال بروز بزهکاری در نوجوانان رابطه وجود دارد (داوسون، ۲۰۰۱).

نتایج به دست آمده از پژوهش رجایی (۱۳۷۹) نشان می‌دهد، که از بین متغیرهای رسانه‌های گروهی، میزان قرار داشتن در معرض رسانه‌ها با همبستگی

۱. Halloran

۲. Himloit & Oppenheim & Vince

۳. Dawson

۲۹ درصد، بیشترین همبستگی را با رفتار انحرافی نوجوانان داشته است. ترجیح محتوای خشونت آمیز رسانه‌ها دارای همبستگی ۲۶ درصد بوده است و تقلید از شخصیت‌های رسانه‌ها، پائین‌ترین رابطه را با بزهکاری نوجوانان داشته است. با این حال، رابطه همچنان مثبت بوده است.

سعید فراهانی (۱۳۹۱) در تحقیقی به «بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تربیت و رشد کودکان و نوجوانان» پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و رشد شناختی کودکان رابطه معنی داری وجود دارد و بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و رشد عاطفی کودکان رابطه معنی داری وجود ندارد. بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و رشد اجتماعی کودکان رابطه معنی داری وجود دارد و بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و رشد روانی کودکان رابطه معنی داری وجود ندارد (فراهانی، سعید، ۱۳۹۱: ۳۹).

نتایج تحقیق صمدیار (۱۳۹۱)، در بررسی «تأثیر صنعت سینما و رسانه بر بزهکاری نوجوانان و جوانان» نشان می‌دهد که رسانه‌های گروهی مانند رادیو، تلویزیون و مطبوعات از جمله عواملی هستند که در تربیت، هدایت و بالابردن شعور اجتماعی نوجوانان و جوانان نقش موثری ایفا می‌کنند و اگر جهت آن برخلاف خیر و صلاح عمومی جامعه باشد، کج روی، فساد و بزهکاری را در پی خواهد داشت. رسانه‌های جمعی نیز مانند بسیاری از ساخته‌های انسانی می‌توانند مفید یا مضر باشند. بنابراین رادیو، تلویزیون، فیلم‌های سینمایی و مطبوعات خود وسیله تعیین کننده و تاثیرگذار بر روی انحرافات اجتماعی نیستند، بلکه ابزاری در دست انسان‌ها می‌باشند. لذا تأثیرات رسانه‌های جمعی بر روی انحرافات اجتماعی، مربوط به تغییراتی است که انسان‌های سازنده، اداره کننده و پخش کننده برنامه‌های آگاهانه یا ناآگاهانه به جامعه عرضه می‌دارند (صمدیار، ۱۳۹۱: ۳۱).

## مبانی و چارچوب نظری

تئودور آدورنو از اعضا و بنیانگذار مکتب فرانکفورت محتوای وسایل ارتباط جمعی را در جامعه صنعتی و مصرف‌گرای قرن حاضر تحت عنوان "صنایع فرهنگی" معرفی می‌کند و معتقد است در موقعیت کنونی وسایل ارتباط جمعی کارکرد و رسالتشان را به عنوان نهادهای آموزش دهنده و آگاهی بخش رها کرده، به درج، نشر و پخش مطالبی با محتوای سرگرم کننده، هیجان انگیز و تخدیر کننده اذهان، می‌پردازند که ارمغان آن تقویت جنبه‌های خیال پردازی، گریز از واقعیت و سرانجام از خود بیگانگی و بحران هویت برای انسان است. اصلی‌ترین محصول صنعت فرهنگی، فرهنگ توده است که محصول تلفیق فرهنگ، سرگرمی و تبلیغات

در جامعه مدرن است و همراه با سرنوشت سرمایه داری فرهنگ توده همواره تجاری و زیانبار است. باعث ادغام افراد در یک کلیت اجتماعی ساختگی و شیء واره می‌گردد و مانع رشد تخیل فرد می‌شود و باعث سرکوبی استعداد انقلابی و آسیب‌پذیری در برابر عوام فریبان می‌گردد، صنعت فرهنگی باعث از خود بیگانگی فرد می‌شود (خادمیان، ۱۳۸۸: ۵۳). آدورنو ستاره‌های سینما و سریال‌های سرگرم‌کننده را آلپ نشینان جدید معرفی می‌کند که به الگوی مخاطبان مصرف‌گرای این رسانه‌ها تبدیل شده‌اند. بینندگان این گونه فیلم‌ها غایت آمال و آرزویشان را در هم‌رنگ سازی خود با این ستاره‌ها جستجو می‌کنند و خواسته یا ناخواسته مقلد و دنباله‌رو این ستاره‌ها در سبک زندگی، شیوه معاشرت، رفتار و نوع پوشش و مد لباس و... شده که به تبع آن به مصرف‌کننده کالاهای تجملاتی و لوکس تبدیل شده‌اند. (مصطفایی، ۱۳۸۹: ۱۳).

### رویکردهای فمینیستی

رویکردهای فمینیستی جامعه شناختی به رغم تنوع از وجه مشترک اساسی برخوردارند. در این رویکردها زمینه، تصویر و ارزیابی دختران از اندام خود در متن مشکلات آنها در جامعه، فرهنگ، نظام معنایی و یا موقعیت زبانی‌ای دیده می‌شود که زنان نمایش می‌دهند. در فمینیسم سوسیال مقصر اصلی بیگانگی از بدن نظام مصرفی سرمایه داری غربی معرفی می‌شود که ترویج دهنده نارضایتی زنان از بدن خویش و هزینه کرد برای خرید کالاها و خدماتی است که این نقیصه را جبران کنند. البته این شرایط، بالقوه متوجه زنان و مردان است، با این حال به واسطه فشار بیشتر بر زنان باید آن را عامل جنسیتی دانست. نظام سرمایه داری غربی از طریق تبلیغات رسانه‌ای گسترده و ترویج مصرف‌گرایی، نه تنها به خالی کردن جیب زنان می‌پردازد، بلکه قدرت و استعدادهای بالقوه آنها را می‌زداید و آنها را نسبت به خود بیگانه می‌کند (Fedtherston, ۱۹۹۱: ۱۷۰).

از دید فدرستون، تصاویر ارائه شده در مجلات و دیگر رسانه‌ها تأثیر به‌سزایی در ترویج فرهنگ مصرفی دارد و واکنش‌های هیجانی شدیدی را از جمله لذت، تمایل و خودشیفتگی در جوانان برانگیخته است. اما در همه حال تردید و ترس‌هایی نیز برجای گذاشته است. برای نمونه بی‌اشتهایی مزمن در نوجوانان را می‌توان با تصاویر تبلیغ شده از بدن‌های نوجوانان بسیار لاغر که به عنوان مدل در رسانه‌ها ظاهر می‌شوند مرتبط دید (همان منبع: ۱۸۵).

## یادگیری اجتماعی

بر اساس نظریه یادگیری اجتماعی، رفتار از دو طریق کسب می شود که شامل تقویت و سرمشق گیری می باشد. فرایند تقویت مبتنی بر این اصل است که رفتار را نتایج خودش تغییر می دهد. رفتاری که پیامدهای مطلوب و خوشایند به دنبال داشته باشد، به احتمال زیاد تکرار می شود و رفتاری که مورد تشویق قرار نمی گیرد و یا تنبیه می گردد، احتمالاً تکرار نخواهد شد. یادگیری اجتماعی از طریق مشاهده و تقلید دیگران نیز رخ می دهد. این فرایند به عنوان سرمشق گیری یا یادگیری مشاهده ای شناخته شده است. این نظریه در تبیین رفتارهای گوناگون اجتماعی از جمله خشونت، توسط باندورا به کار گرفته شده است (اسفندیاری، ۱۳۸۸: ۷۸).

بر اساس نظریه یادگیری اجتماعی خشونت نوعی صورت آموخته شده از رفتار اجتماعی است که فراگیری آن معمولاً تحت تاثیر مستقیم (تنبیه یا تشویق) و مشاهدات فردی انجام می پذیرد و می تواند نتیجه تجارب شخصی یا فردی برگرفته از رفتار دیگران باشد. برای تبدیل رفتار مشاهده شده به رفتار از سوی فرد، لازم است آن رفتار در ذهن او تثبیت شود و سپس به رفتار عملی تبدیل گردد. این فرایند با توجه به میزان مهارت افراد متفاوت است. ابعاد تنبیهی و تشویقی رفتار و وجوه انگیزه لازم فاعل برای انجام فعل از دیگر مواردی است که در تبدیل ذهنیت به رفتار موثر است (علیوردی نیا و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۱۰-۱۰۹).

