بررسی دیدگاه مردم شهر یزد درباره تأثیر رسانه‌های تصویری بر شیوع و پیشگیری مصرف سیگار بین جوانان و نوجوانان

حسن شهبازی،[۱] محمدحسین باقیانیمقدم،[۲] معصومه زین‌العابدینی،[۳] عباس آموئی[۴] و راضیه ذوالقدر[۵]

*۱. دانشجوی دکترای آموزش بهداشت و ارتقای سلامت، دانشکده علوم پزشکی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)
Sh.hasan333@gmail.com

۲- استاد گروه مبارزه با بیماری‌ها، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی شهید صدوقی یزد، یزد، ایران.

۳- کارشناس ارشد آموزش بهداشت و ارتقای سلامت، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی قزوین، قزوین، ایران.

۴- کارشناس ارشد مشاوره، آموزش و پرورش شهرستان لردگان، شهرکرد، ایران.

۵- دانشجوی دکترای آموزش بهداشت و ارتقای سلامت، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران، تهران، ایران.

دریافت: ۱۳۹۲/۸/۲
پذیرش: ۱۳۹۲/۸/۱۵

چکیده

زمینه و هدف: همبستگی و ارتباط قوی و مثبت بین شروع به مصرف سیگار در نوجوانان و جوانان و قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها و فیلم‌هایی که استعمال دخانیات را به تصویر می‌کشند وجود دارد. لذا این مطالعه با هدف تعیین دیدگاه مردم شهر یزد درباره تأثیر رسانه‌های تصویری بر شیوع و پیشگیری از مصرف سیگار در جوانان و نوجوانان طراحی و اجرا شد.

روش کار: مطالعه حاضر توصیفی از نوع مقطعی و جامعه مورد مطالعه ۵۸۲ نفر از افراد ساکن در شهر یزد می‌باشد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته‌ای بوده که روایی و پایایی آن مورد تأیید قرار گرفت. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS۱۶ و آزمون آماری کایاسکوئر مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها: نمونه‌های مورد بررسی به ترتیب نقش خانواده، دوستان و رسانه‌ها را در گرایش نوجوانان و جوانان به استعمال سیگار بیشتر می‌دانستند. نزدیک به ٪۸۰ از آن‌ها تأثیر نمایش استعمال سیگار در رسانه‌ها بر ایجاد نگرش مثبت نسبت به دخانیات و شروع به مصرف سیگار در نوجوانان و جوانان را خیلی زیاد و زیاد می‌دانستند. بیش از ٪۵۵ از نمونه‌ها عنوان کردند که ممنوعیت استفاده از دخانیات در کیفیت فیلم‌ها تأثیری ندارد.

بحث و نتیجه‌گیری: با توجه به نتایج مطالعه حاضر افزایش کنترل و نظارت بر رسانه‌ها و محدود کردن استعمال و حتی عدم استعمال دخانیات در رسانه‌ها و فیلم‌ها پیشنهاد می‌شود.

کلیدواژه‌ها: رسانه‌های تصویری، پیشگیری، سیگار.

[Downloaded from journal.ihepsa.ir on 2026-11-03]

View of City of Yazd Citizens on the Impact of Visual Media on the Prevention and Incidence of Smoking among Adolescents and Young Adults

ABSTRACT

Background and objective: There is a strong positive correlation between the onset of smoking in adolescents and young adults, and exposure to media and movies which shown consumption of smoking. Therefore, the aim of this study was to investigate the views of the people of Yazd, Iran on the impact of visual media on the prevention and incidence of smoking among adolescents and young adults.

Materials and methods: This was a descriptive (cross-sectional) study. Participants were 582 individuals living in the city of Yazd. The self administrative questionnaire was used which validity and reliability was measured. After completing the questionnaires, the data were analyzed by using SPSS Version 16.

Results: Based on participants' view role of family, friends and media respectively were more important in the tendency of adolescents and young adults smoking users. Almost 80% of subjects showed that influence of smoking in the media on a positive attitude towards tobacco smoking among adolescents and young people was very high. More than 55% of participants confirmed that the lack of smoking in movies doesn't affect the quality of films.

