

بررسی نحوه نگرش رسانه‌ها به اعتیاد

دکتر علی اصغر کیا

مدیر گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی

جعفر حسین پور

عضو هیئت علمی دانشگاه علوم انتظامی

چکیده

امروزه اعتیاد به مواد مخدر به عنوان یکی از مهم‌ترین معضلات اجتماعی جامعه به شمار می‌رود. وجود معتادان به مواد مخدر در جامعه علی‌رغم هزینه‌های بسیاری که صرف مبارزه و برخوردهای قضایی و انتظامی با معتادان گردیده به روشنی مشخص کرده است که این‌گونه برخوردها و طرح‌ها، راه‌حل‌های قطعی در درمان این معضل مهم نیست. این چنین نتایجی در سایر نقاط جهان نیز به دست آمده است، و به همین دلیل در این کشورها تغییرات عظیم و قابل توجهی در تحقیقات و پژوهش‌های محققان و پژوهشگران این جوامع به وجود آمده است، به گونه‌ای که اکنون در این جوامع به اعتیاد به عنوان یک بیماری می‌نگرند و این عقیده وجود دارد که مبارزه با اعتیاد تنها به وسیله برخوردهای فیزیکی و به سادگی ممکن نیست و به همین دلیل در این کشورها بیشتر بودجه‌ها به سمت مبارزات پیشگیرانه سوق داده شده است. در این مبارزات پیشگیرانه، ارتباطات و رسانه‌های ارتباطی به عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر برنامه محسوب می‌گردند، چرا که بدون برنامه‌ریزی برای ایجاد یک ارتباط صحیح و مناسب، پیام‌های مبارزه با مخاطبان نخواهد رسید و آن‌ها نخواهند توانست تا در نگرش‌ها و عقاید مخاطبان خود تغییرات لازم را ایجاد نمایند. در این میان روزنامه‌ها به عنوان یک وسیله ارتباطی مهم می‌توانند در این مبارزه نقش مهمی را ایفا نمایند، نتایج تحقیق صورت گرفته در مورد روزنامه‌های ایران (چهار روزنامه دولتی و پرتیراژ ایران) بیانگر آن است که این رسانه‌ها در برنامه‌های پیشگیری از سوء مصرف مواد مخدر کارکرد فعالی نداشته‌اند. مقالات، اخبار، گزارش‌ها، مصاحبه‌ها و سایر مطالب این روزنامه‌ها به مواد مخدر و مسئله اعتیاد تنها به عنوان یک موضوع خبرساز و مهیج نگریسته‌اند، و تنها به بُعد برخورد موضوع توجه شده است و کم‌تر مطلبی در زمینه آموزشی و پیشگیری از مواد مخدر را در این روزنامه‌ها می‌توان مطالعه نمود. مقاله حاضر سعی دارد به کنکاش و بررسی این موضوع بپردازد.

کلیدواژه‌ها

اعتیاد (Addiction)، نگرش (Attitude)، ارتباط (Communication)، رسانه‌های گروهی (Mass media).

مقدمه

بررسی انتقادی در مورد کارکردها و نقش‌های وسایل ارتباط جمعی و خصوصاً مطبوعات در جوامع معاصر اهمیت زیادی دارد، چرا که بررسی دقیق در مورد وظایف و کارکردهایی که هر یک از این وسایل برعهده دارند، سبب می‌گردد تا هر یک از افرادی که به نحوی در این رسانه فعالیت می‌کنند، نسبت به وظیفه خطیر خود آگاهی بیشتر یابند و در انجام مسئولیت خود دقت بیشتری به خرج دهند. از سوی دیگر، این امر سبب می‌شود تا مسئولان و مدیران جامعه نیز نسبت به کاربرد مناسب وسایل ارتباط جمعی در برنامه‌های خود اهمیت بیشتری قایل شوند.

معضل اعتیاد به مواد مخدر، امروزه به عنوان یکی از مهم‌ترین معضلات و مشکلات اجتماعی در ایران مطرح است، مشکلی که خود عامل مشکلات اجتماعی بسیار دیگری است و متأسفانه علی‌رغم تمامی هزینه‌هایی که طی سال‌های گذشته در زمینه مواد مخدر صرف شده توفیق مطلوبی حاصل نگردیده است و ابعاد مشکل هر روز پیچیده‌تر شده است.

از دلایل بسیار مهم عدم موفقیت تلاش‌های صورت گرفته در این زمینه آن است که به مسئله مواد مخدر تنها به عنوان یک جرم نگریسته شده و در مبارزه با آن تنها به استفاده از نیروی قهریه تأکید شده است. از این‌رو کمتر سعی گردیده است تا به این مشکل به عنوان یک مشکل ارتباطی پرداخته شود و راه‌حل‌های ارتباطی در این مورد به کار گرفته شود، در حالی که کاربرد صحیح وسایل ارتباطی و ایجاد ارتباط مناسب با مخاطبان این رسانه و خصوصاً افراد در معرض خطر اهمیت بسیاری دارد.

اکنون مطبوعات در جامعه ایران از گستردگی نسبتاً مناسبی در میان جوانان و دانشجویان برخوردار هستند و به این دلیل در مبارزات ارتباطی در این زمینه می‌توانند از جایگاه والایی برخوردار باشند. اما به کارگیری این رسانه در مبارزات ارتباطی باید با دقت بسیاری همراه باشد؛ نقصان مطالعات و بررسی‌ها در این زمینه می‌تواند عوارض فرعی بسیار مخربی را به دنبال داشته باشد. صاحبان این رسانه و نیز مسئولان پیکار با مواد مخدر باید نسبت به چگونگی به کارگیری رسانه و نیز کیفیت و چگونگی پیام‌های منتشره از طریق آن از تجربه و آگاهی مناسب برخوردار باشند.

مقاله حاضر که به بررسی چگونگی پرداختن روزنامه‌های کثیرالانتشار کشور به مسئله مواد مخدر می‌پردازد برآن است تا دریابد که روزنامه‌ها چگونه و با چه دیدگاهی به مبارزه با مواد مخدر می‌پردازند و آیا در پیکارهای مبارزه با مواد مخدر می‌توانند وظیفه خود را به خوبی به انجام رسانند.

نتایج این مقاله می‌تواند مسئولان مبارزه با مواد مخدر و صاحبان رسانه‌ها را در مبارزات پیشگیرانه از اعتیاد و مواد مخدر یاری رساند.

طرح مسئله

آیا مسئله مواد مخدر یک مسئله ارتباطی است؟

برای شروع کار و به‌عنوان طرح یک راهبرد پیکار با مواد مخدر، در ابتدا باید ببینیم که آیا اصولاً مسئله مواد مخدر یک مسئله ارتباطی است و یا آنکه تلاش ما به مثابه همان تلاش‌هایی است که بدون شناخت، در مورد یک مسئله نیمه ارتباطی، پیکارهای ارتباطی را به کار می‌گیرند و در نتیجه تلاش با شکست روبه‌رو می‌شود.

وقتی موضوعی را می‌توانیم مشکل ارتباطی بنامیم که یکی از این شرایط موجود باشد، اول آنکه، مشکل مذکور برخاسته از فقدان ارتباط یا وجود نوع نادرستی از آن باشد؛ به این معنا که ارتباط یا فقدان آن باعث مشکل شده باشد.

دوم آنکه، امکان برطرف کردن آن به کمک ارتباط وجود داشته باشد. در مورد مشکل مبارزه با مواد مخدر اگر چه عوامل بسیاری از جمله عوامل شخصیتی-ذاتی، عوامل بین شخصی (خانواده) و عوامل اجتماعی زیست - محیطی دخیل هستند، اما این مشکل تا حدودی نیز به دلیل وجود نوع نادرستی از ارتباط است که سبب گردیده است تا برخی گروه‌های جامعه در زمینه مسائل پیشگیری از مواد مخدر آگاهی کافی نداشته باشند و یا اینکه پیام‌های نادرستی به آن‌ها ارائه شود که نتواند در دانش، نگرش و رفتار آن‌ها تأثیرات مثبت را به وجود آورد و حتی در برخی موارد این پیام‌های نادرست سبب شده تا مخاطبان به دلیل کنجکاوای به مصرف مواد مخدر ترغیب شده‌اند.

علاوه بر این، مشکل مواد مخدر، مشکلی است که امکان برطرف کردن آن (تا حدودی) با کمک ارتباطات وجود دارد؛ به‌عنوان مثال می‌توان به خانواده‌ها آموزش‌های لازم را در زمینه مراقبت از فرزندان‌شان در مقابل مواد مخدر، ارائه کرد و یا آنکه به نوجوانان و جوانان پیام‌های بهداشتی در مورد پیشگیری از مصرف مواد مخدر و داروهای روان‌گردان، انتقال داد، و یا آنکه با تغییر در نگرش‌های جامعه و سیاستگذاران نسبت به این مسئله نتایج مطلوب را به دست آورد.

پس از آنکه دریافتیم که مواد مخدر یک مسئله ارتباطی است باید از خود پرسیم: که چگونه می‌توان مشکل را حل کرد؟

۱- تنها با تلاش‌های ارتباطی (مشکلات ارتباطی واقعی)؛

۲- با استفاده از ارتباط در کنار ابزارهای دیگر؛

۳- فقط با ابزارهای دیگر (فلسفی، ۱۳۷۴ : ۱۸).

در این میان راه حل دوم عقلانی‌تر به نظر می‌رسد، چرا که پیکار ارتباطی، تنها در صورتی مفید خواهد بود که با فعالیت‌های دیگر همراه گردد. این پیکارها در مناطقی که در آن مواد مخدر به مقدار زیاد در دسترس مردم جامعه (خصوصاً جوانان و نوجوانان) است نتیجه‌چندانی نخواهد داشت، جوامعی که بیکاری، فقر و فحشا، جنگ‌ها و کشمکش‌های داخلی و مشکلات اجتماعی در آن پدیده‌های عادی به شمار می‌آید، و یا جوامعی که جوانان به مراکز تفریحی و ورزشی و مراکزی برای تخلیه فشارها

و استرس‌ها و هیجانات جوانی دسترسی ندارند. همچنین جوامعی که به دلیل کمبود داروهای پزشکی، ناگزیر برای درمان بیماری‌ها و تسکین درد از داروهای مخدر به صورت خودسرانه و یا با تجویز طبیب استفاده می‌نمایند (به این ترتیب یک الگوی خاصی برای مصرف مواد مخدر از کودکی به وجود می‌آورند)، پیکارهای ارتباطی برای متقاعد کردن جامعه به عدم گرایش به مصرف مواد مخدر احتمالاً با شکست روبه‌رو خواهد شد.

با توجه به آنچه گفته شد می‌توان عنوان کرد که اعتیاد یک مشکل ارتباطی است که با استفاده از ارتباط در کنار ابزارهای دیگر احتمالاً قادر به رفع این مشکل یا کاهش آثار آن خواهیم بود.

هدف پژوهش

مطبوعات در جوامع امروز از مهم‌ترین رسانه‌هایی هستند که می‌توانند در زمینه آموزشی و تربیتی نقشی مهم را برعهده گیرند. با استفاده از این رسانه می‌توان با آگاهی رسانی صحیح و مناسب به افراد جوامع آن‌ها را در برخورد صحیح با مشکلات یاری رساند؛ ضمن آنکه از این طریق می‌توان دیدگاه‌ها و نظرات قدرت حاکمه و مسئولان را در زمینه موضوع‌های مختلف تصحیح کرد.

