تاریخ دریافت:۹۱/۱۲/۱۲
تاریخ پذیرش:۹۲/۱/۱۵

وفاق اجتماعی
در سایه‌ی برنامه‌های صدا و سیمای بندر عباس

پری صیادی*
مریم سهرابی رنانی**

چکیده

هدف از پژوهش حاضر ، بررسی رابطه‌ی بین اطلاع رسانی رسانه‌های جمعی (با تمرکز بر صدا وسیما) و وفاق و سازگاری خرده‌فرهنگ‌ها در شهر بندرعباس بوده است. روش تحقیق، پیمایشی و ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه محقق‌ساخته بوده است. پایایی پرسشنامه ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۱)به دست آمد.جامعه آماری این تحقیق، کلیه شهروندان بالای ۱۵ سال ساکن در شهر بندرعباس تعریف شد. پس از انجام یک مطالعه مقدماتی و اطمینان از اعتبار و قابلیت اعتماد پرسشنامه، ۳۷۰ نفر بر مبنای یک طرح نمونه‌گیری سهمیه‌ای (بر اساس منطقه محل سکونت)، انتخاب و داده های مورد نیاز از آنان گردآوری شد. در نهایت و پس از تجزیه و تحلیل داده ها با کمک نرم افزارهای SPSS و Amos، نتایج نشان داد که رابطه مستقیم و معنی داری بین اطلاع رسانی رسانه‌های جمعی و وفاق اجتماعی در شهر بندرعباس(r=۰/۲۸۹) وجود دارد.

کلید واژه ها: وفاق اجتماعی، خرده‌فرهنگ، رسانه های جمعی.

مقدمه

وفاق اجتماعی از جمله موضوعاتی است که در بررسی های اجتماعی از اهمیت بسزایی برخوردار است. وفاق، راه‌های دستیابی بـه آن، موانع تحقق آن، عوامل فرسایش و نیز پیامدهایش، از دیرباز ذهن صاحبان اندیشه اجتماعی را بـه خـود معطـوف کـرده اسـت و بر این اساس علم جامعه‌شناسی در ابعـاد مختلف مفهوم وفاق اجتماعی به بحث پرداخته است. وفاق اجتماعی به معنای توافق بر سر ارزش‌ها، هنجارهای اساسی و الگوهای رفتاری جامعه، مفهومی است که از گذشـته تـا امروز در جامعه شناسی نقش محوری داشته است.

*مدیر کل امور بانوان استانداری هرمزگان،کارشناسی ارشد مدیریت فرهنگی parisayadi313@yahoo.com
**دانشجوی دکترای مدیریت و برنامه ریزی امور فرهنگی M.sohrabirenani@yahoo.com

این اساس علم جامعه‌شناسی در ابعـاد مختلف مفهوم وفاق اجتماعی به بحث پرداخته است. وفاق اجتماعی به معنای توافق بر سر ارزش‌ها، هنجارهای اساسی و الگوهای رفتاری جامعه، مفهومی است که از گذشـته تـا امروز در جامعه شناسی نقش محوری داشته است. وفاق دلالت بر پیدایی، اتفاق نظر و توافق آشـکار و یـا نهـان در یـک گروه دارد؛ خواه این توافق در باب زمینه‌های اصلی حیات آن گروه باشـد و یـا در زمینـه‌ی خواسـت اعضـا، بـرای داشـتن حیـاتی مشترک. «وفاق اساس زندگی مثبت اجتماعی را تشکیل داده و فقدان آن موجب بی‌سازمانی، فروریزی سـاخت جامعه و از هم‌پاشیدگی حیات اجتماعی می‌شود.»(بیرو، ۱۳۷۵: ٦٤)وفاق در زمان‌های مختلف، قابلیت همکاری افراد جامعه را افـزایش مـی‌دهـد و از این طریق در شکل بخشیدن به عملکردهای مثبت ایفای نقش می‌کند. در مسیر تحولات اجتماعی، وفـاق اجتمـاعی مـی‌توانـد منجـر بـه افزایش مشارکت مردم در نهادهای اجتماعی شود و راه را برای توسعه اجتماعی در جامعه همواره کند و از احتمـال مخاصمات اجتماعی بکاهد.

ابزار نظم، مسأله وفاق بوده و وفاق لازمه نظم بوده است. حال این نظم گاهی از طریق دگرگونی وضع موجود حاصل می شود و گاه از طریق حفظ آن. هیچ وقت نشده که واقعا این (وفاق جمعی) کامل بوجود آید. بنظر می رسد بر سر تعداد ارزشها در جامعه، وفاق نسبی داشته است. (چلبی، ۱۳۷۸: ۳۱) که از جامعه ای به جامعه دیگر فرق می کند.

از جمله شاخصه هائی که برای وفاق بر می شمارند، می‌توان به مشارکت اجتماعی، پذیرش اختلافات، کاهش تعارضات و افزایش علایق (عام گرایانه) اشاره کرد و در مورد روشهای ایجاد وفاق به ابعاد ارتباطی، فرهنگی و اقتصادی و روانشناسی می‌توان پرداخت(احمدی، ۱۳۷۸: ۳۵).

برای ایجاد همبستگی اجتماعی و وفاق در میان جوامع، بهره گیری از وسایل ارتباط جمعی اهمیت به سزایی دارد و می تواند به شکل ابزار قدرتمندی برای یکپارچه ساختن جامعه عمل نماید و از طریق تأثیرگذاری بر اذهان توده ها، سهم خاصی در شکل دادن به وحدت گروه‌ها و اقوام در درون جامعه داشته باشد و احساس مشترک را در میان جامعه بوجود آورد.

در این نوشتار سعی شده است به بررسی نقش اطلاع رسانی رسانه‌های جمعی در وفاق و سازگاری خرده‌فرهنگ‌ها پرداخته شود.