به اعتقاد باندورا فرزندان از طریق والدین خود، خشن بودن را می آموزند. مشاهده بدرفتاری از سوی والدین در دوران کودکی منجر به یادگیری رفتار سلطه آمیز توسط مرد و آموختن تحمل توسط زن می شود (فووارد، ۱۳۷۷: ۱۷۷). خشونت هایی که افراد در بزرگسالی مرتکب می شوند، ریشه در دوران کودکی دارد و حتی بیان می شود که خشونت از خشونت زاده می شود. اگر محیط خانواده بستر مشاجرات و پرخاشگری باشد، این محیط نقشی قطعی در رفتار خشونت آمیز دارد و چرخه خشونت را جاودانی می کند (علیوردی نیا و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۱۰). به نظر او اغلب خشونت از نسلی به نسل دیگر منتقل می شود. اگر چه همه کودکانی که در خانواده های خشن هستند در بزرگسالی لزوماً رفتارهای خشونت آمیز از خود نشان نمی دهند، اما وجود تاریخچه خشونت در خانواده ها، خطر وقوع آن را در بزرگسالی افزایش می دهد (معظمی، ۱۳۸۳: ۴۳).



الگوی دیگر باندورا برای یادگیری، ارتباط اجتماعی و تعاملات فرد با گروه‌های کوچک و اخذ فرهنگ آنان می‌باشد. فردی که با گروه‌های خشنی که خشونت جزء خرده فرهنگ آنان می‌باشد، ارتباط دارد خشونت طلبی مورد تایید و تحسین او واقع شده و به طور مداوم رفتار نادرست خویش را تکرار می‌کند (اسفندیاری، ۱۳۸۸: ۸۰).

### نظریه هنجاری

رابرت کی مرتن کوشیده است تا بی هنجاری را به انحراف اجتماعی و بزهکاری ربط دهد. او می‌گوید که فرد در نتیجه فراگرد اجتماعی شدن هدف‌های مهم فرهنگی و نیز راه‌های دست‌یابی به این هدف‌ها را که از نظر فرهنگی مورد قبول باشند فرا می‌گیرد. هرگاه راه‌های مقبول دستیابی به این هدف‌ها برای فرد فراهم نباشد و او ناچار شود راه‌های دیگری را در پیش گیرد، رفتاری ممکن است از فرد سرزند که به انحراف اجتماعی بینجامد. مرتون چهار نوع رفتار انحراف‌آمیز را که ممکن است در این رهگذر پدید آیند برشمرده است. اینها عبارتند از: نوآوری، مناسک پرستی، واپس‌زنی، شورش (کوئن، ۱۳۹۰: ۱۶۵).

نوآوری: زمانی پیش می‌آید که مردم هدف‌های فرهنگی را بپذیرند ولی وسایل اجتماعاً پذیرفته شده برای دستیابی به این هدف‌ها را نپذیرفته باشند. مناسک پرستی: زمانی رخ می‌دهد که شخص وسایلی را که یک فرهنگی برای دستیابی به هدف‌ها ارائه می‌دهد می‌پذیرد ولی خود آن هدف‌ها را رد می‌کند. واپس‌زنی: وقتی پیش می‌آید که شخص هم هدف‌ها و هم وسایل دستیابی به این هدف‌ها را که مورد قبول یک فرهنگ می‌باشد رد می‌کند. شورش: هنگامی رخ می‌دهد که مردم هدف‌ها و وسایل دستیابی به این هدف‌ها را که مورد قبول یک فرهنگ می‌باشند رد می‌کنند و هدف‌ها و وسایل تازه‌ای را به جای آنها برمی‌گزینند (کوئن، ۱۳۹۰: ۱۶۶-۱۶۵).

از این دیدگاه می‌توان گفت که رسانه‌ها مخصوصاً برنامه‌های ماهواره‌ای با ترویج مصرف‌گرایی و تجمل‌پرستی باعث بالا رفتن توقعات نوجوانان و جوانان می‌شوند و این نوع از سبک زندگی برای نوجوانان درونی شده و گرایش به تجملات به یک هدف تبدیل می‌گردد. اما وقتی نوجوان و جوان توانایی دست‌یابی به خواسته‌های خود را از طریق راه‌های معقول جامعه پیدا نمی‌کنند، منجر به گرایش به رفتارهای انحرافی در قالب ۴ مورد بالا می‌گردد (معید فر، ۱۳۸۶: ۵۲). مسئله مورد توجه مرتن این است که نیازهای

نظام با وفاق اجتماعی موجود یکسان نیستند. او اظهار می‌دارد افرادی که موقعیت‌های اجتماعی گوناگونی را در ساخت اجتماعی اشغال می‌کنند ممکن است دارای علایق و ارزش‌های متفاوتی باشند. بنابراین معیارهای ارزشی تمامی گروه‌ها یکسان نیست و چون این معیارها متفاوت هستند گاهی ممکن است آنها در تناقض با یکدیگر قرار بگیرند. این احتمال وجود دارد که مشکلات یک گروه باعث امتیازاتی برای گروه‌های دیگر باشد.

### وسائل ارتباط جمعی

به طور کلی دیدگاه‌های موجود در ارتباط با نقش صنایع فرهنگی بر انحرافات اجتماعی نشان می‌دهد که اثرات وسایل ارتباط جمعی‌ای که در زمره صنایع فرهنگی قرار دارند، بسیار متعدد و متنوع می‌باشد. به طوری که نقد و بررسی این اثرات بسیار پیچیده است و حوزه تأثیر آن نیز قلمروی بسیار گسترده دارد. درباره نقش تأثیر وسایل ارتباط جمعی سه دیدگاه وجود دارد: دیدگاه افراطی، دیدگاه تفریطی، دیدگاه بینابین (عبداللهیان و توکلی، ۱۳۸۴: ۶۹).

**الف- دیدگاه افراطی** طبق نظرات طرفداران این دیدگاه، وسایل ارتباط جمعی دارای چنان قدرتی هستند که می‌توانند نسلی تازه برای اولین بار در تاریخ انسان پدید آورند. نسلی که با نسل‌های پیشین بسیار متفاوت است. طرفداران این دیدگاه قدرت رادیو و برنامه‌های تلویزیونی را با قدرت بمب اتمی مقایسه می‌کنند و معتقدند که وسایل ارتباط جمعی جدید ابزار نیرومندی هستند که می‌توان از آنها در راه خیر یا شر با تأثیر شگرف سود برگرفت. ژان کازنو در این باره می‌نویسد: این اندیشه در نظر مردم رواج یافت که وسایل ارتباط جمعی قدرتی فوق تصور دارند و می‌توانند افکار فلسفی و سیاسی را منقلب نموده و شکل تازه‌ای بدان بخشند و به اختیار، تمامی رفتارها را هدایت نمایند. این وعده بر سازوکارهایی چون (هدایت از راه دور)، (آدمک سازی)، (اثر بلع و بویژه تأثیر بازتاب‌های شرطی) تأکید می‌کنند و معتقدند که درونی کردن (هنجارها)، موجبات آشتی انسان را با خواست جامعه فراهم می‌آورد. در این صورت انسان‌ها خود به عنوان عاملی در راه حراست از موارد، هنجارها و قوانین جامعه تجلی می‌کنند و وسایل ارتباط جمعی سریع؛ قدرتمند و مؤثر در راه تأمین این منظور هستند. بنابراین از طریق وسایل ارتباط جمعی می‌توان اخلاق اجتماعی را نزد جوانان با درونی کردن



هنجارهای اخلاقی تقویت و تحکیم نمود (عبداللهیان و توکلی، ۱۳۸۴: ۷۱-۷۰).

**ب-** دیدگاه تفریطی طبق نظرات طرفداران این دیدگاه وسایل ارتباط جمعی تأثیر چندانی بر مخاطبین خود ندارد و دیگر دوران سلطه وسایل ارتباطی و با آن دوران رواج عقاید تند و اسناد اثرات جادویی و خارق العاده به وسایل ارتباط جمعی پایان یافته است. این عده معتقدند که وسایل ارتباط جمعی علیرغم تکنولوژی برتر که از آن استفاده می‌کنند، با موانع بسیاری در راه اثر گذاری بر دیگران مواجه‌اند.

