

ارزیابی پیمایشی آسیب های اجتماعی در یزد با تاکید بر عوامل رسانه ای

دکتر محمود رضا مرتضوی ، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد میبد

Mr.mortazavi46@yahoo.com

چکیده :

نقش رسانه ها در امور فرهنگی و اجتماعی جامعه از اهمیت بسیاری برخوردار است. رسانه های جمعی، سطح وسیعی از افراد جامعه را در معرض پیام قرار می دهند که می تواند با پیامدهای مثبت و منفی همراه باشد. پیامدهای رسانه ها عموماً "در چهارچوب تئوری های اثرگذاری پیام مطرح می شود. در این پژوهش تلاش شده از طریق پیمایش و مقایسه نگرش ها در میان شهروندان یزد شامل کارشناسان سازمان های: بهزیستی، دادگستری و علوم پزشکی، همچنین اساتید دانشگاه و عموم مردم به بررسی آسیب های اجتماعی شهر یزد و نقش رسانه ها در این خصوص پرداخته می شود. در این پژوهش به پرسشهای زیر پاسخ داده می شود: ۱- نگرش شهروندان یزد درباره آسیب های اجتماعی این شهر چیست؟ ۲- از نظر شهروندان یزد، تأثیرگذاری رسانه ها در آسیب های اجتماعی چگونه است؟ از نظر شهروندان یزد موقعیت تأثیرگذاری رسانه ها نسبت به سایر عوامل در بروز آسیب های اجتماعی در یزد به چه صورت است؟ در این تحقیق مشخص شد که اکثریت شهروندان یزد اشاعه ناهنجاری های اجتماعی را بیش از گذشته می دانند و بر این نظرند که ضمن کاهش سن اقدام به رفتار مجرمانه، فقر فرهنگی و واکنش های احساسی و هیجان پذیری از عوامل مهم غیر رسانه ای بروز آسیب های اجتماعی است. ضمن آنکه تأثیرگذاری رسانه های جمعی را بیش از خانواده و مدرسه. می دانند. همچنین بر حسب عامل های رسانه ای شبکه های تلویزیونی ماهواره ای، برنامه های صدا و سیما و اینترنت را به ترتیب اهمیت در بروز آسیب های اجتماعی موثر می دانند.

واژگان کلیدی: رسانه، آسیب اجتماعی، ناهنجاری، افشار یزد

طرح مسأله

آسیب‌های اجتماعی به عنوان پدیده‌های تهدیدکننده به شرایطی مربوط می‌شود که با کاهش امنیت، ضعف در انسجام و کاهش اعتماد اجتماعی همراه است. گزارش‌های منتشر شده از سوی مسئولان سازمان‌های اجتماعی فعال در یزد مانند: سازمان بهزیستی، نیروی انتظامی و سازمان زندانها، نشانگر روند افزایشی معضلات اجتماعی می‌باشد که برخی از اطلاعات آماری آن به نقل از مسئولان استان در رسانه‌های رسمی یزد در دسترس قرار دارد. از یک سو، روند افزایش معضلاتی مانند طلاق و خودکشی و از سوی دیگر روند رو به گسترش رسانه‌های داخلی و خارجی (شبکه‌های: ویدئویی، شبکه‌های تلویزیونی، ماهواره‌ای و سایت‌های اینترنتی) در جامعه سنتی یزد، این پرسش را مطرح می‌سازند که با وجود تشدید آسیب‌های اجتماعی، مهمترین آسیب‌های اجتماعی کدامند و عوامل مؤثر رسانه‌ای در این زمینه از نظر اқشار شهر یزد چه نقشی دارند؟

اهمیت و ضرورت تحقیق

شناخت عوامل مؤثر در آسیب‌های اجتماعی، نخستین اقدام در کنترل و کاهش نابسامانی‌های جامعه است. امروزه باتوجه به گستردگی رسانه‌ها و نفوذ آنها در سطوح مختلف جامعه ضروری است، زمینه‌های رسانه‌ای و غیر رسانه‌ای نابسامانی‌های اجتماعی بررسی شود. در جامعه یزد که با روند رو به افزایش آسیب‌ها مواجه است، شناخت شدت آنها و توجه به زمینه‌های بروزشان از نخستین اقدامات ضروری در کنترل و کاهش مسائل اجتماعی می‌باشد. هدف‌ها و مقاصد آسیب‌شناسی اجتماعی عبارت‌اند از: ۱. مطالعه و شناخت آسیب‌های اجتماعی و علل و انگیزه‌های پیدایی آنها؛ ۲. پیشگیری از وقوع انحرافات اجتماعی و جرم در جامعه به منظور بهسازی محیط زندگی.

