فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی، دوره‌ی دوم، شماره‌ی۳، زمستان ۹۲، صفحات ۵۳-۷۸

تبیین جامعه‌شناختی تأثیر رسانه‌های خارجی بر کجروی فرهنگی دانش‌آموزان دبیرستانی شهر فریدونکنار

وحید قاسمی[۱]، سیداحمد میرمحمدتبار[۲]، صمد عدلی‌پور[۳]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۰٤/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۰۹/۲۵

چکیده

امروزه صاحب‌نظران علوم ارتباطات با اذعان به توانایی شگرف رسانه‌های جمعی در شکل‌دهی افکار، نگرش‌ها و رفتار افراد، مطالعات مختلفی در زمینه‌ی سنجش میزان و نوع تأثیرات رسانه‌ها انجام می‌دهند. آنان بیان می‌دارند که فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی می‌توانند با کارکردهای منفی و تخطی از اخلاق رسانه‌ای، سلامت فکری، اخلاقی و فرهنگی آحاد جامعه را تهدید و الگوهای نابهنجار رفتاری را در جامعه تثبیت کنند. به موازات این امر، نتایج پژوهش‌های صورت‌گرفته، حاکی از گستردگی نقض هنجارهای رسمی و سنتی در عرصه‌های فرهنگی و افزایش کجروی فرهنگی در جامعه‌ی ایران دارند. بنابراین، هدف اصلی تحقیق، بررسی عوامل مؤثر بر کجروی فرهنگی دانش آموزان دبیرستانی شهر فریدونکنار است.

روش پژوهش حاضر، پیمایشی، از نوع مقطعی و برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسش‌نامه‌ی محقق‌ساخته استفاده شده است. جامعه‌ی آماری این تحقیق دانش‌آموزان دبیرستان‌های شهر فریدونکنار هستند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۰۰ نفر برآورد شده، و روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که استفاده از ماهواره و اینترنت با کجروی فرهنگی رابطه‌ی مثبت و معناداری دارد؛ این در حالی ست که رابطه‌ی متغیّرهای پیوند با خانواده و پیوند با مذهب با کجروی فرهنگی منفی و معنادار است. نتایج ضرایب استاندارد در معادلات ساختاری نشان می‌دهد که به ترتیب متغیّرهای استفاده از ماهواره ۰/٤۳، استفاده از اینترنت ۰/۲٦، پیوند با خانواده ۰/۲٦- و پیوند با مذهب ۰/۲۳- بیش‌ترین تأثیر را بر متغیّر کجروی فرهنگی دارند. هم‌چنین متغیّرهای مستقل تحقیق حدود ٤٤ درصد از تغییرات کجروی فرهنگی را تبیین می‌کنند.

واژه‌های کلیدی: کجروی فرهنگی، رسانه‌های جمعی، پیوند اجتماعی، دانش‌آموزان دبیرستانی.

[۱]. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان (نویسنده مسؤول) v.ghasemi@ltr.ui.ac.ir

[۲]. کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه مازندران ahmad_mirtabar@yahoo.com

[۳]. کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان Samadadlipour@gmail.com

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

مقدمه

یکی از جالب‌ترین و پیچیده‌ترین حوزه‌های جامعه‌شناسی، مطالعه و بررسی کجروی فرهنگی[1] است که در طی چند دهه‌ی اخیر از سوی اعضای جامعه، مدیران و پژوهشگران، به‌عنوان موضوعی حساس و قابل تحلیل، مورد بررسی و کنکاش قرار گرفته است. منظور از کجروی فرهنگی رفتارهایی هستند که با هنجارهای فرهنگی سنتی و رسمی غالب در کشور ما مغایر هستند؛ در حالی که ممکن است همین رفتارها طبق قواعد و هنجارهای سایر کشورها، جوامع و حتی در مواردی هنجارها و ارزش‌های خرده فرهنگ‌های داخلی مانند: خرده فرهنگ‌های قومی نیز کجرفتاری به حساب نیایند (سراج‌زاده و بابایی، ۱۳۸۹: ٤٦).

یکی از عوامل مؤثر بر تخطّی افراد از هنجارها و ارزش‌های سنتی و کجروی فرهنگی در جامعه ایران رشد و توسعه‌ی فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی ماست. با اشاعه‌ی فرهنگ غربی و گسترش و دسترسی آسان به وسایل ارتباط جمعی از قبیل اینترنت، ماهواره، و غیره، جوانان با ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی متنوع و متفاوت و حتی مغایر با فرهنگ سنتی و رسمی جامعه مواجه شدند. انقلاب در فناوری ارتباطات و رسانه‌ها، جهان را بیش از پیش کوچک‌تر ساخته و نوعی فشردگی در زمان و مکان ایجاد کرده و به فرایند جهانی شدن سرعت بخشیده است. به موازات این امر، شواهدی حاکی از کاهش پای‌بندی گروه‌هایی از قشرهای جامعه به خصوص نوجوانان به رزش‌ها و هنجارهای سنتی و دینی قابل مشاهده است.

بی‌تردید امروزه رسانه‌های جمعی و خصوصاً ماهواره و اینترنت نقش بی بدیلی در اثرگذاری بر افکار، ادراکات، نگرش‌ها و نیز رفتارهای افراد جوامع دارند. رسانه‌های همگانی به عنوان یکی از عوامل بسیار مهم اجتماعی کردن مطرح هستند. در این میان قشر نوجوان و جوان بیش‌تر تحت تأثیر رسانه ها هستند و پیام‌ها و برنامه‌های رسانه‌ای می‌توانند در شکل‌دهی الگوهای رفتاری مطلوب و یا نامطلوب در نزد این دسته از جمعیت جوان کشور نقش به‌سزایی داشته باشند. از قرائن و شواهد چنین بر می‌آید که بر اثر نفوذ و گسترش شبکه‌های ماهواره‌ای و هم‌چنین افزایش ضریب نفوذ اینترنت در جامعه، بخش قابل توجهی از قشر نوجوان و جوان جامعه تحت تأثیر هجمه‌های تبلیغاتی و برنامه‌های این رسانه‌ها قرار گرفته‌اند. این هجمه‌ها بر حاکمیت فرهنگ دینی و مذهبی در میان خانواده‌ها تأثیر می‌گذارد. در نتیجه، نسل‌های جدید به سنت‌های گذشته وفادار

[1]. Cultural Deviance

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

نمی‌مانند و نسبت به باورها و رسومی که مقدس و سنتی شمرده می‌شوند، بی‌توجه می‌گردند. بنابراین، تغییرات هنجارها و ایدئولوژی‌ها به آسانی انجام می‌پذیرد (فرجاد،۱۳۸۰).

یکی از کارکردهای منفی رسانه‌های عادی‌سازی هنجارشکنی است. انعکاس کجروی‌های اجتماعی در رسانه‌ها در کاهش نفرت از انحرافات و عادی شدن نابهنجاری در جامعه تأثیر به‌سزایی دارد؛ زیرا فرد ضمن اطلاع از نقض هنجارها توسط رسانه‌ها، در می‌یابد که هنجارهای اجتماعی که به‌نظر وی غیرقابل تخطّی بودند، قابل شکستن و تخلف هستند؛ لذا انگیزه ارتکاب جرم در فرد تقویت می‌شود. هم‌چنین امروزه رسانه‌ها می‌توانند زمینه را برای تحمیل هر گونه نظری فراهم آورند و با ابزارهای تبلیغات، از نفوذ و قدرت مطلقی بر انسان‌ها برخوردار شوند. بر همین اساس می‌توان گفت که رسانه‌ها با شیوه‌های خاص از طریق تبلیغات می‌کوشند به تحمیل کالاها، اندیشه‌ها و بسط شبکه‌ی نیازهای نسان‌ها بپردازند. ایجاد اختلاف و تجزیه، ایجاد وابستگی اطلاعاتی جریان یک‌سویه‌ی اطلاعات و مرکزیت ابررسانه‌ها، ایجاد گسست فرهنگی و تبلیغ لگوهای جامعه مشتری مبتنی بر ارزش‌های جامعه‌ی مصرفی از دیگر کارکردهای منفی رسانه‌ها است (حبیب‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۱۷).

آن‌چه که مسلم است، در این برهه از زمان، هنجارشکنی‌ها، کاهش آشکار انسجام و ثبات در بازتولید الگوهای تثبیت‌شده‌ی جتماعی، فردگرایی و غیره که تا حدی به علت سیاست‌های اقتصادی و اجتماعی اعمال شده پس از پایان جنگ تحمیلی، از جمله سیاست تعدیل اقتصادی، تأکید بر مصرف‌گرایی و مانور تجمّل و از سوی دیگر، به علت گسترش رتباطات ملی و جهانی بوده، تمامی قشرهای اجتماعی، شهرهای کوچک و مناطق روستایی را در همان ابعاد و یا حتی بیش‌تر از مناطق شهری بزرگ‌تر تحت تأثیر قرار داده است. عمومیت یافتن این کجروی‌ها و نقض عمدی و غیرعمدی هنجارهای سنتی و رسمی جامعه و به عبارتی نادیده گرفتن موازین عرفی و شرعی که به اضمحلال تدریجی فرهنگ و هویت اسلامی و بر هم زدن نظم و نظامات زندگی می‌انجامد، در شرایط کنونی، تبدیل به یک مسأله‌ی اجتماعی گردیده و ابعاد گسترده‌ای را به خود گرفته است (شمس و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰٤).

مشاهده آمار و شواهد افزایش کجروی‌های فرهنگی در میان جوانان، دال بر گسترش و شکل گیری رفتارهای غیرمقبول، ناهم‌نوایی با هنجارهای رسمی و مورد پذیرش عموم، و در پی آن، به مخاطره افتادن امنیت اجتماعی است که ضرورت بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به کجروی فرهنگی جوانان را در جامعه می‌طلبد. در این پژوهش که در شهرستان فریدونکنار اجرا شده است،

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

کجروی فرهنگی از دو بعد عینی[1](رفتار) و ذهنی[2](نگرش) در میان دانش‌آموزان دبیرستانی مورد بررسی قرار گرفته و سعی شده تا تأثیر رسانه‌های خارجی (ماهواره و اینترنت) بر آن بررسی شود.