**پ-** دیدگاه بینابین در مقابل این دو دیدگاه افراطی و تفریطی، دیدگاه سوم که بینابینی می‌باشد، نظر بر این دارد که باید پذیرفت که وسایل ارتباط جمعی، ابزاری اجتماعی- فرهنگی به معنای عالی آن هستند از این جهت اثرات چشم گیری بر جای می‌گذارند. اما این آثار نه آنچنان است که هیچ محدودیتی را نشناسد (دیدگاه افراطی) یا آنکه چنان ناچیز است که هیچ اعتنایی را شایسته نباشد (دیدگاه تفریطی)، بلکه باید دید حدود تأثیر این وسایل چیست؟ و در چه شرایطی این تأثیرات محدودیت می‌یابند؟ و یا تقویت می‌شوند؟ به نظر می‌رسد که این دیدگاه سوم واقع بینانه‌تر باشد. ضمن اینکه نتایج تحقیقات انجام شده نیز مؤید همین مطلب دیدگاه است. تفاوت اینترنت و دیگر وسایل ارتباط جمعی اینترنت سه موقعیت تعاملی تامپسون «تعامل رودرو، تعامل رسانه ای، شبه تعامل رسانه ای» را تغییر داده است (عبداللهیان و توکلی، ۱۳۸۴: ۷۴-۷۲).

لاسول (۱۹۷۸-۱۹۰۲) از اندیشمندان مکتب شیکاگو است. لاسول در بررسی تأثیرات رسانه‌ها، همه چیز را در جریان محتوای پیام متمرکز می‌ساخت. وی در اثرش ساخت و کارکرد ارتباط در جامعه به ساخت پذیری ارتباطات و حتی تشابه جامعه انسانی از این دیدگاه با دیگر موجودات اشاره دارد. به زعم لاسول رسانه‌ها مجموعه‌ای به هم پیوسته تشکیل می‌دهند و با هم تلفیق می‌شوند. این مجموعه با نام الگوی لاسول معروف است و شامل پنج عنصر: چه کسی؟ چه چیزی؟ از کدام مجرا؟ با چه کسی؟ با کدام نتیجه؟ می‌باشد. به نظر لاسول با توجه به عناصر تشکیل دهنده ارتباطات، می‌توان ساخت یابی آنان را پیش بینی کرده، تحقق پذیر ساخت. از ترکیب غایی عناصر ارتباط، مجموعه‌ای حاوی دو نوع ساخت شامل زیر ساخت‌ها و رو ساخت‌ها فراهم می‌آید (ساروخانی، ۱۳۸۵: ۷۵-۷۳). زیر ساخت‌ها<sup>۱</sup> یا ابزار

۱. infrastructures

تکنولوژیک ارتباط، مجموعه‌ای به هم پیوسته و متشکل هستند که با نیرویی همساز عمل کرده و در جامعه انسانی اثراتی ویژه بر جای می‌گذارند. رو ساخت‌ها<sup>۱</sup> یا عناصر غیر تکنولوژیک حاوی سازمان‌ها، مقررات و اندیشه‌ها و افکار مرتبط با ارتباطات است که در رابطه‌ای تعاملی با زیر ساخت قرار دارد. بدین ترتیب از نظر لاسول هر دو نوع ساخت (زیر ساخت‌ها و روساخت‌ها) در تأثیر از یکدیگر هستند (شرام، ۱۳۸۱: ۸۸-۹۰).

### نظریه تزریقی (گلوله جادویی)

طبق نظریه تزریقی، وسایل ارتباط جمعی تأثیر فوری، مستقیم و یکسان بر هر کسی دارد که در جریان مستقیم دریافت پیام‌های آن باشد. بنابراین ارتباطات جمعی به صورت نوعی گلوله سحرآمیز دیده می‌شود که به هر چشم و گوش می‌نفوذ می‌کند و آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در این دیدگاه رسانه یک منبع قدرتمند و خطرناک تلقی می‌شود، چرا که گیرنده یا مخاطب در مقابل هرگونه تأثیر پیام ناتوان است و هیچ جاده‌ای برای فرار از تحت تأثیر قرار گرفتن در مقابل پیام در این مدل دیده نمی‌شود. نظریه تزریقی بر قدرت نامحدود پیام رسانه‌ها استوار است و عقیده دارد که اگر پیام خوب درک شود و رایج گردد، بیشترین تأثیر را بر مخاطب می‌گذارد (شیخاوندی، ۱۳۸۹: ۸۹).

### نظریه استحکام یا تأثیر محدود

در زمانی که نظریه گلوله حاکم بود نظریه استحکام یا تأثیر محدود توسط لازارسفیلد و برسون در اواخر دهه ۱۹۴۰ مطرح شد. طبق این نظریه پیام‌های ارتباطی در رسانه‌های جمعی تأثیر قوی ندارد بلکه دارای تأثیر حداقلی هستند که توسط عوامل دیگری اصلاح و تغییرات در آن ایجاد می‌شود و پیام‌ها قادر نیستند که تغییرات بنیادی در عقاید و رفتار افراد به وجود آورند، ولی می‌توانند به صورت محدود به آن‌ها استحکام بخشند. نظریه استحکام، تأثیر پیام‌های ارتباطی بر نگرش و رفتار مخاطب را محدود و عمدتاً در جهت تقویت و استحکام عقاید و باورهای قبلی می‌داند. این نظریه برخلاف نظریه تزریقی، جریان ارتباطات را دو مرحله‌ای می‌داند که طی آن پیام‌های ارتباطی از رسانه‌ها به واسطه‌هایی به نام «رهبران افکار» می‌رسد و از آن جا به میان

۱. superstructures.



مردم (پیروان) منتقل می شود (هولمز<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵: ۲۰۱).

## نظریه کاشت

نظریه کاشت یا پرورش گریبتر، برکنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن رسانه استفاده می کنند و نیز بر چگونگی تأثیر گذاری رسانه ها بر مخاطبان تأکید دارد (سورین و تانکارد، ۱۳۸۵: ۷۹). این نظریه از جمله نظریاتی است که به تأثیر محدود رسانه ها اشاره می کند و مبتنی بر اصول زیر است:

۱- رسانه های همگانی به طور معمول، شرط لازم و کافی برای تأثیر گذاری بر مخاطب به شمار نمی روند، بلکه آن ها تنها از طریق سایر عوامل که نقش واسطه را بازی می کنند، می توانند دارای تأثیر باشند.

۲- عمل عوامل واسطه ای چنان است که سبب می شود رسانه ها تنها به صورت یک عامل کمک کننده در فرایند تأثیر گذاری عمل کنند و نه به منزله عامل تأثیرگذار. به عبارت دیگر رسانه های همگانی در فرایند تأثیر گذاری بر مخاطب تنها نقش تقویت کننده شرایط موجود را بازی می کنند. این عوامل واسطه ای شامل: فرایندهای انتخابی (مانند قدرت انتخابی، ادراک توسط مخاطب، انتخاب مخاطب برای این که خود را در معرض یک رسانه قرار دهد و انتخاب نگهداری) فرایند گروهی، هنجارهای گروهی، افکار رهبری و مانند آن است. چنین موضعی که بر محدود بودن تأثیر رسانه های همگانی دلالت دارد، قانون حداقل اثر نامیده می شود (سورین و تانکارد، ۱۳۸۵).

## فرضیات تحقیق

- بین میزان و نوع استفاده از برنامه های ماهواره و گرایش نوجوانان به بزهکاری رابطه وجود دارد.
- بین میزان و نوع استفاده از اینترنت و گرایش نوجوانان به بزهکاری رابطه وجود دارد.
- بین میزان استفاده از تلویزیون و گرایش نوجوانان به بزهکاری رابطه وجود دارد.
- بین استفاده از مجلات و ژورنال های خارجی و گرایش نوجوانان به بزهکاری رابطه وجود دارد.
- بین میزان استفاده از کتاب و گرایش نوجوانان به بزهکاری رابطه وجود دارد.

## روش شناسی تحقیق

مطالعه حاضر از نوع تحقیقات توصیفی تحلیلی و همبستگی می باشد که با استفاده از روش پیمایش داده های مورد نیاز گردآوری شده است. جامعه آماری طرح، شامل کلیه پسران بزهکار کانون اصلاح و تربیت شهر کرمانشاه در سال ۱۳۹۲ می باشند که بنابر اظهار مسئولین کانون جمعیت ثابت آنها بین ۴۰ الی ۹۰ نفر می باشد. که این تعداد در ماه به طور متغیر کاهش یا افزایش می یابد.