پرسش‌های تحقیق

۱. نگرش شهروندان یزد درباره وضعیت آسیب‌های اجتماعی این شهر چیست؟ ۲. از نظر شهروندان یزد تأثیرگذاری رسانه‌ها در بروز آسیب‌های اجتماعی به چه صورت است؟ ۳. از نظر شهروندان یزد تأثیر گذاری رسانه‌ها در بروز آسیب‌های اجتماعی نسبت به سایر عوامل چگونه است؟

روش و ابزار تحقیق

روش اجرای این پژوهش پیمایش و از طریق ابزار پرسشنامه مشتمل بر ۳۸ پرسش بسته می‌باشد که به صورت گزاره‌های پنج گزینه‌ای و ده گزینه‌ای طبقه‌بندی گردیده است.

جامعه تحقیق

جامعه آماری این پژوهش، عبارتند از شهروندان یزد در پنج گروه: اساتید دانشگاه، متخصصان و کارشناسان علوم پزشکی یزد، کارشناسان بهزیستی، کارشناسان دادگستری و عموم مردم. با توجه به لیست استخراج شده و برآورد به عمل آمده از شاغلان مراکز مذکور و انتخاب تصادفی افراد دارای تحصیلات دیپلم به بالا که یزد ساکن می‌باشند، ۲۱۷ نفر در نظر گرفته شد. از بین عموم مردم نیز ۱۲۸ نفر بصورت تصادفی انتخاب گردیده‌اند: بهزیستی = ۱۹ نفر؛ اساتید = ۲۲ نفر؛ متخصصان و کارشناسان و علوم پزشکی یزد = ۲۰ نفر؛ کارشناسان دادگستری = ۲۶ نفر؛ عموم مردم = ۱۲۸ نفر

مبانی نظری تحقیق

شرایط تاثیر گذاری پیام

کارل هاوُلند. تحقیق درباره متقاعد سازی و تاثیر گذاری بر نگرش را از سال ۱۹۴۹ در دانشگاه ییل آغاز کرد. وی حاصل یافته های خود را در سال ۱۹۵۳ در اثری تحت عنوان ارتباطات و متقاعد سازی به شرح زیر منتشر کرد :

۱- در معرض پیام قرار گرفتن ؛ چنانچه مخاطب پیام را نبیند یا نشنود ، هرگز تحت تاثیر آن قرار نخواهد گرفت . بنابراین شرط نخست و اساسی متقاعد سازی آن است که مخاطب در معرض پیام قرار گیرد . ۲- توجه به پیام؛ شرط دوم تأثیر پیام بر مخاطب آن است که او به محتوای پیام توجه کند . ۳- درک پیام؛ برای آنکه مخاطب تحت تأثیر پیام قرار گیرد ، حداقل باید نتیجه گیری مربوط به پیام را درک کند . ۴- پذیرش نتیجه گیری مربوط به پیام؛ برای آنکه تغییر نگرش صورت گیرد ، لازم است مخاطب نتیجه گیری مربوط به پیام را قبول کند . ۵- یادداری نگرش جدید؛ چنانچه مخاطب نگرش جدید را فراموش کند پیام قادر به تأثیر گذاشتن به فرد در آینده نخواهد بود . ۶- تبدیل نگرش به رفتار ؛ چنانچه پیام بر رفتار تأثیر گذارد نگرش جدید می تواند رفتار را در موقعیت مورد نظر هدایت کند. (chaiken , 1999 , 78). برای اینکه این ارتباط به تاثیر گذاری مورد انتظار پیام فرست بیانجامد باید از دیدگاه مخاطبان، منبع پیام معتبر باشد . مخاطبان بپذیرند که منبع به آنچه که خود می گوید اعتقاد دارد و در گفتار و عمل صادق است؟ (حکیم آرا ، ۱۳۷۷ ، ۹۶)