در مقاله حاضر هدف آن است تا چگونگی نگرش مطبوعات و نحوه انعکاس اخبار و مطالب مربوط به مواد مخدر و اعتیاد در روزنامه‌های ایران مورد بررسی قرار گیرد. کسب اطلاعات در این زمینه از آن جهت اهمیت دارد که می‌تواند به ما نشان دهد که مطبوعات ایران تا چه حد در زمینه اعتیاد و مواد مخدر به ارائه اطلاعات صحیح و علمی می‌پردازند و مسئولان و خبرنگاران این رسانه در این زمینه بیشتر چه موضوع‌هایی را برجسته می‌کنند.

کسب شناخت در این زمینه می‌تواند کمک بسیار زیادی به مسئولان و برنامه‌ریزان در زمینه پیکارهای مربوط به مواد مخدر و اعتیاد در استفاده از این رسانه بنماید.

مبانی نظری

اعتیاد^۱ - وابستگی به مواد مخدر^۲

اعتیاد از جمله مفاهیمی است که تعریف آن بسیار دشوار است، چرا که دقیقاً نمی‌توان گفت فرد از چه زمانی به مواد مخدر معتاد شده و عادت پیدا کرده است و یا آنکه استفاده از مواد مخدر با چه فاصله زمانی بیانگر اعتیاد شخص است. بنابراین در تعریف اعتیاد بیشتر به وجود عوارضی که سوء مصرف مداوم مواد مخدر ایجاد نماید اشاره شود و چنانچه فردی دارای این عوارض باشد، دارای اعتیاد است.

در زبان انگلیسی تاریخچه استفاده از واژه اعتیاد و مفهوم استفاده مزمن و مکرر از مواد روان‌گردان، به آغاز قرن بیستم مربوط می‌شود که در ابتدا در مورد الکل و پس از آن در مورد سایر مواد به کار گرفته شد.

در ۱۹۱۷ دو پزشک اروپایی به اسامی هیملسباچ^۱ و دکتر اسمال^۲ سعی کردند تا تعریفی دقیق و جامع درباره اعتیاد بیابند.

تعریف آن‌ها از اعتیاد به این گونه بود که، اعتیاد به تریاک و داروهای مشابه متضمن سه خصیصه قابل تمیز و در عین حال مربوط به هم می‌باشد و این سه خصیصه از این قرار است:

الف) تحمل دارویی^۳؛

ب) وابستگی جسمانی^۴؛

ج) عادت^۵.

این تعریف بیشتر بر تریاک و مشتقات آن تأکید دارد و سایر مواد مخدر را در نظر نمی‌گیرد (شهیدی، ۱۳۷۴: ۱۴).

«کمیته متخصصان تشخیص مواد اعتیادآور» که در ۱۹۳۰ تحت نظارت سازمان ملل و به صورت وابسته به سازمان بهداشت جهانی^۶ برای دستیابی به تعریفی مناسب و همه جانبه از مواد مخدر تشکیل شد در ۱۹۵۰ تعریف زیر را ارائه کرد: «اعتیاد به مواد مخدر مسمومیت حاد یا مزمنی است که مضر به حال شخص و اجتماع می‌باشد و زائیده مصرف داروی طبیعی و مصنوعی است». خصوصیات آن عبارت‌اند از:

۱- وجود نیاز مبرم به ادامه استعمال دارو و به دست آوردن آن به هر طریق ممکن؛

۲- وجود علاقه شدید به ازدیاد میزان دارو؛

۳- وابستگی روانی یا جسمی به آثار داروهای اعتیادآور بدین صورت که وقتی دارو به معتاد نرسد آثار روانی و جسمی که به آثار قطع دارو موسوم است در وی ظاهر شود.

نشانه‌گان وابستگی به مواد مخدر

به‌طور کلی اعتیاد با سه ویژگی مهم وابستگی جسمی یا وابستگی فیزیولوژیکی، وابستگی روانی^۷ و تحمل دارویی مشخص است.

وابستگی جسمی با بروز اختلالات شدید فیزیولوژیکی در پی قطع دارو تظاهر می‌کند. وابستگی روانی که عادت نیز نامیده می‌شود با میل شدید و مستمر یا متناوب برای مصرف دارو و برای گریز از آثار ناراحتی و یا خماری اطلاق می‌شود (نریمانی، ۱۳۷۷: ۱۷).

1-Himmelsbach

3-Tolerance

5- Habitation

7-Physical dependence

2-Small

4-Physical dependence

6- W.H.O

تحمل

تحمل دارویی به نیاز شخص برای مقادیر فزاینده یک ماده روان‌گردان به منظور کسب آثار مطلوب اطلاق می‌شود که از مصرف مکرر آن ماده ناشی می‌گردد. فرد معتاد یا وابستهٔ دارویی، پس از مدتی استفاده از مواد مخدر احساس می‌کند که به ارضا کافی و مطلوب از آن ماده نمی‌رسد. بنابراین، مجبور می‌شود تا دوز مصرفی خود را بالاتر ببرد و این میزان دایم افزایش می‌یابد و بالاخره مرحله‌ای می‌رسد که دیگر شخص معتاد از تأمین هزینه‌های آن عاجز می‌ماند (سازمان ملل، ۱۳۷۷: ۴۰). گزارش U.N.D.C.P تحمل را به این‌گونه تعریف می‌نماید «کاهش پاسخ‌دهی به اثر ویژهٔ مقدار مشابهی از ماده مخدر در نتیجهٔ مواجههٔ قبلی با آن ماده مخدر»

چرا از مخدرها استفاده می‌شود؟

- ۱- مصرف زیان‌آور (مواد مخدر) صنایع محرک عصبی، مشخصاً به صورت وجهی که چند سال طول می‌کشد بروز می‌کند، بسیاری از چرخه‌های این موج، شباهت‌های ذیل را نشان می‌دهند:
 - الف) همزمانی بسیار بین سوء استفاده به مقیاس بزرگ در دوره‌هایی از دگرگونی‌های شدید اجتماعی مانند دورهٔ پس از جنگ دوم جهانی؛
 - ب) انتشار سوء مصرف از برگزیدگان گروه‌های فرهنگی و شغلی، مانند سربازان (که به عنوان بخشی از راهبرد نظامی در جنگ دوم جهانی بین آن‌ها محرک اعصاب توزیع می‌شد) در رانندگان کامیون‌هایی که مسافت‌های بسیار طولانی رانندگی می‌کنند، در دانشجویان، کارگران شب کار و همچنین قهرمانان دو، به گروه‌های اجتماعی پایین‌تر؛
 - ج) همبستگی بین پیشرفت سوء مصرف مواد صنایع محرک اعصاب در چرخه یک همه‌گیری و چرخش راه‌های ترجیحی از مصرف خوراکی به تزریق درون سیاهرگی؛
 - د) شیوع در جمعیت‌های شهری با تمرکز در گروه‌های جمعیتی مانند سفیدپوستان آمریکایی، اسپانیایی تبارها و بومیان بیشتر است.
 - ه) زیاده‌تر بودن نسبی مصرف کنندگان زن (در حدود ۶۰ درصد) در مقایسه با سوء مصرف مواد دیگر (به ترتیب ۴۰ درصد و ۵۰ درصد در مورد کوکائین و هروئین) با وجود این، شاید حالت اخیر نتیجه جاذبه ضدآشتهایی داروهای آفتماین (قرص لاغر کننده) به ویژه برای زنان باشد (سازمان ملل، ۱۳۷۷: ۵۳).
- در این مقاله بیشتر به عوامل شخصی و انفرادی که ممکن است فرد را برای استفاده از مواد مخدر مستعد کرده و نیز عوامل محیطی یعنی خانواده، دوستان و تأثیرهای اجتماعی به‌ویژه در دورهٔ آسیب‌پذیر جوانی بحث می‌شود.
- عوامل استفاده از مواد مخدر را به طور کلی می‌توان به سه دسته عوامل تقسیم

کرد. این عوامل که بر روی هم همپوشانی دارند، عبارت‌اند از:

عوامل سرشستی - شخصیتی

کشف‌های عصبی - زیست‌شناسی نشان داده‌اند که مغز انسان موادی شبیه مواد روان‌کنشی آزاد می‌کند، به‌عنوان مثال مواد تریاکی برونزاد (یعنی مواد تریاکی که در خارج از بدن انسان تولید می‌شوند) مانند هروئین با مواد تریاکی درونزاد (یعنی موادی که در درون بدن انسان تولید می‌شود) که اندروفین‌ها ۱۰ نامیده می‌شوند، مطابقت دارند.

برای مواد تریاکی، محرک‌های عصبی، حشیش و مواد توهم‌زا (هالوسینوترن) دستگاه‌های گیرنده درونزاد کشف کرده‌اند (همان منبع: ۵۵).

نقص ژنتیکی

پژوهش در مورد سیرهای تشریحی تقویت اولیه مواد مخدر - با پاداش - یعنی اینکه داروهای مخدر اعتیادآور، چگونه و در کجای مغز عمل می‌کنند، منجر به تفکر و تعمق درباره پیوند اجتماعی بین وابستگی به مواد مخدر و استعداد ژنتیک اشخاص شده است. این نظریه حاکی از آن است که به همان طریق که بیمار مبتلا به بیماری دیابت دچار کمبود انسولین می‌شود ممکن است نوعی ضعف زیست‌شناختی یا ژنتیک وجود داشته باشد که با تجویز نوعی ویژه از داروهای روان‌کنشی کمبود آن جبران می‌شود (همان منبع: ۵۸).

مدل بیماری یا ضعف عاطفی

در اصطلاح روانکاوی درباره وابستگی به مواد مخدر، پرسش‌هایی درباره استعداد تشخیص به اعتیاد، نقص یا بدکاری تشکیل شخصیت وجود دارد. استدلال شده است که چون مواد روان‌کنشی به سرعت بر مغز انسان اثر می‌گذارند کسانی را که نیاز فوری به سرخوشی و پاداش دارند یا در پی سرخوشی هستند طبق اصل «راه میانبر لذت - درد» به خود جذب می‌کنند (همان منبع: ۶۰).

همبستگی بین مصرف انواع متفاوت مواد مخدر و نیازهای متفاوت عاطفی یا شخصیتی افراد

برخی پژوهشگران بین انواع متفاوت مواد مخدر و نیازهای عاطفی یا شخصیتی مصرف کننده نوعی همبستگی یافته‌اند. این نظریه را می‌توان چنین توضیح داد: «ماده انتخابی یک مصرف کننده، دل‌خواهی گزینش نمی‌شود، بلکه به وضعیت تکاملی که کاربر میل دارد به آن وضعیت بازگشت کند، بستگی دارد. هنگامی که کسی یک ماده شیمیایی می‌یابد که توجیهی راه حل تعارض‌های از پیش موجود وی را تسهیل می‌کند، آنگاه آن

ماده، مخدر انتخابی وی می‌شود.»

پژوهشگران دیگر اظهار کرده‌اند که تفاوت بین کاربران مواد محرک عصبی و خواب‌آورها در کیفیت انفعالی‌تر بودن مواد خواب‌آور است. «هر دو گروه دچار ضعف من^۱ هستند؛ اما ماده مخدر آنها بازتاب نیازهای من آنهاست. کسانی که در برابر استرس‌ها اقدام به گریز نموده و حالت انفعالی دارند از مواد تریاکی استفاده می‌کنند که اثر عقب‌نشینی را تقویت می‌کند و بالعکس کسانی که در پی تقویت خود برای مقابله‌اند با استفاده از محرک‌های عصبی به رقابت و اجرای خواست خود می‌پردازند.» (اورنگ، ۱۳۷۰: ۱۱).