طرح مسأله

توسعه ملی در کشورهای جهان سوم بیش از هر چیز به مشارکت فعال و وفاق اجتماعی مؤثر افراد جامعه وابسته است. فقدان این مشارکت و وفاق اجتماعی زمینه بر خورد و اختلاف و تضاد را در میان عملکرد بخش‌های مختلف (خصوصی و عمومی) جامعه فراهم می‌آورد و بخش اعظم منابع کمیاب این کشورها صرف مقابله با عوارض نامطلوب این برخوردها می‌گردد. از این رو نگرش برنامه‌ریزان و خط‌مشی تدوین کنندگان در قرن بیست و یکم باید معطوف به افزایش نقش مشارکت های مردمی در فرآیند توسعه و به ویژه در زمینه های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی باشد.

وفاق اجتماعی از بحث های مهم جامعه شناسی است. بسیاری از کشورها و دولت‌ها برای حفظ کیان خود به دنبال ایجاد و تشدید این امر در بین مردم هستند؛ زیرا می‌دانند هر چقدر وفاق اجتماعی متزلزل باشد امکان گسیختگی و افزایش نابهنجاری بیشتر است.

ایران کشوری متنوع، متکثر و مرکب از اقوام و خرده فرهنگ های گوناگون است که در میان آن ها عناصر هویتی، دینی، ذهنی، تاریخ مشترک و جغرافیای واحد از اهمیتی بسیار برخوردار است. پیش زمینه تقویت همبستگی ملی در یک جامعه، وجود شناخت مشترک خرده فرهنگ ها از یکدیگر است.

آن چه که از اهمیت برخوردار است این است که وسایل ارتباط جمعی، ابزاری اجتماعی- فرهنگی به معنای عالی آنست و از این جهت اثرات چشمگیری در وفاق اجتماعی دارد.

بندرعباس مرکز استان هرمزگان، یکی از ۲۰ شهر بزرگ ایران و مرکز فعالیت‌های مهم اقتصادی و تجاری کشور محسوب می‌گردد. این شهر دارای ظرفیت‌های درخور توجهی از نظر تأسیسات پیشرفته خدماتی، زیربنایی و اقتصادی می‌باشد. بستر اقتصادی مناسب این شهر عامل مؤثری در جذب مهاجر از اقصی نقاط ایران و حتی کشورهای مجاور می‌باشد و زمینه را برای به وجود آمدن شهری چندفرهنگی با حضور خرده فرهنگ‌های گوناگون فراهم آورده است. مسأله ی اصلی که گروه پژوهش را به سمت انجام تحقیقی علمی در حوزه موضوعی وفاق اجتماعی راهنمایی کرده است پررنگ بودن مسأله مهاجرپذیر بودن بندرعباس، حضور خرده‌فرهنگ‌های مختلف، ناهمگونی ساختار جمعیت و تحرک فراوان جغرافیایی جمعیت بندرعباس و از سویی اهمیت نقش رسانه‌های جمعی در افزایش آگاهی و ارتقاء کیفی وفاق و انسجام اجتماعی می‌باشد.

نتایج حاصل از این پژوهش می‌تواند در سطوح مختلف فردی، سازمانی و اجتماعی کاربرد داشته باشد.

سؤال یا فرضیه تحقیق

هدف اصلی در این تحقیق «بررسی رابطه‌ی بین اطلاع رسانی رسانه‌های جمعی (با تمرکز بر صدا و سیما) و وفاق و سازگاری خرده‌فرهنگ‌ها در شهر بندرعباس » می باشد. بر این اساس فرضیه‌ای که مطرح است این است که؛ بین اطلاع رسانی رسانه‌های جمعی و وفاق اجتماعی در شهر بندر عباس رابطه وجود دارد.

چارچوب نظری

در جامعه شناسی، وفاق اجتماعی یعنی اجتماع شهروندان بر سر ارزش ها و اعتقادات مشترک مانند سازگاری جاندار با محیط زیست که بر مجموعه ای از خود تنظیمی ها متکی است و از یک سری کنش های مقدماتی ناشی می شود. (نیک گهر، ۱۳۸۷: ۳٦۹)

هر نوع گروه بندی پایا متضمن برخورداری از وفاق است. وفاق موجبات ایجاد به هم‌پیوستگی آگاهانه‌تر یک گروه و همبستگی بیشتر آن را فراهم می سازد. هم چنین وفاق مظهر قبول سلسله ارزش‌های اجتماعی، جلوه‌ها و مدل‌های پذیرفته شده توسط همگان است. وفاق اساس یک زندگی مثبت اجتماعی را تشکیل می‌دهد. اضمحلال آن موجب بی سازمانی، فروریزی ساخت جامعه و از هم پاشیدگی حیات اجتماعی می شود. (بیرو، ۱۳۷۰: ٦٤)

عوامل زیادی می‌تواند در ایجاد وفاق اجتماعی مؤثر باشد. برخی از این عوامل در سطح فردی به وجود می‌آیند، برخی در سطح میانی و برخی در سطح کلان. در سطح فردی اگر افراد و احزاب کنشگر سازگاری با شرایط اجتماعی داشته باشند ، وفاق اجتماعی ایجاد می‌شود. اما چنان چه افراد فرهنگ پذیری، جامعه پذیری و انعطاف‌پذیری لازم را نداشته باشند، زمینه برای تضاد اجتماعی فراهم می شود.

در سطح میانی، افراد با گروه‌ها و سازمان های اجتماعی سرو کار دارند. اگر موقعیت‌های اجتماعی این گروه‌ها و نیز نقش‌هایی که به آن ها واگذار شده است متناسب با کلیات نظام اجتماعی و فرهنگی نباشد، موجب ایجاد تضاد یا تضامح اجتماعی می‌شود.

در سطح کلان نیز اگر عناصر این سطح سازگاری و انطباق نداشته باشند سبب تخریب می-شوند. اگر برنامه‌ریزی‌ها در حوزه‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی انطباق و درهم تنیدگی لازم را نداشته باشند، تعادل اجتماعی را بر هم خواهند زد .(آزاد ارمکی، ۱۳۷۹: ۲۸ – ۱۵)

کنت پدر علم جامعه شناسی، اولین جامعه شناسی است که به موضوع وفاق اجتماعی پرداخته است. بنا بر نظر کنت « ... اساس هر جامعه ای توافق اذهان است. جامعه بوجود نمی‌آید مگر آن که اعضایش اعتقادات واحدی داشته باشند...»(آرون[۱]، ۱۳۷۰: ۹۰).