متقاعد کنندگی مدل ها و شخصیت های رسانه ای ناشی از تمایل مخاطبان برای همانند سازی با آنان است . (Rogers , 1993,83) همچنین مبلغ باید قدرت مجاب سازی بالایی داشته باشد . دوم: پس از ارائه پیام خویش ، اطلاعات خدشه ناپذیری در مورد غیر قبول بودن منبع پیام مقابل (تبلیغات رقیب) ، ارائه دهندو سوم: اطلاعات خویش را پیش از آنکه پیام رقیب در ذهن مخاطبان پردازش شود و آنان را برای انجام کنش های خاصی برانگیزد، ارائه کنند. (McGuire , 1985 , 34) این مسأله بر حسب موقعیت اجتماعی یا وضعیت اجتماعی ارتباط گر است . هر شخص در جامعه چند نقش ایفا می کند که وضعیت های مختلف را شامل می شود . بازیگران سینما ، چهره های تلویزیونی ، الگو های رفتاری و ... وضعیت یا موقعیت خاصی را به همراه دارند . هرچه موقعیت افراد و نقش ها بالاتر باشد ، بیشتر می توانند مخاطبان را اقناع (ترغیب) کنند . (گنجی ، ۱۳۸۱ ، ۹۴) . شخصیت های محبوب مقبول ، معتبر و خوش خلق بیش از سایر منابع قادرند بر مخاطبان تأثیر بگذارند و آنان را مجاب به اجرائی یا عدم اجرائی یک یا چند رفتار کنند . (Miller, 1986,66)

وسایل ارتباط جمعی و آسیب اجتماعی

هر جامعه ای متناسب با شرایط، فرهنگ و رشد خود با انواع از انحرافات و مشکلات رو برواست آنچه جوامع مختلف را در این مورد از هم متفاوت می سازد نوع نگرش این جوامع به علل به وجود آورنده آسیب ها و راه کار های اصلاح و بهبود آن است. این نگرش ها متأثر از باورهای سیاسی، فرهنگی و اقتصادی هر جامعه است. (بیات ، ۱۳۸۵ ، ۲۰) رسانه ها از طریق آرایه الگوهای رفتاری و آرایه فرصت هایی برای الگویابی به نوجوانان و جوانان ، تأثیر گذاری خود را در سطح جامعه بر جای می گذارند . (ستوده ، ۱۳۸۰ ، ۴۷) رسانه های جمعی معمولاً ارزش های کلان جامعه و خرده فرهنگ ها را به مردم عرضه میدارند. الگو های خرده فرهنگ مانند تبلیغات تجارتي، مقررات و آئین های گروهی یا قشر خاص از طریق رسانه های جمعی با اعضای جامعه کلان منتقل می شود. پیرو جوان، زن و مرد بطور پیوسته تحت تاثیر پیام های رسانه ای قرار می گیرند. (شیخاوندی ، ۱۳۷۹ ، ۳۴۳) رسانه های جمعی می توانند در یک زمان واحد، پیام یکسانی را به انبوهی از افراد جامعه انتقال دهند ، رسانه های جمعی در تمامی مراحل زندگی با انسانها هستند ، رسانه های جمعی -به خصوص تلویزیون - می توانند از طریق تلفیق تصویر، نوشتار و ... به مفاهیم مورد آموزش، عینیت بدهند و آن ها را از مفاهیم صرفاً ذهنی و انتزاعی خارج نمایند. لذا میزان یادگیری و درک کاملتر آنها امکان پذیر می شود. رسانه های جمعی، همه اقشار جامعه (با مقاطع سنی و تحصیلی و ...) را تحت پوشش قرار می دهند. (مرتضوی ، ۱۳۸۴ ، صفحه ۷۵ و ۷۶) به همین جهت رسانه ها با تهیه و پخش محتویات غیر اخلاقی در قالب های نمایشی، گزارشی و ... که در آنها خشونت و جنایت با فنون سمعی ، بصری و نوشتاری عرضه می شود، شرایط را برای تجسم بصری و عینی رفتارهای مجرمانه فراهم می آورند . مهمترین مسأله برای عده ای از صاحبان رسانه ها افزایش مخاطب ، فروش

بیشتر و افزایش تیراژ با آگهی می باشد. از سوی دیگر مسئولیت ها ایجاب می کند که دولت ها در این زمینه نیز نقش ارشادی و کنترلی خود را برنامه ریزی کنند. (شیخاوندی ، ۱۳۷۹ ، ۳۴۶)