Conclusion: The present study suggest control and monitoring on media, limitation or lack of smoking on media and films is an important factor to decreasing and control of smoking in adolescents and young adults.

KEYWORDS: Visual Media, Prevention, Smoking.

*1. Hassan Shahbazi- PhD Candidate, Dept. of Health Education, Faculty of Medical Sciences, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. (Corresponding Author) sh.hasan333@gmail.com

2. Mohammad-Hossein Baghiani moghadam- Full Professor, Dept. of Health Education, School of Health, Shahid Sadoughi Univ. of Medical Sciences (SSUMS), Yazd, Iran.

3.Masoomeh Zinalabediny -MS in Health Education. Qazvin Univ. of Medical Sciences (QUMS). Qazvin, Iran.

4-Abbas Amoie -MS in Consultation. Lordegan Education and training. Shahrekord, Iran.

5- Razieh Zolghadr-PhD Candidate, Dept. of Health Education, Tehran Univ. of Medical Sciences (TUMS), Tehran, Iran.

Received: 24/10/2013

Accepted: 06/11/2013

[Downloaded from journal.ihepsa.ir on 2026-11-03]

مقدمه

دخانیات یکی از مهمترین علل مرگ‌ومیر در جهان است؛ به‌طوری‌که در حال حاضر از ۱/۱ میلیارد نفر سیگاری در سراسر جهان سالانه ۵ میلیون نفر در اثر استعمال سیگار می‌میرند. و اگر الگوی استعمال به همین شکل ادامه پیدا کند، تخمین زده می‌شود که از سال ۲۰۲۰ هر ساله ۱۰ میلیون نفر در اثر سیگار کشیدن بمیرند (۴-۱).

آنچه که اهمیت بیشتری دارد استعمال دخانیات توسط نوجوانان است؛ که به یک نگرانی عمده بهداشت عمومی تبدیل‌شده و یکی از مشکلات اساسی در کنترل دخانیات است (۵). چرا که مصرف سیگار در سنین نوجوانی و کودکی احتمال ماندگاری و اعتیاد به آن را به شدت افزایش می‌دهد (۶). هر چند استفاده از سیگار امروزه با مخالفت‌های اجتماعی بیشتری نسبت به گذشته روبرو می‌باشد و فروش محصولات دخانی به افراد ۱۸ سال ممنوع می‌باشد (۷). کودکان و نوجوانان اکثریت سیگاری‌های جدید را تشکیل می‌دهند و شرکت‌های تولید دخانیات نیز این گروه را مورد هدف قراردادند و آن‌ها را به شروع مصرف سیگار تشویق می‌کنند (۶). مطالعات مختلفی در سراسر جهان نشان دادند که ٪۹۰-۷۰ از بزرگ‌سالان سیگاری اغلب در سنین کمتر از ۱۸ سالگی شروع به مصرف سیگار میکنند (۸-۱۴). شیوع مصرف سیگار در دانش‌آموزان آمریکایی در سال ۲۰۰۳ نزدیک به ٪۲۲ بوده است و در ایران در همین سال در کودکان ۱۵-۱۳ ساله ٪۲ اعلام کردند. مطالعات دیگر در اصفهان، تهران، ارومیه، تبریز و جهرم شیوع مصرف سیگار را در دانش‌آموزان به ترتیب ٪۷/۸، ٪۵، ٪۱۲، ۱۴ و ٪۷/۱۲ اعلام کرده‌اند (۵).

دانشمندان علوم اجتماعی و سیاست‌گذاران مدت زمان طولانی است که در مورد اثرات نگران‌کننده رسانه‌ها بر نگرش و رفتار نوجوانان و جوانان هشدار داده‌اند (۱۵) و شروع این نگرانی به قدمت تصاویر متحرک (۱۸۹۵ میلادی) بر می‌گردد (۱۶). در حال حاضر رسانه‌ها یکی از مهمترین عامل دخالتکننده در شکل‌گیری و تغییر نگرش مردم هستند (۱۷). پیام رسانه‌ها درک ما را از جهان شکل می‌دهند (۱۸) و دارای یک قدرت غیرقابل‌انکاری در تأثیر پاک نشدنی بر ذهن مردم بهویژه نوجوانان دارند (۱). نوجوانان از عمده‌ترین کاربران رسانه‌ها می‌باشند (۱۹) و این رسانه‌ها اثرات بالقوه عمیقی، چه منفی و چه مثبت، بر روی جنبه‌های شناختی، اجتماعی، رفتاری و پیشرفت کودکان و نوجوانان دارند (۲۰).