خانواده

خانواده از مهم‌ترین عواملی است که در گرایش فرد به اعتیاد نقش دارد، تأثیر این عامل در اکثر تحقیقات انجام گرفته مشاهده می‌گردد.

پژوهشگران معتقدند که در خانواده اکثر افراد معتاد، حداقل یک مورد آشنا از اقوام دور یا نزدیک معتاد بوده‌اند و این مسئله از دو جهت زمینه را برای گرایش به اعتیاد جوانان فراهم کرده است. از یک طرف وجود الگوهای معتاد در خانواده جهت همانندسازی مهیا شده و از طرف دیگر توأم با آشنایی افراد با مواد مخدر، زمینه دسترسی به مواد مخدر بیشتر شده است.

در گزارشی از کانون اصلاح و تربیت تهران، مشخص شده است که ۱/۳ بزهاران در خانه درگیری داشته و ۵۰ درصد نیز فاقد محبت لازم بوده‌اند که اعضای یک خانواده را به هم نزدیک می‌کند. در کانون اصلاح و تربیت مشهد نیز ۸۴ درصد از بزهاران به روابط معیوب خانوادگی اشاره کرده‌اند (نریمانی، ۱۳۷۷: ۱۱۱).

تحقیقات بسیار دیگری نیز نقش خانواده بر اعتیاد فرزندان، برادران، خواهران و یا همسر فرد را نشان می‌دهد.

همسالان و رفقا

افراد وقتی در گروه همسالان قرار می‌گیرند از مزایای گمنامی استفاده کرده و احساس خطر کمتری می‌کنند؛ زیرا در درون گروه نوعی پخش مسئولیت روی می‌دهد که فشار مسئولیت فردی را بر دوش اعضا گروه می‌گذارد و همین امتیازات باعث می‌شود که فرد جرأت بیشتری در گرفتن تصمیم‌های حادث‌تر داشته باشد.

نتایج نظرسنجی از ۱۰۰ نفر معتاد بستری شده در بیمارستان ونک در سال ۱۳۶۵ نشان می‌دهند که ۶۰ درصد معتادان توسط دوستانشان با مواد مخدر آشنا شده‌اند (کرباسی، ۱۳۷۷: ۴۸).

عوامل اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی

عوامل اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی می‌توانند تأثیرات بسیار زیادی بر فرد در جهت گرایش او به مصرف مواد مخدر داشته باشند. محیط اجتماعی که فرد در آن زندگی می‌کند و فرهنگی که در آن پرورش می‌یابد می‌تواند به‌عنوان متغیرهای مهمی در گرایش یا عدم گرایش فرد به اعتیاد محسوب شوند.

اعتیاد و سوء مصرف مواد ممکن است در ابتدا به موازات شکل‌های سنتی مصرف این مواد (که در جامعه متداول است) و به صورت گاهگاهی (به‌عنوان نمونه در مراسم مذهبی، تشریفاتی و ...) شروع شده و سپس به اعتیاد بیانجامد.

علاوه بر این در محیط اجتماعی که فرد به آسانی به مواد دسترسی دارد، احتمال آلوده شدن او افزایش می‌یابد، چرا که دسترسی آسان به مواد مخدر در کنار فشار گروه همسالان می‌تواند فرد را به مصرف مواد تشویق کند (همان منبع، ۲۴۸).

مخاطب

ماهیت مخاطبان برنامه‌های ارتباطی

تمامی تلاش‌های ارتباطی برای آن صورت می‌گیرد که تا پیام‌های موردنظر به مخاطبان انتقال داده شود و تغییرات لازم را در آگاهی، نگرش و یا رفتار آن‌ها ایجاد کنند، اما نکته جالبی که وجود دارد آن است که ارتباط گران و فرستندگان پیام‌ها در اکثر موارد، مخاطبان خود را به درستی نمی‌شناسند و با ویژگی‌ها، خصوصیات، علایق و ... آن‌ها ناآشنا هستند (ویندال، ۱۳۷۶: ۳۷).

مهم‌ترین دلیل عدم شناخت ماهیت مخاطبان آن است که فرستندگان پیام‌های ارتباطی هر زمان که تصمیم می‌گیرند تا پیام‌های خود را انتقال دهند، مردم را مخاطبان خود محسوب می‌نمایند و تصور می‌کنند که موضوعی که آن‌ها می‌خواهند در مورد آن سخن بگویند آن‌چنان دارای اهمیت است که تمامی مردم با علاقه و اشتیاق به آن گوش فرا خواهند داد.

این فرستندگان یا ارتباط‌گران، مخاطبان را کل یکپارچه‌ای تصور می‌کنند که به صرف دریافت پیام به همان‌گونه که آن‌ها می‌خواهند عمل خواهند کرد.

در حالی که آن‌ها تفاوت‌های ذاتی، میزان آگاهی‌ها، حافظه سوابق ذهنی و محیط اجتماعی مختلف و ... افراد را در نظر نمی‌گیرند. آن‌ها غالباً به این نکته توجه ندارند که مخاطبان آن‌ها طیف نامشخص، گسترده و گوناگونی از انسان‌ها هستند که به دلایل و انگیزه‌های گوناگون ممکن است رسانه‌ای را مورد استفاده قرار دهند.

برای شروع هر برنامه ارتباطی باید مخاطبان آن برنامه را به صورت خاص و ویژه شناخت، مورد شناسایی قرار داد و در عین حال که به تفاوت‌ها و گوناگونی آن‌ها توجه می‌نماییم، نقاط اشتراک آن‌ها را مورد شناسایی قرار داده و آنگاه بر اساس این اطلاعات پیکار ارتباطی را آغاز نماییم.

ماهیت مخاطبان برنامه‌های ارتباطی پیشگیری و درمان سوء مصرف مواد مخدر گفتیم که مخاطبان برنامه‌های ارتباطی افراد گوناگون هستند که از جهات مختلف با یکدیگر تفاوت‌ها و گوناگونی‌هایی دارند. در عین حال به این نکته نیز اشاره کردیم که آن‌ها در یک یا چند خصیصه و ویژگی با یکدیگر اشتراک دارند.

در پیکار ارتباطی موضوع این تحقیق نیز افراد مخاطب ممکن است از گروه‌های اجتماعی، شغلی، جنسی، سنی و ... با سطح تحصیلات و شرایط اقتصادی متفاوت و ... باشند. آن‌ها ممکن است سوابق ذهنی گوناگون تجربیات متفاوت، آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای مختلف داشته باشند. برخی از آن‌ها ممکن است تاکنون تجربه مصرف مواد مخدر را نداشته باشند، برخی دیگر به صورت تفریحی از آن استفاده کرده باشند و بعضی نیز به آن وابستگی (اعتیاد) داشته باشند. برنامه‌های پیشگیری نیز باید به تمامی این گروه‌ها معطوف باشد و آن‌ها را مورد پوشش قرار دهد.

«پیشگیری دربرگیرنده همه اعضای جامعه است نه فقط قطب منفردی از متخصصان ویژه، کارگزاران عمومی، روان‌پزشکان، معلمان یا درمان‌گران، بلکه همه افراد جامعه را در برمی‌گیرد» (دهقان، ۱۳۷۷: ۲۳).

«بنابراین پیشگیری باید فراگیر باشد. پیشگیری باید معطوف بر بهبود سلامت همه اعضای موردنظر جامعه باشد. مبارزات پیشگیری نه تنها باید به کسانی که بیشترین آسیب‌پذیری را دارند، بلکه باید به همه آن کسانی که بخشی از محدوده اجتماعی و هیجانی آن‌ها نیز هستند توجه کند، محیط والدین و معلمان و جز این‌ها از آن جمله‌اند» (ویندال، ۱۳۷۷: ۳۱۵).

اما نکته مهم آن است که اگر چه برنامه‌های پیشگیری باید معطوف بر تمامی افراد جامعه باشد، ولی در نظر گرفتن افراد جامعه به عنوان یک مجموعه همگن نادرست است بلکه باید آن‌ها را بر طبق معیارهای مختلف دسته‌بندی کرد و سپس آن دسته‌هایی را که بیشتر در معرض خطر هستند (مانند جوانان) و یا آنکه می‌توانند در این زمینه نقش تأثیرگذاری داشته باشند «معلمان، والدین، کارفرمایان و ...» به عنوان گروه هدف برنامه ارتباطی انتخاب گردند. این کار سبب می‌گردد که پیام‌ها تأثیر بیشتری داشته باشند، چرا که مخاطبان آن‌ها همگن بوده و اشتراکاتی با یکدیگر دارند.

در برنامه‌ریزی پیکار ارتباطی پیشگیری، می‌توان مخاطبان را بر حسب کسانی که مستقیماً در معرض خطر هستند و کسانی که بر افراد در معرض خطر تأثیر گذارند، دسته‌بندی کرد. افراد در معرض خطر (جوانان، رانندگان کامیون و ...) را شامل می‌شوند و افراد تأثیرگذار نیز والدین، معلمان، کارفرمایان، سیاستمداران و ... هستند.

این‌گونه تقسیم‌بندی‌ها، ما را نسبت به تأثیرگذاری پیام‌ها مطمئن‌تر می‌سازد، چرا که پیام‌هایی که برای این دو گروه ساخته می‌شود از جهات مختلف (مثلاً نوع پیام، وسیله انتقال و ...) با یکدیگر تفاوت دارد.

دسته‌بندی مخاطبان بر حسب ویژگی‌های جمعیت شناختی

دسته‌بندی مخاطبان بر حسب ویژگی‌های جمعیت شناختی رویکردی ساده در بخش‌بندی است و ویژگی‌هایی نظیر سن، جنس، شغل، درآمد، وضعیت آموزشی، موقعیت جغرافیایی، مذهب، قومیت، زبان و ... را در برمی‌گیرد. این داده‌ها از لحاظ تعریف و اندازه‌گیری بسیار دقیقند. در دسته‌بندی بر طبق متغیرهای جمعیت شناختی، فرض بر این است که هر مقوله جمعیتی، ویژگی‌های معین دیگری را مطرح می‌کند.

در دسته‌بندی مربوط به برنامه پیشگیری در ایران می‌توان از گروه‌های فرعی «مردان ۱۶ تا ۲۵ ساله» استفاده کرد و در مقابل در برنامه‌های مربوط به ترغیب معتادان به ترک اعتیاد می‌توان افراد سنین بالاتر را در نظر گرفت (محسنیان راه، ۱۳۶۹: ۴۲). البته باید توجه داشت که این گروه‌ها ثابت نیستند و به سرعت در حال تغییرند. همچنین می‌توان گروه‌های فرعی بیسواد و تحصیل کرده را در نظر گرفت. چرا که این دو گروه از جهات مختلف و از جمله میزان آگاهی‌ها، نوع نگرش و رفتار و حتی نوع شغل و محیط اجتماعی و نیز دسترسی به رسانه‌ها با یکدیگر متفاوتند. بنابراین، برای دستیابی به هر کدام از آنها باید از پیام‌های گوناگون و کانال‌های ارتباط مختلف استفاده کرد.

دسته‌بندی را می‌توان بر حسب شغل و یا سطح درآمد و موقعیت جغرافیایی و ... نیز انجام داد. موقعیت جغرافیایی نکته بسیار مهم دیگری است که می‌تواند در دسته‌بندی مخاطبان مورد توجه قرار گیرد. به‌عنوان نمونه تحقیقات و آمارها بیانگر آن است که درصد خطر اعتیاد و همچنین درصد اعتیاد در مناطق جغرافیایی مختلف متفاوت است. بنابراین، درصد خطر در برخی مناطق بیشتر است. در مورد اهمیت منطقه جغرافیایی می‌توان گفت که مناطقی که در همجواری با کشورهای تولیدکننده مواد بوده و یا در مسیر ترانزیت مواد قرار دارند بیشتر در خطر هستند. همچنین بین روستایی یا شهری بودن و اعتیاد به مواد نیز همبستگی وجود دارد. علاوه بر این می‌توان عوامل جمعیت شناختی دیگری مانند زبان، قومیت، جنس و ... را نیز در دسته بندی مخاطبان به کار گرفت.