یافته های تحقیق

الف) یافته های مربوط به ویژگی جامعه تحقیق

جدول شماره ۱- توزیع فراوانی پاسخگویان از نظر موقعیت شغلی

پاسخگویان	تعداد	واریانس	انحراف معیار	میانگین
کارشناس دادگستری	۱۷	۳۹,۱۸۴	۶,۲۵۹۷۰	۳۸,۹۴۱۲
متخصصان و کارشناسان دانشکده پزشکی	۱۹	۱۰۲,۲۵۷	۱۰,۱۱۲۲۴	۳۴,۵۷۸۹
اساتید دانشگاه	۲۰	۶۸,۰۹۵	۸,۲۵۱۹۵	۳۶,۱۰۰۰
کارشناسان سازمان بهزیستی	۱۹	۴۵,۱۴۰	۶,۷۱۸۶۶	۳۵,۱۵۷۹
عموم مردم	۱۲۷	۸۱,۷۵۳	۹,۰۴۱۷۲	۲۸,۱۵۷۵
تعداد کل	۲۰۲	۸۹,۸۶۳	۹,۴۷۹۵۹	۳۱,۱۱۳۹

جدول شماره ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان از نظر جنسیت

پاسخگویان	جنسیت					
	کل در سطر		زن		مرد	
	فراوانی نسبی	فراوانی	فراوانی نسبی	فراوانی	فراوانی نسبی	فراوانی
کارشناسان دادگستری	۸,۸٪	۱۸	۵,۴٪	۵	۱۱,۶٪	۱۳
متخصصان و کارشناسان دانشکده پزشکی	۹,۳٪	۱۹	۵,۴٪	۵	۱۲,۵٪	۱۴
اساتید دانشگاه	۹,۸٪	۲۰	۵,۶٪	۶	۱۲,۵٪	۱۴
کارشناسان سازمان بهزیستی	۹,۳٪	۱۹	۱۰,۹٪	۱۰	۸,۰٪	۹
عموم مردم	۶۲,۷٪	۱۲۸	۷۱,۷٪	۶۶	۵۵,۴٪	۶۲
تعداد کل	۱۰۰,۰٪	۲۰۴	۱۰۰,۰٪	۹۲	۱۰۰,۰٪	۱۱۲

ب) یافته های مربوط به ویژگی آسیب های اجتماعی

جدول شماره ۳- توزیع فراوانی نظرات اقشار شهر یزد در این خصوص که :

به نظر می رسد که سرعت اشاعه ناهنجاری های اجتماعی بیش از گذشته شده است .

سوال ۳۰										پاسخگویان
کاملاً مخالفم		موافقم		بی نظرم		مخالفم		کاملاً مخالفم		
فراوانی نسبی	فراوانی	فراوانی نسبی	فراوانی	فراوانی نسبی	فراوانی	فراوانی نسبی	فراوانی	فراوانی نسبی	فراوانی	
۰٪	۰	۱۵,۹٪	۱۶	۰٪	۰	۰٪	۰	۰٪	۰	کارشناسان دادگستری
۰٪	۰	۱۰,۱٪	۱۲	۳,۷٪	۱	۰٪	۰	۰٪	۰	متخصصان و کارشناسان دانشکده پزشکی
۰٪	۰	۱۰,۱٪	۱۲	۳,۷٪	۱	۹,۱٪	۱	۰٪	۰	اساتید دانشگاه
۰٪	۰	۸,۷٪	۱۰	۰٪	۰	۲۷,۳٪	۳	۰٪	۰	کارشناسان سازمان بهزیستی
۱۰۰,۰٪	۴	۵۵,۱٪	۵۴	۹۲,۶٪	۲۵	۶۳,۶٪	۷	۱۰۰,۰٪	۴	عموم مردم
۱۰۰,۰٪	۴	٪	۱۰۴	۱۰۰,۰٪	۲۷	۱۰۰,۰٪	۱۱	۱۰۰,۰٪	۴	تعداد کل

جدول شماره ۴- توزیع فراوانی نظرات اقشار شهر یزد در این خصوص که : سن اقدام به رفتار مجرمانه در یزد کاهش یافت است