استفاده از سیگار توسط بازیگران محبوب فیلم‌ها در صفحه نمایش و رسانه‌ها دارای بیش‌ترین تأثیر بر روی مدل‌سازی رفتار و شروع به مصرف سیگار می‌باشد (۱۷). استعمال دخانیات در فیلم‌ها به نگرش مثبت نسبت به سیگار و نگرش منفی نسبت به بازیگر ایجاد میکند (۲۶-۲۱) که این نگرش مثبت، شروع مصرف سیگار را در آینده پیش‌بینی می‌کند (۱۲).

در مطالعات مختلفی از سراسر جهان، همبستگی و ارتباط قوی و مثبت بین شروع به مصرف سیگار در نوجوانان و جوانان و قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها و فیلم‌هایی که استعمال دخانیات را به تصویر می‌کشند وجود دارد (۲۷-۳۱). به تصویر کشیدن سیگار در فیلم یک مشکل عمده و عامل خطر عمده برای شروع به مصرف سیگار در نوجوانان شناخته شده است (۳۰). مرکز پیشگیری و کنترل بیماری‌ها در ایالات‌متحده در سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۰۲ مهمترین عامل شروع مصرف سیگار توسط جوانان و نوجوانان را، نمایش استفاده از دخانیات در فیلم‌ها عنوان می‌کند (۱). در ایالات‌متحده، روزانه حدود ۲۰۵۰ نوجوان شروع به مصرف سیگار می‌کنند؛ که نمایش استعمال دخانیات در رسانه‌ها مسئول ۱۰۸۰ نفر از آن‌ها می‌باشند (۲۲). به عبارت دیگر، بیش از ٪۵۲ از شروع به مصرف سیگار را می‌توان به رسانه‌ها نسبت داد (۲۱).

مجموعه زمان‌هایی اکثر کودکان در معرض رسانه‌ها قرار میگیرند بیش از زمان صرف شده برای تمام فعالیت‌ها، بهجز خواب، می‌باشد. علاوه بر این، زمان صرفشده برای رسانه‌ها باعث میشود که میزان زمان صرف شده برای انجام دیگر فعالیتهایی از قبیل فعالیت بدنی، فعالیت فرهنگی و غیره کاهش یابد (۲۰). این امر باعث میشود که جای خلاقیت و فعالیت‌های اجتماعی را بگیرد (۱۸).

کشیدن سیگار در فیلم‌ها از سال ۱۹۶۰ میلادی شایع شده است (۱۹، ۳۲). اگر چه استعمال دخانیات در فیلم‌های مورد علاقه نوجوانان از سال ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۴ کاهش یافته است (۱۶، ۳۳)، ولی همچنان از هر سه فیلم دو تای آن استعمال دخانیات را به تصویر می‌کشند (۱۶). از سال ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۵ در ایالات‌متحده ٪۷۰ از فیلم‌ها استعمال دخانیات را به تصویر کشیدند و همچنین در سال ۲۰۰۶

[Downloaded from journal.ihepsa.ir on 2026-11-03]

بازیگران در ٪۷۵ از فیلم‌های هالیوود سیگار کشیده بودند (۱۷). نمایش استعمال دخانیات در فیلمها از سال ۲۰۰۵ با ۲۰۹۳ مورد نمایش به ۵۹۵ نمایش در سال ۲۰۱۰ کاهش یافت (۱۰).