دورکیم۲، یکی دیگر از جامعه شناسانی که آراء مهمی درباره وفاق اجتماعی دارد معتقد است: «وفاق اجتماعی سبب می شود جامعه قوام داشته باشد و دچار بی نظمی و نابسامانی نگردد.» (صالحی امیری، ۱۳۸٦: ۸٦).

زیمل[۳]نیز معتقد است:« اشتباه است فکر کنیم که در جامعه ها وفاق و همبستگی وجود دارد و یا عدم وفاق و تضاد. اگر با یک رهیافت دیالتکتیکی به جامعه بنگریم، در جامعه هم وفاق و همبستگی وجود دارد و هم عدم وفاق و تضاد. همچنین وی بر این نکته تأکید دارد که ساده انگارانه است اگر نیروهایی را که به ستیز می انجامند منفی و نیروهایی را که به وفاق و همبستگی اجتماعی می انجامند مثبت انگاریم. زیرا اجتماع همیشه نتیجه این هر دو نوع کنش متقابل است و هر دوی آن ها عناصری مثبت‌اند که به روابط اجتماعی و ساختار و دوام می‌بخشند.» (صالحی امیری،۱۳۸٦: ۱۰۳).

وبر[٤] وفاق کامل را هرگز امکان پذیری نمی‌داند؛ زیرا ارزش‌ها که عبارتند از ارزش های اجتماعی، ارزش های اقتصادی، ارزش های فرهنگی، ارزش های سیاسی، ارزش های مذهبی و ارزش های هنری، همواره با یکدیگر در تعارض هستند. (آرون،۱۳۷۰: ٦۰۰)

اگرچه مفاهیم حوزه های علوم انسانی و اجتماعی عموماً با عدم توافق بر سرتعریف مواجهند اما مفهوم فرهنگ در این میان از بیشترین میزان اختلاف و عدم توافق برخوردار است وهر یک از صاحب نظران و از جمله مردم شناسان و جامعه شناسان آن را به گونه ای تعریف کرده اند، تا جایی که «کروبر» و «کلاکهن»[٥] بیش از ۱۵۰ تعریف از فرهنگ جمع آوری کرده اند.

از دیدگاه پارسونز (۱۹٤۹) فرهنگ عبارت است از: «آن الگوهایی که به رفتار و فرآورده های عمل بشری مربوط است و می تواند به ارث برسد، یعنی بدون دخالت های بیولوژیک از نسلی به نسل دیگر فرا داده می شود.» (آشوری، ۱۳۷۵: ٤٥)

افراد جامعه برحسب این که متعلق به کدام گروه اجتماعی و شغلی هستند و به چه طبقه‌ای بستگی دارند و خود را از چه طایفه‌ای می‌دانند و به کدام گرایش فکری و عقیدتی منسوبند و بالأخره برحسب این که از نظر جنسی و سنی در چه رده ای قرار دارند دارای نمود و مختصات فرهنگی متفاوتند و به آسانی می‌توان آن ها را به اعتبار گفتار، رفتار، نگرش، کنش های خاص، روش های متفاوت احساس وعمل و شناخت از یکدیگر متمایز ساخت. این تفاوت و ویژگی های

داخلی هر فرهنگ را «خرده فرهنگ[٦] »می‌نامند. اگر تفاوت بین خرده فرهنگ ها به قدر کافی زیاد باشد ، نتایج آن احتمالاً تنش و تضاد اجتماعی خواهد بود. (کوئن، ۱۳۸۹:۲۸-۲۵)

یکی از ابعاد تمایزیافتگی، شکل‌گیری خرده‌فرهنگ‌های مختلف در جامعه است. کمابیش، هر جامعه‌ای جدا از فرهنگ عام و مورد قبول افراد و گروه‌های مختلف اجتماعی، برخوردار از خرده فرهنگ‌هایی متناسب با وضعیت گروهی خود است ، از سوی دیگر ، یکی از ابعاد پیوستگی یا انسجام نیز وحدت نمادین یا وحدت فرهنگی بین این خرده فرهنگ‌هاست که از آن تحت عنوان وفاق اجتماعی یاد می‌شود. به سخن دیگر، خرده فرهنگ‌ها به یک معنا همان تمایزیافتگی است(تمایزیافتگی در شکل فرهنگی آن) و وفاق اجتماعی نیز به یک معنا، انسجام یا پیوستگی است (پیوستگی در قالب وحدت نمادین یا وحدت فرهنگی آن) (افروغ، ۱۳۸۸: ٢٤-٧)

مشارکت اجتماعی افراد و گروه های مختلف اجتماعی در تمام عرصه هایی که با سرنوشت آنها گره خورده، گامی است اساسی در تحقق وفاق اجتماعی. یکی از مجاری اساسی برای دستیابی به این هدف، افزایش آگاهی جامعه از طریق اطلاع رسانی رسانه‌ها است.

واژه ارتباط[٧] از ریشه لاتین (Communis) به معنای اشتراک گرفته شده است. این کلمه در زبان فارسی به صورت مصدر عربی باب افتعال به کار می رود که در لغت به معنای «پیوند دادن و ربط دادن و به صورت اسم مصدر به معنای بستگی، پیوند، پیوستگی و رابطه کاربرد دارد.» (دادگران، ۱۳۷۷: ۱۵)

امروزه رسانه ها مهم ترین وسایل ارتباط جمعی هستند. گیدنز[٨] معتقد است، « رسانه‌ها نیروی محرک و تهدید کننده فرهنگ هستند. رسانه‌های جمعی خواه ناخواه در برابر فرهنگ، مسئولیتی عظیم، بر عهده دارند، زیرا تنها آن را انتقال نمی‌دهند، بلکه محتوای آن را نیز انتخاب می‌کنند و سرچشمه آن هستند. رسانه، گذشته از آن که خود یک فرهنگ غالبی را ترویج می‌کند، از عناصر فرهنگ ساز است. رسانه‌ها، آینه تمام و کمال فرهنگی کلی جامعه می‌باشند و نقش فرهنگ سازی و همبستگی اجتماعی در ذات یک رسانه نهفته است. رسانه‌ها به عنوان پل ارتباطی میان نخبگان و جامعه، نقش آفرینش فرهنگی را بازی نموده و مشارکت فرهنگی را نهادینه می‌سازند.» (جعفری نژاد، ۱۳۸٤: ۹۲)