سوال ۳۰										پاسخگویان
کاملاً مخالفم		موافقم		بی نظرم		مخالفم		کاملاً مخالفم		
فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	
۰٪	۰	۱۷٫۶٪	۱۵	۱۶٫۱٪	۹	۴٫۰٪	۱	۵۰٪	۲	کارشناسان دادگستری
۰٪	۰	۷٫۱٪	۶	۱۰٫۷٪	۶	۸٫۰٪	۲	۱۵٫۰٪	۶	متخصصان و کارشناسان دانشکده پزشکی
۰٪	۰	۹٫۴٪	۸	۱۴٫۳٪	۸	۸٫۰٪	۲	۵۰٪	۲	اساتید دانشگاه
۱۴٫۳٪	۱	۱۰٫۶٪	۹	۱٫۸٪	۱	۱۲٫۰٪	۳	۱۲٫۵٪	۵	کارشناسان سازمان بهزیستی
۸۵٫۷٪	۶	۵۵٫۳٪	۴۷	۵۷٫۱٪	۳۲	۶۸٫۰٪	۱۷	۶۲٫۵٪	۲۵	عموم مردم
٪	۷	٪	۸۵	۱۰۰٫۰٪	۵۶	۱۰۰٫۰٪	۲۵	٪	۴۰	تعداد کل
۱۰۰٫۰		۱۰۰٫۰		۱۰۰٫۰		۱۰۰٫۰		۱۰۰٫۰		

جدول شماره ۵- توزیع فراوانی نظرات اقشار شهر یزد در این خصوص که :

واکنش های احساسی و هیجان پذیری از زمینه های اصلی آسیب اجتماعی است

سوال ۲۳										پاسخگویان
کاملاً مخالفم		موافقم		بی نظرم		مخالفم		کاملاً مخالفم		
فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	
۰٪	۰	۱۱٫۹٪	۱۳	۹٫۳٪	۴	۱۹٫۰٪	۴	۱۷٫۶٪	۶	کارشناسان دادگستری
۰٪	۰	۱۴٫۷٪	۱۶	۴٫۷٪	۲	۴٫۸٪	۱	۲٫۹٪	۱	متخصصان و کارشناسان دانشکده پزشکی
۰٪	۰	۱۳٫۸٪	۱۵	۴٫۷٪	۲	۰٪	۰	۱۱٫۸٪	۴	اساتید دانشگاه
۰٪	۰	۷٫۳٪	۸	۷٫۰٪	۳	۲۳٫۸٪	۵	۵٫۹٪	۲	کارشناسان سازمان بهزیستی
۱۰۰٫۰٪	۴	۵۲٫۳٪	۵۷	۷۴٫۴٪	۳۲	۵۲٫۴٪	۱۱	۶۱٫۸٪	۲۱	عموم مردم
٪	۴	٪	۱۰۹	٪	۴۳	۱۰۰٫۰٪	۲۱	۱۰۰٫۰٪	۳۴	تعداد کل
۱۰۰٫۰		۱۰۰٫۰		۱۰۰٫۰		۱۰۰٫۰		۱۰۰٫۰		

جدول شماره ۶- توزیع فراوانی نظرات اقشار شهر یزد در این خصوص که :

فقر فرهنگی و تربیتی بیش از فقرهای (اقتصادی) عامل پیدایش آسیب اجتماعی است

سوال ۲۶										پاسخگویان
کاملاً مخالفم		موافقم		بی نظرم		مخالفم		کاملاً مخالفم		
فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	
۰٪	۰	۱۰٫۸٪	۹	۸٫۷٪	۲	۸٫۷٪	۲	۱۸٫۳٪	۱۴	کارشناسان دادگستری
۰٪	۰	۱۴٫۵٪	۱۲	۴٫۳٪	۱	۴٫۳٪	۱	۷٫۸٪	۶	متخصصان و کارشناسان دانشکده پزشکی
۰٪	۰	۱۰٫۸٪	۹	۴٫۳٪	۱	۰٪	۰	۱۴٫۳٪	۱۱	اساتید دانشگاه
۰٪	۰	۱۰٫۸٪	۹	۰٪	۰	۴٫۳٪	۱	۱۱٫۷٪	۹	کارشناسان سازمان بهزیستی
۱۰۰٫۰٪	۱۰	۵۳٫۰٪	۴۴	۸۲٫۶٪	۱۹	۸۲٫۶٪	۱۹	۴۸٫۱٪	۳۷	عموم مردم
٪	۱۰	٪	۸۳	٪	۲۳	۱۰۰٫۰٪	۲۳	۱۰۰٫۰٪	۷۷	تعداد کل
۱۰۰٫۰		۱۰۰٫۰		۱۰۰٫۰		۱۰۰٫۰		۱۰۰٫۰		

ج) یافته‌های مربوط به موقعیت رسانه‌ها

جدول شماره ۷- توزیع فراوانی نظرات اقشار شهر یزد در این خصوص که :
امروزه ، رسانه های جمعی بیش از خانواده و مدرسه در امور اجتماعی تأثیر گذارند