آنچه که اهمیت موضوع را بیشتر روشن می‌کند این است که به ندرت سیگار کشیدن در فیلم‌ها در یک روش غیرجذاب و مرتبط با پیامدهای منفی به تصویر کشیده می‌شود (۱۲). برخی از سازندگان فیلم‌ها استدلال می‌کنند که وجود شخصیت سیگاری در فیلم‌ها لازم است و اغلب برای شخصیت‌های بد، منفی و خائن استفاده می‌شود؛ درحالی‌که تعداد قابل‌توجهی از فیلم‌ها از کشیدن سیگار برای نوش-دارویی در جهت کنترل استرس‌ها استفاده می‌کنند و ارتباط کاذب استعمال دخانیات و شجاعت، کسب موفقیت و کنترل استرس به تصویر می‌کشند. این درحالی است که هیچ شواهد علمی برای این ارتباط وجود ندارد. ولی این یک واقعیت علمی است که سیگار از علل عمده پرفشاری خون و بسیاری از بیماری‌های مزمن مثل سرطان‌ها است (۱).

مطالعه‌ای در هند ضمن تجزیه‌وتحلیل فیلم‌های پخش‌شده طی سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۰۴، دیدگاه مردم را نیز مورد بررسی قرارداد. این مطالعه به این نتیجه رسید که در ٪۸۹ از فیلم‌های پخش‌شده استعمال دخانیات را به تصویر کشیده شدند، ٪۹۶ نمونه‌ها اعتقاد داشتند که ممنوعیت نمایش استعمال دخانیات در فیلم روی کیفیت آن‌ها تأثیری ندارد و نزدیک به ٪۶۰ آن‌ها نیز تأثیر نمایش استعمال دخانیات بر گرایش جوانان به سیگار را تأیید میکردند (۱).

با توجه به نقش و مسئولیت غیرقابل‌انکار صداوسیما و متصدیان و بازیگران فیلم‌ها، انیمیشن‌ها (پویانمایی‌ها) و غیره در پیشگیری و شیوع مصرف سیگار، بر آن شده‌ایم که دیدگاه مردم شهر یزد را درباره میزان تأثیر رسانه‌های تصویری بر شیوع و پیشگیری از مصرف سیگار در جوانان و نوجوانان مورد بررسی قرار دهیم.

مواد و روش ها

مطالعه حاضر توصیفی از نوع مقطعی و جامعه مورد مطالعه افراد ساکن در شهر یزد می‌باشد که در خردادماه ۱۳۹۱ اجرا گردید. با توجه به فرمول $n=\frac{(z_{1-\alpha/2})^2 * p(1-p)}{d^2}$ و با در نظر گرفتن سطح اطمینان ٪۹۵ و مقدار p=۵/۰، q=۵/۰ و همچنین خطای برآورد (d) ۴/۰، تعداد نمونه مورد نیاز ۶۰۰ نفر محاسبه گردید. جهت جلوگیری از خطاهای تصادفی نمونه‌ای که از اختلاف بین خوشه‌ها ناشی می‌شود، حجم نمونه ۷۰۰ نفر در نظر گرفته شد. نمونه‌گیری به‌صورت خوشه‌ای تصادفی انجام شد؛ ۷ خوشه ۱۰۰ تایی به‌طور تصادفی از شهر یزد انتخاب گردید. به‌طوری‌که که از هر دهه سنی، ۱۵ تا ۶۵ سالگی ۱۰ نفر از مردان و ۱۰ نفر از زنان آن خوشه انتخاب شد.

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محققساخته‌ای بوده که روایی آن به وسیله نظرخواهی از متخصصین ارتباطات و آموزش بهداشت و برای پایایی با نمونه‌گیری ۸۰ نفر از شهر یزد ضریب پایایی آزمون مجدد، به فاصله ۲ هفته، در تمامی موارد با بیشتر از ۸۹/۰ مورد تأیید قرار گرفت.