دسته‌بندی بر اساس باورها

می‌توان افراد را بر حسب باورهایشان تقسیم کرد و مثلاً آنها را بر حسب اینکه نسبت به ماده مخدر چه تصویری دارند و یا آنکه آنها آیا باور دارند که در معرض خطر قرار دارند و یا ندارند تقسیم‌بندی کرد.

می‌توان باور آنها در مورد در معرض خطر قرار داشتن یا نداشتن را با وضعیت عینی آنها مطابقت داد و جدول چهاربعدهی را به دست آورد.

درک خود شخص

تعلق دارد تعلق ندارد

۲	۱
۴	۳

تعلق دارد

وضعیت عینی

تعلق ندارد

راهبردهای مربوط به هر یک از این افراد در برنامه‌ریزی متفاوت است. پوشش افراد ۱ بسیار آسان است، آن‌ها احتمالاً آسان‌تر قانع می‌شوند که هشدارهای پیشگیری را در مورد خود یا فرزندان خویش به‌کاربرند و یا آنکه برای درمان اقدام کنند. برای گروه ۲ استدلال در مرحله‌ای ضروری است، لازم است ابتدا برای آن‌ها استدلال کرد که خود یا فرزندان‌شان در معرض خطر هستند و سپس آن‌ها را متقاعد کرد که پیام‌های پیشگیرانه را به کار برند.

در مورد گروه ۳ تلاش چندانی لازم است، افراد گروه ۳ افرادی هستند که بیش از حد در مورد خود و فرزندان‌شان مضطرب و دلواپس هستند، این مسئله ممکن است به دلیل تجربیات قبلی نامناسب آن‌ها و ... باشد، پیام‌های پیشگیرانه، ممکن است اثر معکوسی بر آن‌ها داشته باشد و آن‌ها را مضطرب‌تر کند.

افراد گروه ۴ بسیار اندک هستند، اما برای آن‌ها فعالیت‌های ارتباطی ضرورتی ندارد (ویندال، ۱۳۷۶: ۳۱۴).

دسته‌بندی بر اساس نگرش‌ها

اعتقاد بر آن است که ارتباط رو به سوی بخش‌هایی از مخاطبان دارد که از پیش با نظر مطرح شده موافقاند و کسانی که با آن موافقت ندارند باید متفاوت باشند.

برای دسته اول چگونگی اطلاع‌رسانی در قالب استدلال یک جانبه بیشترین اهمیت را دارد. دسته دوم به اطلاعات از نوع چپستی و چرایی نیاز دارد. به شیوه‌ای که استدلال‌های مخالف را نیز مورد بحث قرار دهد. با آن دسته از مخاطبان که نگرش‌هایی عمدتاً غیر از آنچه مورد نظر است دارند، باید با دقت و حساسیت روبه‌رو شد؛ زیرا دریافتشان از پیام ممکن است موجب آثار معکوس گردد.

در برنامه‌های ارتباطی مربوط به مواد مخدر مانند برنامه‌ای بهداشتی و ترافیکی، تقسیم افراد به گروه‌ای خطرپذیر و گریزان از خطر می‌تواند سودمند باشد. بسیاری از معتادان افرادی خطرپذیر هستند. «مطالعات حاکی از آن است که مصرف مواد مخدر غیرقانونی به خاطر پرمخاطره بودن و به دادگاه کشیده شدن در نتیجه چند نوع خطر می‌تواند شامل نوعی رفتار تقویتی باشد که در نهایت مستقل از آثار ولوژیک مواد مخدر تأثیر می‌گذارد» (سازمان ملل، ۱۳۷۷: ۷۵).

تقسیم‌بندی در این مورد به این دلیل می‌تواند مهم باشد که جوانان که به خطرپذیری

ناشی از مصرف مواد مخدر علاقه‌مندند را نمی‌توان با استدلال در مورد خطرات چنین رفتاری قانع و متقاعد کرد. بلکه باید بر اساس سایر روش‌ها، ارتباط برقرار کرد.

دسته‌بندی بر مبنای رفتار

برخی محققان، ویژگی‌های سبک زندگی را برای دسته‌بندی مخاطب در نظر می‌گیرند. سبک زندگی را می‌توان چنین تعریف کرد: «رفتاری در زندگی روزانه که هر فرد را از دیگری متمایز می‌کند. مثال‌های پژوهشی سبک زندگی را در جامعه‌شناسی می‌توان در آثار گرینبرگ و فرانک (۱۹۸۳) و زابلوکی و کانتر (۱۹۷۶) پیدا کرد.

اگرچه به عقیده پیترسون (۱۹۸۳) انواع سبک زندگی بیشتر جمعیت را نمی‌توان به روشنی از یکدیگر جدا کرد، اما این به آن معنا نیست که رفتار نمی‌تواند یک شاخص معنادار در دسته‌بندی باشد.

یک مثال خوب در این مورد پیکارهای ضد استعمال مواد مخدر است که نشان می‌دهند نمی‌توان از همان رویکردی استفاده کرد که برای افراد سالم به کار می‌رود. شاید پیکارهای پیشگیرانه و آگاهی‌دهی تا حدود زیادی برای افراد سالم کافی باشد، اما معتادان به چیزی بیش از آگاهی نیاز دارند (درمان و بازپروری) (ویندال، ۱۳۷۶: ۳۱۹).

دسته‌بندی بر اساس اصل دسترسی

مخاطبان را می‌توان بر اساس چگونگی و میزان هزینه‌ای که برای دسترسی به آن‌ها باید پرداخت تقسیم کرد. طبیعتاً میزان هزینه‌ای که برای دسترسی به مخاطبان در پایتخت کشور نیاز است در مقایسه با میزان هزینه و میزان تلاش‌هایی که برای دسترسی به مخاطبان این برنامه در یک شهرستان مرزی نیاز است بسیار کمتر خواهد بود.

دسته‌بندی مخاطبان بر اساس اصل دسترسی سبب می‌گردد تا برنامه‌ریز در میزان هزینه‌ها و تلاش‌ها دچار توهم نشود و همان تلاش‌هایی را که برای دسترسی به مخاطبان نزدیک و سهل‌الوصول به کار می‌برد برای آن‌ها به کار نگیرد و برای دسترسی به گروه‌هایی که هم از لحاظ فیزیکی و هم از لحاظ روانی دور از دسترسند، منابع ویژه‌ای اختصاص داده شود (همان منبع: ۳۲۶).

دسته‌بندی مخاطبان بر اساس استفاده از رسانه‌ها

مخاطبان را می‌توان بر اساس اینکه کدام رسانه را به کار می‌برند و یا به آن دسترسی دارند دسته‌بندی کرد. این دسته‌بندی اهمیت بسیار زیادی دارد.

از آنجا که مخاطبان هر یک از رسانه‌ها، خصوصیات و ساختار فکری و حتی شرایط اقتصادی، اجتماعی و ... متفاوتی دارند، دسته‌بندی آن‌ها می‌تواند فرستنده را در رسیدن به مخاطبان همگن یاری دهد.

در یک برنامه‌ریزی ارتباطی، ارتباط‌گر باید بداند که هر گروه از مخاطبان به کدام

رسانه دسترسی دارند. در برنامه پیشگیری از مواد مخدر، ما باید بدانیم که هر یک از گروه‌ها (مثلاً جوانان) چه رسانه‌هایی را بیشتر مورد استفاده قرار می‌دهند و از طریق آن می‌توان به آن‌ها دست یافت، بروشورهای ساده، برنامه‌های مباحثه تلویزیونی، شوهای تلویزیونی، سینما، رادیو، روزنامه‌ها، مجلات و ...

پرسش‌های پژوهش

- ۱- ساختار، تفاوت و تشابه موضوعی مطالب داخلی روزنامه‌های مورد بررسی چگونه است؟
- ۲- ساختار، تفاوت و تشابه روزنامه‌های مورد بررسی از لحاظ سبک مطلب چگونه است؟
- ۳- ساختار، تفاوت و تشابه روزنامه‌های مورد بررسی از لحاظ محل رویداد چگونه است؟
- ۴- ساختار، تفاوت و تشابه روزنامه‌های مورد بررسی از لحاظ نوع ماده مخدر چگونه است؟
- ۵- ساختار، تفاوت و تشابه روزنامه‌های مورد بررسی از لحاظ نوع نگرش نسبت به اعتیاد چگونه است؟

بررسی یافته‌های تحقیق

مقایسه تطبیقی روزنامه‌های مورد بررسی از لحاظ تعداد و درصد مطالب منتشره روزنامه‌های مورد بررسی در تحقیق شامل چهار روزنامه ایران، اطلاعات، کیهان و همشهری بوده است.

این روزنامه‌ها در مجموع در طول دوره مورد بررسی از تیرماه ۱۳۷۹ تا تیرماه ۱۳۸۰، ۸۴۴ مطلب مرتبط با مواد مخدر و اعتیاد منتشر کرده‌اند (به طور متوسط هر ماه ۷۰ مطلب).

جدول شماره ۱- تعداد و درصد مطالب مربوط به مواد مخدر در هر یک از روزنامه‌های مورد بررسی

نام روزنامه	فراوانی	درصد
ایران	۱۷۱	۲۰/۳
اطلاعات	۲۹۳	۳۴/۷
کیهان	۲۷۰	۳۲
همشهری	۱۱۰	۱۳
جمع	۸۴۴	۱۰۰

جدول شماره ۱ تعداد و فراوانی و درصد مطالب مربوط به هر روزنامه را نشان می‌دهد، همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود، در میان روزنامه‌های مورد بررسی، روزنامه اطلاعات با انتشار ۲۹۳ مطلب، ۳۴/۷ درصد از کل مطالب منتشره را به خود اختصاص داده است.

پس از روزنامه اطلاعات، به ترتیب روزنامه‌های کیهان، با انتشار ۲۷۰ مورد (۳۲ درصد مطالب)، روزنامه ایران با ۱۷۱ مورد (۲۰/۳ درصد مطالب) و همشهری با ۱۱۰ مورد (۱۳ درصد مطالب) از لحاظ تعداد و درصد انتشار مطالب مربوط به مواد مخدر و اعتیاد قرار می‌گیرد.