سوال ۳۰										پاسخگویان
کاملاً مخالفم		موافقم		بی نظرم		مخالفم		کاملاً مخالفم		
فراوانی نسبی	فراوانی ی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی	فراوانی ی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی		
۸	۱۱,۹٪	۱۵	۱۷,۴٪	۳	۸,۸٪	۱	۶,۳٪	۰	۰,۰٪	کارشناسان دادگستری متخصصان و کارشناسان دانشکده پزشکی اساتید دانشگاه کارشناسان سازمان بهزیستی عموم مردم
۷	۱۰,۴٪	۷	۸,۱٪	۳	۸,۸٪	۳	۱۸,۸٪	۰	۰,۰٪	
۸	۱۱,۹٪	۱۰	۱۱,۶٪	۱	۲,۹٪	۲	۱۲,۵٪	۰	۰,۰٪	
۵	۷,۵٪	۶	۷,۰٪	۵	۱۴,۷٪	۲	۱۲,۵٪	۱	۱۰,۰٪	
۳۹	۵۸,۳٪	۴۸	۵۵,۸٪	۲۲	۶۴,۷٪	۸	۵۰,۰٪	۹	۹۰,۰٪	تعداد کل
۶۷	۱۰۰,۰٪	۸۶	۱۰۰,۰٪	۳۴	۱۰۰,۰٪	۱۶	۱۰۰,۰٪	۱۰	٪ ۱۰۰,۰	

جدول شماره ۸- توزیع فراوانی نظرات اقشار شهر یزد در این خصوص که :

فیلم و سریال های داستانی شبکه های تلویزیونی فارسی زبان ماهواره ای در پیدایش مسایل اجتماعی مؤثرند

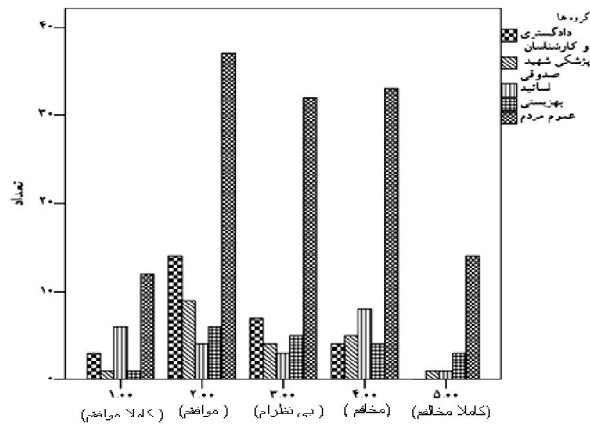
سوال ۳۰										پاسخگویان
کاملاً مخالفم		موافقم		بی نظرم		مخالفم		کاملاً مخالفم		
فراوانی نسبی	فراوانی ی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی	فراوانی ی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی		
۱۱	۱۶,۹٪	۱۵	۱۹,۵٪	۱	۲,۵٪	۰	۰,۰٪	۰	۰,۰٪	کارشناسان دادگستری متخصصان و کارشناسان دانشکده پزشکی اساتید دانشگاه کارشناسان سازمان بهزیستی عموم مردم
۱۱	۱۶,۹٪	۸	۱۰,۴٪	۱	۲,۵٪	۰	۰,۰٪	۰	۰,۰٪	
۵	۷,۷٪	۱۳	۱۶,۹٪	۳	۷,۵٪	۰	۰,۰٪	۰	۰,۰٪	
۳	۴,۶٪	۷	۹,۱٪	۵	۱۲,۵٪	۴	۲۳,۸٪	۰	۰,۰٪	
۳۵	۵۳,۸٪	۳۴	۴۴,۲٪	۳۰	۷۵,۰٪	۹	۶۹,۳٪	۱۸	٪ ۱۰۰,۰	تعداد کل
۶۵	۱۰۰,۰٪	۷۷	۱۰۰,۰٪	۴۰	۱۰۰,۰٪	۱۳	٪ ۱۰۰,۰	۱۸	٪ ۱۰۰,۰	

جدول شماره ۹- توزیع فراوانی نظرات اقشار شهر یزد در این خصوص که :