پرسشنامه مشتمل بر چهار بخش متغیرهای جمعیت‌شناختی (سن، جنس، سطح تحصیلات، شغل و وضعیت تأهل)، نقش رسانه‌های تصویری بر شیوع مصرف سیگار (میزان تأثیر نمایش استعمال دخانیات بر ایجاد نگرش مثبت نسبت به دخانیات و شروع به مصرف در جوانان و نوجوانان، روند نمایش استعمال دخانیّات در رسانه‌های داخلی و خارجی، میزان مشاهده نمایش استعمال دخانیات طی یک ماه گذشته، شخصیت‌های تأثیرگذار در الگوگیری جوانان زمان نمایش استعمال دخانیات و...)، نقش رسانه‌های تصویری بر پیشگیری از مصرف سیگار (ارزیابی نمونه‌ها از نقش رسانه‌ها در پیشگیری از مصرف دخانیات، تأثیر پخش آگهی‌های مرتبط با معایب استعمال دخانیات در فیلم‌ها، میزان مشاهده برنامه‌ها و آگهی‌های مرتبط با معایب استعمال دخانیات طی یک ماه گذشته، تأثیر ممنوعیت کامل نمایش استعمال دخانیات بر کیفیت فیلم‌ها و برنامه‌ها و...) و راهکارها (رفتارهای جایگزین برای فیلم‌ها و برنامه‌هایی که استعمال دخانیات را نمایش می‌دهند، راهکار نمونه‌ها برای کاهش تأثیر فیلم‌ها و برنامه‌هایی که از طریق رسانه‌های غیرقابل‌کنترل مثل اینترنت، ماهواره و... پخش می‌شوند و ...) بوده است.

پرسشنامه مورد نظر با کمک چند پرسشگر آموزش‌دیده در سطح شهر (در مکان‌های عمومی، مراجعین به مراکز درمانی، ادارات، مدارس، دانشگاه‌ها و...) با رعایت خوشه‌ها و محدوده سنی خاص توزیع و تکمیل گردید. پرسشگران شرایط مطالعه و اینکه اطلاعات کاملاً محرمانه بوده و نیازی به نوشتن نام و نام خانوادگی نمی‌باشد را برای نمونه‌ها

[Downloaded from journal.ihepsa.ir on 2026-11-03]

کاملاً توضیح داده و اگر نمونه‌ها به همکاری رضایت داشتند، پرسشنامه تکمیل می‌گردید.
پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، برای تجزیه‌وتحلیل اطلاعات، داده‌ها وارد نرم‌افزار آماری SPSS۱۶ شده و از آمار توصیفی (جداول فراوانی، میانگین و انحراف از معیار) و آزمون آماری استنباطی کایاسکوئر استفاده شد.

یافته‌ها

از ۷۰۰ پرسشنامه توزیع‌شده در نهایت ۵۸۲ پرسشنامه برگشت داده شد (۸۳٪ پاسخگویی). میانگین سنی نمونه‌های مورد بررسی ۳۳/۱± ۰۲/۳۸ بود. جدول ۱ توزیع فراوانی متغیرهای جمعیت‌شناختی در نمونه‌های مورد بررسی را نشان می‌دهد.

جدول ۱. توزیع فراوانی نسبی و فراوانی مطلق متغیرهای جمعیت‌شناختی در نمونه‌های مورد بررسی

		تعداد	درصد
جنس	زن	۲۶۳	۴۵/۳
	مرد	۳۱۷	۵۴/۷
وضعیت تأهل	مجرد	۲۴۲	۴۱/۹
	متأهل	۳۳۵	۵۸/۱
سن	۱۵-۲۵	۱۲۶	۲۲/۱
	۲۵-۳۵	۱۳۳	۲۳/۳
	۳۵-۴۵	۱۳۴	۲۳/۵
	۴۵-۵۵	۹۳	۱۶/۳
	۵۵-۶۵	۸۵	۱۴/۹
تحصیلات	بی‌سواد	۲	۰/۳
	زیر دیپلم	۵۰	۸/۶
	دیپلم	۱۶۷	۲۸/۸
	فوق‌دیپلم	۱۰۲	۱۷/۶
	لیسانس	۲۱۵	۳۷/۱
	فوق‌لیسانس و بالاتر	۴۳	۷/۴
شغل	بیکار	۷	۱/۴
	دانش‌آموز یا دانشجو	۱۲۶	۲۴/۹
	کارمند دولتی	۹۷	۱۹/۱
	آزاد	۱۴۵	۲۸/۶
	سایر مشاغل	۱۳۲	۲۶