جامعه‌شناسان گفته‌اند که «ارتباط جمعی در جهان امروز اجتماع جانشینی ایجاد کرده است که همان کارکردهای روانی جامعه کوچک را دارد که افراد در روستاها در روابط رو در رو پیدا می‌کنند.(اسدی، ۱۳۷۱: ۲۰۸ - ۲۰۰). باید یادآوری شد که اثرات متفاوتی از نقش و تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر جهان معاصر مترتب است. در برابر اثرات مثبت ارتباطات هم چون افزایش سطح

مشارکت‌های اجتماعی، توسعه آزادی، تقویت پیوندهای اجتماعی و آموزشی و ... تأثیرات منفی هم دارد مانند تضعیف پیوندهای سنتی، بهره‌برداری تبلیغاتی و انتشار اخبار غیرواقعی، تجزیه و نفاق در وحدت ملی، تغییر الگوی مصرف و فن‌آوری نامناسب. »(عرب،۱۳۸٦).

در ارتباط با وفاق و همبستگی اجتماعی برخی نظرشان اینست که اگر ارتباط نباشد، وفاق هم به وجود نمی‌آید. ارتباط به شناخت می‌انجامد لذا زمینه‌ساز وفاق می‌شود. از طرفی، برخی برآنند که ارتباط و شناخت بیشتر باعث برجسته شدن تفاوت‌ها می‌شود و در نتیجه کارکردی وفاق‌زا پیدا می‌کند. البته تأثیر هر دو (ارتباط و عدم ارتباط) در وفاق‌زایی و وفاق‌زدایی نسبی است. (احمدی، ۱۳۷۸ : ۳۰)

در یک برآیند کلی، باید پذیرفت که وسایل ارتباط جمعی، ابزاری اجتماعی- فرهنگی به معنای عالی آنست و از این جهت اثرات چشمگیری دارد و اما نه آن چنان که محدودیتی نشناسد و نه آن چنان ناچیز است که اعتنا نشود. باید حدود و شرایط آن در نظر گرفته شود(ساروخانی،۱۳۷۱ : ۱۰۰) و باید گفت، ارتباط از دو جنبه حائز اهمیت است؛

۱- می‌تواند به شکل ابزار قدرتمند برای یکپارچه ساختن و احساسات عمل کند و میان بخش های مختلف جوامعی که به لحاظ مذهبی، قومی، زبانی وگرایشهای محلی و منطقه‌ای گروه‌بندی شده‌اند و درهم‌تنیدگی لازم را ندارند، انسجام وحدت ایجاد کند.

۲- می‌تواند تصورات قالبی و از پیش ساخته را بزداید و شکاف های اجتماعی را کاهش دهد و منافع و علائق مشترک میان گروه‌ها را بشناسد و زمینه‌ی اشتراک مساعی مردم را فراهم آورد (دفتر ترجمه،۱۳۷۸: ۱٦۱) و سهم به سزائی در شکل دادن وحدت گروه‌ها و اقوام و همبستگی و وفاق مؤثر بین آنان داشته باشد.

روش تحقیق

روش، در یک پژوهش علمی نقش اساسی دارد و پژوهشگر را در نیل به حقیقت و گریز از خطا یاری می دهد.از آن جا که در این تحقیق محققان بر اساس یک چهارچوب قاعده مند حرکت می کنند، سعی در سنجش یک واقعیت معینی دارند، روی متغیرها متمـــرکز هستند و هم چنین از بیرون یک جریان اجتماعی را مطالعه می‌کنند، رویکرد مقتضی آن، رویکرد کمی[۹]می‌باشد. به اقتضای موضوع تحقیق و با توجه به امکانات، چارچوب نظری و فرضیات تحقیق، روش پیمایش[۱۰]به منزله مناسب‌ترین روش برای جمع آوری اطلاعات مورد نظر قرار گرفت.