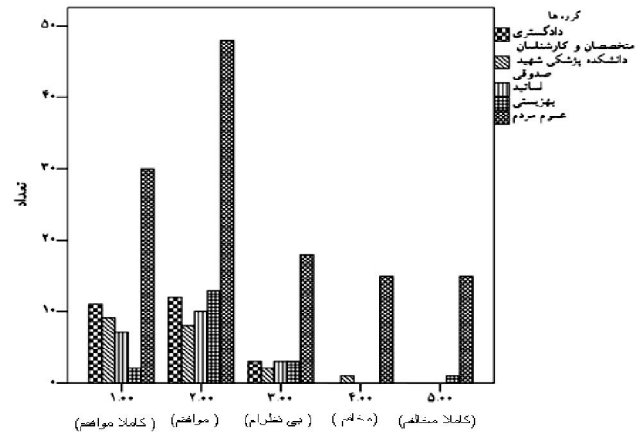
مشاهده سریال های " داستانی - اجتماعی " شبکه های جمهوری اسلامی ایران در رفع معضلات اجتماعی مفید است

سوال ۳۰										پاسخگویان
کاملاً مخالفم		موافقم		بی نظرم		مخالفم		کاملاً مخالفم		
فراوانی نسبی	فراوانی ی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی	فراوانی ی	فراوانی نسبی	فراوانی نی	فراوانی نسبی		
۳	۱۳,۰٪	۱۴	۲۰,۰٪	۷	۱۳,۷٪	۴	۷,۴٪	۰	۰,۰٪	کارشناسان دادگستری متخصصان و کارشناسان دانشکده پزشکی اساتید دانشگاه کارشناسان سازمان بهزیستی عموم مردم
۱	۴,۳٪	۹	۱۲,۹٪	۴	۷,۸٪	۵	۹,۳٪	۱	۵,۳٪	
۶	۲۶,۱٪	۴	۵,۷٪	۳	۵,۹٪	۸	۱۴,۸٪	۱	۵,۳٪	
۱	۴,۳٪	۶	۸,۶٪	۵	۹,۸٪	۴	۷,۴٪	۳	۱۵,۸٪	
۱۲	۵۲,۲٪	۳۷	۵۲,۹٪	۳۲	۶۲,۷٪	۳۳	۶۱,۱٪	۱۴	۷۳,۷٪	تعداد کل
۲۳	۱۰۰,۰٪	۷۰	۱۰۰,۰٪	۵۱	۱۰۰,۰٪	۵۴	۱۰۰,۰٪	۱۹	٪ ۱۰۰,۰	

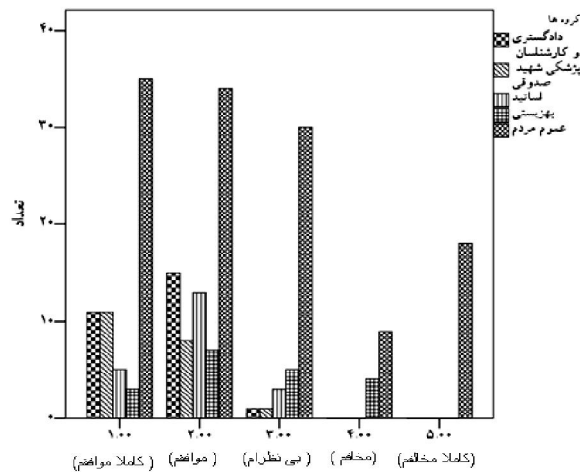
نمودار یکم - مشاهده سریال های داستانی - اجتماعی شبکه های جمهوری اسلامی ایران در رفع معضلات اجتماعی مفید است



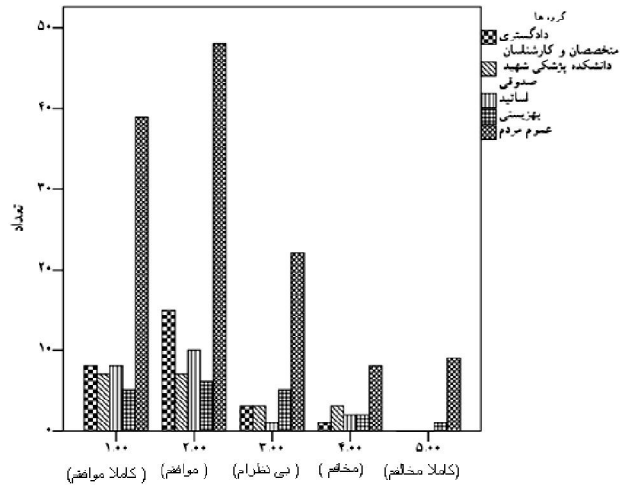
نمودار دوم - مشاهده بازی های رایانه ای و فیلم هایی که پر خاشگروی و قتل را به نمایش می گذارند در بروز جرم تأثیر دارد