برای داشتن نمونه ای معرف بر اساس محدودیت های این تحقیق سعی شده است از شیوه ی برش عرضی<sup>۱</sup> بهره گرفته شود. بر اساس برآورد اولیه و با توجه به محدودیت های زمانی، مالی و انسانی بازه ی زمانی سه ماهه برای گردآوری داده ها در نظر گرفته شد. از آنجا که حجم نهایی نمونه، مصالحه و توازی بین هزینه، وقت، دقت و تضمین برخوردار از تعداد موارد کافی برای تحلیل معنادار خرده گروه هاست (دواس، ۱۳۸۲: ۸۰)، بر این اساس تعداد ۱۴۲ نفر از پسران بزهکار را که در مدت ۳ ماه به کانون اصلاح و تربیت کرمانشاه منتقل شده اند، به عنوان جامعه آماری این تحقیق در نظر گرفته شدند. روش نمونه گیری پژوهش نیز اقتضایی<sup>۲</sup> می باشد، که جزء روش های نمونه گیری غیر احتمالی می باشد. اگر پژوهشگر نتواند نمونه گیری تصادفی انجام دهد، از اینگونه نمونه گیری استفاده می کند.

با توجه به مفروضات تحقیق از پرسشنامه به عنوان مناسب ترین ابزار استفاده گردید (۳۶ پرسش محقق ساخته) و با استناد به متغیرهای تحقیق گویه ها طراحی گردیده و جهت تعیین پایایی آن از روش کرونباخ استفاده شده است. این مقدار برای متغیر وابسته (بزهکاری) برابر با ۰/۸۲، برنامه های ماهواره ۰/۷۶، اینترنت ۰/۷۵، تلویزیون ۰/۷۹، مجلات و ژورنال های خارجی ۰/۷۴ و برای کتاب برابر با ۰/۷۱ به دست آمده است. همچنین جهت سنجش اعتبار گویه ها از روش سنجش اعتبار محتوای س. اچ. لاوشه استفاده شده که یک نوع اعتبار صوری و بر اساس ارزیابی ابزار تحقیق توسط داوران می باشد. ضریب اعتبار به دست آمده برابر ۰/۷۸ می باشد که نشان دهنده اعتبار قابل قبولی می باشد. پس از تکمیل پرسشنامه های تحقیق، داده ها به نرم افزار (Spss) انتقال داده شد و پس از پردازش با استفاده از آزمون ها و فنون آماری تعبیه شده در این نرم افزار مورد تحلیل آماری قرار گرفت.

۱. - cross sectotinal

۲. - Convenience.

### متغیر وابسته: بزهکاری

بزهکاری یک پدیده بسیار پیچیده اجتماعی است که در محیط‌های اجتماعی مختلف به شکل‌های متفاوتی دیده می‌شود. تعریف بزه و رفتار بزهکارانه در هر جامعه‌ای توسط قوانین حقوقی و هنجارهای اجتماعی آن جامعه مشخص می‌شود. اگر چه در بیشتر جوامع، بزه به عنوان رفتاری قابل تنبیه از طرف قانون تعریف شده است، اما صرفاً در تبیین آن، مفهوم حقوقی مسئله کافی نیست. بزهکاری به معنای تعدادی متغیر از اعمال ارتكابی علیه احکام قانونی است که می‌تواند ماهیت‌های مختلفی داشته باشد و وجه مشترک تمام جوامع انسانی باشد، صرف نظر از موضوع اختلاف ماهیت. این اعمال تقریباً همیشه توسط قانون تعریف و پیش‌بینی می‌شود. در تعریف رفتار بزهکارانه به طور کلی قرن‌هاست اعمالی مانند قتل، دزدی، نزاع، تخریب، کلاهبرداری، تجاوز، غارت، وحشی‌گری و آتش‌افروزی به عنوان رفتار بزهکارانه پذیرفته شده است و تقریباً همه جوامع برای آن تعریف مشخصی دارند. تنها تفاوت مشهود در میزان و نوع تنبیهی است که بر اساس قوانین حقوقی آن جامعه تعیین می‌شود. علاوه بر رفتارهای ذکر شده، رفتارهای دیگری هم هستند که بر اساس ارزش‌ها و تغییر در ارزش‌ها یا بر حسب زمان و مکان بزه تعریف می‌شوند و در جرم‌شناسی، مورد توجه قرار می‌گیرند. مثل قوانین مربوط به رانندگی در حالت مستی که در بعضی از جوامع به طور کلی در طول زمان، دگرگون شده تا امروز به عنوان جرم شناخته شده است و از نظر قانونی و حقوقی مشمول مقررات کیفری می‌باشد. ماهیت این جرایم با جرایمی که در بالا ذکر شد متفاوت است. دورکیم جامعه‌شناس فرانسوی بزه را چنین تعریف می‌کند "هر عملی وقتی جرم محسوب می‌شود که احساسات قوی و مشخص وجدان جمعی (گروهی) را جریحه دار سازد". بر اساس این تعریف به نظر می‌رسد که برای تعریف بزهکاری همه جوامع نمی‌توانند با یکدیگر هم صدا باشند زیرا قضاوت جامعه در مورد ارزش‌های اجتماعی - فرهنگی باعث می‌شود عملی جرم شناخته شود، نه خصوصیات آن عمل به همین علت تعریف حقوقی بزه و رفتارهای بزهکارانه در اثر تغییر باورها، ارزش‌های یک جامعه می‌تواند دگرگون شود دگرگونی‌هایی که در این موضوع مشاهده می‌شود، طبیعتاً مطالعه بزهکاری را مشکل کرده و در عین حال گسترش می‌دهد، تا حدی که امروزه بزه‌شناسی، دامنه مطالعه خود را به پدیده انحراف از هنجارها نیز گسترش داده است. بدین معنا

که منحرف ضمن اینکه از نظر قانونی مجرم نیست، اما مجری و مطیع قانون هم نیست از دیدگاه روانشناختی اهمیت موضوع رفتار انحرافی، بیم از رفتار بزهکارانه در آینده را مطرح می‌کند. با توجه به مقدمه فوق به نظر می‌رسد که در رویکردهای مختلف به موضوع بزهکاری به گونه‌ای متفاوت توجه شده است و تعریف بزه از دیدگاه حقوقی، جامعه‌شناسی و جرم‌شناسی متفاوت است (گسن، ۱۳۸۸: ۴۸).

برای عملیاتی نمودن متغیر بزهکاری پسران به عنوان متغیر وابسته در این تحقیق از گویه‌هایی مانند؛ نوع جرم، مدت محکومیت، تعداد دفعات بازداشت شدن، میزان سن در اولین بار که کار خلاف انجام دادید و میزان سن در اولین بار که بازداشت شده‌اید، توسط ۶ سوال ۳۱ تا ۳۶ پرسشنامه در سطح اسمی و ترتیبی به صورت سوالات بسته مورد سنجش قرار گرفته است.

### صنایع فرهنگی

اصطلاح صنعت فرهنگ، نخستین بار در کتاب دیالکتیک روشنگری "ماکس هورک هایمر" و "تئودور دبلیو آدورنو"، دو تن از معروف‌ترین نمایندگان مکتب فلسفی فرانکورت، ابداع شد و هنوز درباره نوع فعالیت‌هایی که قرار است زیر مجموعه این اصطلاح قرار گیرند، تردیدهایی وجود دارد (وحدتی، ۱۳۸۸: ۲۵). بطور کلی در صورتی گفته می‌شود یک "صنعت فرهنگی" وجود دارد که کالاها و خدمات فرهنگی به صورت صنعتی یا تجاری، تولید، باز تولید، انبار و یا توزیع شود؛ یعنی در مقیاس وسیع و هماهنگ مبتنی بر ملاحظات اقتصادی و نه علاقه به توسعه فرهنگی. صنایع فرهنگی انواع متفاوتی دارد؛ به طور مثال صنایعی که در آنها کالای تولید شده، کار یک صنعتگر است و با استفاده از ماشین و فرآیندهای صنعتی در مقیاسی وسیع تکثیر می‌شود. صفحات گرامافون، کتاب‌ها و نسخه‌های چاپی و آثار هنری از این مقوله هستند. در انواع دیگر صنایع فرهنگی، فرآیند عملی آفرینندگی از ابتدا نیازمند تجهیزات و وسایل پیچیده است که موجب عدم توازن چشم‌گیر افزایش تولید می‌شود و ضرورت استفاده جمعی از این وسایل را پیش می‌آورد، مانند برخی حوزه‌های موسیقی پاپ و رادیو و تلویزیون.