تکنیک گردآوری اطلاعات، حوزهٔ تحقیق، سال انجام تحقیق، جامعهٔ آماری و حجم نمونه

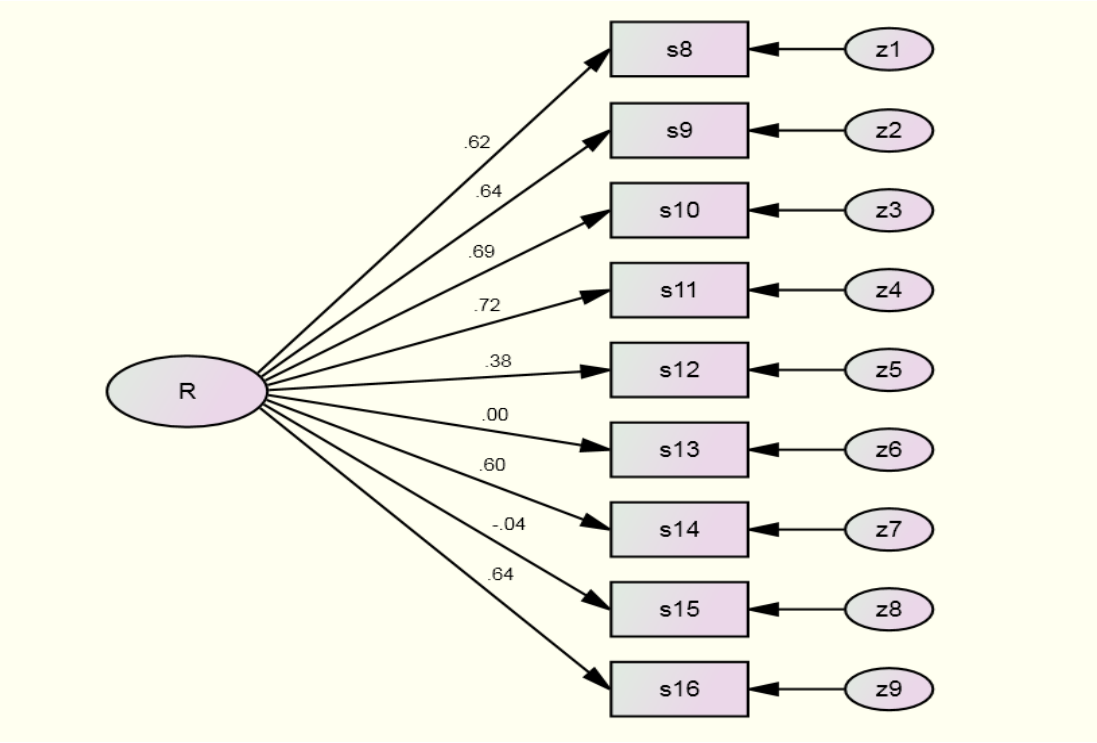
در پژوهش حاضر، برای سنجش متغیرها، جمع آوری داده‌ها و اطلاعات لازم و بررسی فرضیه-ها، از پرسشنامه کتبی استفاده شده و گویه‌های آن براساس پایه‌های نظری و تعاریف مفهومی، تدوین یافته است. از آن جا که ابزار جمع آوری اطلاعات نقش مهمی در تحقیقات اجتماعی دارد. ضروری است که نواقص و ابهامات موجود در آن به حداقل برسد. به این منظور در تحقیق حاضر نیز قبل از تنظیم، آماده سازی و تنظیم نهایی، ابزار جمع آوری اطلاعات (پرسشنامه) ابتدا توسط اساتید مرتبط با موضوع مورد بازبینی و سپس مورد پیش آزمون قرار گرفت. پیش آزمون بر روی ۳۰ نفر از پاسخگویان در شهر بندرعباس که به صورت تصادفی انتخاب شده بودند صورت گرفت و اشکالات و ابهاماتی که برای پاسخگویان در پاسخگویی به سؤالات پیش آمد بر طرف و پرسشنامه نهایی تایپ و تکثیر گردید. همچنین قبل از آزمون فرضیات با تکنیک تحلیل عاملی بررسی روایی سازه مشخص شد و نتایج قابل قبولی را به دنبال داشت.

این پژوهش در نیمه اول سال۱۳۹۱ و در شهر بندرعباس صورت گرفته است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه شهروندان ۱۵ سال به بالا ساکن در بندرعباس است که بر اساس سر شماری سال ۱۳۸۵ در مجموع برابر با ۵۱۵۵۷۷ نفر است. انتخاب سن ۱۵ سال به عنوان پایین‌ترین سن با توجه به موضوع تحقیق به این دلیل بوده است که به نظر می‌رسد افراد از این سن به طور قابل توجهی وارد تعامل‌های اجتماعی و فرهنگی می‌شوند. تعداد کل نمونه آماری پژوهش ۳۷۰ نفر بر اساس فرمول کوکران محاسبه شد.

بررسی روایی سازه

در بررسی نقش اطلاع رسانی رسانه‌های جمعی در وفاق و سازگاری خرده‌فرهنگ‌ها با متغیرهایی سروکار داریم که سنجش آنها به صورت آشکار و مستقیم مقدور نیست. پس در این روند محققان با طراحی سازه‌هایی در جهت تعریف و تبیین متغیر آزمون با ماهیت پنهان بودنش اقدام کردند. در پژوهش حاضر برای برآورد روایی سازه مقیاس‌های قابل اندازه‌گیری از تحلیل عامل تأییدی مرتبه اول استفاده شده است. در مدل‌های عاملی مرتبه اول فرض بر این است که نمرات هر مورد مطالعه در یک متغیر، در واقع منعکس کننده وضعیت آن مورد در یک عامل زیر بنایی‌تر است که به دلیل پنهان بودنش امکان اندازه‌گیری آن به صورت مستقیم وجود ندارد. در مدل‌های عاملی سه نوع متغیر وجود دارند. این متغیرها شامل؛ متغیر پنهان بیرونی (نقش اطلاع

رسانی رسانه ها– R) و متغیر مشاهده شده بیرونی (گویه‌های مقیاس، s8 تا s16) و متغیر خطا (z1,z2,z3,...) می‌شود. متغیرهای خطا و متغیر پنهان بیرونی از نوع پنهان هستند و در داخل دایره یا بیضی قرار می‌گیرند و متغیرهای مشاهده شده یا آشکار در داخل مربع یا مستطیل قرار می‌گیرند. شکل شماره ۱ مدل عاملی تأییدی مرتبه اول برای اندازه‌گیری متغیر پنهان نقش اطلاع رسانی رسانه های جمعی است.



شکل (۱) مدل عاملی تأییدی مرتبه اول برای اندازه‌گیری مقیاس نقش رسانه‌ها (R) با خروجی استاندارد

در این مدل مقدار ضرایب به صورت استاندارد محاسبه شده است. در میان متغیرهای مشاهده شده بیرونی مدل که به عبارتی، گویه‌های توصیفی از ویژگی‌های افراد که s8 تا .s16 را شامل می‌شوند، می‌توان گفت این پارامتر نوعی وزن رگرسیونی است که در واقع نشان دهنده کواریانس یا ضریب همبستگی هر متغیر مشاهده شده با متغیر پنهان خرده نقش رسانه‌هاست. به بیان دیگر، همان شاخصی است که به نام بارعاملی نیز خوانده می‌شود. از بین این متغیرها (s11) « یکی از

اصلی ترین اهداف برنامه های تهیه شده در استانی ایجاد همبستگی و نزدیکی شهروندان به یکدیگر است» با ضریب ۰/۷۲ دارای بیشترین همبستگی با متغیر پنهان نقش رسانه‌ها در وفاق اجتماعی است. به عبارت دیگر، برای تبیین متغیر پنهان نقش رسانه‌ها، بیشترین وزن را دارند. هم چنین متغیر (s15) « برنامه‌های سیمای مرکز خلیج فارس بیشتر به دنبال انعکاس فرهنگ سنتی استان بوده وبه همین خاطر نسل جوان کمتر با این برنامه‌ها ارتباط برقرار می کند» با ضریب ۰/٤ – دارای کمترین همبستگی با نمرات نقش رسانه‌هاست و بر این اساس وزن کمتری در محاسبات مربوط بهیه این متغیر پنهان داشته‌است، لازم به ذکر است که نمرات این گویه با سایر گویه‌های دارای بار مثبت هماهنگ شده‌اند. در تجمیع این گویه‌ها برای متغیر نقش رسانه‌ها گویه‌های (s13) و (s15) به علت صفر و منفی بودن بار عاملی آنها حذف شدند.