نمودار سوم - فیلم و سریال های داستانی شبکه های تلویزیونی ماهواره ای (مانند: ... پی.ام. سی و ...) در پیدایش مسائل اجتماعی مؤثرند

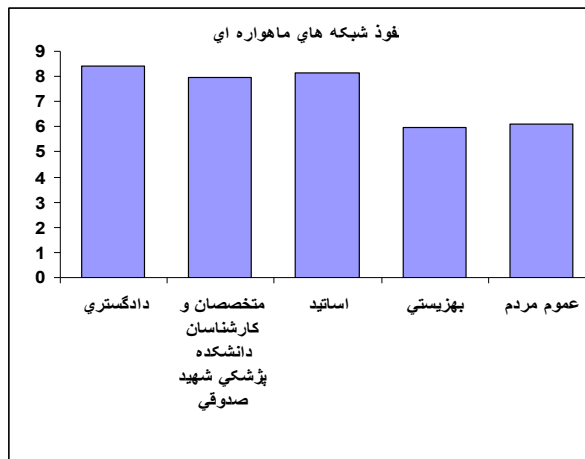


نمودار چهارم- امروزه، رسانه های جمعی بیش از خانواده و مدرسه در امور اجتماعی تأثیر دارند

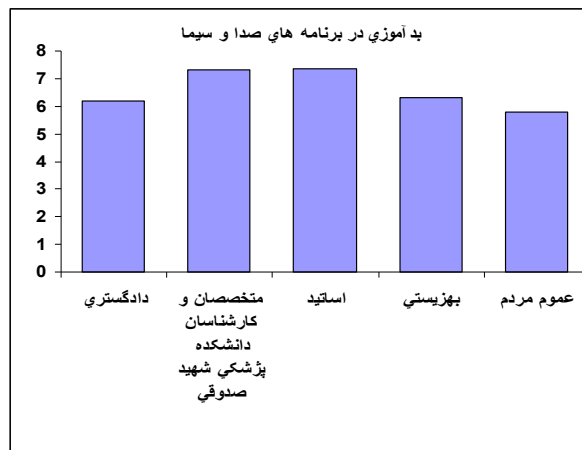


د) یافته های مربوط به شدت مؤثر بودن عوامل رسانه ای و غیر رسانه ای

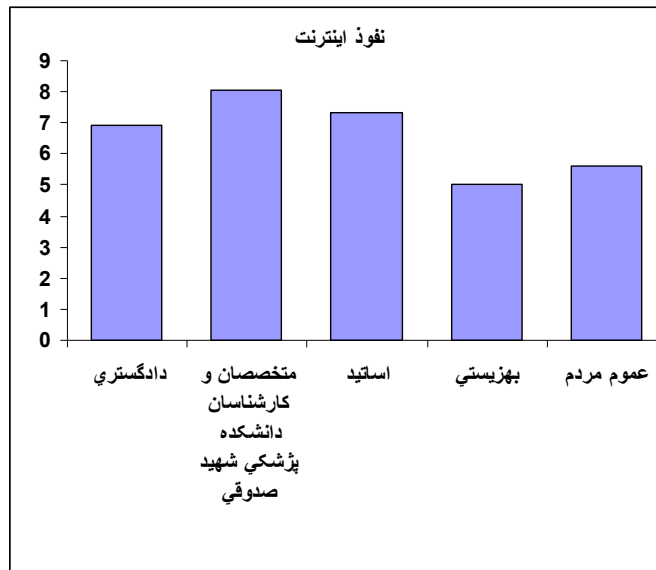
نمودار پنجم- شدت تأثیرگذار بودن نفوذ شبکه های ماهواره ای در پیدایش آسیب های اجتماعی از نظر پاسخگویان



نمودار ششم- شدت تأثیرگذار بودن بدآموزی در برنامه های صداوسیما در پیدایش آسیب های اجتماعی از نظر پاسخگویان



نمودار هفتم - شدت تاثیر گذار بودن نفوذ اینترنت در پیدایش آسیب های اجتماعی از نظر پاسخگویان



نمودار هشتم - مقایسه شدت تاثیر گذاری عوامل رسانه ای و غیر رسانه ای در پیدایش آسیب های اجتماعی در یزد از نظر پاسخگویان