پیشینه‌ی پژوهش

سراج‌زاده (۱۳۸۳) تحقیقی را با عنوان «نیمه‌ی پنهان: گزارش نوجوانان شهر تهران از کجروی‌های اجتماعی و دلالت‌های آن برای مدیریت فرهنگی» انجام داده است. جمعیت این مطالعه به دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان شهر تهران محدود بود که انتظار می‌رود از نظر سنی ۱۶ تا ۱۷ سال باشند. برای انتخاب نمونه، یک استراتژی نمونه‌گیری خوشه‌ای دو مرحله‌ای ۳۹۱ نفر انتخاب شدند. نتایج این تحقیق نشان داد که کجروی فرهنگی با متغیّرهای دینداری، پایگاه اجتماعی اقتصادی، درآمد و تحصیلات رابطه‌ی معنادار دارد.

سراج‌زاده و بابایی (۱۳۸۸) پژوهشی را با یک نمونه ۳۷۶ نفره از دانشجویان دختر و پسر دانشگاه شهید بهشتی با عنوان «نقض هنجارهای فرهنگ رسمی و سنتی و دلالت های مقاومتی آن» نجام دادند. نتایج حاکی از گرایش بیش از نیمی از دانشجویان به نقض برخی از هنجارهای فرهنگ رسمی و سنتی در حد متوسط و بالا است؛ تا حدّی که می‌توان از شکل‌گیری خرده فرهنگی سخن گفت که با فرهنگ رسمی و سنتی کشور، هنجارهای متفاوتی دارد و هم چنین، بخش قابل توجهی از کسانی که این هنجارها را نقض می‌کنند به نوعی به عمل خود، معنی مقاومت و اعتراض می‌دهند.

سراج زاده و بابایی (۱۳۸۹) در پژوهش خود با عنوان «جهانی‌شدن، فرهنگ جهانی و کجروی فرهنگی»، با بررسی نمونه‌ی ۳۷۶ نفری از دانشجویان دختر و پسر دانشگاه شهید بهشتی تهران نشان می‌دهند که میان پذیرش فرهنگ جهانی- غربی و کجروی فرهنگی، رابطه‌ی نسبتاً قوی‌ای وجود دارد، اما میان قرار گرفتن در معرض فرایند جهانی شدن با پذیرش فرهنگ جهانی رابطه‌ی نسبتاً ضعیفی و میان قرار گرفتن در معرض فرایند جهانی شدن و کجروی فرهنگی نیز رابطه‌ی متوسطی وجود دارد.

آقاجان‌بگلو و همکاران (۱۳۹۲) تحقیقی را با عنوان بررسی رابطه‌ی رسانه های دیداری و انتخاب الگوی زندگی انجام داده‌اند. نمونه‌ی مورد مطالعه نیز شامل ۳۵۱ نفر از این دختران بوده

[1]. Objective
[2]. Subjective

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

است که با استفاده از شیوه‌ی نمونه‌گیری خوشه‌ای در روستاهای استان بوشهر انتخاب شدند و مورد مطالعه قرار گرفتند. نتایج این پژوهش نشان داد که تلفن همراه به عنوان پرکاربردترین وسیله‌ی ارتباطی در میان این دختران بوده است. هم چنین، میان سن و سبک پوشش و آرایش با استفاده از رسانه‌های دیداری رابطه‌ی معنادار وجود دارد.

شمس و همکاران (۱۳۹۲) تحقیقی با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به کجروی فرهنگی دانشجویان دختر و پسر انجام دادند. جامعه‌ی آماری این پژوهش، کلیه‌ی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه پیام نور شهرستان دره‌شهر را که حدود ۱۶۰۰ نفر بودند تشکیل می‌دهد. این پژوهش به شیوه‌ی پیمایشی بر روی ۳۰۰ نفر از دانشجویان دختر و پسر دانشگاه پیام نور شهرستان دره‌شهر در سال ۱۳۹۱ که به‌صورت تصادفی انتخاب شدند، صورت گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که میان متغیّر جنسیت با گرایش به کجروی فرهنگی، رابطه‌ای وجود ندارد؛ ما میان، پایگاه اجتماعی- اقتصادی، میزان دینداری، میزان کجرو بودن دوستان، واکنش والدین و متغیّر دلالت‌های مقاومتی با گرایش به کجروی فرهنگی، رابطه وجود دارد.

پیلکینگتون[1] و همکاران (۲۰۰۲) تحقیقی را برای بررسی گرایش جوانان به رسانه در روسیه و تأثیر فرهنگ غرب بر آن انجام دادند. نمونه‌ی ۲۷۰ نفره از جوانان شهری روسیه به روش کیفی و با مصاحبه‌ی قوم‌شناسی مورد بررسی قرار گرفتند و ۹۸۲ جوان نیز با یک بررسی کمّی درباره‌ی باورهای عمومی روسیه و غرب، اوقات فراغت و مدت زمان استفاده از رسانه‌ها مورد بررسی قرار گرفتند. نتیجه‌گیری نهایی این بود که جوانان روسیه به لحاظ هویتی دچار سردرگمی و بحران هستند. آنان تحت تأثیر فرهنگ غرب و رسانه‌ها خصوصیات جوانان سایر فرهنگ‌ها را مورد پذیرش قرار داده‌اند. آنان طوری وانمود می‌کنند که در حال آمریکایی‌شدن هستند، درعین حال به فرهنگ باستانی و گذشته‌ی خود نیز متکّی‌اند.

به‌طور کلی در پیشینه‌ی تحقیق حاضر، تحقیقات انجام شده درباره‌ی کجروی فرهنگی و عوامل مؤثر بر آن مرور شد. در یک جمع‌بندی کلی می‌توان نتیجه گرفت که کجروی فرهنگی در میان جوانان و نوجوان جامعه‌ی ایران در حال افزایش است. هم‌چنین دینداری، پایگاه اجتماعی اقتصادی، تحصیلات و استفاده از رسانه‌ها مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کجروی فرهنگی در تحقیقات پیشین ذکر شدند. در تحقیقات انجام شده در این زمینه، کمتر تحقیقی تأثیر هم‌زمان استفاده از رسانه و پیوستگی با مذهب و خانواده را بر کجروی فرهنگی بررسی کرده‌اند. لذا در پژوهش

[1]. Pilkington

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

حاضر با توجه پژوهش‌های انجام شده در این زمینه، به بررسی تأثیر استفاده از ماهواره و اینترنت بر کجروی فرهنگی و پیوستگی مذهب و خانواده با این کجروی پرداخته شده است.

چهارچوب نظری

رویکردهای مختلفی برای بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی بر مخاطبین و خود مفهوم کجروی فرهنگی وجود دارد که در پژوهش حاضر از نظریات کاشت گربنر، امپریالیسم فرهنگی و پیوند اجتماعی هیرشی استفاده شده است.

نظریه‌ی کاشت[1]: نظریه‌ی کاشت یا پرورش گربنر بر کنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن رسانه استفاده می‌کنند و نیز بر چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان تأکید دارد. فرض اساسی این نظریه این است که میان میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد. به این‌صورت که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه‌ای خاص باعث ایجاد تغییر نگرش و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه می‌شود. در واقع نظریه‌ی کاشت با تعیین میزان و نوع برنامه های مورد استفاده از رسانه‌ها، میزان تأثیر را مطالعه می‌کند تا به ساز و کار و نحوه‌ی تأثیر دست پیدا کند (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۶).

نظریه‌ی کاشت به فرایند انباشتی و متراکمی اشاره دارد که به‌وسیله‌ی آن، رسانه اعتقادات و باورها را درباره‌ی واقعیت اجتماعی پرورش می‌دهد. هم‌چنین بر اساس این نظریه، رسانه اغلب استنباط‌هایی ویژه و غیرواقعی از دنیا ارائه می‌دهد و دنیا را مکانی خشن‌تر و خطرناک‌تر از آنچه که آمارهای واقعی نشان می‌دهند، معرفی می‌کند (باهنر و جعفری کیذقان، ۱۳۸۹: ۱۴۰). وی که اثر اصلی رسانه را به خصوص تلویزیون جامعه‌پذیری یعنی اشاعه‌ی ثبات و پذیرش وضعیت موجود می‌داند، معتقد است که رسانه تغییرات را به تنهایی به حداقل نمی‌رساند؛ بلکه این امر با هماهنگی دیگر نهادهای عمده‌ی فرهنگی محقق می‌شود. این نظریه پرداز معتقد است که رسانه در بلندمدت موجب تأثیر در جهان‌بینی و نظام ارزشی بینندگان پرمصرف خود می‌شود و به آن‌ها نگرش رسانه‌ای واحد درباره‌ی واقعیات می‌بخشد(تئو[2]،۲۰۰۰). در واقع نظریه‌ی گربنر با تفاوت قائل شدن میان مخاطب عادی و پرمصرف، تأثیر زیاد تلویزیون بر مخاطب پرمصرف را اثبات می‌کند. گربنر بیان می‌کند که از نظر تماشاگران پرمصرف، تلویزیون عملاً، دیگر منابع اطلاعات، افکار و آگاهی‌ها

[1]. Cultivation theory
[2]. Teo

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

را به انحصار درآورده و یکی می‌کند. اثر این مواجهه با پیام‌های مشابه، چیزی را تولید می‌کند که وی آن را کاشت یا آموزش جهان‌بینی، نقش‌ها و ارزش‌های رایج، می‌نامد (مورگان[1]، ۱۹۹۵).

نظریه‌ی کاشت گربنر به طور کلی بیان می‌کند که افراد تحت تأثیر محتوای رسانه‌ها قرار می‌گیرند و محتوای رسانه هرگونه که باشد افراد را متأثر می‌کند. پس می‌توان از این نظریه استنباط کرد که استفاده از ماهواره و اینترنت با توجه به برخی محتویات مغایر با فرهنگی کشور ما، باعث کجروی فرهنگی افراد می شود.