صنایع فرهنگی با شاخه‌های گوناگون فعالیت، در عین حال ارتباط نزدیک و نیرومندی با هم دارند. این شاخه‌ها عبارتند از: کتاب، روزنامه و مجله، صفحه، رادیو، تلویزیون، ماهواره، سینما، محصولات جدید دید و شنودی و خدمات مربوط به آنها، عکاسی، تکثیر آثاری هنری و تبلیغات. لزوم پرداختن به مسئله صنایع فرهنگی، دلایلی را در بر دارد که عبارتند از: قرار دادن فرهنگ در اختیار شمار بیشتری از مردم، پرداختن به صنایع فرهنگی برای خارج ساختن برنامه‌های



سرگرم کننده زنده از بن بست اقتصادی، تقاضاهای روزافزون محلی، اعتلاء جایگاه هنرمندان آفرینش گر، و سرشت بین المللی صنایع فرهنگی و بر حسب مورد می توان انواع صنایع فرهنگی را از یکدیگر متمایز ساخت. تعدادی صنایع فرهنگی وجود دارد که در آنها آنچه کار هنری آفریننده در مقیاسی کوچک است، بعداً با استفاده از روش های صنعتی به شکل نسخه های فراوان (کتاب، کپی، آثار هنری، صفحه) تکثیر می شود. این صنایع، صنایع انتشاراتی هستند. در صنایع دیگر، کار آفرینش یک اثر عملاً از همان ابتدا به معنی یک محصول اساساً صنعتی است (سینما یا تلویزیون)؛ در عکاسی نیز با یک شیء پیچیده که به طریق صنعتی تولید شده سر و کار داریم؛ دوربین با فن آوری الکترونیکی که در آن به کار رفته، و به تعداد زیادی از مردم امکان می دهد که از آزادی فردی انجام کار هنری آفریننده لذت برده، دنیای اطراف را برای خودبازسازی کنند، حتی اگر این کار موجب اتکاء بعدی آنها بر دیگر دستگاه های ظهور و چاپ فیلم شود (سهیلی، ۱۳۸۹: ۲۴).

برای عملیاتی نمودن این مفهوم از معرف های آن همچون؛ ماهواره، اینترنت، تلویزیون، مجلات خارجی و کتاب و میزان و نوع استفاده از هریک از متغیرهای فوق الذکر و در سطح ترتیبی استفاده شده است. لازم به ذکر می باشد که با توجه به ماهیت واحد هر یک از معرف های کالاهای فرهنگی نامبرده از تعریف جداگانه آنها خودداری می شود.

### یافته های توصیفی تحقیق

بررسی های توصیفی آماره های ساده ولی اولیه ای را فراهم می نماید که می توان تحلیل های تبیینی را بر اساس آن انجام داد. و وجود آماره های توصیفی می تواند به شناخت کامل تر جامعه مورد بررسی کمک نماید.

✓ بر اساس اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه ۱۱،۲٪ از پاسخگویان در گروه سنی ۱۰ الی ۱۲ سال، ۱۴،۶٪ در گروه سنی ۱۳ الی ۱۵ سال، ۴۶،۱٪ در گروه سنی ۱۶ تا ۱۶ سال و ۲۸،۱٪ در گروه سنی ۱۹ الی ۲۰ سال قرار داشته اند.

✓ در ارتباط با سطح تحصیلات؛ تعداد ۱۲،۲٪ پاسخگویان بی سواد، ۶۱،۹٪ ابتدایی و سیکل و ۱۹،۳٪ دیپلم بوده اند.

✓ (۷،۵٪) از پدران پاسخگویان بیکار، (۳،۴۰٪) کارگر، (۸،۳۱٪) آزاد، (۴،۱۴٪) فنی، (۸،۲۸٪) کارمند و (۱،۵۵٪) سایر موارد بوده اند.

✓ در ارتباط با سطح تحصیلات پدر؛ ۲۴،۱٪ بی سواد، ۴۸،۵٪ ابتدایی و سیکل، ۱۳،۹٪ دیپلم، ۵،۹٪ فوق دیپلم و لیسانس بوده اند.

✓ در ارتباط با سطح تحصیلات مادر؛ ۴۴،۷٪ بی سواد، ۳۱،۶٪ ابتدایی و سیکل،

- ✓ ۱۱,۸٪ دیپلم، ۶,۶٪ فوق دیپلم و لیسانس بوده اند.
- ✓ ۵۵,۳٪ دارای درآمد ماهیانه ۳۵۰۰۰۰ تومان و کمتر، ۳۱,۶٪ بین ۳۵۱۰۰۰-۵۰۰۰۰۰ تومان، ۲,۶٪ ۵۰۱۰۰۰-۶۵۰۰۰۰ تومان، ۵,۳٪ ۶۵۱۰۰۰-۸۰۰۰۰۰ تومان، ۱,۳٪ ۸۰۱۰۰۰-۹۵۰۰۰۰ تومان و ۱,۳٪ ۹۵۱۰۰۰ تومان و بالاتر بوده اند.
- ✓ ۴۰,۷٪ از پاسخگویان دارای خانه استیجاری، ۱۱,۳٪ رهنی و ۴۲,۷٪ خانه شخصی بوده اند.
- ✓ همچنین نوع بزه ارتكابی پسران کانون اصلاح و تربیت کرمانشاه به شرح جدول ۱ می باشد.

جدول (۱): فراوانی انواع بزه در نمونه آماری تحقیق

درصد	فراوانی	نوع بزه
۰/۲۸,۸	۴۱	سرقه
۰/۱۴,۷	۲۱	مسائل جنسی
۰/۲۵,۳	۳۶	اعتیاد و فروش مواد مخدر
۰/۵,۶	۸	مشروبات الکلی
۰/۱۶,۱	۲۳	درگیری و خشونت
۰/۳,۵	۵	سایر بزه ها
۰۵/۵,۶	۸	بی پاسخ
۱۰۰,۰	۱۴۲	کل

### نتایج آزمون فرضیات تحقیق

برای آزمون ارتباط بین نوع برنامه های ماهواره ای مورد استفاده و گرایش نوجوانان به بزهکاری با توجه به اسمی - ترتیبی بودن متغیرهای تحقیق از آزمون همبستگی اتا استفاده شده است. نتایج این آزمون نشان داد سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ و معادل (۰/۰۰) است. بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می شود. این بدان معناست که بین نوع برنامه های ماهواره ای مورد استفاده و گرایش نوجوانان به بزهکاری ارتباط معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی اتا معادل (۰/۲۸٪) نشان دهنده رابطه مستقیم با شدت متوسط می باشد. همچنین برای آزمون ارتباط بین نوع سایت های اینترنتی مورد استفاده و گرایش

نوجوانان به بزهکاری نیز با توجه به اسمی- ترتیبی بودن متغیرهای تحقیق از آزمون همبستگی اتا استفاده شده است. نتایج این آزمون نشان می دهد که سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ و معادل (۰/۰۴) است. بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می شود. این بدان معناست که بین نوع سایت های اینترنتی مورد استفاده و گرایش نوجوانان به بزهکاری ارتباط معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی اتا معادل (۰/۱۸) نشان دهنده رابطه مستقیم با شدت نسبتاً کم می باشد.

جدول (۲): آزمون همبستگی پیرسون فرضیات تحقیق

فرضیه	شدت رابطه R	مقدار T	انحراف معیار	سطح معنی داری
ماهواره	۰/۶۵۹	۷,۶۵۱	۰/۰۴۹	۰/۰۰۰
اینترنت	۰/۵۰۱	۵,۲۷۵	۰/۰۴۱	۰/۰۱۱
تلویزیون	۰/۳۴۹	۲,۶۵۸	۰/۰۴۷	۰/۰۴۱
مجلات و ژورنال	۰/۳۶۵	۴,۷۸۴	۰/۰۵۶	۰/۰۳۳
کتاب	۰/۱۰۴	۲,۳۳۱	۰/۰۳۸	۰/۲۱۶

با توجه به جدول فوق و با تأکید بر سطح معناداری به دست آمده از فرضیه اول ( $S=0,000$ ) و همچنین میزان همبستگی آن ( $r=0,659$ ) می توان گفت که ارتباط معنی داری بین میزان استفاده از برنامه های تلویزیونی ماهواره و گرایش نوجوانان به بزهکاری وجود دارد بدین ترتیب با افزایش میزان استفاده از ماهواره احتمال گرایش به بزهکاری در نوجوانان افزایش می یابد. با توجه به آزمون پیرسون فرضیه دوم و با تأکید بر سطح معناداری بدست آمده از این فرضیه ( $S=0,011$ ) و همچنین میزان همبستگی آن ( $r=0,501$ ) می توان گفت که ارتباط معنی داری بین میزان استفاده از اینترنت و گرایش نوجوانان به بزهکاری وجود دارد بدین ترتیب با افزایش میزان استفاده از اینترنت احتمال گرایش به بزهکاری در نوجوانان افزایش می یابد.