جدول شماره ۲- تعداد و درصد فراوانی مطالب مربوط به مواد مخدر بر اساس موضوع در چهار روزنامه مورد بررسی

موضوع مطالب	ایران	اطلاعات	کیهان	همشهری	جمع
درگیری و کشف مواد مخدر	تعداد	۵۸	۲۰۹	۱۵۹	۴۷۱
	درصد سطری	۱۲/۳	۴۴/۴	۳۳/۸	۵۵/۸
	درصد ستونی	۳۳/۹	۷۱/۳	۵۸/۹	۴۰/۹
اخبار جنایات و حوادث مرتبط با مواد مخدر	تعداد	۱۱	۱۳	۳۲	۶۱
	درصد سطری	۱۸	۲۱/۳	۵۲/۵	۷/۲
	درصد ستونی	۶/۴	۴/۴	۱۱/۹	۴/۵
اخبار برگزاری همایش	تعداد	۱۵	۱۹	۱۸	۶۷
	درصد سطری	۲۲/۴	۲۸/۴	۲۶/۹	۷/۹
	درصد ستونی	۸/۸	۶/۵	۶/۷	۱۳/۶
نتایج تحقیقات و نظرسنجی	تعداد	۵	۳	۷	۲۱
	درصد سطری	۲۳/۸	۱۴/۳	۳۳/۳	۲/۵
	درصد ستونی	۹/۲	۱	۶/۲	۵/۵
بررسی علل و عوارض اعتیاد	تعداد	۱۴	۷	۷	۳۶
	درصد سطری	۳۸/۹	۱۹/۴	۱۹/۴	۳/۴
	درصد ستونی	۸/۲	۲/۴	۲/۶	۷/۳
آموزش روشهای پیشگیری از اعتیاد	تعداد	۱۳	۱	۱	۱۸
	درصد سطری	۷۲/۲	۵/۶	۵/۶	۱/۲
	درصد ستونی	۷/۶	۰/۳	۰/۴	۲/۷
لزوم مبارزه با قاچاقچیان	تعداد	۳۱	۱۹	۲۶	۸۵
	درصد سطری	۳۶/۵	۲۲/۴	۳۰/۶	۱۰/۱
	درصد ستونی	۱۸/۱	۶/۵	۹/۶	۸/۲

۲۵	۵	۲	۸	۱۰	تعداد	ارائه خدمات به معتادان
۳	۲۰	۸	۳۲	۴۰	درصد سطری	
	۴/۵	۰/۷	۲/۷	۵/۸	درصد ستونی	
۵۸	۱۳	۱۸	۱۴	۱۳	تعداد	سایر
۶/۹	۲۲/۴	۳۱	۲۴/۱	۲۲/۴	درصد سطری	
	۱۱/۸	۶/۷	۴/۸	۷/۶	درصد ستونی	
۸۴۴	۱۱۰	۲۷۰	۲۷۰	۱۷۱	تعداد	جمع
۱۰۰	۱۳	۳۲	۳۲	۲۰/۳	درصد	

$$\chi^2=135$$

$$df=24$$

$$P < 0/0001$$

پرسش اول: ساختار، تفاوت و تشابه موضوعی مطالب داخلی روزنامه‌های مورد بررسی چگونه است؟

جدول شماره ۲ تفاوت‌ها و تشابهات میان چهار روزنامه مورد بررسی را در خصوص موضوع مطالب مربوط به مواد مخدر و اعتیاد نشان می‌دهد.

مشاهده می‌شود که از مجموع ۸۴۴ مورد مطلب مربوط به اعتیاد و مخدر ۴۷۱ مورد (۵۵/۸ درصد مطالب) به اخبار و مطالب مربوط به کشف مواد مخدر، دستگیری قاچاقچیان و معتادان اختصاص دارد، این‌گونه مطالب بیشتر حاوی ابعاد «برخورد و درگیری» و «فراوانی» هستند و نقش چندانی از جهت آموزشی و تربیتی در مورد پیشگیری از گرایش افراد جامعه به مواد مخدر ندارند.

مطالب با محتوای کشف مواد مخدر و دستگیری قاچاقچیان همگی یک کلیشه کلی دارند که عبارت‌اند از: درگیری با قاچاقچیان و دستگیری و یا به هلاکت رساندن آن‌ها و در نهایت کشف مواد مخدر و در این میان تنها نام اشخاص، حوزه انتظامی کاشف و مقدار مواد مکشوفه تغییر می‌یابد.

پس از این‌گونه مطالب، مطالب مربوط به لزوم تشدید مبارزه و مجازات قاچاقچیان با ۸۵ مورد (۱۰/۱ درصد) قرار دارند، که بیشتر جنبه خبری داشته و نقل قول سخنان مسئولان و مردم است و بر لزوم تغییر قوانین در جهت تشدید مجازات قاچاقچیان و معتادان تأکید دارند.

اخبار و مطالب مربوط به برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌ها، برنامه و طرح‌های فرهنگی با ۶۷ مورد (۷/۹ درصد)، اخبار جنایات و حوادث مرتبط با مواد مخدر و اعتیاد با ۶۱ مورد (۷/۲ درصد)، متفرقه (عسر و حرج همسران معتادان، حضانت فرزندان، اعتراض به رفت و آمد معتادان به اماکن، برگزاری یادنامه سرداران شهید، تربیت سگ‌های موادیاب، معرفی سازمان‌های فعال در امر مبارزه با مواد مخدر و از جمله ستاد مبارزه با مواد مخدر و U.N.D.C.P با ۵۸ مورد (۶/۹ درصد)، بررسی علل و عوارض اعتیاد با ۳۶ مورد یا (۴/۳ درصد)، آموزش‌های بهداشتی و خدمات درمانی به معتادان (مباحث مربوط به شیوه‌های درمان و معرفی بیمارستان‌ها و مراکز درمانی) با ۲۵ مورد (۳ درصد)، نتایج تحقیقات و نظر سنجی‌ها (غالباً ترجمه هستند) با ۲۲ مورد

(۲/۶ درصد) و آموزش و روش‌های پیشگیری از اعتیاد با ۱۸ مورد (۱/۲ درصد) در مراحل بعد قرار می‌گیرند.

با توجه به کای اسکوئر به دست آمده ۱۳۵ و درجه آزادی ۲۴ در سطح $p < 0.0001$ درصد تفاوت معناداری بین روزنامه‌های مورد بررسی از لحاظ مواد مخدر و اعتیاد وجود دارد که به شرح زیر می‌باشد.

درگیری و کشف مواد

از مجموع ۸۴۴ مطلب منتشره در این روزنامه‌ها، ۴۷۱ مورد آن به اخبار مربوط به دستگیری قاچاقچیان و کشف مواد اختصاص یافته است، که بیشترین تعداد آن در روزنامه اطلاعات با ۲۰۹ مورد و ۴۴/۳ درصد مطالب منتشره (۷۱/۳ درصد مطالب روزنامه) است، پس از آن روزنامه‌های کیهان با ۱۵۹ مورد یا ۳۳/۷ درصد مطالب (۵۸/۸ مطالب روزنامه)، ایران با ۵۹ مورد و ۱۲/۵ درصد (۳۴ درصد مطالب روزنامه)، همشهری با ۴۵ مورد یا ۹/۵ درصد (۴۰/۹ درصد مطالب روزنامه) قرار می‌گیرند.

انتشار درصد زیادی از مطالب در این زمینه در روزنامه‌های اطلاعات و کیهان به خوبی بیانگر توجه بسیار این دو روزنامه به اخبار و حوادث منفی^۱ در این زمینه می‌باشد، منبع این‌گونه اخبار نیز غالباً روابط عمومی سازمان‌ها و خبرگزاری‌های داخلی و خارجی و خبرنگاران شهرستان‌های این دو روزنامه هستند.

در مورد مطالب مربوط به تأکید بر لزوم مبارزه با قاچاقچیان و معتادان که از مجموع ۸۴۴ مطلب منتشره، ۸۵ مورد (۱۰/۱ درصد) را به خود اختصاص داده است که در این زمینه روزنامه ایران با ۳۱ مورد یا ۳۶/۵ درصد (۸۱/۱ درصد مطالب روزنامه) بیشترین مطالب منتشر کرده است و پس از آن روزنامه‌های کیهان با ۲۶ مورد یا ۳۰/۶ درصد (۹/۶ درصد مطالب روزنامه)، اطلاعات با ۱۹ مورد و ۲۲/۴ درصد (۶/۵ درصد مطالب روزنامه) و همشهری با ۹ مورد یا ۱۰/۶ درصد (۸/۲ درصد مطالب روزنامه) در این زمینه مطالب منتشر کرده‌اند.

برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌ها

اخبار فرهنگی مربوط به برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌ها ۶۷ مورد (۷/۹ درصد) از کل مطالب منتشره را به خود اختصاص داده است که در این زمینه روزنامه اطلاعات ۱۹ مورد (۲۸/۴ درصد) مطالب، روزنامه کیهان ۱۸ مورد (۲۶/۹ درصد) و روزنامه‌های همشهری و ایران هرکدام ۱۵ مورد (۲۲/۴ درصد) از مطالب مربوط به این زمینه را منتشر کرده‌اند.

حوادث و جنایات مرتبط با اعتیاد و مواد مخدر

اخبار و مطالب مربوط به حوادث و جنایات مرتبط با اعتیاد و مواد مخدر شامل قتل، سرقت، تجاوز به عنف، فحشا، خودکشی و... مرتبط با اعتیاد و یا قاچاق مواد مخدر که از بهترین اخبار صفحات حوادث روزنامه‌های مورد بررسی می باشند، در مجموع ۶۱ مورد یا ۷/۲ درصد از کل مطالب را شامل می گردد.

در این زمینه روزنامه کیهان با انتشار ۲۲ مورد یا ۵۲/۵ درصد از کل مطالب، بیشترین مطالب را منتشر کرده است و پس از آن روزنامه اطلاعات با ۱۳ مورد (۲۱/۳ درصد)، ایران با ۱۱ مورد (۱۸ درصد) و روزنامه همشهری با ۵ مورد (۸/۲ درصد) قرار دارند.

در مجموع روزنامه‌های کیهان ۱۱/۹ درصد، ایران ۶/۴ درصد، همشهری ۴/۵ درصد و اطلاعات ۴/۴ درصد از کل مطالب خود را به این موضوع اختصاص داده اند. انتشار بیش از نیمی از مطالب مربوط به این زمینه در روزنامه کیهان بیانگر خط‌مشی خاص روزنامه کیهان در برجسته‌سازی اخبار و مطالب مربوط به حوادث و جنایات مربوط به این زمینه است که منبع اکثر این مطالب نیز روابط عمومی سازمان‌ها و نهادها خصوصاً روابط عمومی و خبرنگاران شهرستان‌های روزنامه‌های مورد بررسی است.

نتایج تحقیقات و نظر سنجی

اخبار و مطالب مربوط به نتایج تحقیقات و نظرسنجی‌ها در مجموع ۲۱ مورد یا ۲/۵ درصد از کل مطالب را به خود اختصاص داده است.

در این مورد روزنامه کیهان، ۷ مورد (۳۳/۳ درصد) از کل مطالب (۲/۶ درصد مطالب روزنامه)، همشهری ۶ مورد یا ۲۸/۶ درصد (۵/۵ درصد مطالب روزنامه)، ایران ۵ مورد یا ۲۳ درصد (۲/۹ درصد مطالب روزنامه) و اطلاعات ۳ مورد یا ۱۴/۳ درصد (۱ درصد مطالب روزنامه) مطالب مربوط به این موضوع را منتشر کرده‌اند.

درصد اندک مطالب با موضوع نتایج تحقیقات و نظرسنجی‌ها در روزنامه‌های مورد بررسی نمایانگر ضعف این روزنامه‌ها در پرداختن علمی به موضوع مواد مخدر و اعتیاد و تکیه صرف آن‌ها بر حوادث و برخوردهای مربوط به این زمینه دارد.

بررسی علل، عوامل و عوارض اعتیاد

در زمینه بررسی علل، عوامل و عوارض اعتیاد، در مجموع در روزنامه‌های مورد بررسی ۳۶ مورد (۴/۳ درصد مطالب) منتشر شده است که در این زمینه روزنامه ایران با ۱۴ مورد یا ۳۸/۹ درصد از مطالب (۸/۲ درصد مطالب روزنامه) و روزنامه همشهری با ۸ مورد یا ۲۲/۲ درصد (۷/۳ درصد مطالب روزنامه) و روزنامه‌های کیهان و اطلاعات هرکدام با ۷ مورد یا (۱۹/۸ درصد مطالب) در این زمینه مطلب منتشر نموده‌اند.