نظریه‌ی امپریالیسم فرهنگی[2]: نظریه‌ی امپریالیسم فرهنگی بیان می‌کند که کشورهای پیشرفته باورها، ارزش‌ها، دانش، هنجارهای اجتماعی و سبک زندگی مخصوص خود را به سایر کشورها تحمیل می‌کنند. امپریالیسم فرهنگی به‌صورت تحمیل فرهنگی کشورهای قدرتمند بر کشورهای ضعیف هم تعریف می‌شود. این تحمیل به‌صورت هدفمند و عمدی انجام می‌شود؛ به این علت که این تحمیل فرهنگی با علائق و منافع سیاسی ایالات متحده و سایر کشورهای سرمایه‌دار قدرتمند در ارتباط است (سلون[3]، ۱۹۹۱). بنابراین مپریالیسم فرهنگی را می‌توان به عنوان جزیی جدانشدنی از روندهای شناخته شده در راستای جهانی شدن در نظر گرفت. به واسطه‌ی امپریالیسم فرهنگی ارزش‌های فرهنگ‌های محلی از سوی ارزش‌های فرهنگی مسلط غربی (که با رزش‌های بنگاه‌های چند ملیتی پیوند دارند) تهدید شده و در نهایت جایگزین می‌شوند (وایت[4]، ۱۹۸۳).

با توجه به نظریه‌ی امپریالیسم فرهنگی، کشورهای غربی به علت تسلط بر فناوری ارتباطی و طلاعاتی مثل اینترنت و ماهواره ارزش‌ها و هنجارهای غربی را بر کشورهای دیگر تحمیل می‌کنند. بنابراین می‌توان از این نظریه استنباط کرد که استفاده از ماهواره و اینترنت باعث کاهش ارزش‌ها و هنجارهای محلی مثل خانواده و مذهب در کشور ایران شود.

نظریه‌ی پیوند اجتماعی هیرشی[5]: نظریه‌ی پیوند اجتماعی جزء نظریه‌ی کنترل اجتماعی است. نظریه‌ی کنترل درباره‌ی کنترل رفتار افراد و چگونگی ممانعت از کجرو شدن آن‌ها است. اساس نظریات کنترل اجتماعی بر فرایند اجتماعی شدن نابرابر افراد اشاره دارد. فرایند اجتماعی شدن، افراد را کنترل می کند و مانع از کجرو شدن افراد می‌شود، در نتیجه ناهم‌نوایی و رفتارهای انحرافی

---

1. Morgan
2. cultural impirialism theory
3. Salwen
4. White
5. Hirshchi's Social Bond Theory

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

در جامعه کاهش می‌یابد (والش و همنز[1]،۱۵۲:۲۰۰۸). فرض نظریه‌ی کنترل بر این است که جرم یک عمل غیر اخلاقی است که توسط خرده فرهنگ منحرف حمایت و هدایت می‌شود. در حقیقت رفتار مجرمانه در کنش متقابل با افراد، به‌خصوص در کنش متقابل گروه‌های همالان دیگر، آموخته می‌شود. خرده فرهنگ منحرف التزام و پایبندی را در فرد از بین می‌برد و فرد را از اجتماع و جامعه دور می‌کند(هیرشی،۱۳:۱۹۶۹). نظریه‌ی پیوند اجتماعی هیرشی دارای چهار عنصر پیوستگی، تعهد، مشغولیت و باور است. پیوستگی[2] به‌صورت پیوند احساسی افراد با دیگران مهم مثل خانواده، دوستان و بستگان نزدیک تعریف می‌شود. نبود پیوستگی با خانواده و همالان و ... با کجروی افراد و خطر ابتلا به بیماری‌های روانی در دراز مدت رابطه‌ی معنی دار دارد (رایدنور و همکاران[3]،۲۰۰۶: ۱۰۳۷). تعهد[4] به آرزوها افراد و انجام رفتارهایی برای رسیدن به دانشگاه و تحصیلات بالا، شغل با اعتبار و دارای درآمد بالا و داشتن احترام در جامعه اشاره دارد (جنسن[5]،۲۰۰۳: ۱۰). مشغولیت[6] به درجه‌ای از به‌کارگیری افراد در فعالیت های مرسوم جامعه برمی‌گردد (چوی و چان[7]، ۲۰۱۰: ۲۳۳۰). باور[8]، به قبول هنجارهای جامعه از سوی فرد بر می‌گردد. هرچه باور قوی‌تر باشد و پذیرش و اجرای هنجارها و ارزش‌ها بیش‌تر صورت گیرد کجروی کمتر می‌شود (بوث و همکاران[9]،۴۲۶:۲۰۰۸).

به‌طور کلی با استفاده از نظریه‌ی هیرشی می‌توان گفت که هرچه پیوند افراد با خانواده و نهادهای اجتماعی مثل مذهب بالا باشد فرد دچار کجروی کمتری می‌شود و از هنجارها و ارزش‌های جامعه تخطی نمی‌کند. می‌توان از این نظریه استنباط کرد که هرچه پیوند با خانواده و مذهب در افراد بالا باشد، افراد کمتر دچار کجروی فرهنگی می‌شوند.

در مجموع با تکیه بر چارچوب نظری و پیشینه‌ی پژوهش می‌توان فرضیه‌های زیر را طرح کرد:

1. Walch and Hemmens
2. Attachment
3. Ridenour and et al
4. commitment
5. Jensen
6. involvement
7. Chui and Chan
8. belief
9. Booth and et al

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

فرضیات اصلی

۱- میان استفاده از ماهواره و کجروی فرهنگی دانش‌آموزان رابطه‌ی مستقیم وجود دارد.

۲- میان استفاده از اینترنت و کجروی فرهنگی دانش‌آموزان رابطه‌ی مستقیم وجود دارد.

۳- میان پیوند با مذهب و کجروی فرهنگی دانش‌آموزان رابطه‌ی معکوس وجود دارد.

٤- میان پیوند با خانواده و کجروی فرهنگی دانش‌آموزان رابطه‌ی مستقیم وجود دارد.

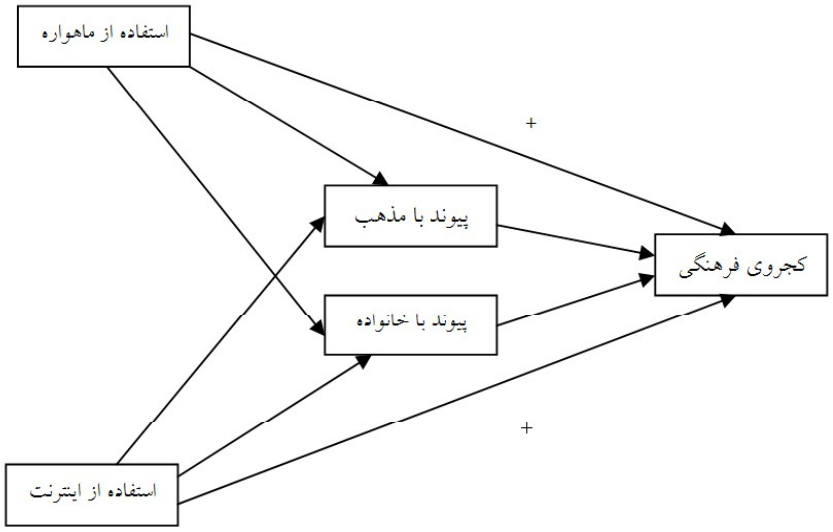
فرضیات فرعی

۱- میان استفاده از ماهواره و پیوند با مذهب دانش‌آموزان رابطه‌ی معکوس وجود دارد.

۲- میان استفاده از ماهواره و پیوند با خانواده‌ی دانش‌آموزان رابطه‌ی معکوس وجود دارد.

۳- میان استفاده از اینترنت و پیوند با مذهب دانش‌آموزان رابطه‌ی معکوس وجود دارد.

٤- میان استفاده از اینترنت و پیوند با خانواده‌ی دانش‌آموزان رابطه‌ی معکوس وجود دارد.



شکل شماره‌ی یک- مدل نظری تحقیق

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

روش تحقیق

روش تحقیق پژوهش حاضر پیمایشی، از نوع مقطعی و کاربردی و در سطح خرد است. از میان تکنیک‌های گردآوری اطلاعات از پر کاربردترین آن‌ها یعنی پرسش‌نامه‌ی خوداجرا استفاده شده است. جامعه‌ی آماری این تحقیق همه‌ی دانش آموزان دبیرستان‌های شهرستان فریدونکنار است که ۱۲۷۱ نفر می‌باشد. شیوه‌ی نمونه‌گیری تحقیق حاضر نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای است. بدین‌صورت که از میان ٤ دبیرستان دخترانه و ٤ دبیرستان پسرانه به تصادف دو دبیرستان دخترانه و دو دبیرستان پسرانه انتخاب شدند و از درون این مدارس (خوشه‌ها) بتدا کلاس‌ها و سپس افراد مورد نظر به تصادف انتخاب گشتند. در پژوهش حاضر، حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۰۰ نفر برآورد شده است. داده‌های تحقیق با نرم افزار اس پی اس اس[1] و آموس[2] تحلیل شدند. برای بررسی اعتبار و پایایی مقیاس به ترتیب از تحلیل عامل تأییدی و آلفای کرونباخ استفاده شده است.

تعریف نظری و عملیاتی مفاهیم

مصرف رسانه‌ای (رسانه‌های خارجی): تامپسون[3] و همکارانش (۱۹۹۹) معتقدند که رسانه‌های جمعی اشکالی از ارتباط هستند که پیام‌هایی را برای مخاطبین وسیعی طراحی می‌کنند. رسانه‌های جمعی برای حامیان خودشان فرصتی ایجاد می‌کنند تا مخاطبین خود را آموزش، سرگرم و جامعه‌پذیر کنند. هم‌چنین رسانه‌های جمعی ابزاری هستند که از آن برای ابلاغ پیام‌ها، بیان افکار و انتقال مفاهیم به دیگران استفاده می‌شود (ستوده، ۱۳۸٤:۵۸). رسانه‌های جمعی به تمام ابزارهای غیرشخصی ارتباط گفته می‌شود که به‌وسیله‌ی آن، پیام‌های دیداری و یا شنیداری به‌طور مستقیم به مخاطبان انتقال می‌یابند. برای عملیاتی کردن این متغیّر از دو بعد استفاده از ماهواره با ۸ سوال و استفاده از اینترنت با ۸ سوال استفاده شد.