با توجه به آزمون پیرسون فرضیه سوم و با تأکید بر سطح معناداری بدست آمده از این فرضیه ( $S=0,041$ ) و همچنین میزان همبستگی آن ( $r=0,349$ ) می توان گفت که ارتباط معنی داری بین میزان استفاده از برنامه های تلویزیون و گرایش نوجوانان به بزهکاری وجود دارد و فرضیه سوم تحقیق مورد تأیید قرار می گیرد.

با توجه به جدول فوق و با تأکید بر سطح معناداری به دست آمده از

فرضیه چهارم ( $S=0,033$ ) و همچنین میزان همبستگی آن ( $r=0,365$ ) می توان گفت که ارتباط معنی داری بین میزان استفاده از مجلات و ژورنال های خارجی و گرایش نوجوانان به بزهکاری وجود دارد و فرضیه چهارم مورد تأیید قرار می گیرد.

با توجه نتایج آزمون پیرسون فرضیه پنجم و با تأکید بر سطح معناداری به دست آمده از این فرضیه ( $S=0,104$ ) و همچنین میزان همبستگی آن ( $r=0,216$ ) می توان گفت که ارتباط معنی داری بین میزان استفاده از کتاب و گرایش نوجوانان به بزهکاری وجود ندارد. و فرضیه پنجم نیز مورد تأیید قرار نمی گیرد.

لازم به ذکر است با توجه به این که قسمت اعظم پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت طراحی شده است و در روش تحلیل عامل تأییدی نیز بیشتر متغیرها تبدیل به عامل شده اند، لذا بیشتر متغیرها در سطح فاصله ای مورد سنجش قرار گرفته است.

### تحلیل رگرسیون چند متغیره

به منظور برآورد مقدار تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته از تحلیل رگرسیون چند متغیره استفاده شده است.

جدول (۳): خلاصه مدل

مدل	ضریب همبستگی (R)	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعدیل شده (R2adj)	برآورد خطای معیار
۱	۰/۵۳۹	۰/۲۹۰	۰/۲۸۱	۰/۷۱۸۷۶

در جدول ۳ خلاصه مدل مشخص شده است. براساس این جدول مقدار ضریب همبستگی (R) بین متغیرها ۰/۵۳۹ می باشد که نشان می دهد بین مجموعه متغیرهای مستقل (میزان و نوع برنامه ماهواره ای مورد استفاده از برنامه های، اینترنت، تلویزیون، مجلات و ژورنال های خارجی و کتاب) و وابسته تحقیق (گرایش به بزهکاری) همبستگی متوسطی وجود دارد. اما مقدار ضریب تعیین تعدیل شده ( $R^2_{adj}$ ) که برابر با ۰/۲۸۱ می باشد، نشان می دهد که ۲۸/۱ درصد از کل تغییرات گرایش به بزهکاری وابسته به ۵ متغیر مستقل ذکر شده در این معادله می باشد. به عبارت دیگر، مجموعه متغیرهای مستقل، نزدیک به یک سوم از واریانس متغیر گرایش به بزهکاری در بین پسران کانون اصلاح تربیت شهر کرمانشاه را پیش بینی (برآورد) می کنند.



جدول (۴): رگرسیون خطی چند متغیره، متغیرهای مستقل با متغیر گرایش به بزهکاری

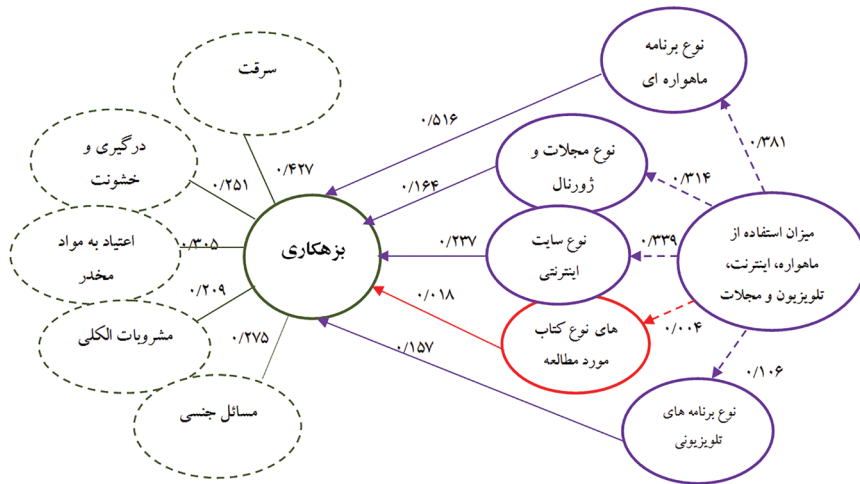
سطح معناداری	T	ضرایب استاندارد شده (Beta)	ضرایب استاندارد شده		متغیرهای مستقل
			رگرسیونی (B) ضریب	خطای معیار (Std.Error)	
۰/۰۰۰	۲/۷۴۲	-	۰/۸۰۱	۰/۲۹۲	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۹/۲۴۹	۰/۵۱۶	۰/۶۷۱	۰/۰۷۳	میزان و نوع برنامه های ماهواره ای مورد استفاده
۰/۰۱۱	۲/۴۰۷	۰/۲۳۷	۰/۲۴۰	۰/۰۵۸	میزان و نوع استفاده از اینترنت
۰/۰۳۳	۲/۴۲۵	۰/۱۶۴	۰/۱۶۵	۰/۰۶۸	مجلات و ژورنال های خارجی
۰/۰۴۱	۱/۹۳۳	۰/۱۵۷	۰/۱۵۷	۰/۰۶۲	میزان استفاده از تلویزیون
۰/۲۱۶	۰/۴۰۸	۰/۰۱۸	۰/۰۲۸	۰/۰۷۰	کتاب

بر طبق یافته های جدول شماره ۴ نتایج رگرسیونی به روش جبری بین متغیرهای مستقل با متغیر گرایش به بزهکاری در مدل نهایی ارائه شده شامل ۵ متغیر (میزان و نوع برنامه ماهواره ای مورد استفاده از برنامه های، اینترنت، تلویزیون، مجلات و ژورنال های خارجی و کتاب) می باشد. در این بخش، تفسیر ضرایب رگرسیونی بر اساس ضریب بتا (Beta) انجام می گیرد. زیرا این آماره نشان دهنده ضریب رگرسیونی استاندارد شده هر یک از متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته تحقیق می باشد. بنابراین، می توانیم با استفاده از آن، سهم نسبی هر متغیر مستقل در مدل را مشخص کنیم. مقایسه متغیرها نشان می دهد که اولاً؛ تأثیر چهار متغیر میزان و نوع برنامه ماهواره ای مورد استفاده از برنامه های، اینترنت، تلویزیون و مجلات و ژورنال های خارجی بر گرایش به بزهکاری معنادار است، اما متغیر کتاب به خاطر اینکه سطح معناداری خطای مقدار t آن بالاتر از ۰/۰۵ می باشد، نشان دهنده این است که متغیر مذکور بر متغیر گرایش به بزهکاری تأثیر نداشته است.

ثانیاً؛ متغیر میزان و نوع برنامه ماهواره ای مورد استفاده از برنامه های با ضریب رگرسیونی ۰/۵۱۶ دارای بالاترین تأثیر رگرسیونی و متغیر کتاب با ضریب رگرسیونی ۰/۰۱۸ دارای ضعیف ترین تأثیر رگرسیونی بر روی متغیر وابسته (گرایش به بزهکاری)

## تحلیل مسیر

جهت سنجش میزان تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته بزهکاری از تحلیل مسیر استفاده شده است. ضرایب بتای محاسبه شده در رگرسیون چند متغیره بر روی نمودار ۱ قابل مشاهده می باشد.



نمودار ۱: تحلیل مسیر متغیرهای پژوهش

نمودار ۱ تاثیر مستقیم و غیر مستقیم نهایی متغیرهای مستقل را بر متغیر وابسته به نمایش می گذارد. در زیر به بررسی و تفسیر این مدل می پردازیم:

**الف)** متغیرهایی که تنها به صورت مستقیم بر متغیر بزهکاری تاثیر گذاشته اند: از میان پنج متغیر نوع برنامه های ماهواره ای مورد استفاده، نوع سایت های اینترنتی مورد استفاده، نوع مجلات و ژورنال های خارجی مورد مطالعه، نوع کتاب های مورد مطالعه و نوع برنامه های تلویزیونی مورد مطالعه در سنجش بزهکاری پسران بیشترین ارتباط را به صورت مستقیم، متغیر نوع برنامه های ماهواره ای با ضریب مسیر ۰/۵۱۶ با متغیر بزهکاری دارد. پس از آن متغیر نوع سایت های اینترنتی مورد استفاده با ضریب مسیر ۰/۲۳۷، متغیر نوع مجلات و ژورنال با ضریب مسیر ۰/۱۶۴، متغیر نوع برنامه تلویزیونی با ضریب مسیر ۰/۱۵۷ و کمترین ارتباط مربوط به متغیر نوع کتاب های مورد مطالعه با ضریب مسیر ۰/۰۸ می باشند.