متأسفانه علی‌رغم آنکه شناسایی علل، عوامل و عوارض اعتیاد در ایران می‌تواند تأثیر بسیار زیادی در برنامه‌های پیشگیری از مواد مخدر در داخل کشور برجای گذارد، روزنامه‌های مورد بررسی در این زمینه ضعف شدیدی داشتند، که این مسئله سبب می‌شود تا این روزنامه‌ها در این زمینه نتوانند کارکرد مناسبی داشته باشند.

آموزش روش‌های پیشگیری از اعتیاد به مواد مخدر

در این زمینه در روزنامه‌های مورد بررسی در مجموع ۱۸ مورد (۱/۲ درصد مطالب) منتشر شده بود که روزنامه ایران با انتشار ۷۲/۲ درصد مطالب، همشهری با ۱۶/۷ درصد و اطلاعات و کیهان هرکدام با ۵/۶ درصد به ترتیب در این زمینه مطلب به چاپ رسانیده بودند.

این تعداد مطلب ۷/۶ درصد مطالب روزنامه ایران، ۲/۷ درصد مطالب همشهری و ۰/۴ درصد مطالب کیهان و ۰/۳ درصد مطالب اطلاعات را شامل شود.

سایر

روزنامه‌های مورد بررسی در مورد سایر موضوع‌های شامل عسر و حرج همسران معتاد، حضانت فرزندان، اعتراض به رفت و آمد معتادان به اماکن، برگزاری یادنامه سرداران شهید، تربیت سگ‌های موادیاب، معرفی سازمان‌های فعال در امر مبارزه با مواد مخدر و از جمله ستاد مبارزه با مواد مخدر و «U.N.D.C.P» ۵۸ مورد یا ۶/۹ درصد کل مطالب را منتشر کرده بودند.

در این زمینه روزنامه کیهان با انتشار ۱۸ مورد (۳۱ درصد کل مطالب) بیشترین مطلب را منتشر کرده بود، پس از آن روزنامه‌های اطلاعات با ۱۴ مورد (۲۴/۱ درصد) و ایران و همشهری هرکدام با ۱۳ مورد (۲۲/۴ درصد) در این مورد مطلب منتشر کرده بودند.

این تعداد مطالب ۱۱/۸ درصد کل مطالب روزنامه همشهری، ۷/۶ درصد مطالب روزنامه ایران، ۶/۷ درصد مطالب روزنامه کیهان و ۴/۸ درصد مطالب روزنامه اطلاعات را شامل می‌شود.

جدول شماره ۳- تعداد و درصد فراوانی مطالب بر حسب

سبک در روزنامه‌های مورد بررسی

جمع	همشهری	کیهان	اطلاعات	ایران	سبک مطلب	
۷۱۱	۹۱	۲۳۹	۲۷۷	۱۰۴	تعداد	خبر
۸۴/۲	۱۲/۸	۳۳/۶	۳۹	۱۴/۶	درصد سطری	
	۸۲/۷	۸۸/۵	۹۴/۵	۶۰/۸	درصد ستونی	
۵۷	۱۳	۷	۶	۳۰	تعداد	مقاله و تفسیر
۶/۸	۳۲/۲	۱۲/۵	۷/۱۰	۵۳/۶	درصد سطری	
		۱۱/۸	۲/۶	۲	۱۷/۵	درصد ستونی
۴۶	۴	۱۵	۳	۲۴	تعداد	گزارش
۵/۵	۸/۷	۳۲/۶	۶/۵	۵۲/۲	درصد سطری	
	۳/۶	۵/۶	۱	۱۴	درصد ستونی	
۴	۰	۰	۲	۲	تعداد	نامه‌های خوانندگان
۵	۰	۰	۵۰	۵۰	درصد سطری	
	۰	۰	۰/۷	۱/۲	درصد ستونی	
۷	۲	۰	۰	۵	تعداد	مصاحبه
۸	۲۸/۶	۰	۰	۷۱/۴	درصد سطری	
	۱/۸	۰	۰	۲/۹	درصد ستونی	
۱۰	۰	۳	۵	۲	تعداد	تبلیغات
۱/۲	۰	۳۰	۵۰	۲۰	درصد سطری	
	۰	۱/۱	۱/۷	۱/۲	درصد ستونی	
۵	۰	۴	۰	۱	تعداد	طنز
۶	۰	۸۰	۰	۲۰	درصد سطری	
	۰	۱/۵	۰	۰/۶	درصد ستونی	
۳	۰	۱	۰	۲	تعداد	نقل از مطبوعات
۴	۰	۳۳/۳	۰	۶۶/۷	درصد سطری	
	۰	۰/۴	۰	۱/۲	درصد ستونی	
۸۴۴	۱۱۰	۲۷۰	۲۹۳	۱۷۱	تعداد	جمع
۱۰۰	۱۳	۳۲	۳۴/۷	۲۰/۳	درصد	

$x^2=219$

$df=8$

$P < 0/0001$

پرسش ۲- تفاوت و تشابه روزنامه‌های مورد بررسی از لحاظ سبک مطالب چگونه است؟

جدول شماره ۲ مطالب روزنامه‌های مورد بررسی را از لحاظ سبک مطلب نشان می‌دهد.

آنچنان‌که از جدول مشاهده می‌شود، در میان قالب‌های روزنامه‌نگاری، قالب خبری با ۷۱۱ مورد (۸۴/۲ درصد) سبکی است که بیش از سایر سبک‌ها مورد استفاده قرار گرفته است و پس از آن سبک مقاله، تفسیر، اظهار نظر و یادداشت قرار می‌گیرد که ۵۷ مورد (۶/۸ درصد) از مطالب را به خود اختصاص داده است. قالب‌های گزارش با ۴۶ مورد یا (۵/۵ درصد)، تبلیغات با ۱۰ مورد (۱۱/۲ درصد)، مصاحبه با ۷ مورد (۸ درصد)، طنز به صورت مجزا (نوشتاری و تصویری) با ۵ مورد (۶ درصد)، نامه‌های خوانندگان با ۴ مورد (۵ درصد)، نقل از مطبوعات با ۳ مورد (۴ درصد) و سایر با ۱ مورد (۱ درصد) قرار می‌گیرد.

نگاهی دقیق به جدول، بیانگر آن است که در مجموع قالب مقاله و تفسیر، گزارش و مصاحبه که می‌توانند به صورت عمقی به موضوع اعتیاد و مواد مخدر بپردازند، ۳۷/۵ درصد از کل مطالب را به خود اختصاص داده است که درصد نسبتاً اندکی است.

با توجه به کای اسکور به دست آمده ۲۱۹ و درجه آزادی ۸، در سطح $P < 0.0001$ درصد تفاوت معناداری بین روزنامه‌های مورد بررسی از لحاظ توجه به سبک مطالب دیده می‌شود که به شرح زیر می‌باشد:

سبک خبری

در زمینه سبک خبری که بیشترین حجم مطالب را به خود اختصاص داده، روزنامه اطلاعات با ۲۷۷ مورد (۳۹ درصد کل مطالب) بیشتر از روزنامه‌های مورد مطالعه مطلب منتشر کرده است، پس از این روزنامه، کیهان با ۲۳۹ مورد (۳۳/۶ درصد)، ایران با ۱۰۴ مورد (۱۴/۶ درصد) و همشهری با ۹۱ مورد (۱۲/۸ درصد) به ترتیب مطالبی با این سبک منتشر کرده‌اند.

مقایسه تعداد مطالب منتشره با این سبک در دو روزنامه اطلاعات و کیهان در مقایسه با تعداد مطالب با بعد «برخورد و درگیری» در روزنامه‌های دیگر بیانگر توجه بیشتر این دو روزنامه به خبرهای کوتاه با موضوع حوادث و درگیری است که البته این‌گونه مطالب نمی‌توانند تأثیر مناسبی در تغییر نگرش‌ها و رفتار مخاطبان داشته باشند و حداکثر می‌توانند آگاهی و دانش آن‌ها را در این زمینه تغییر دهند.

در مورد سبک مقاله، تفسیر، یادداشت و اظهار نظر روزنامه ایران با ۳۰ مورد (۵۳/۶ درصد)، بیش از سایر روزنامه‌ها مطلب منتشر کرده است و پس از آن روزنامه‌های همشهری با ۱۳ مورد (۲۲/۸ درصد)، کیهان با ۷ مورد (۱۲/۵ درصد) و اطلاعات با ۶ مورد (۱۰/۵ درصد) به ترتیب مطالب با این سبک را منتشر کرده‌اند.

با توجه به نتایج، دو روزنامه ایران و همشهری با انتشار این حجم از مطالب با سبک مقاله و تفسیر (که نسبت به سایر سبک‌ها به صورت عمیق‌تر به موضوع می‌پردازد) به صورت مناسب‌تری به انعکاس مطالب مربوط به این زمینه پرداخته‌اند.

از جهت سبک گزارش که ۴۶ مورد (۵/۵ درصد)، از کل مطالب را به خود اختصاص داده است، روزنامه ایران با انتشار ۲۴ مورد (۵۲/۲ درصد)، بیشترین مطالب با این سبک را منتشر کرده است.

پس از این روزنامه، کیهان با انتشار ۱۵ مورد (۳۲/۶ درصد)، همشهری با ۴ مورد (۸/۷ درصد) و اطلاعات با ۳ مورد (۶/۵ درصد) مطالبی با این سبک را منتشر کرده‌اند. تبلیغات سبک دیگری است که این روزنامه‌ها در ۱۰ مورد (۱/۲ درصد) از مطالب خود آن را مورد استفاده قرار داده‌اند. این تبلیغات که از سوی ستاد مبارزه با مواد مخدر سفارش داده شده‌اند، اکثراً در ماه‌های خرداد و تیرماه (سالروز جهانی مبارزه با مواد مخدر) منتشر شده است. روزنامه اطلاعات ۵ مورد (۵۰ درصد) از مطالب با این سبک را منتشر کرده است، و در مقابل روزنامه‌های ایران ۲ مورد (۲۰ درصد) و کیهان ۳ مورد (۳۰ درصد) از مطالب با این سبک را منتشر کرده‌اند، روزنامه همشهری هیچ مطلبی را با این سبک منتشر نکرده است.

روزنامه‌های مورد بررسی در مجموع ۷ مورد (۸ درصد) از مطالب خود را به سبک «مصاحبه و میزگرد» اختصاص داده‌اند که تنها، روزنامه‌های ایران با ۵ مورد (۷۱/۴ درصد) و همشهری با ۲ مورد (۲۸/۶ درصد) مطالبی با این سبک داشته‌اند، دو روزنامه کیهان و اطلاعات فاقد مطالبی با این سبک بوده‌اند که بیانگر عدم توجه این دو روزنامه به ارائه مطالب به صورت بحث و گفتگو بوده است.

نقل از مطبوعات سبک دیگری بود که ۳ مورد (۴ درصد) از مطالب روزنامه‌های مورد بررسی را به خود اختصاص داده بود که روزنامه ایران با ۲ مورد (۶۶/۷ درصد) و روزنامه کیهان با ۱ مورد (۳۳/۳ درصد)، تنها روزنامه‌هایی بودند که مطالبی با این سبک منتشر کرده بودند.