برای بررسی مناسب بودن داده‌های تحقیق برای تحلیل عاملی از آزمون بارتلت[4] استفاده شد. ضریب آزمون بارتلت مقیاس استفاده از رسانه‌ها ۰/۸۱ است که درحدّ قابل قبول است. هم‌چنین با آزمون کرویلت بارتلت، خی دو برابر ۱٤۸۲/۵ محاسبه شد که معنی‌داری آن ۰/۰۰۰ بوده است.

---

1. Spss
2. Amos
3. Thompson
4. KMO

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

بنابراین آزمون تحلیل به عاملی در شناسایی ابعاد این مقیاس قابل استفاده است. مقدار ویژه‌ای که از تحلیل عاملی به‌دست آمده است بیان‌کننده‌ی این نکته است که در تحلیل این بعد با دو عامل مواجهیم مقادیر ویژه عوامل مذکور ۸/۹ هستند. هم‌چنین این عوامل مجموعاً حدود ٥١/٦ درصد از واریانس استفاده از رسانه را تبیین می‌کنند. چنان‌که در جدول شماره‌ی دو ملاحظه می‌شود گویه‌های گرد آمده ذیل دو عامل (پس از چرخش) بیش‌ترین واریانس را تبیین می‌کنند. طبق پیشینه‌ی تحقیق می‌توان عامل اول را استفاده از ماهواره و عامل دوم را استفاده از اینترنت نام‌گذاری کرد. این عوامل قوی‌ترین گویه‌ها را گرد آورده است. به شکلی که هیچ کدام از این گویه‌ها بر روی دو عامل بار عاملی مشترک ندارند. برای بررسی پایایی مقیاس استفاده از رسانه از آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفای ابعاد استفاده از ماهواره و اینترنت و رسانه‌ی کل به ترتیب ۰/۸۳، ۰/۸۸ و ۰/۸۵ است.

جدول شماره‌ی یک- ماتریس مقیاس استفاده از رسانه پس از چرخش واریماکس

ردیف	سوال	عامل ۱	عامل ۲
۱	روزانه چقدر از شبکه‌ی ماهواره‌ای برای آهنگ گوش دادن استفاده می‌کنید؟	۰/۸۳	
۲	روزانه چقدر از شبکه‌ی ماهواره‌ای برای تماشای فیلم‌های خانوادگی استفاده می‌کنید؟	۰/۷٥	
۳	روزانه چقدر از شبکه‌ی ماهواره‌ای برای تماشای فیلم های سینمایی استفاده می‌کنید؟	۰/٦۳	
٤	روزانه چقدر از شبکه‌ی ماهواره‌ای «پی ام سی» استفاده می‌کنید؟	۰/۷۹	
٥	روزانه چقدر از شبکه‌ی ماهواره‌ای «وو آ» استفاده می‌کنید؟	۰/٥۱	
٦	روزانه چقدر از شبکه‌ی ماهواره‌ای «من و تو» استفاده می‌کنید؟	۰/۷۸	
۷	روزانه چقدر از شبکه‌ی ماهواره‌ای «جم» استفاده می‌کنید؟	۰/٦۳	
۸	روزانه چقدر از شبکه‌ی ماهواره‌ای «فارسی ۱» استفاده می‌کنید؟	۰/٥٤	
۹	روزانه چقدر از اینترنت برای دانلود آهنگ استفاده می‌کنید؟		۰/٥٦
۱۰	روزانه چقدر از اینترنت برای دانلود فیلم استفاده می‌کنید؟		۰/٥٥
۱۱	روزانه چقدر از اینترنت برای کارهای علمی استفاده می‌کنید؟		۰/٥۹
۱۲	روزانه چقدر از اینترنت برای پیگیری اخبار استفاده می‌کنید؟		۰/۷۳
۱۳	روزانه چقدر از اینترنت برای حضور در شبکه‌های اجتماعی مجازی مثل فیس‌بوک استفاده می‌کنید؟		۰/٦۷
۱٤	روزانه چقدر از اینترنت دانلود کلیپ استفاده می‌کنید؟		۰/۷٥
۱٥	روزانه چقدر از اینترنت برای چت استفاده می‌کنید؟		۰/٥۷
۱٦	برای خودم سایت یا وبلاگ دارم		۰/٦٦
	مقدار ویژه	٥/٥	۳/٤
	درصد واریانس تبیین شده توسط هر عامل	۳۰/۱	۲۱/٥

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

پیوستگی: پیوستگی یکی از عناصر چهارگانه‌ی نظریه‌ی پیوند اجتماعی هیرشی است و به‌صورت وابستگی و پیوند احساسی فرد با افراد (خانواده) و نهادهای اجتماعی (مذهب) تعریف می‌شود. هرچه پیوستگی فرد بیش‌تر باشد احتمال ارتکاب اعمال منحرفانه او نیز کمتر می‌شود (جنسن[1]، ۲۰۰۳: ٦). برای عملیاتی کردن این متغیّر از دو بعد پیوند با خانواده با ۵ سوال و پیوند با مذهب با ۸ سوال استفاده شد. ضریب آزمون بارتلت مقیاس پیوستگی ۰/۷۹ است که درحدّ قابل قبول است. هم‌چنین با آزمون کرویلت بارتلت، خی دو برابر ۱۳۹۷/۷ محاسبه شد که معنی‌داری آن ۰/۰۰۰ بوده است. بنابراین آزمون تحلیل عاملی در شناسایی ابعاد این مقیاس قابل استفاده است. مقدار ویژه‌ای که از تحلیل عاملی به‌دست آمده است بیان‌کننده‌ی این نکته است که در تحلیل این بعد با ۲ عامل مواجهیم مقادیر ویژه عوامل مذکور ۹/۱ هستند. هم‌چنین این عوامل مجموعاً حدود ۵۳/۱ درصد از واریانس استفاده از رسانه را تبیین می‌کنند. چنان‌که در جدول شماره‌ی دو ملاحظه می‌شود گویه‌های گرد آمده ذیل دو عامل (پس از چرخش) بیش‌ترین واریانس را تبیین می‌کنند. طبق پیشینه‌ی تحقیق می‌توان عامل اول را پیوستگی با مذهب و عامل دوم را پیوستگی با خانواده نام‌گذاری کرد. این عوامل قوی‌ترین گویه‌ها را گرد آورده است؛ به شکلی که هیچ‌کدام از این گویه‌ها بر روی دو عامل بار عاملی مشترک ندارند. برای بررسی پایایی مقیاس پیوستگی از آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفای پیوستگی با مذهب و خانواده و پیوستگی کل به ترتیب ۰/۷٤، ۰/٦۸و ۰/۷۰ است.

[1] - Jensen

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

جدول شماره دو- ماتریس مقیاس پیوستگی پس از چرخش واریماکس

ردیف	گویه	عامل۱	عامل۲
۱	وقتی نیاز دارم، خانواده‌ام به حرف‌هایم گوش می‌دهند.		۰/٦٧
۲	وقتی مشکلی دارم، خانواده‌ام به من کمک می‌کنند.		۰/۷۱
۳	من می‌توانم از احساسات و افکارم با خانواده‌ام صحبت کنم		۰/۷٦
٤	خانواده‌ام مرا درک می‌کنند.		۰/۷۷
٥	از کنار خانواده بودن، لذت می‌برم.		۰/٦٥
٦	چقدر به خدا اعتقاد دارید؟		۰/٥٥
۷	تا چه اندازه به بهشت و جهنم اعتقاد دارید؟	۰/۸۱	
۸	تا چه اندازه معتقد به زندگی پس از مرگ هستید؟	۰/۷۹	
۹	من احساس توبه را تجربه کرده‌ام.	۰/۷۹	
۱۰	دست دادن به نامحرم به دینداری افراد لطمه می‌زند.	۰/٦٦	
۱۱	من مقید به خواندن نمازهای پنج‌گانه هستم.	۰/۷۰	
۱۲	من قرآن می‌خوانم.	۰/۷۰	
۱۳	در ماه رمضان اگر عذر شرعی نداشته باشم، روزه می‌گیرم.	۰/٥۹	
	مقدار ویژه	٥/۱۲	۳/۸۹
	درصد واریانس تبیین شده توسط هر عامل	۳۲/٤	۲۰/۷

کجروی فرهنگی: منظور از کجروی‌های فرهنگی، رفتارهایی است که بر اساس معیارهای اخلاقی و نظام هنجاری سنتی اسلامی و هنجارهای رسمی غالب ناپسند وگاه جرم به‌حساب می‌آیند. این متغیّر داری دو بعد ذهنی و عینی است؛ به این معنی که افراد دارای نگرش مثبت به این نوع رفتارها کجرو ذهنی و افرادی که عملاً مرتکب چنین رفتاری شده‌اند، کجرو عینی به حساب می‌آیند (سراج‌زاده و بابایی، ۱۳۸۹). برای عملیاتی کردن این متغیّر از دو بعد کجروی فرهنگی ذهنی با ٦ سؤال و کجروی فرهنگی عینی با ٦ سؤال استفاده شد. ضریب آزمون بارتلت کجروی فرهنگی ۰/۸٥ است که درحدّ قابل قبول است. هم‌چنین با آزمون کرویلت بارتلت، خی دو برابر ۱۷۲٤/۳ محاسبه شد که معنی‌داری آن ۰/۰۰۰ بوده است. بنابراین آزمون تحلیل عاملی در شناسایی ابعاد این مقیاس قابل استفاده است. مقدار ویژه‌ای که از تحلیل عاملی به‌دست آمده است بیان‌کننده‌ی این نکته است که در تحلیل این بعد با ۲ عامل مواجهیم مقادیر ویژه عوامل مذکور ۱۰/۱ هستند. هم‌چنین این عوامل مجموعاً حدود ٦۱/۹ درصد از واریانس کجروی فرهنگی را تبیین می‌کنند. چنان‌که در جدول شماره‌ی سه ملاحظه می‌شود گویه‌های گرد آمده ذیل دو عامل (پس از چرخش) بیش‌ترین واریانس را تبیین می‌کنند. این عوامل به عنوان عوامل اصلی در مقیاس

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

مربوط انتخاب شد. طبق پیشینه‌ی تحقیق می‌توان عامل اول را کجروی ذهنی فرهنگی و عامل دوم را کجروی عینی فرهنگی نام‌گذاری کرد. این عوامل قوی‌ترین گویه‌ها را گرد آورده است؛ به شکلی که هیچ‌کدام از این گویه‌ها بر روی دو عامل بار عاملی مشترک ندارند. برای بررسی پایایی مقیاس کجروی فرهنگی از آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفای ابعاد استفاده از کجروی ذهنی، عینی و کجروی فرهنگی کل به ترتیب ۰/۷٤، ۰/٦۹ و ۰/۷۱ است.