**ب)** متغیرهایی که هم به صورت مستقیم و هم به صورت غیرمستقیم بر متغیر وابسته بزهکاری تاثیر گذاشته اند: در بین ۵ متغیر مستقل تحقیق ۳ متغیر میزان استفاده از ماهواره، اینترنت و مجلات به صورت غیر مستقیم و از طریق تاثیرگذاری

بر نوع برنامه ماهواره ای، اینترنتی و مجلات بر متغیر بزهکاری تاثیر می‌گذارند.

**ج)** همچنین میزان ضریب مسیر هر یک از شاخصه‌های تشکیل دهنده بزهکاری در نمودار ۱ مشخص گردیده که بر اساس آن شاخصه سرقت با ۰/۴۲۷ بیشترین ضریب و شاخصه مشروبات الکلی ۰/۲۰۹ کمترین ضریب را در تشکیل متغیر بزهکاری پسران کانون اصلاح و تربیت کرمانشاه دارا می‌باشند.

همچنین، ضرایب مسیر، نشان دهنده رابطه مستقیم بین متغیرهای مستقل و وابسته است به عنوان نمونه به ازای ۱ واحد افزایش انحراف استاندارد در متغیر نوع برنامه ماهواره ای، میزان بزهکاری به میزان ۰/۴۹۱ انحراف استاندارد افزوده می‌شود.

### بحث و نتیجه گیری

یافته‌های این مطالعه به طور کلی نشان می‌دهد میان متغیرهای مستقل (نوع و میزان استفاده از برنامه‌های تلویزیونی ماهواره، نوع و میزان استفاده از سایت‌های اینترنتی و میزان استفاده از ژورنال‌ها و مجلات خارجی) و متغیر وابسته (بزهکاری نوجوانان) رابطه معناداری وجود دارد. همچنین مروری بر آزمون فرضیات و نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، همان‌طور که آدرنو معتقد است رسانه‌هایی همچون ماهواره، اینترنت و ... با نشر و پخش مطالبی با محتوای سرگرم کننده، هیجان انگیز و تخدیر کننده اذهان می‌پردازند که ارمغان آن تقویت جنبه‌های خیال پردازی، گریز از واقعیت و سرانجام از خود بیگانگی و بحران هویت برای انسان است.

امروزه پیشرفت و توسعه وسایل ارتباط جمعی علی‌رغم تمامی مزایا که به همراه داشته است دارای معایبی نیز می‌باشد. با توسعه کالاهای فرهنگی تصویری از قبیل تلویزیون یا مجلات، سینما، رایانه و اینترنت اینگونه وسایل تبدیل به مدارس آموزشی مجرمانه‌ای برای افراد اطفال و نوجوانان گردیده است که استعداد یادگیری و تقلید آنها بسیار زیاد می‌باشند. نمایش فیلم‌های رزمی و جنگی، افزایش صحنه‌های سرقت ماهرانه و افزایش صحنه‌های قبیح هر کدام در نوع خود باعث تاثیر منفی بر اینها و گرایش آنان به اعمال مجرمانه مذکور گردیده است.

بدیهی است آشنایی با اینگونه مسایل هر روز بر میزان و گستره جرایم اطفال و نوجوانان می‌افزاید. در ارزیابی برنامه‌های سه شبکه تلویزیون آمریکا یعنی ABC و NBC و CBS (که تمامی این شبکه‌ها از طریق ماهواره نیز قابل دریافت است) معلوم شده است که این شبکه‌ها در برنامه‌های خود در هر هفته ۹۲ مورد حمله با اسلحه گرم، ۱۱۳ صحنه تجاوز به عنف، ۹ صحنه خفه کردن، ۱۶۸ صحنه نزاع با مشت و لگرد و ۱۷۹ مورد تخلف از قانون را نمایش می‌دهند. از سوی دیگر، هر

کودک تا رسیدن به سن ۱۴ سالگی جمعاً ۱۳۰۰۰ مورد قتل و تجاوز را مشاهده می‌کنند. به علاوه، چون بیشتر تماشاچیان تلویزیون را طبقات فقیر و محروم جامعه تشکیل می‌دهند که به علت نداشتن سرگرمی متنوع دیگر به تلویزیون پناه می‌برند، بنابراین تأثیر تلویزیون در ترغیب آنان به دزدی بیشتر بوده است. برخی از مهمترین تأثیرات بوجود آمده از مصرف کالاهای فرهنگی جدید عبارتند از:

**تحولات هویتی:** در وضعیت جهانی شدن با هویت‌های متکثر و الگوهای متعدد سبک زندگی رو به رو می‌شویم. در فرایند جهانی شدن کالاهای فرهنگی در بستر تضعیف پایگاه‌های هویت ساز گذشته تکثیر و مصرف می‌شود و هویت‌های فردی، گروهی و جنسی با محوریت مصرف کالاهای فرهنگی شکل می‌گیرد و متحول می‌شود.

- تأثیرات آموزشی و تربیتی: والدین دل سوز غالباً نسبت به محتوای برنامه‌های تلویزیونی، رایانه‌ای، اینترنتی و ماهواره‌ای حساس‌اند، اما نسبت به تأثیرات مثبت و منفی استفاده مستمر از این ابزارها صرف نظر از محتوای برنامه‌ها، چندان حساسیتی نشان نمی‌دهند. علاوه بر این، باید زمانی این کالاها در اختیار آنها قرار گیرد که این رسانه‌ها ابزاری در اختیار آنها باشد نه آنها ابزاری در خدمت رسانه‌ها.

**تحول در روابط اجتماعی و خانوادگی:** رایانه و اینترنت فضایی جدید در برابر کاربران گسترده‌اند که به «واقعیت مجازی» شناخته می‌شود. در ارتباط‌هایی که شخص در فضای اینترنتی برقرار می‌کند ویژگی‌های بنیادی مانند نام، جنسیت، قیافه و فرهنگ و ملیت‌ها ممکن است جرح و تعدیل گردد یا یکسره نادیده گرفته شود. همچنین در فضای مجازی امکان اینکه افراد خود را به جای دیگری معرفی کنند یا کدهای اشتباه ارسال کنند فراوان است. توسعه ارتباطات مجازی انگیزه برقراری روابط حقیقی و همچنین توانمندی برقراری تعامل شخصی را کاهش می‌دهد. فضای مجازی سبب می‌شود ما با نگاهی غیر واقع بینانه و ایدئالیستی وارد دنیای عینی شویم و باعث افزایش خشونت و تضعیف اشتراک مساعی و یکدلی می‌شود. رسانه‌های ملی با شکستن مرزهای فرهنگی باعث می‌شوند عرق ملی و حساسیت درباره حفظ میراث فرهنگی و ارزش‌ها کم گردد. از پیامدهای دیگر مصرف اینترنت بر روی کاربران خود این است که حساسیت زدایی از ارتباط با بیگانگان می‌باشد.



**تاثیر بر حوزه اخلاق جنسی:** مهمترین تاثیر رسانه های تصویری بر حوزه اخلاق جنسی، عادی سازی روابط جنسی خارج از چارچوب ازدواج است. تحقیقاتی که درباره جوانان مبتلا به سکس انجام شده نشان داده است این برنامه ها روابط جنسی را برای آنان به امر طبیعی تبدیل کرده است و همین نکته، علت اقدام ۷۵ درصد آنان به روابط جنسی بوده است. همچنین مشاهده فیلم های پورنو در بین همسران در دراز مدت باعث افزایش مطالبات جنسی و آستانه رضا مندی جنسی می شود، در نتیجه روابط جنسی خارج از محدوده خانواده افزایش می یابد. پیامد دیگر این کالای فرهنگی که زن را صرفاً ابزاری جنسی نمایش می دهد باعث عدم رغبت به ازدواج در دختران می باشد.

**ظهور پاد فرهنگ:** رسانه های جدید در سرعت بخشیدن به تحولات فرهنگی به سمت فضای مدرنیته و پسا مدرنیته نقش به سزایی دارند. اما در این میان شاهد ظهور جریان های مقاومت در قالب بازگشت به سنت ها، باستان گرایی و معنویت گرایی نیز بوده ایم. در جامعه ما تمایل به فال بینی، احیای مناسبات قومیتی، ظهور پدیده های عرفانی شرقی و عرفانی آمریکای لاتین، خرافه گرایی و حتی ادعای پیامبری و یا مهدویت دروغین تجلی می یابد (دفتر مطالعات و تحقیقات زنان، ۱۳۸۹: ۱۶).