جدول (۱) بارهای عاملی متغیر نقش رسانه‌ها به ترتیب بیشترین همبستگی با متغیر پنهان به وسیله نرم‌افزار Amos

ردیف	گویه‌ها	برآورد Estimate
۱	یکی از اصلی ترین اهداف برنامه‌های تهیه شده در استانی، ایجاد همبستگی و نزدیکی شهروندان به یکدیگر است	۰/۲ ۷
۲	برنامه‌های شبکه استانی باعث ایجاد احساس مشترکی بین ساکنین شده به گونه ای که آنان خود را در غم و شادی یکدیگر شریک می دانند	۰/٦۹
۳	شبکه استانی توانسته است با برنامه‌های مناسبی که پخش می‌کند اتحاد و همبستگی قابل قبولی را در شهر بندر عباس ایجاد نماید.	۰/٦٤
٤	برنامه سازان و مجریان شبکه استانی از تمرکز بر یک فرهنگ خاص پرهیز می کنند و سعی می کنند همه خرده فرهنگ‌های موجود نطقه را مورد توجه قرار دهند	۰/٦٤
٥	برنامه‌هایی که از شبکه استانی پخش می شود باعث نزدیکی افراد به یکدیگر و همبستگی بیشتر آنان می شود.	۰/٦۲
٦	برنامه‌های شبکه استانی باعث آشنایی بیشتر افراد با یکدیگر وآشنایی مردم بافرهنگ‌های مختلف موجود شده اند.	۰/٦۰
۷	محتوای برنامه‌های محلی باعث گردیده که خرده فرهنگ‌ها محو شوند و فقط یک الگوی رفتاری ترویج شود*.	۰/۳۸
۸	زبان و گویش بندری برنامه‌های شبکه استانی تلویزیون، باعث شده که این برنامه‌ها کمتر مورد استفاده بقیه گروه‌های اجتماعی ساکن در بندرعباس قرار گیرد*	۰/۰۰
۹	برنامه‌های سیمای مرکز خلیج فارس بیشتر به دنبال انعکاس فرهنگ سنتی استان بوده وبه همین خاطر نسل جوان کمتر با این برنامه‌ها ارتباط برقرار می کند. *	−۰/۰٤

* گویه‌های که دارای بار منفی بوده‌اند توسط محقق در نرم‌افزار کدگذاری مجدد شده‌اند و با بقیه سولات در یک طیف قرار گرفته‌اند.

جدول (۲) برآورد وزن‌های رگرسیونی متغیر پنهان نقش رسانه‌ها با نرم‌افزار Amos

			Estimate	S.E.	C.R.	P
s8	<---	R	1.000			
s9	<---	R	1.030	.107	9.659	***
s10	<---	R	1.018	.100	10.189	***
s11	<---	R	1.072	.102	10.554	***
s12	<---	R	.582	.092	6.314	***
s13	<---	R	-.001	.092	-.015	.988
s14	<---	R	.917	.100	9.208	***
s15	<---	R	-.061	.083	-.736	.462
s16	<---	R	1.010	.105	9.658	***

مقدار (C.R) مقداری است که با نسبت بحرانی خوانده می‌شود. این مقدار که از محاسبه نسبت مقدار برآورد شده غیر استاندارد برای پارامتر Estimate به خطای معیار (S.E) محاسبه شده برای همان پارامتر حاصل می‌شود، نشان می‌دهد که در صورت رد فرضیه صفری که مقدار این پارامتر را برابر صفر قرار می‌دهد تا چه حد احتمال خطا وجود دارد. مقادیر سه ستاره (***) در قسمت (P) به معنای تایید فرضیه با مقدار صفر است. در جدول فوق قضاوت کردن به وجود تفاوت معنادار بین ضریب محاسبه شده و صفر؛ به صفر درجه خطا منجر می‌شود. با توجه به این که تا ۵ درصد میزان خطا قابل قبول است، بنابراین نتیجه نهایی این است که پارامتر محاسبه شده در هفت مورد دارای تفاوت معنادار با صفر است و در گویه‌های (s13) و (s15) دارای تفاوت معناداری با صفر نبود و در تجمیع گویه‌ها برای تبیین نقش رسانه‌ها از دیاگرام موجود حذف شدند.