جدول شماره‌ی سه- ماتریس مقیاس کجروی فرهنگی پس از چرخش واریماکس

ردیف	سوال	عامل ۱	عامل ۲
۱	علاقه‌ی زیادی به جراحی زیبایی دارم	۰/۷٤	
۲	مایلم از جنس مخالف نیز دوستی داشته باشم.	۰/٦۸	
۳	من به مدل‌ها و مدهای غربی علاقه دارم.	۰/۸۱	
٤	معتقدم بی‌حجابی و پوشش نامناسب عمل ناشایست و جرم می باشد.	۰/۵۲	
۵	دوستی و رابطه‌ی دختر و پسر بدون اطلاع والدین خلاف فرهنگ اسلامی و ایرانی است.	۰/۵٤	
٦	به نظرم اشکالی ندارد که افراد در پارتی‌های مختلط شرکت کنند.	۰/۸۷	
۷	در انتخاب مدل لباس خود از ماهواره و سایت‌های مدل کمک می‌گیرم.		۰/٦۲
۸	برای پیرایش سر و صورت از مدل‌های ماهواره‌ای و سایت‌های مدل استفاده می‌کنم.		۰/۵۷
۹	اعضای خانواده به نوع پوشش اعتراض می‌کنند.		۰/٦۳
۱۰	به علت نوع پوشش چندبار از مدرسه تذکر گرفته‌ام.		۰/۷۲
۱۱	برخی اوقات موسیقی غیرمجاز گوش می‌دهم.		۰/۷۹
۱۲	گاهی فیلم یا عکس غیراخلاقی نگاه می‌کنم.		۰/۵۵
	مقدار ویژه	٦/۲	۳/۹
	درصد واریانس تبیین شده توسط هر عامل	۳۷/۳	۲٤/٦

یافته‌های پژوهش

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که ۵۵/۳ درصد افراد دختر و ٤٤/۷ درصد آن‌ها پسر، محل سکونت ۷۳ درصد افراد در شهر و ۲۷ درصد آن‌ها در روستا و میانگین سنی پاسخ‌گویان ۱٦۷۲ است. داده‌های تحقیق بیان‌کننده‌ی آن است که افراد پایه‌ی اول با ٤۳ درصد دارای بیش‌ترین فراوانی هستند و بعد از آن‌ها افراد سوم و دوم به ترتیب با ۳۵/۷ و ۲۱/۳ قرار دارند. هم‌چنین

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

معدل ۱۵ و کمتر از آن با ۲۵/۳ درصد دارای بیش‌ترین فراوانی هستند و بعد از معدل بیش‌تر از ۱۹ با ۱۸/۷ درصد قرار دارند. میانگین معدل پاسخ‌گویان ۱٦/۹۰ است.

جدول شماره‌ی چهار- توزیع درصدی میزان استفاده از رسانه پاسخ‌گویان را نشان می‌دهد. نتایج این جدول نشان می‌دهد که ۱۵/۳ درصد پاسخ‌گویان در حدّ کم، ٥٦ درصد در حد متوسط و ۲۸/۷ درصد آن‌ها در حد زیاد ماهواره استفاده می‌کنند. هم‌چنین استفاده از اینترنت ۵/۳ درصد آن‌ها در حدّ کم، ۵۳/۷ درصد در حد متوسط و ٤۱ درصد آن‌ها در حدّ زیاد اینترنت استفاده می‌کنند. به‌طور کلی میزان استفاده از رسانه ۱۰/۸ درصد از پاسخ‌گویان در حدّ کم، ۵۵ درصد در حد متوسط و ۳٤/۲ درصد در حد زیاد است.

جدول شماره‌ی چهار- توزیع پاسخ‌گویان بر حسب میزان استفاده از رسانه

میزان	استفاده از ماهواره		استفاده از اینترنت		استفاده از رسانه	
	میزان	درصد	میزان	درصد	میزان	درصد
کم	٤٦	۱۵/۳	۱٦	۵/۳	۳۳	۱۰/۸
متوسط	۱٦۸	۵٦	۱٦۱	۵۳/۷	۱٦۵	۵۵
زیاد	۸٦	۲۸/۷	۱۲۳	٤۱	۱۰۲	۳٤/۲
جمع	۳۰۰	۱۰۰	۳۰۰	۱۰۰	۳۰۰	۱۰۰

جدول شماره‌ی پنج- توزیع درصدی میزان رفتارهای بهنجار پاسخ‌گویان را نشان می‌دهد. نتایج این جدول نشان می‌دهد که میزان پیوند با مذهب ۷/۷ درصد پاسخ‌گویان در حد کم، ٤٤/٦ درصد در حد متوسط و ٤۷/۷ درصد آن‌ها در حد زیاد قرار دارد. هم‌چنین ۲٤/۳ درصد پاسخ‌گویان در حد کم، ٤۳ درصد در حد متوسط و ۳۲/۷ درصد آن‌ها در حد زیاد دارای پیوند با خانواده هستند. هم‌چنین اطلاعات جدول ۵ حاکی از آن است که ۳/۳ درصد پاسخ‌گویان در حد کم، ٦۵/۷ درصد در حد متوسط و ۳۱ درصد آن‌ها در حد زیاد دارای پیوستگی هستند.

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

جدول شماره‌ی پنج- توزیع پاسخ‌گویان بر حسب میزان پیوستگی

میزان	پیوند با مذهب		پیوند با خانواده		پیوستگی	
	میزان	درصد	میزان	درصد	میزان	درصد
کم	۲۳	۷/۷	۷۳	۲٤/۳	۱۰	۳/۳
متوسط	۱۳٤	٤٤/٦	۱۲۹	٤۳	۱۹۷	٦٥/۷
زیاد	۱٤۳	٤۷/۷	۹۸	۳۲/۷	۹۳	۳۱
جمع	۳۰۰	۱۰۰	۳۰۰	۱۰۰	۳۰۰	۱۰۰

جدول شماره‌ی شش- توزیع درصدی میزان کجروی فرهنگی پاسخ‌گویان را نشان می‌دهد. نتایج این جدول نشان می‌دهد که ۲۰/۷ درصد پاسخ‌گویان در حد کم، ۵۷/۷ درصد در حد متوسط و ۲۱/٦ درصد آن‌ها در حد زیاد دارای کجروی ذهنی فرهنگی هستند. کجروی عینی فرهنگی ۳۹/۷ درصد پاسخ‌گویان در حد کم، ٤٥/۳ درصد در حد متوسط و ۱۵ درصد آن‌ها در حد زیاد ست. هم‌چنین اطلاعات جدول ۵ حاکی از آن که ٤۲/۷ درصد پاسخ‌گویان در حد کم، ٤٦ درصد در حد متوسط و ۱۱/۳ درصد آن‌ها در حد زیاد دارای کجروی فرهنگی هستند.

جدول شماره‌ی شش- توزیع پاسخ‌گویان بر حسب میزان کجروی فرهنگی

میزان	کجروی ذهنی فرهنگی		کجروی عینی فرهنگی		کجروی فرهنگی	
	میزان	درصد	میزان	درصد	میزان	درصد
کم	٦۲	۲۰/۷	۱۱۹	۳۹/۷	۱۲۸	٤۲/۷
متوسط	۱۷۳	۵۷/۷	۱۳٦	٤٥/۳	۱۳۸	٤٦
زیاد	٦٥	۲۱/٦	٤٥	۱۵	۳٤	۱۱/۳
جمع	۳۰۰	۱۰۰	۳۰۰	۱۰۰	۳۰۰	۱۰۰

برای بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر کجروی فرهنگی و ابعاد آن از رگرسیون چندگانه استفاده شد. اطلاعات مندرج در جدول شماره‌ی هفت نشان می‌دهد هم‌بستگی چندگانه معادل ٦٦ درصد محاسبه شده که گویای این مطلب است که متغیّرهای استفاده از ماهواره و اینترنت و پیوند با خانواده و مذهب به طور هم‌زمان ٦٦ درصد با کجروی فرهنگی ارتباط دارند. ضریب تعیین نیز ٤٤ درصد محاسبه شده است. به این معنی که حدود ٤٤ درصد از تغییرات کجروی فرهنگی توسط ٤ متغیّر استفاده از ماهواره و اینترنت و پیوند با خانواده و مذهب توضیح داده می‌شود. ضرایب

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

تأثیر استاندارد موجود در جدول ۷ نشان می‌دهد که قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های متغیّر کجروی فرهنگی به ترتیب متغیّرهای: استفاده از ماهواره (بتا=۰/۳۶)، استفاده از اینترنت (بتا=۰/۲۳)، پیوند با خانواده (بتا=۰/۲۲-) و پیوند با مذهب (بتا=۰/۱۹-) هستند.

هم‌چنین هم‌بستگی چندگانه معادل ۶۰ درصد محاسبه شده که گویای این مطلب است که متغیرهای استفاده از ماهواره و اینترنت و پیوند با خانواده و مذهب به‌طور هم‌زمان ۶۰ درصد با کجروی ذهنی فرهنگی ارتباط دارند. ضریب تعیین نیز ۳۶ درصد محاسبه شده است. به این معنی که حدود ۳۶ درصد از تغییرات کجروی ذهنی فرهنگی توسط ٤ متغیر استفاده از ماهواره و اینترنت و پیوند با خانواده و مذهب توضیح داده می‌شود. ضرایب تأثیر استاندارد موجود در جدول شماره‌ی هفت نشان می‌دهد که قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های متغیّر کجروی ذهنی فرهنگی به ترتیب متغیّرهای، استفاده از ماهواره (بتا=۰/۳۱)، پیوند با مذهب (بتا=۰/۲۲-)، پیوند با خانواده (بتا=۰/۲۱-) و استفاده از اینترنت (بتا=۰/۲۰) هستند.