**تاثیرات سیاسی:** مهم ترین پیامد اصلی در حوزه سیاست را باید در تاثیرات هویتی به نسل جدید جستجو کرد. تحول در الگوهای سبک زندگی مطالبات جدیدی در نسل جوان، از جمله آزادی جنسی، موسیقی و الکل را نشان می دهد. این مطالعات با مقاومت نظام در برابر آن به بروز نارضامندی اجتماعی و سیاسی می انجامد. از این رو باید نگاهی جدید به مقوله امنیت ملی داشت و سهم آسیب شناسی اجتماعی و فرهنگی را در آن برجسته ساخت.

**تاثیرات اعتقادی:** فساد در حوزه اخلاق جنسی به آسیب پذیری اعتقادی نیز می انجامد. هم اکنون آنچه امروزه با عنوان سینمای معناگرا مطرح و در کشور ما نیز کپی برداری می شود، گاه نوعی آمیختگی مضامین دینی با خرافات و کم رنگ ساختن مرز میان معارف و حیانی و معنویت مدرن را نشان می دهد.

بنابراین مسئولین ما در در طرح ها و برنامه های فرهنگی باید از شتابزدگی و مقطعی بودن نتایج اجتناب کنند، زیرا شتاب زدگی و یک بعدی عمل کردن و فقط به کمیت امور فرهنگی پرداختن، پیامدهای ناگواری را به دنبال دارد که خود

به روند توسعه اجتماعی آسیب رسانده، آهنگ آن را کند خواهد ساخت و یا آن را از مسیر عادی منحرف می کند. اگوستین ژیرار در کتاب توسعه فرهنگی چنین آورده: «همانگونه که ادامه زندگی تنها با نان خالی میسر نیست، اکنون فهمیده ام که توسعه فرهنگی موضوعی تجملی نیست که جوامع بتوانند بدون آن سر کنند. اما شتاب زدگی در امور فرهنگی، خاص کشورهای جهان سوم است و افراد و اجتماع را دچار بحران های خطرناک می کند».

### پیشنهادات

- ✓ توجه بیشتر به سلايق مخاطبين (مخصوصاً قشر جوان و تحصيل کرده) در تهیه برنامه های صدا و سیما.
- ✓ تشويق خانواده ها و خصوصاً جوانان به استفاده از فناوریهای اطلاعاتی فرهنگی (مانند: مطالعه کتاب، روزنامه، سینما و...).
- ✓ ساخت فیلم ها و انیمیشن هایی جذاب و مدرن از زندگی اسطوره ها و شخصیت های حماسی کشور در جهت الگوگیری و آموزش نوجوانان و جوانان.
- ✓ در استفاده از فیلم ها و سریال های خارجی در رسانه ملی، نظارت شکلی و محتوایی بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد.
- ✓ استفاده از میان برنامه های جذاب انیمیشنی در جهت فرهنگ سازی و آموزش افراد جامعه و خانواده ها در استفاده صحیح از فناوری های اطلاعاتی - ارتباطی و رسانه ها.
- ✓ با توجه به اینکه نوجوانان بزهکار و غیر بزهکار بیشتر به دلیل سرگرمی به تماشای تلویزیون می پردازند، برای جذب بیشتر آنان، ایجاد تنوع و تحول محتوایی با توجه به شرایط اجتماعی و مقتضیات زمان مد نظر قرار گیرد.
- ✓ اطلاع رسانی شفاف رسانه های جمعی برای تشويق جوانان درباره تسهیلات و فرصت هایی که جامعه برای آنان قرار داده است.
- ✓ ترویج فیلم هایی سرگرم کننده و آموزشی در جهت اهمیت بنیان خانواده و تشويق نوجوانان به خانواده گرایی.
- ✓ خانواده ها و مراکز آموزشی باید شبهات ایجاد شده برای نوجوانان در مورد مسائل مذهبی را برای آنان توضیح داده و تا حد امکان استفاده از کانالهای ماهواره ای و شبکه های اینترنتی مخرب را کنترل نمایند.
- ✓ استفاده از عنصر تبلیغات به خصوص صدا و سیما و وسایل ارتباط جمعی برای بالا بردن سطح آگاهی و اعتماد به نفس در کلیه اقشار جامعه

- استیونس، جان (۱۳۷۹)، ارتباطات، ترجمه رضا قریب، تهران، انتشارات رجای فرهنگی.
- تامپسون، جان (۱۳۷۸)، ایدئولوژی فرهنگ مدرن، ترجمه مسعود اوحدی، موسسه فرهنگی آینده پویان، تهران.
- خادمیان، طلیعه (۱۳۸۸)، سبک زندگی و مصرف فرهنگی، تهران، انتشارات جهان کتاب.
- دفتر مطالعات و تحقیقات زنان (۱۳۸۹)، خانواده و مصرف کالاهای فرهنگی جدید، تهران، مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه خواهران.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۵)، جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران، انتشارات اطلاعات.
- سورین ورنر، تانکارد جیمز (۱۳۸۲)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- سهیلی، بیژن (۱۳۸۹)، رسانه و مصرف فرهنگی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک.
- سعید، زهره و فراهانی، محسن (۱۳۹۱)، بررسی تاثیر رسانه‌ها بر تربیت و رشد کودکان و نوجوانان، پژوهشنامه تربیت تبلیغی سال اول زمستان ۱۳۹۱ پیش شماره ۲.
- شیخاوندی، داور (۱۳۸۹)، جامعه‌شناسی انحرافات، تهران، انتشارات نگاه نو.
- شرام، ویلبر (۱۳۸۱)، زندگی و اندیشه پیشتازان علم ارتباطات، ترجمه غلامرضا آذری و زهرا آذری، تهران: رسا.
- علیوردی نیا، علی اکبر (۱۳۸۹)، هویت و بحران هویت، تهران، انتشارات پژوهشکده جهاد دانشگاهی.
- عبداللہیان، حمید توکلی، اباذر (۱۳۸۲)، ساخت جهان مجازی با دلالت‌های فرآینمایی، نامه پژوهش فرهنگی، شماره ۸.
- کوئن، بروس (۱۳۸۸)، درآمدی بر جامعه‌شناسی ترجمه محسن ثلاثی، چاپ اول، تهران، نشر فرهنگ معاصر.
- کازنو، ژان (۱۳۸۷)، جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران، اطلاعات.
- معیدفر، سعید (۱۳۸۶)، جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران، تهران، نور علم.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴)، مبانی جامعه‌شناسی، تهران، نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵)، پیامدهای مدرنیت، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، نشر مرکز.
- گسن، ریموند (۱۳۸۸)، مقدمه ای بر جرم‌شناسی، ترجمه مهدی کی نیا، چاپ اول پاییز، تهران: انتشارات مترجم.
- مصطفایی، مهریار (۱۳۸۹)، صنایع فرهنگی، رسانه و تبلیغات، فصلنامه تخصصی

مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی اراک.

- مرشدی جودکی، یحیی (۱۳۸۹)، ماهنامه اجتماعی، فرهنگی، آموزشی اصلاح و تربیت، تهران: نشر موسسه فرهنگی هنری راوی.
- صمدیار، سعید (۱۳۹۱)، تاثیر صنعت سینما و رسانه بر بزهکاری نوجوانان و جوانان، مجموعه مقالات کنگره بین المللی فرهنگ و اندیشه دینی.
- وحدتی، مهرداد (۱۳۸۸)، صنایع فرهنگی (یونسکو)، تهران، موسسه پژوهشی نگاه معاصر.
- Anherier, H. K & Gerhard, J (1995).Forms of Capital and Social Structure in Cultural Fields: Examining Bourdieu's. No 4:85990-. American Journal of Sociology- Vo1. 100 Social Toporafy.
- Bourdieu, P (1986). The Forms of Capital in Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education.(ed.) JG. Richardson. New York: Greenwood Press.(pp.258-241)
- Dawson, A (2001), the influence of the media on crime, Journal of Management and Social Sciences, University of Michigan, Volume 7, Number 28.
- Featherstone, M.(1991), Consumer culture and postmodernism, London Journal of sociology, vol 85, No 9.
- Holmes David(2005), Communication theory, media, technology and society. London , Thousands oaks: Sage publications.
- Paul, and Rgly, R. (1999), the role of television in the fields of youth violence, Mass media, mass culture ,an introduction. Boston: Mc Graw Hill