یافته‌های تحقیق

وضعیت توزیع فراوانی گویه‌های مربوط به سؤالات طیف نقش رسانه‌ها در وفاق اجتماعی

جدول (۳) توزیع فراوانی گویه‌های مربوط به نقش رسانه‌ها در وفاق اجتماعی

گویه‌ها	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	میانگین
برنامه‌هایی که از شبکه استانی پخش می شود باعث نزدیکی افراد به یکدیگر وهمبستگی بیشتر آنان می‌شود.	۵۰ ۱۳/٤	۸۹ ۲۳/۹	۱٤۹ ۳۹/۹	۵۷ ۱۵/۳	۲۸ ۷/۵	۳/۲۰
برنامه سازان و مجریان شبکه استانی از تمرکز بریک فرهنگ خاص پرهیز می کنند و سعی می کنند همه خرده فرهنگ های موجود منطقه را مورد توجه قرار دهند	٤۱ ۱۱/۰	۸۸ ۲۳/٦	۱٤٦ ۳۹/۱	٦۵ ۱۷/٤	۳۳ ۸/۸	۳/۱۰
برنامه‌های شبکه استانی باعث ایجاد احساس مشترکی بین ساکنین شده به گونه ای که آنان خود را در غم و شادی یکدیگر شریک می دانند	۳۵ ۹/٤	۹٤ ۲۵/۲	۱۷۱ ٤۵/۸	٤۷ ۱۲/٦	۲٦ ۷/۰	۳/۱۷
یکی از اصلی ترین اهداف برنامه های تهیه شده در استانی ایجاد همبستگی و نزدیکی شهروندان به یکدیگر است	٤۷ ۱۲/٦	۹۵ ۲۵/۵	۱٦٤ ٤٤/۰	۵۰ ۱۳/٤	۱۷ ۱٤/٦	۳/۲۸
محتوای برنامه‌های محلی باعث گردیده که خرده فرهنگ‌ها محو شوند وفقط یک الگوی رفتاری ترویج شود.	۳۳ ۸/۸	۷۳ ۱۹/٦	۱٦۸ ٤۵/۰	٦۸ ۱۸/۲	۳۱ ۸/۳	۳/۰۲
زبان و گویش بندری برنامه‌های شبکه استانی تلویزیون ، باعث شده که این برنامه‌ها کمتر مورد استفاده بقیه گروه های اجتماعی ساکن در بندرعباس قرار گیرد	٤۸ ۱۲/۹	۷۸ ۲۰/۹	۱۵۰ ٤۰/۲	۷۱ ۱۹/۰	۲٦ ۷/۰	۳/۱٤
برنامه‌های شبکه استانی باعث آشنایی بیشتر افراد با یکدیگر وآشنایی مردم بافرهنگ‌های مختلف موجود شده اند.	٦۰ ۱٦/۱	۱۰۰ ۲٦/۸	۱۵۵ ٤۱/٦	۳۹ ۱۰/۵	۱۹ ۵/۱	۳/۳۸
برنامه‌های سیمای مرکز خلیج فارس بیشتر به دنبال انعکاس فرهنگ سنتی استان بوده وبه همین خاطر نسل جوان کمتر با این برنامه‌ها ارتباط برقرار می کند.	٤۵ ۱۲/۱	۹۷ ۲٦/۰	۱۷۱ ٤۵/۸	٤۲ ۱۱/۳	۱۸ ٤/۸	۳/۲۹
شبکه استانی توانسته است با برنامه‌های مناسبی که پخش می کند اتحاد و همبستگی قابل قبولی را در شهر بندر عباس ایجاد نماید.	۳۹ ۱۰/۵	۸۰ ۲۱/٤	۱٦۷ ٤٤/۸	۵۱ ۱۳/۷	۳٦ ۹/۷	۳/۰۹
جمع						۲۸/٦۷

جدول شماره (۳) نشان دهنده توزیع فراوانی گویه‌های مربوط به طیف نقش رسانه‌ها در وفاق اجتماعی است. این طیف شامل ۹ گویه است. نمرات هر گویه بین ۱ تا ۵ رده بندی شده است، که نمره ۱ نشان دهنده کمترین میزان نقش رسانه‌ها در وفاق اجتماعی و نمره ۵ بالاترین میزان نقش رسانه‌ها در وفاق اجتماعی است. جمع نمرات ۹ گویه، نمره میزان نقش رسانه‌ها در وفاق اجتماعی را نشان می دهد که بالقوه می‌تواند بین نمره ۹ (حداقل نمره) و نمره ٤٥ (حداکثر نمره) باشد. در صورتی که هر فرد برای همه گویه‌ها عبارت «متوسط»را علامت بزند، میانگین کل نمره او از این گویه ۲۷ به دست خواهد آمد، در جدول زیر چگونگی انتخاب گزینه‌ها در گویه‌های مختلف نشان داده شده است. همان طور که از آمارهای جدول پیداست در ارتباط با گویه هشتم « برنامه‌های شبکه استانی باعث آشنایی بیشتر افراد با یکدیگر وآشنایی مردم بافرهنگ‌های مختلف موجود شده اند.» میانگین به دست آمده ۳/۳۸ از ۵ است که نشان دهنده گرایش نسبتاً بالا در ارتباط با این گویه است و در بین بقیه گویه‌ها دارای میانگین بالاتری است. جمع نمرات به دست آمده از این ۹ گویه میزان نقش رسانه‌ها در وفاق اجتماعی در حد بالا را نشان می دهد. میانگین بدست آمده از کل گویه‌ها برابر (۲۸/٦۷) است که از میانگین مورد انتظار (۲۷) که نشان دهنده گرایش در حد متوسط است؛ بالاتر است. هر چه این میانگین کل بیشتر از عدد ۲۷ باشد، بیانگر گرایش موافق پاسخگویان با گویه‌هاست و نتایج این جدول گویای این واقعیت است.

یافته های استنباطی مربوط به فرضیه پژوهش

جدول (٤) خروجی تحلیل آماری ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین اطلاع رسانی رسانه‌های جمعی و وفاق اجتماعی

برآورد	جامعه آماری	ضریب همبستگی
sig=۰/۰۰۰	N=۳۸۳	r=۰/۲۸۹**

با توجه به اعداد به دست آمده؛ یعنی سطح معناداری کمتر از ۵ درصد (sig=۰/۰۰۰) و ضریب همبستگی پیرسون مثبت (r=۰/۲۸۹**) می‌توان این نتیجه گرفت که رابطه مستقیم و معنی داری بین اطلاع رسانی رسانه‌های جمعی و وفاق اجتماعی در بندرعباس وجود دارد؛ یعنی هر چه اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی در بندرعباس قوی‌تر باشد، میزان وفاق اجتماعی در آن جا نیز بالاتر می‌رود. به عبارت دیگر اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی در بندرعباس تأثیر مثبتی در وفاق اجتماعی در این شهر دارد.

نتیجه‌گیری

منظور از وفاق، توافق بر سر مجموعه ای از ارزش ها و باورها است که حاصل آن ایجاد انرژی عاطفی است و این انرژی عاطفی است که می تواند اساس یک زندگی اجتماعی مفید را تشکیل دهد. وفاق اجتماعی وقتی حاصل می‌شود که بیشتر افراد جامعه بر امری معین و ارزش‌های مشترک به اتفاق اتحاد دست یابند.