علاوه بر این اطلاعات جدول شماره‌ی هفت نشان می‌دهد که هم‌بستگی چندگانه معادل ۶۲ درصد است که گویای این مطلب است که متغیرهای استفاده از ماهواره و اینترنت و پیوند با خانواده و مذهب به‌طور هم‌زمان ۶۲ درصد با کجروی عینی فرهنگی ارتباط دارند. ضریب تعیین نیز ۳۹ درصد محاسبه شده است. به این معنی که حدود ۳۹ درصد از تغییرات کجروی عینی فرهنگی توسط چهار متغیّر استفاده از ماهواره و اینترنت و پیوند با خانواده و مذهب توضیح داده می‌شود. ضرایب تأثیر استاندارد موجود در جدول شماره‌ی هفت نشان می‌دهد که قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های متغیّر کجروی عینی فرهنگی به ترتیب متغیّرهای، استفاده از ماهواره (بتا=۰/۳۶)، پیوند با مذهب (بتا=۰/۲۱-)، استفاده از اینترنت (بتا=۰/۲۰) و پیوند با خانواده (بتا=۰/۱۵-) هستند.

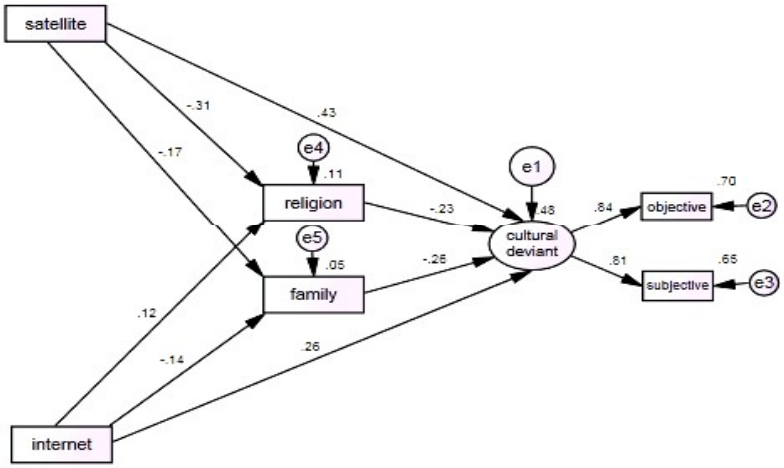
[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

جدول شماره‌ی هفت- آماره‌های تحلیل رگرسیون چندگانه برای تبیین کجروی فرهنگی و ابعاد آن

ابعاد متغیّر وابسته	ابعاد متغیّر مستقل	B	Beta	T	Sig	R	R^2	F	Sig
کجروی ذهنی فرهنگی	استفاده از ماهواره	۰/۲۲	۰/۳۱	۵/۷۸	۰/۰۰۰				
	استفاده از اینترنت	۰/۱۱	۰/۲۰	٤/۰۵	۰/۰۰۰	۰/٦۰	۰/۳٦	٤۲/۷	۰/۰۰۰
	پیوند با مذهب	-۰/۲۰	-۰/۲۱	-٤/۲۸	۰/۰۰۰				
	پیوند با خانواده	-۰/۳۱	-۰/۲۲	-٤/۳٦	۰/۰۰۰				
کجروی عینی فرهنگی	استفاده از ماهواره	۰/۲٦	۰/۳٦	٦/۹۹	۰/۰۰۰				
	استفاده از اینترنت	۰/۱۰	۰/۲۰	٤/۰۳	۰/۰۰۰	۰/٦۲	۰/۳۹	٤۷/۵	۰/۰۰۰
	پیوند با مذهب	-۰/۱۵	-۰/۱۵	-۳/۲٤	۰/۰۰۰				
	پیوند با خانواده	-۰/۳۱	-۰/۲۱	-٤/٤۳	۰/۰۰۰				
کجروی فرهنگی	استفاده از ماهواره	۰/٤۹	۰/۳٦	۷/۳۱	۰/۰۰۰				
	استفاده از اینترنت	۰/۲۳	۰/۲۳	٤/٦۳	۰/۰۰۰	۰/٦٦	۰/٤٤	٦۰/۱	۰/۰۰۰
	پیوند با مذهب	-۰/۳٦	-۰/۱۹	-٤/۳۱	۰/۰۰۰				
	پیوند با خانواده	-۰/٦۲	-۰/۲۲	-۵/۰٤	۰/۰۰۰				

در ادامه، مدل معادله‌ی ساختاری پژوهش حاضر ترسیم شده است. مدل با استفاده از نرم‌افزار آموس رسم شده و ملاحظه می‌شود که متغیّر پنهان وابسته، یعنی کجروی فرهنگی، از دو بعد کجروی فرهنگی ذهنی و عینی تشکیل شده است. ضریب استاندارد شده چهار بعد از متغیّرهای مستقل با متغیّر وابسته (کجروی فرهنگی) در شکل شماره‌ی دو نشان داده می‌شود. متغیّرهای استفاده از ماهواره ۰/٤۳ (مقدار تی=۷/۷٤)، استفاده از اینترنت ۰/۲٦، (مقدار تی=۵/۰۲) پیوند با خانواده ۰/۲٦- (مقدار تی=٤/۹۹-) و پیوند با مذهب ۰/۲۳- (مقدار تی=٤/۲۳-) بر متغیّر کجروی فرهنگی تأثیر مستقیم و معناداری دارند (تایید فرضیه‌های اصلی ۱،۲، ۳ و ٤). متغیّرهای استفاده از ماهواره و اینترنت به ترتیب ۰/۱۰ و ۰/۰۳ بر کجروی فرهنگی تأثیر غیرمستقیم دارند. هم‌چنین نتایج مدل شماره‌ی دو نشان می‌دهد که متغیّر استفاده از ماهواره بر پیوند با مذهب (۰/۳۱-) و پیوند با خانواده (۰/۱۷-) تأثیر دارند و این تأثیر با توجه به نمره‌ی تی آنها (به ترتیب ۵/٦۰- و ۲/۹۳-) معنادار است (تأیید فرضیات فرعی ۱ و ۲). متغیّر استفاده از اینترنت بر پیوند با مذهب (۰/۱۲) و پیوند با خانواده (۰/۱٤-) تأثیر دارند و این تأثیر با توجه به نمره‌ی تی آن‌ها (به ترتیب ۲/۲۰ و ۲/۵۳-) معنادار است (رد فرضیه فرعی ۳ و تأیید فرضیه‌ی فرعی ٤).

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]



شکل شماره‌ی دو- مدل معادله‌ی ساختاری

در جدول شماره‌ی هشت، تعدادی از مهم ترین معیارهای برازش و تفسیر آن ها و مقدارش در مدل مفروض آمده است. به‌طور کلی می‌توان گفت که عمده شاخص‌های برازش مدل قابل قبول هستند. بنابراین مدل ترسیم شده، مدلی است که می‌تواند داده‌های ما را با مدل نظری تطبیق دهد. به‌عبارت دیگر، مدل ما نشان می‌دهد که داده‌های تجربی ما می‌تواند تا حدودی با نظریه‌ها پوشش داده شوند.

جدول شماره‌ی هشت- شاخص‌های نیکویی برازش مدل

نام شاخص	مقدار شاخص در مدل	مقدار استاندارد	نتیجه
کای اسکوئر نسبی	۲/٦	میان ۱ تا ۵ (مقدار کمتر از ۱ نشان دهنده‌ی ضعف برازش و مقدار بیش‌تر از ۳ منعکس کننده‌ی نیازمند بهبود)	قابل قبول
نیکویی برازش[1]	۰/۹٤	۰ (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل)	قابل قبول
نیکویی برازش اصلاح شده[2]	۰/۹۰	۰ (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل)	قابل قبول
ریشه‌ی میانگین مربعات خطای برآورد[3]	۰/۰۸	کمتر از ۰/۱	قابل قبول
شاخص برازش هنجار شده[4]	۰/۸۷	۰ (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل)	قابل قبول
شاخص برازش تطبیقی مقتصد[5]	۰/۸۸	۰ (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل)	قابل قبول

[1] .GFI
[2] . AGFI
[3] . RMSEA
[4] . NFI
[5] . CFI

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر کجروی فرهنگی انجام شد. برای بررسی دقیق‌تر ارتباط نظری میان این دو متغیّر از نظریاتی مثل نظریات، کاشت، پیوند اجتماعی و امپریالیسم فرهنگی استفاده شده است. برای سنجش دقیق‌تر این دو متغیّر ابعاد مختلفی برای آنها در نظر گرفتیم تا چهارچوب مفهومی آن‌ها را به‌طور کامل پوشش دهد. برای کجروی فرهنگی از دو بعد عینی (رفتار) و ذهنی (نگرش) و برای استفاده از رسانه‌ها از دو بعد استفاده از ماهواره و اینترنت و برای متغیّر پیوستگی از دو بعد پیوند با مذهب و خانواده استفاده شد.

نتایج تحقیق بیان‌کننده‌ی آن است کهمیان استفاده از ماهواره و اینترنت و کجروی فرهنگی رابطه‌ی مستقیم و معنادار وجود دارد (تأیید فرضیه‌ی اصلی یک و دو). نظریه‌ی کاشت اثر اصلی رسانه را جامعه‌پذیری یعنی اشاعه‌ی ثبات و پذیرش وضعیت موجود می‌داند؛ هم‌چنین به زعم این نظریه، رسانه تغییرات را به تنهایی به حداقل نمی‌رساند؛ بلکه این امر با هماهنگی دیگر نهادهای عمده‌ی فرهنگی محقق می‌شود. این نظریه معتقد است که رسانه در بلندمدت موجب تأثیر در جهان‌بینی و نظام ارزشی بینندگان پرمصرف خود می‌شود و به آن‌ها نگرش تلویزیونی واحد درباره‌ی واقعیات می‌بخشد. با توجه به این‌که ارزش های مسلط در رسانه‌هایی مثل ماهواره و اینترنت ارزش‌های غربی است، انتظار می‌رود که افراد با استفاده‌ی بیش‌تر از ماهواره و اینترنت تمایل بیش‌تر به ارزش‌های غربی داشته باشند و در نتیجه با هنجار و ارزش‌های موجود در فرهنگ خود بیگانه شوند و دچار کجروی فرهنگی گردند. یافته‌های تحقیق حاضر، مدعیات نظریه‌ی کاشت را تأیید می‌کند. نتایج تحقیق حاضر در راستای تحقیقات پیشین مثل آقابگلو و همکاران (۱۳۹۲)، شهابی (۱۳۸٦) و پیلکینگتون و همکاران (۲۰۰۲) است.

