

عنوان مقاله:

بررسی نحوه نگرش رسانه ها به اعتیاد

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های دانش انتظامی، دوره 9، شماره 1 (سال: 1386)

تعداد صفحات اصل مقاله: 29

نویسندگان:

علی اصغر کیا - مدیر گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی

جعفر حسین پور - عضو هیئت علمی دانشگاه علوم انتظامی امین

خلاصه مقاله:

امروزه اعتیاد به مواد مخدر به عنوان یکی از مهم ترین معضلات اجتماعی جامعه به شمار می رود. وجود معتادان به مواد مخدر در جامعه علی رغم هزینه های بسیاری که صرف مبارزه و برخورد های قضایی و انتظامی با معتادان گردیده به روشنی مشخص کرده است که این گونه برخوردها و طرح ها، راه حل های 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 پژوهش های محققان و پژوهشگران این جوامع به وجود آمده است، به گونه ای که اکنون در این جوامع به اعتیاد به عنوان یک بیماری می نگرند 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 بودجه ها به سمت مبارزات پیشگیرانه سوق داده شده است. در این مبارزات پیشگیرانه، ارتباطات و رسانه های ارتباطی به عنوان یکی از مهم ترین عناصر برنامه محسوب می گردند، چرا که بدون برنامه ریزی برای ایجاد یک ارتباط صحیح و مناسب، پیام های مبارزه به مخاطبان نخواهد رسید و آن ها نخواهند توانست تا در نگرش ها و عقاید مخاطبان خود تغییرات لازم را ایجاد نمایند. در این میان روزنامه ها به عنوان یک وسیله ارتباطی مهم می توانند در این مبارزه نقش مهمی را ایفا نمایند، نتایج تحقیق صورت گرفته در مورد روزنامه های ایران (چهار روزنامه دولتی و پرتیراژ ایران) بیانگر آن است که این رسانه ها در برنامه های پیشگیری از سوء مصرف مواد مخدر کارکرد فعالی نداشته اند. مقالات، اخبار، گزارش ها، مصاحبه ها و سایر مطالب این روزنامه ها به مواد مخدر و مساله اعتیاد تنها به عنوان یک موضوع خبرساز و مهیج نگریسته اند، و تنها به بعد برخورد موضوع توجه شده است و کم تر مطلبی در زمینه آموزشی و پیشگیری از مواد مخدر را در این روزنامه ها می توان مطالعه نمود. مقاله حاضر سعی دارد به کنکاش و بررسی این موضوع بپردازد

کلمات کلیدی:

اعتیاد، نگرش، ارتباط، رسانه های گروهی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1310106>