پرسش ۳- تفاوت و تشابه روزنامه‌های مورد بررسی از لحاظ محل رخداد چگونه است؟

مطالب مورد بررسی از جهت مکان جغرافیایی وقوع آن‌ها مورد بررسی قرار گرفتند، در این زمینه مطالب به دو زیر مقوله داخلی (داخل کشور) و خارجی (خارج کشور) تقسیم شده بودند.

جدول شماره ۴ مطالب مورد بررسی را از لحاظ محل وقوع آن‌ها نشان می‌دهد، چنان که از جدول مشاهده می‌گردد، از مجموع ۸۴۴ مطلب مورد بررسی در مجموع ۷۷۶ مطلب (۹۱/۹ درصد) مطالب داخلی هستند، ۶۶ مورد (۷/۸ درصد) مربوط به مطالب خارجی بوده و در ۲ مورد (۰/۳ درصد)، از مطالب محل رخداد نامشخص است.

با توجه به کای اسکور به دست آمده، (۳۰/۵) و درجه آزادی ۶ و در سطح $p < 0/0001$ درصد تفاوت معناداری بین روزنامه‌های مورد بررسی از لحاظ محل رخداد دیده می‌شود که به شرح زیر است:

روزنامه اطلاعات با ۲۷۱ مورد (۳۴/۹ درصد) از مطالب داخلی به خود اختصاص داده است، کیهان نیز با ۲۵۶ مورد (۳۳ درصد) از مطالب داخلی را منتشر کرده است، روزنامه ایران با ۱۶۰ مورد (۲۰/۶ درصد) و روزنامه همشهری با ۸۹ مورد (۱۱/۵ درصد) از لحاظ پرداختن به مطالب داخلی در رده‌های بعدی قرار دارند.

در زمینه اخباری که محل رخداد آن‌ها در خارج از کشور بوده است، روزنامه ایران با ۲۲ مورد (۳۳/۳ درصد کل مطالب) بیشترین مطالب را منتشر کرده است، روزنامه همشهری با ۱۹ مورد (۲۸/۸ درصد)، کیهان با ۱۶ مورد (۲۱/۲ درصد) و اطلاعات با ۱۱ مورد (۱۶/۷ درصد) به ترتیب بیشترین و کمترین مطالب را منتشر کرده‌اند.

در زمینه اخباری که محل وقوع آن‌ها نامشخص است، تنها روزنامه همشهری ۲ مورد مطلب داشته است و سایر روزنامه‌ها در این مورد مطلبی منتشر نکرده‌اند.

جدول شماره ۴: تعداد و درصد فراوانی مطالب بر حسب

سبک در روزنامه‌های مورد بررسی

محل رخداد	ایران	اطلاعات	کیهان	همشهری	جمع	
داخل کشور	تعداد	۱۶۰	۲۷۱	۲۵۶	۷۷۶	
	درصد سطری	۲۰/۶	۳۴/۹	۳۳	۱۱/۵	۹۱/۹
	درصد ستونی	۹۳/۶	۹۲/۵	۹۴/۸	۸۰/۹	
خارج کشور	تعداد	۱۱	۲۲	۱۴	۱۹	۶۶
	درصد سطری	۱۶/۷	۳۳/۳	۲۱/۲	۲۸/۸	۷/۸
	درصد ستونی	۶/۴	۷/۵	۵/۲	۱۷/۳	
نامشخص	تعداد	۰	۰	۰	۲	۲
	درصد سطری	۰	۰	۰	۱۰۰	۰/۳
	درصد ستونی	۰	۰	۰	۱/۸	
جمع	تعداد	۱۷۱	۲۹۳	۲۷۰	۱۱۰	۸۴۴
	درصد	۲۰/۳	۳۴/۷	۳۲	۱۳	۱۰۰

$x^2=30/5$

$df=6$

$P < 0/0001$

پرسش ۴- تفاوت و تشابه روزنامه‌های مورد بررسی از نوع ماده مخدر چگونه است؟

توجه به مطالب روزنامه از لحاظ نوع ماده مخدر، می‌تواند بیانگر آن باشد که در حال حاضر پیکارهای پیشگیری از مواد مخدر و اعتیاد، بیشتر به کدام نوع ماده مخدر (مواد مخدر تحت کنترل و یا داروهای قانونی که از مسیر اصلی خود منحرف شده و مورد سوء استفاده واقع شده‌اند) توجه کرده‌اند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که در مجموع ۷۵۰ مورد (۸۸/۹ درصد) مطالب به مواد مخدر غیر قانونی اختصاص دارند و در ۸۴ مورد (۱۰ درصد) از مطالب نوع ماده مخدر نامشخص بوده است، در ۶ مورد داروهای قانونی و در ۴ مورد هر دو نوع ماده مورد نظر بوده‌اند.

با توجه به کای اسکور به دست آمده، (۱۳/۴) و درجه آزادی ۹ در سطح $P < 0/0001$

درصد تفاوت معناداری بین روزنامه‌های مورد بررسی از لحاظ نوع ماده مخدر دیده می‌شود که به شرح زیر است:

روزنامه اطلاعات در ۲۴۷ مورد (۳۵/۶ درصد)، کیهان در ۲۴۱ مورد (۳۲/۱ درصد)، ایران در ۱۵۳ مورد (۲۰/۴ درصد) و همشهری در ۸۹ مورد (۱۱/۹ درصد) از مطالب خود به مواد مخدر غیرقانونی (مانند تریاک، حشیش، هروئین و ...) پرداخته‌اند.

هر یک از روزنامه‌های اطلاعات و کیهان ۲ مورد (۳۳/۳ درصد)، و روزنامه‌های ایران و همشهری هر کدام ۱ مورد (۱۶/۷ درصد) از مطالب مربوط به مواد قانونی را منتشر کرده‌اند. در ۸۴ مورد از مطالب، مواد مخدر به صورت کلی مورد بحث قرار گرفته‌اند و نوع ماده مخدر به صورت مشخص بیان نشده است که در این مورد روزنامه کیهان با ۲۵ مورد (۲۹/۸ درصد کل مطالب) بیشترین مطالب را داشته است و پس از آن روزنامه‌های اطلاعات با ۲۴ مورد (۲۸/۶ درصد)، همشهری با ۱۸ مورد (۲۱/۴ درصد) و ایران با ۱۷ مورد (۲۰/۳ درصد) قرار می‌گیرند.

در ۴ مورد از مطالب نیز هر دو ماده مورد نظر بوده‌اند که در این زمینه روزنامه‌های کیهان و همشهری هر کدام ۲ مورد (۵۰ درصد) مطالب را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول شماره ۵- تعداد و درصد فراوانی مطالب بر حسب نوع ماده مخدر در روزنامه‌های مورد بررسی

نوع ماده مخدر		ایران	اطلاعات	کیهان	همشهری	جمع
مواد غیرقانونی	تعداد	۱۵۳	۲۶۷	۲۴۱	۸۹	۷۵۰
	درصد سطری	۲۰/۴	۳۵/۶	۳۲/۱	۱۱/۹	۸۸/۹
	درصد ستونی	۸۹/۵	۹۱/۱	۸۹/۳	۸۰/۹	
داروهای پزشکی	تعداد	۱	۲	۲	۱	۶
	درصد سطری	۱۶/۷	۳۳/۳	۳۳/۳	۱۶/۷	۰/۷
	درصد ستونی	۰/۶	۰/۷	۰/۷	۰/۹	
نامشخص	تعداد	۱۷	۲۴	۲۵	۱۸	۸۴
	درصد سطری	۲۰/۲	۲۸/۶	۲۹/۸	۲۱/۴	۱۰
	درصد ستونی	۹/۹	۸/۲	۹/۳	۱۶/۴	
هر دو ماده	تعداد	۰	۰	۲	۲	۴
	درصد سطری	۰	۰	۵۰	۵۰	۰/۵
	درصد ستونی	۰	۰	۰/۷	۱/۸	
جمع	تعداد	۱۷۱	۲۹۳	۲۷۰	۱۱۰	۸۴۴
	درصد	۲۰/۳	۳۴/۷	۳۲	۱۳	۱۰۰

$\chi^2=13/4$

df=۹

$P < 0/0001$

پرسش ۵- ساختار، تفاوت و تشابه روزنامه‌های مورد بررسی از لحاظ نوع نگرش نسبت به اعتیاد چگونه است؟

امروزه پس از سال‌ها مبارزه و برخورد قضایی و انتظامی با مواد مخدر و اعتیاد مشخص شده است که صرف این‌گونه برخوردها نتیجه مناسبی در زمینه پیشگیری از مواد مخدر به دست نخواهد آمد. بنابراین، در برنامه‌های جدید پیکار، اعتیاد بیشتر به عنوان یک بیماری در نظر گرفته می‌شود و شخص معتاد به عنوان یک بیمار نیازمند درمان تلقی می‌شود.

بر اساس بررسی به عمل آمده از اخبار روزنامه‌های مورد بررسی، از مجموع ۸۴۴ مورد مطلب مورد بررسی، ۶۷۱ مورد (۷۹/۵ درصد) آن‌ها نسبت به معضل مواد مخدر دیدی مجرمانه داشته و مطالبی را منتشر کرده‌اند که معتاد را به عنوان یک مجرم در نظر گرفته‌اند.

تنها در ۸۷ مورد (۱۰/۳ درصد) از مطالب، اعتیاد به عنوان یک بیماری تلقی شده است، در ۸۶ مورد (۱۰/۳ درصد) از مطالب نیز گرایش مطلب نامشخص یا تفریقی از این دو بوده است.

روزنامه اطلاعات با انتشار ۲۶۰ مورد (۲۸/۷ درصد) از مطالب با نگرش مجرمانه، بیشترین تعداد مطالب با این نگرش را داشته است، پس از اطلاعات، کیهان با انتشار ۲۳۶ مورد (۳۴/۹ درصد) بیشترین مطلب با این نگرش را منتشر کرده است، روزنامه‌های همشهری و ایران در این مورد به ترتیب ۹۹ مورد (۱۴/۸ درصد) و ۷۸ مورد (۱۱/۶ درصد) از مطالب را با این نگرش منتشر کرده‌اند، در مقابل روزنامه ایران در ۴۴ مورد (۵۰/۶ درصد) از مطالب خود نسبت به اعتیاد نگرش بیماری داشته است و شخص معتاد را به عنوان بیمار در نظر گرفته است.

روزنامه‌های اطلاعات با انتشار ۱۹ مورد، (۲۱/۸ درصد)، همشهری با ۱۴ مورد، (۱۶/۱ درصد) و کیهان با ۱۰ مورد (۱۱/۵ درصد) از مطالب با نگرش بیماری را منتشر کرده‌اند.

روزنامه ایران با ۲۸ مورد (۳۲/۶ درصد)، کیهان با ۲۶ مورد (۳۰/۲ درصد)، همشهری با ۱۸ مورد (۲۰/۹ درصد) و اطلاعات با ۱۴ مورد (۱۶/۳ درصد) مطالب با گرایش نامشخص را منتشر کرده‌اند.

تفاوت بسیار زیاد بین روزنامه‌های کیهان و ایران در زمینه نگرش بیماری بیانگر تفاوت فاحش دیدگاه این دو روزنامه نسبت به معضل مواد مخدر و اعتیاد است، در حالی که روزنامه ایران اعتیاد را بیشتر به عنوان یک بیماری تلقی می‌کند، روزنامه کیهان به اعتیاد بیشتر از دید یک جرم می‌نگرد.