هم‌چنین یافته‌های پژوهش حاکی از رابطه معکوس و معنادار میان پیوند با مذهب و خانواده و کجروی فرهنگیاست (تأیید فرضیه‌ی اصلی سه و چهار). پیوستگی اولین عنصر از عناصر پیوند جتماعی هیرشی است و به‌صورت پیوند احساسی افراد با دیگران مهم مثل خانواده، دوستان و بستگان نزدیک تعریف می‌شود. همان‌گونه که هیرشی بیان می‌دارد توسعه‌ی پیوند اجتماعیِ قوی با جامعه این امر را می‌رساند که افراد هنجارهای اجتماعی و فرهنگی جامعه را درونی کرده‌اند. آن‌هایی که پیوندهای قوی‌ای با جامعه دارند کم‌تر متمایل به انحراف از هنجارهای جامعه هستند؛ زیرا آن‌ها هنجارهای جامعه را درونی کرده و مورد قبول قرار داده‌اند. سایرینی که دارای پیوندهای ضعیف با جامعه هستند بیش‌تر متمایل به انحراف از هنجارهای جامعه هستند؛ زیرا آن‌ها

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

هنجارهای فرهنگی و اجتماعی جامعه را درونی نکرده‌اند. نتایج تحقیق حاضر در راستای تحقیقات پیشین مثل شمس و همکاران (۱۳۹۲)، سراج‌زاده و بابایی (۱۳۸۸) و سراج‌زاده (۱۳۸۳) است.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که میان استفاده از ماهواره و پیوستگی با مذهب و خانواده رابطه‌ی معکوس و معنادار وجود دارد (تأیید فرضیه‌ی فرعی یک و دو). هم‌چنین میان استفاده از اینترنت و پیوستگی با خانواده رابطه معکوس و معنادار (تأیید فرضیه‌ی فرعی چهار) وجود دارد. امپریالیسم فرهنگی را می‌توان به‌عنوان جزیی جدانشدنی از روندهای شناخته‌شده در زمینه‌ی جهانی‌شدن در نظر گرفت. به‌واسطه‌ی مپریالیسم فرهنگی ارزش‌های فرهنگ‌های محلی از سوی ارزش‌های فرهنگی مسلط غربی (که با ارزش‌های بنگاه‌های چند ملیتی پیوند دارند) تهدید شده و در نهایت جایگزین می‌شوند. در زمینه‌ی نظریه‌ی امپریالیسم فرهنگی نتایج تحقیق حاضر هم نشان می‌دهند که با استفاده‌ی بیش‌تر از ماهواره و اینترنت ارزش‌های محلی افراد مثل پیوند با خانواده و مذهب کاهش می‌یابد. نتایج تحقیق حاضر در راستای تحقیقات پیشین مثل قاسمی و همکاران (۱۳۹۲) و آقابگلو و همکاران (۱۳۹۲) است. لازم به ذکر است که میان استفاده از اینترنت و پیوستگی با مذهب رابطه‌ی معکوس و معنادار یافت نشد و به‌همین علت فرضیه‌ی فرعی سه مورد تأیید قرار نگرفت.

یکی از مراحل بسیار ضروری پایان هر پژوهشی، ارائه‌ی پیشنهادها و راهکارها برای پژوهش‌های آتی و هم‌چنین سازمان‌های مربوطه است. از آن‌جا که بیش‌تر اعتقاد بر این است که کارهای علمی باید مکمّل هم‌دیگر باشند، اغلب پیشنهادهایی که در این قسمت مطرح می‌شود، حاصل تجربیات محقق در فرایند پژوهش است:

- از نظر کارشناسان، در عصر اطلاعات، ما نمی‌توانیم جلوی نفوذ رسانه‌های خارجی و رسوخ آموزه‌ها و هنجارهای غیرخودی را به درون جامعه و کانون خانواده‌های‌مان سد کنیم. اما می‌توانیم در پرتو ارائه‌ی مبانی هنجاری خود در رسانه‌ی ملی مقابله با شبیخون فرهنگی بیگانه بپردازیم. به‌عنوان مثال می‌توانیم با ایجاد شبکه‌هایی مخصوص نمایش لباس و مد و ارائه‌ی الگوهای ایرانی- اسلامی و با نظارت اهل فن، بخش عمده‌ای از تأثیر منفی (صرف‌نظر از آثار و برنامه‌های مثبت این فناوری) برخی از شبکه‌های ماهواره‌ای و اجتماعی مجازی را تعدیل کنیم. وقتی نوجوانان وجوانان بدانند برنامه‌های مورد علاقه‌ی خود را با کیفیت عالی و متنوع می‌توانند در شبکه‌های تلویزیون ملی تماشا کنند یقیناً عده‌ی بینندگان شبکه‌های ماهواره‌ای و استفاده‌کنندگان شبکه‌های اجتماعی مجازی غربی هم‌چون فیس‌بوک به حداقل ممکن خواهد رسید و جوانان

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

ایرانی به جای آن‌که مصرف‌کننده این شبکه‌های بیگانه باشند، به شهروندان فرهیخته و با سواد رسانه‌ای بالا در چارچوب مرزهای ملی کشورمان تبدیل می‌شوند.

- به جای اقدامات قهری باید برنامه‌ای برای ارتقای فرهنگی داشت. آموزش‌های لازم به نوجوانان از طریق رسانه‌ی ملی، خانواده و نهادهای آموزشی، نقش سازنده‌ای در افزایش مهارت جوانان و کاهش آسیب‌های ناشی از رسانه‌های خارجی در برخواهد داشت.

- والدین باید با نوجوانان خود درباره‌ی استفاده‌ی آنان از اینترنت و شبکه‌های ماهواره‌ای و مسائل خاصی که کودکان امروز در زمینه‌ی رسانه‌های خارجی با آن‌ها رو به رو هستند، به گفتگو بنشینند. هم‌چنین والدین باید بکوشند از فناوری‌هایی که کودکان به‌کار می‌برند، آگاه شوند و شکاف مهارتی میان خود و کودکان‌شان را پر کنند.

- افزایش سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی و سواد اینترنتی نوجوانان، جوانان و خانواده‌ها در برخورد با محتوا و مطالب اینترنت و شبکه‌های ماهواره‌ای.

- رقابت در عرصه‌ی رسانه باعث کشش و گرایش مخاطب به رسانه می‌شود، چنان‌که صدا و سیما فرهنگ رسانه‌های برون مرزی را مغایر با اصول جامعه می‌داند؛ باید به تولید فرهنگ در برنامه‌های خود بپردازد، طبیعتاً زمانی که این تولید وجود ندارد تهاجم فرهنگ این رسانه‌ها روز به روز فزایش پیدا خواهد کرد. در واقع، برنامه‌سازان فرهنگی و هنری و سازمان‌هایی مانند صدا و سیما باید در بخش غنی‌سازی و سالم‌سازی فرهنگ، جامعه و خانواده سرمایه‌گذاری کنند. در مقابل تهاجم فرهنگی باید فعالیت، برنامه‌سازی، تفریحات سالم و امکانات کافی برای جوانان ایجاد شود.

- فضاهای اجتماعی جوانان دختر و پسر باید به گونه‌ای فراهم شود که آن‌ها بتوانند به راحتی ارتباطات مناسب اجتماعی را بر ساس هنجارهای دینی و اجتماعی به منصه‌ی ظهور برسانند و از این رو بایسته است با تمهید فضای ارتباطی مناسب در دوره‌های مختلف رشد جوانان، آن‌ها صورت اجتماعی و فرهنگی و بر اساس آن‌چه که نظام اجتماعی به آنان انتقال می‌دهد، رفتارهای خود را از جمله در حوزه‌ی مدیریت و تصوّر بدن انجام دهند. هم‌چنین با توجه به این‌که مفهوم مدیریت بدن و تصوّر بدن به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیر هویت شخصی افراد شده است، پیشنهاد می‌شود مقوله‌های مربوط به مدیریت و تصوّر بدن به گونه‌ای در متون و محتواهای آموزشی مربوط در سطوح دبیرستان و دانشگاه گنجانیده شود تا نوع رفتار متناسب با هنجارها و ارزش‌های فرهنگی جامعه تجلی یابد، تا از این طریق بتوان تأثیرات رسانه‌ها و الگوهای بیگانه را در حدّ ممکن محدود کرد. از سوی دیگر، با آگاهی‌بخشی به نوجوانان و جوانان می‌توان آن‌ها را از نتایج

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

خطرناکی که توجه بیش از حد به بدن می‌تواند برای خودشان و جامعه در ابعاد آسیب‌ها و مسائل جتماعی داشته باشد برحذر داشت. علاوه بر این، باید سعی کرد تا معانی مفاهیمی، هم‌چون زیبایی، موزون بودن و مانند آن‌ها را که اکنون با جراحی زیبایی و تناسب اندام و مانند آن مرتبط شده‌اند، جدا کرده بار دیگر آن‌ها را با مفاهیمی چون وقار، پوشش و غیره مرتبط ساخت.