در جوامع جدید در زمینه ارتباطات به افرادی برمی‌خوریم که در انبوه گسترده شهری و به تنهایی زندگی را سپری می‌کنند. در چنین اوضاع و احوالی، صدای رادیو یا تصویر تلویزیون و یا نوشته روزنامه ، وسیله‌ای در جهت احساس تعلق اجتماعی است ما وقتی روزنامه می‌خوانیم یا به رادیو گوش می‌دهیم، احساس می‌کنیم که ما هم حلقه‌ای از حلقه‌های زنجیر جامعه هستیم و وسیله ارتباطی همچون پلی بین افراد جامعه عمل می‌کند و آنان را از تعلقشان به یک کل آگاه می‌سازد.

« برخی چون لرنر احساس مشترک را مطرح کرده‌اند بنظر آنان وظیفه اساسی وسایل ارتباط تقویت چنین احساسی است. شخص از این طریق می‌تواند خود را به جای دیگری قرار دهد، احساسات او را درک و در غم و شادی دیگران شریک باشد.» (ساروخانی، ۱۳۷۱: ۹۳).بدون تردید وسایل ارتباط جمعی، نقش مؤثر و چشمگیری در خصوص چگونگی زندگی افراد انسانی داشته است و در عین حال می‌تواند به شکل وسیله‌ای قوی برای ایجاد وفاق و همبستگی اجتماعی عمل نماید. گرچه تأثیرگذاری‌های این وسیله همانند خنجر دو سویه می‌باشد و در کنار افزایش سطح مشارکت‌ها و تقویت همبستگی پیوندهای اجتماعی می‌تواند تأثیرات منفی همچون تضعیف پیوندهای سنتی و بهره‌برداری نامناسب تبلیغاتی و ایجاد نفاق و اختلال در وحدت ملی داشته باشد؛ اما باید پذیرفت که تأثیرگذاری های این وسیله بستگی به حدود و شرایط دارد و با توجه به تأثیرات منفی ، می‌تواند وحدت و انسجام و علائق و منافع مشترک میان افراد و گروه‌ها را افزایش و زمینه‌ی وحدت بیشتر را فراهم نماید و این امر مهم بستگی به هوشمندی و برنامه‌ریزی و کوشش‌ها و تلاش‌های طولانی و دلسوزانه دارد.

با توجه به یافته‌های حاصل از این پژوهش پیشنهاد می‌شود:

صدا وسیما در مناطقی با تنوع فرهنگی و رشد و توسعه صدا و سیمای منطقه ای تقویت شود؛

* درخصوص رشد مطبوعات محلی، ادبیات فولکلوریک، موسیقی محلی، هنر ها ونمایش های آئینی، لباس وپوشش محلی حساسیت زدایی شود؛

*در رسانه‌های جمعی از احساسات عام گرایانه تقویت شود و از ترویج و نشراحساسات کاذب و رقابت های قومی پرهیز شود .

*بر مواریث فرهنگی یا پیشینه مشترک تاریخی به ویژه همزیستی دائمی اقوام تأکید شود.

پی نویس ها

[1] - Aron
[2] - Durkheim
[3] - Simmel
[4] - Weber
[5] - Kroeber & Cluckhohn
6- Subculture
[7] - Communication
8 - Giddenz
[9]- Q Survey Method
10-Survey Method

منابع و مآخذ

۱- آرون، ریمون (۱۳۷۰)، مراحل اساسی اندیشه در جامعه شناسی. ترجمه باقر پرهام، تهران: آموزش انقلاب اسلامی.

۲- آزادارمکی، تقی (۱۳۷۹)، وفاق اجتماعی از چند منظر. فرهنگ عمومی و وفاق اجتماعی برگرفته از سایت/http://www.iranpress.ir/farhang/template1

۳- آشوری، داریوش (۱۳۷۵)، تعریف ها و مفهوم فرهنگ، تهران: مرکز اسناد فرهنگی آسیا.

٤- احمدی، حمید ، چلبی ، مسعود و مقصودی ، مجتبی (۱۳۷۸)، « وفاق اجتماعی (۲) میزگرد »، فصلنامه مطالعات ملی، سال نخست، شماره ۲ و ۳ ، زمستان ۷۸، بهار ۷۹.

۵- اسدی، عباس(۱۳۷۱)، افکار عمومی و ارتباطات، تهران: سروش.

٦- افروغ، عماد (۱۳۸۸)، خرده فرهنگ ها و تقویت وفاق اجتماعی، فصلنامه نقد و نظر، شماره ۷

۷- بیرو، آلن (۱۳۷۵)، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران: کیهان.

۸- جعفری نژاد، عفت (۱۳۸٤)، تحلیلی بر برخی از عوامل مؤثر بر تقویت وفاق اجتماعی در شهر اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی دانشگاه اصفهان.

۹- چلبی، مسعود (۱۳۷۸)، وفاق اجتماعی ۲ میزگرد، فصلنامه مطالعات ملی، سال اول، شماره ۲ و ۳ ، زمستان و بهار.

۱۰- دادگران، سیدمحمد (۱۳۷۷)، مبانی ارتباطات جمعی، تهران: فیروزه.

۱۱- دفتر ترجمه‌ی فصلنامه « ارتباطات و ملت سازی » فصلنامه مطالعات ملی، سال نخست، شماره یکم، پاییز ۷۸.

۱۲- ساروخانی، باقر(۱۳۷۱)، جامعه‌شناسی ارتباطات ، انتشارات: اطلاعات، تهران.

۱۳- صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۸٦)، مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی، تهران: ققنوس.

۱٤- کوئن، بروس (۱۳۸۹)، درآمدی به جامعه شناسی، ترجمه: محسن ثلاثی. چاپ نوزدهم با ویرایش و اصلاحات، تهران: انتشارات فروزش.

۱۵- عرب، عباس علی (۱۳۸٦)، نقش وسایل ارتباط جمعی در انسجام و وفاق اجتماعی اقوام، مجموعه مقالات جامعه شناسی، برگرفته از سایت http://sociology82.com

۱٦- نیک گهر، عبدالحسین (۱۳۸۷)، مبانی جامعه شناسی، تهران: انتشارات توتیا.