نتیجه‌گیری

امروزه اعتیاد به مواد مخدر به عنوان یکی از مهم‌ترین معضلات اجتماعی جامعه ایران

است. رشد سریع درصد معتادان به مواد مخدر در جامعه، علی‌رغم هزینه‌های بسیاری که صرف مبارزه و برخوردهای قضایی و انتظامی با معتادان شده است، به روشنی مشخص کرده است که این‌گونه برخوردها و طرح‌ها، راه‌حلهایی موضعی و موقتی هستند و تنها در کوتاه مدت می‌تواند میزان عرضه را کاهش دهد ولی بر روی تقاضا تأثیر چندانی نخواهند داشت و تقاضا هر روز در حال افزایش است.

این چنین نتایجی در سایر نقاط جهان و از جمله در کشورهای جهان اول نیز به دست آمده است و به همین دلیل در این کشورها تغییرات عظیم و قابل توجهی در تحقیقات و پژوهش‌های محققان و پژوهشگران این جوامع به وجود آمده است، به گونه‌ای که اکنون در این جوامع به اعتیاد و مسئله مواد مخدر به‌عنوان یک بیماری می‌نگرند و این عقیده وجود دارد که مبارزه با اعتیاد و گرایش به مواد مخدر تنها به وسیله برخوردهای فیزیکی و به سادگی ممکن نیست و به‌همین دلیل در این کشورها بیشتر بودجه‌ها به سمت مبارزات پیشگیرانه سوق داده شده است و به جای برخوردهای صرفاً قضایی و انتظامی به مسئله مواد مخدر، به این مسئله توجه می‌شود که باید شرایط ذهنی را فراهم کرد که افراد جامعه حتی در صورت در دسترس بودن مواد مخدر به این نتیجه برسند که لذت ناشی از مصرف مواد مخدر در مقایسه با آسیب‌ها و مشکلات جسمی و اجتماعی آن چندان قابل توجه نمی‌باشد.

علاوه بر این تحقیقات آن‌ها بیانگر آن است که مبارزات پیشگیرانه تنها به صرف ارائه اطلاعات در مورد مواد مخدر و خطرات ناشی از سوء مصرف آن‌ها با موفقیت روبه‌رو نخواهد شد، بلکه حتی ممکن است جذابیت این خطرات برای جوانان خطرپذیر خود عامل مهمی برای تجربه مواد باشد.

در این مبارزات پیشگیرانه، ارتباطات و رسانه‌های ارتباطی به عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر برنامه محسوب می‌گردند؛ چرا که بدون برنامه‌ریزی برای ایجاد یک ارتباط صحیح و مناسب، پیام‌های مبارزه به مخاطبان نخواهد رسید و آن‌ها نخواهند توانست تا در نگرش‌ها و عقاید مخاطبان خود تغییرات لازم را ایجاد نمایند.

ارتباطات و رسانه‌های ارتباطی علاوه بر این از آن جهت در این گونه برنامه‌ها اهمیت می‌یابند که می‌توانند با برجسته‌سازی موضوع‌ها سبب گردند که در برنامه‌ریزان و سیاستگذاران جامعه نسبت به این مشکل آگاهی یافته و تحت فشار افکار عمومی به این مسئله اهمیت بیشتری بدهند. اما استفاده از ارتباطات و رسانه‌های ارتباطی در این زمینه باید با دقت صورت گیرد، چراکه این رسانه‌ها به مانند تیغ دو لبه‌ای هستند که در صورت استفاده نامناسب از آن‌ها می‌توانند آثار بسیار وخیمی را برجای گذارند.

ارائه اطلاعات نادرست در مورد مواد مخدر، اغراق در پیام‌های مربوط به مضرات سوء مصرف مواد مخدر، ارائه چهره‌ای نامناسب و غیرواقعی از معتادان و در نتیجه طرد آن‌ها از جامعه، تکیه صرف بر حوادث و رخدادهای خشونت‌بار و جنایات مرتبط با مواد مخدر و عدم ارائه روش‌ها و آموزش‌های پیشگیری از مواد مخدر از جمله

اشتباهاتی است که رسانه‌های ارتباطی ممکن است مرتکب شوند. در مقابل استفاده صحیح و مناسب از این رسانه‌ها می‌تواند کمک بسیار زیادی به برنامه‌های پیشگیری بنماید، این رسانه‌ها می‌توانند با رد عقاید نادرست موجود در جامعه نسبت به این مواد و ارائه آموزش‌های پیشگیرانه به خانواده‌ها و جوانان، آن‌ها را با این معضل آشنا ساخته و به آن‌ها در این مبارزه یاری رسانند. نتایج به دست آمده از این تحقیق را به طور کلی می‌توان به صورت زیر خلاصه کرد:

- در روزنامه‌های مورد بررسی بیشتر به اخبار حاوی بعد برخورد، توجه شده است و در این میان اخبار مربوط به دستگیری قاچاقچیان و معتادان و اخبار حوادث و جنایات مرتبط با اعتیاد موضوع‌هایی بوده‌اند که بیش از همه مورد توجه خبرنگاران و تحریریه روزنامه‌های مورد بررسی بوده‌اند و به اخبار و مطالب مربوط به آموزش روش‌های پیشگیری از مواد مخدر و پیام‌های پیشگیرانه و بررسی علل و عوامل سوء مصرف مواد مخدر کمتر توجه شده است.
- برای انعکاس مطالب مربوط به مواد مخدر و اعتیاد بیشتر از سبک خبری استفاده شده است و این در حالی است که برای انعکاس مطالب مربوط به برنامه‌های پیشگیرانه، باید بررسی عمیق و موشکافانه‌ای صورت گیرد، سبک خبری سبک مناسبی نمی‌باشد.
- از لحاظ محل رخداد در روزنامه‌های مورد بررسی بیشتر به اخبار و مطالب داخلی توجه شده است در صورتی‌که در این زمینه استفاده از منابع خارجی می‌تواند کمک بسیار زیادی بنماید.
- در اخبار و مطالب روزنامه‌های مورد بررسی تنها به مواد مخدر غیر قانونی توجه داشته بود، و در مورد سوء مصرف و یا مصرف خودسرانه داروهای قانونی تنها در ۶ مورد مطالبی منتشر شده بود.
- در روزنامه‌های مورد بررسی به مسئله مواد مخدر بیشتر به عنوان یک موضوع مجرمانه نگریسته شده بود و تلقی مجرمانه وجود داشت، در حالی‌که گرایش جدید در این زمینه دور شدن از این تلقی مجرمانه و توجه به معتاد به عنوان یک بیمار است که باید به جای زندانی شدن و برخوردهای صرفاً قضایی مورد مداوا و درمان قرار گیرد.
- غالب مطالب روزنامه‌های مورد بررسی گرایش رویداد مدار دارند و مطالبی که به این مسئله به‌عنوان یک فرایند نگریسته و به بررسی جوانب، علل و عوارض و راه‌های پیشگیری و مداوای این بیماری پرداخته باشند بسیار اندک است.
- مطالب مواد مخدر و اعتیاد در روزنامه‌های مورد بررسی بیشتر از بعد قضایی و انتظامی به مسئله توجه کرده‌اند و ابعاد علمی، پزشکی، اجتماعی، سیاسی و بین‌المللی و سایر ابعاد موضوع کمتر مورد توجه بوده است.

- نتایج حاصل از این تحقیق نکاتی را به برنامه‌ریزان برنامه‌های پیشگیری از مواد مخدر گوشزد می‌کند که به طور خلاصه می‌توان به این صورت عنوان کرد:
- تکیه صرف روزنامه‌های مورد بررسی به مطالب حاوی برخورد و اخبار حوادث و جنایات مربوط به اعتیاد و مواد مخدر در روزنامه‌های مورد بررسی می‌تواند تصور نادرستی در جامعه و برنامه‌ریزان و سیاستگذاران به وجود آورد و آن‌ها را نسبت به کاربرد روش‌های انتظامی و برخوردهای خشن با این بیماری بیش از پیش متقاعد سازد، ضمن آنکه باعث می‌گردد تا نسبت به برنامه‌ها و آموزش‌های پیشگیرانه در این روزنامه‌ها توجه کمتری صورت گیرد.
 - برای رفع این مشکل سازمان‌ها و نهادهای مسئول در امر مبارزه و پیشگیری از مواد مخدر باید از طریق برگزاری جلسات مشترک با مسئولان رسانه‌ها آن‌ها را نسبت به عواقب و تأثیرات نامناسب پرداخت یکسویه نسبت به این معضل آگاه سازند.
 - در پیام‌های تبلیغاتی در زمینه مواد مخدر در روزنامه‌های مورد بررسی کمتر به ارائه آموزش‌های صحیح توجه شده بود و بیشتر به تبریک هفته مبارزه با مواد مخدر و یا پیام‌های منفی در مورد مواد مخدر پرداخته شده است، در حالی‌که در پیام‌های تبلیغی در این زمینه در رسانه‌های کشورهای جهان اول به جای پرداختن به دنیای سیاه مصرف مواد مخدر، به دنیای سپید و روشن بدون مواد مخدر توجه می‌کند.
 - در پیام‌ها و مطالب مربوط به مواد مخدر باید در کنار پرداختن به علل و عوامل سوء مصرف مواد مخدر به بیان فعالیت‌های جایگزین به جای سوء مصرف مواد مخدر پرداخته شود.
 - در پیام‌ها و مطالب مربوط به مواد مخدر باید بیشتر به رفع عقاید و تصورات نادرست در زمینه مواد مخدر توجه شود.
 - در مطالب مربوط به مواد مخدر باید از تکیه صرف بر روی یک ماده مخدر (به‌عنوان نمونه هروئین و یا حشیش) خودداری شود، چرا که ممکن است که این تصور در ذهن مخاطبان به وجود آید که تنها آن ماده مخدر خطرناک است و سایر مواد مخدر (مانند تریاک) خطر چندانی ندارند.

کتابنامه

- اورنگ، محمد (۱۳۷۰)، *پژوهش درباره اعتیاد*، تهران: انتشارات مؤسسه پژوهش ایران
- سون ویندال و دیگران (۱۳۷۶)، *کاربرد نظریه‌های ارتباطات*، مترجم علیرضا دهقان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها
- شهیدی، محمدحسن، (۱۳۷۵)، *مواد مخدر، امنیت اجتماعی و راه سوم*. تهران: انتشارات اطلاعات.

- فلسفی، نصرالله (۱۳۴۷)، *زندگانی شاه عباس اول*، چاپ اول، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- کرباسی، منیژه (۱۳۷۷)، بررسی علل اعتیاد و راه‌های پیشگیری از آن، *مجموعه مقالات بررسی مسایل مربوط به اعتیاد جوانان*، تبریز: ...
- کیا، علی اصغر (۱۳۸۰)، *ارتباطات جمعی و روابط بین الملل*، تهران: انتشارات آن.
- گزارش برنامه بین المللی مبارزه با مواد مخدر سازمان ملل (۱۳۷۷)
- محسنیان راد، مهدی (۱۳۶۹)، *ارتباط شناسی*، تهران: انتشارات سروش.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۶۸)، *وسایل ارتباط جمعی*، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- مولانا، حمید (۱۳۶۹) سه نگرش به ارتباطات و توسعه، ترجمه یونس شکرخواه، سال اول، شماره سوم، *فصلنامه مطالعات و تحقیقات رسانه*، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
- نریمانی، محمد (۱۳۷۷)، بررسی علل اعتیاد و راه‌های پیشگیری از آن در معتادان شهرهای اردبیل، خلخال و پارس‌آباد. *مجموعه مقالات بررسی مسایل مربوط به اعتیاد جوانان*، تبریز:
- یونسکو (۱۳۷۳) *آموزش عمومی برای پیشگیری از اعتیاد*، ترجمه محسن دهقان، تهران: انتشارات رشد.