– به‌نظر می‌رسد که اگر بخواهیم گرایش‌های مخالف پوشش و حجاب (که نوعی کجروی فرهنگی محسوب می‌شود) را کاهش داده، تمایل به حجاب را در میان نوجوانان دختر ایرانی تقویت کنیم، لازم است که کار فرهنگی مستمر انجام داده و مفاهیمی دیگر را که برگرفته از فرهنگ ملی و دینی ماست، به‌طور ظریف در جامعه گسترش دهیم. چنین به‌نظر می‌رسد که عرفان اسلامی در این میان می‌تواند سهم زیادی را بر عهده گیرد. هم‌چنین با استفاده از موسیقی سنتی و اشاعه‌ی آن در میان جوانان در مقابل موسیقی‌های جدید که عمدتاً به‌شدّت تحریک‌آمیز، خشونت‌گرا و هم‌چنین مشوّق رفتارهای خلاف عرف و ارزش‌های ملی و مذهبی هستند، می‌توان تا حدودی نیازهای جوانان را به موسیقی کاهش داد؛ ضمن آن‌که بر محتوای این نوع موسیقی‌ها نیز می‌توان کنترل بیش‌تری داشت.

– ترویج و ارائه‌ی پوشش مورد نظر جوانان متناسب با فرهنگ و عرف جامعه در قالب نمایشگاه‌های لباس و غیره.

– احیای سنن اصیل و ارزشمند گذشته و آشنا ساختن جوانان با مفاخر پیشین و تشویق و ترغیب جوانان که برای رسیدن به این هدف، صدا و سیما می‌تواند به‌صورت هماهنگ با ساخت فیلم‌ها و سریال‌های تاریخی از پیشینه ارزشمند و شعورمان، حس و خُلق دوستی و علاقه به گذشته را در جوانان برانگیزند.

– خلاقیت و ارائه‌ی نوآوری و الگوسازی برای مدهای جوانان در سریال‌ها و برنامه‌های صدا و سیما.

– ایجاد مؤسسات تولید مُد با استفاده از کارشناسان، استادان و متخصصان جامعه‌شناسی، روانشناسی و طراحان، متناسب با شرایط فرهنگی و اجتماعی جامعه.

– استفاده از شخصیت‌های محبوب در فیلم‌ها و سریال‌های سیما برای ارائه‌ی مطلوب مُدهای مورد قبول جامعه به جوانان.

– تقویت بخش‌های تحقیقات و پژوهش در صدا وسیما برای بررسی راهکارهای ارائه مُدهای مطلوب جوانان.

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

- ارائه ارزش‌های ملی، معنوی و بومی به جوانان از طریق رسانه‌های داخلی.
- مسؤولان می‌توانند با خلق تیپ‌های خاص فکری و رفتاری، الگوسازی کنند و این الگوها را بنا به نیاز جامعه در اولویت قرار دهند.
- با کمک صدا و سیما به‌ویژه تلویزیون، تیپ‌ها و الگوهایی را در قالب سریال و نقش‌های مهم و درجه اول، الگوسازی کنند.
- ارتقای سطح بینش سیاسی، مذهبی و اعتقادی خانواده‌ها با استفاده از برنامه‌های رادیو و تلویزیون (به‌ویژه فیلم و سریال).
- طرح اسطوره‌ها و اسوه‌های مذهبی، علمی، فرهنگی در قالب فیلم و سریال به جوانان توسط رسانه‌های داخلی.
- پخش برنامه‌های شاد و جذّاب متناسب با نیازهای جوانان، برای مقابله با نفوذ روزافزون شبکه‌های ماهواره‌ای.
- ایجاد و راه‌اندازی شبکه‌ی اختصاصی جوانان در میان سایر شبکه‌های سیما و مطرح کردن فضایی جدید برای ابراز وجود و عقیده، با استفاده از نظریات و حتی خود جوانان.
- در سطح کلان‌تر، حذف انحصار رسانه‌ای توسط مسؤولین نظام و به صحنه کشیدن بخش خصوصی با این ذخیره عظیم مادی و فکری، به‌عبارتی راه‌اندازی شبکه‌های خصوصی و کابلی و تغذیه‌ی نامحسوس مخاطبین مورد بحث.
- نمایش و انعکاس پوشش‌های بومی نقاط مختلف کشور که هر یک دارای فرهنگ و سنت‌های مخصوص به خود می‌باشند در رسانه‌های ملی.
- ایجاد تنوع رنگ و بالا بردن کیفیت مواد اولیه پوشاک خانم‌ها و آقایان برای جذب جوانان درخرید پوشاک تولید داخل.

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

منابع

۱. ابراهیمی، قربانعلی (۱۳۸۹) **دینداری و بزهکاری جوانان**، تهران: دفتر پژوهش‌های کاربردی سازمان تبلیغات اسلامی.

۲. آقاجان‌بگلو، سوسن، بذرافکن، حمیرا، روحانی، علی (۱۳۹۲)، «بررسی رابطه‌ی رسانه‌های دیداری و انتخاب الگوی زندگی»، **فصلنامه‌ی زن و جامعه**، سال چهارم، شماره‌ی ۱، ص ۱۴۱-۱۷۰.

۳. باهنر، ناصر، جعفری کیذقان، طاهره (۱۳۸۹) «تلویزیون و تأثیرات کاشتی آن بر هویت فرهنگی ایرانیان»، **فصلنامه‌ی تحقیقات فرهنگی**، شماره‌ی ٤، ص ۱۳۱-۱۵٦.

٤. حبیب‌زاده، اصحاب، افخمی، حسین، نادرپور، محمد رضا (۱۳۸۸) «بررسی نقش دوگانه‌ی رسانه‌های جمعی در پیشگیری و وقوع جرایم»، **انتظام اجتماعی**، سال اول، شماره‌ی ۲، ص ۱۰۷-۱٤۲.

۵. روشندل اربطانی، طاهر، امیری، عبدالرضا (۱۳۹۰) «بررسی الگوی مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان و تأثیرپذیری آن‌ها از رسانه‌ها با هدف برنامه‌ریزی‌های آموزشی پلیس»، **فصلنامه‌ی مطالعات امنیت اجتماعی**، شماره‌ی ۲۵، ص ۵۳-۱۰۵.

٦. ستوده،هدایت الله (۱۳۸٤) **آسیب‌شناسی اجتماعی**، تهران: انتشارات آوای نور.

۷. سراج‌زاده، سید حسین (۱۳۸۳) «نیمه پنهان، گزارش نوجوانان شهر تهران از کجروی‌های اجتماعی و دلالت‌های آن برای مدیریت فرهنگی»، **مجله‌ی علوم انسانی دانشگاه شهید بهشتی**، شماره‌ی ٤۱-٤۲، ص ۵۳-۸٤.

۸. سراج‌زاده، سید حسین؛ بابایی، مینا (۱۳۸۸) «نقض هنجارهای فرهنگ رسمی و سنتی دلالت های مقاومتی آن»، **نامه‌ی علوم اجتماعی**، دوره‌ی ۱۷، شماره‌ی ۳٦، ص ۱۵۳-۱۸۷.

۹. سراج‌زاده، سید حسین؛ بابایی، مینا (۱۳۸۹) «جهانی شدن، فرهنگ جهانی و کجروی فرهنگی»، **فصلنامه‌ی علوم اجتماعی**، شماره‌ی ٤۸، ص ٤۳-۷۱.

۱۰. شمس، سیمین، عموزاده، معصومه، زینیوند مقدم، حجت، غلامی، بهمن (۱۳۹۲) «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به کجروی فرهنگی دانشجویان دختر و پسر»، **فصلنامه‌ی زن و جامعه**، سال چهارم، شماره‌ی ۱، ص ۱۰۱-۱۲۳.

۱۱. شهابی، محمود (۱۳۸۱) «خرده فرهنگ‌های ویژه جوانان در ایران، قرائت‌ها و پیامدها»، **نامه‌ی انجمن جامعه‌شناسی ایران**، شماره‌ی ۳، ص ٤۷-٦۱.

۱۲. فرجاد، محمدحسین (۱۳۸۰) **آسیب‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی انحرافات**، تهران: انتشارات بدر.

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

۱۳. ناسمی، وحید، عدلی‌پور، صمد، کیانپور، مسعود (۱۳۹۲) «تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان؛ مطالعه‌ی موردی فیس‌بوک و جوانان شهر اصفهان»، **دوفصلنامه‌ی علمی پژوهشی دین و ارتباطات**، سال نوزدهم، شماره‌ی ۲ (پیاپی ٤۲)، ص ۹-۳۵.

14. Booth, Jeb, Farrell,Amy, Varano, Sean (2008),« Social Control, Serious Delinquency,and Risky Behavior »,**Crime & Delinquency**,Vol. 54, No. 3: 423-456.

15. Chui ,Wing Hong and Chan, Heng Choon (2010), «Social Bonds and Male Juvenile Delinquency While on Probation», **Children and Youth Services Review**, Vol. 33, No. 1 : 2329–2334.

16. Hirschi, Travis (1969) **Causes of Delinquency**, Berkeley, CA: University of California Press.

17. Jensen,Gary (2003),**Social Control Theories** ,Illinois: Fitzroy Dearborn Publishers.

18. Morgan, Michael (1995) **The Critical Contribution of George Gerbner**, Colorado, Westview Press, 99-117.

19. Peter, Teo (2000) «Racism in the News: A Criticle Discourse Analysis of News Reporting in two Australian Newspaper», **Discourse and Society**, 11(1): 7-49.

20. Ridenour ,Ty, Greenberg, Mark, Cook, Elizabeth (2006), «Structure and validity of people in my life: A self-report measure of attachment in late childhood», **Journal Youth Adolescence**, Vol. 35, No. 6:1037–1053.

21. Salwen, Michael (1991) «Cultural imperialism: a media effects approach», C**ritical Studies in Mass Communication**, 8: 29-38.

22. Thompson, K., Heinberg, L., Altabe, M. & Tantleff-Dunn, S. (1999) **Exacting Beauty: Theory, Assessment, Treatment of Body Image Disturbance**. Washington, DC: American Psychoogical Association.

23. Walsh, Anthony and Hemmens,Craig (2008) **Introduction to Criminology**, SAGE Publications.

24. White, R. (1983) A backwater awash: The Australian experience of Americanisation, Journal of Theory, **Culture and Society**, 1(1): 108-122.

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]

This document was created with Win2PDF available at http://www.win2pdf.com.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.

[Downloaded from journals.sabz.ac.ir on 2024-03-29]