◀ **نقش رسانه‌ها در شیوع مصرف سیگار:** از بین نمونه‌ها، ۲۰۳ نفر (۲/۳۵٪) به فیلم‌های ایرانی، ۱۲۹ نفر (۴/۲۲٪) به فیلم‌های خارجی و ۲۴۵ نفر (۵/۴۲٪) به هر دو نوع فیلم علاقه‌مند بودند.
در مورد میزان تأثیر فیلم‌ها بر نگرش، عقاید، باورها و ارزش‌های مردم، ۲۱۱ نفر (۴/۳۶٪) این تأثیر را خیلی زیاد، ۲۹۹ نفر (۶/۵۱٪) زیاد، ۵۴ نفر (۳/۹٪) کم و ۱۶ نفر (۸/۲٪) خیلی کم ارزیابی کردند.
اولویت‌بندی نقش خانواده، دوستان و رسانه‌ها در گرایش نوجوانان و جوانان به استعمال سیگار، از نظر نمونه‌های مورد بررسی نشان داد که به ترتیب دوستان، خانواده و رسانه‌ها بیشتر موثر می‌باشند (جدول ۲).

[Downloaded from journal.ihepsa.ir on 2026-11-03]

جدول ۲. توزیع فراوانی مطلق و فراوانی نسبی نظر نمونه‌ها در مورد نقش عوامل مختلف در گرایش جوانان و نوجوانان به مصرف سیگار

	اولویت اول (۳*)		اولویت دوم (۲*)		اولویت سوم (۱*)		امتیاز
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	
خانواده	۱۴۴	۲۵/۵	۲۲۹	۴۶	۸۰	۲۱/۶	۹۷۰
دوستان	۴۰۱	۷۱	۱۳۱	۲۶/۳	۲۱	۵/۷	۱۴۸۶
رسانه	۱۳	۲/۳	۱۲۳	۲۴/۷	۲۴۸	۶۷	۵۳۳
سایر	۷	۱/۲	۱۵	۳	۲۱	۵/۷	۷۲

***توضیح:** اولویت اول ۳ امتیاز، اولویت دوم ۲ امتیاز و اولویت سوم ۱ امتیاز*

از بین نمونه‌های مورد بررسی این مطالعه، ۱۹۳ نفر (٪۱/۳۶) استفاده از سیگار را در فیلم‌های رمانتیک و احساسی در گرایش مردم به استعمال دخانیات بیشتر موثر می‌دانستند و به ترتیب فیلم‌های اجتماعی با ۱۶۰ نفر (٪۹/۲۹)، فیلم‌های قدیمی با ۷۲ نفر (٪۵/۱۳)، فیلم‌های ترسناک با ۵۵ نفر (٪۳/۱۰)، فیلم‌های اکشن (پرحادثه‌ای) با ۴۱ نفر (٪۷/۷) و فیلم‌های تخیلی با ۱۴ نفر (٪۶/۲) را در این زمینه موثر می‌دانستند. از طرف دیگر، ۱۶۰ نفر (٪۱/۲۸) از آن‌ها هنگامی که بازیگر فیلم در نقش فرد سیگاری ظاهر می‌شود الگو گیری جوانان را بیشتر می‌دانستند؛ درحالی‌که ۱۲۲ نفر (٪۴/۲۱) زمانی که بازیگر در پشت صحنه و در موقعیت‌های اجتماعی و با شخصیت حقیقی خود ظاهر می‌شود الگوگیری را بیشتر می‌دانستند و ۲۸۷ نفر (٪۴/۵۰) نیز هر دو صورت را در الگو گیری مهم تلقی کردند.

از نمونه‌های مورد بررسی، به ترتیب ۱۲۴ نفر (٪۷/۲۱)، ۱۰۸ نفر (٪۹/۱۸)، ۱۷۸ نفر (٪۲/۳۱) استفاده از سیگار را برای انجام نقش اصلاً، خیلیکم و کم مورد نیاز می‌دانستند و به ترتیب ۱۱۵ نفر (٪۱/۲۰) و ۴۶ نفر (٪۱/۸) استعمال سیگار را به میزان زیاد و خیلی زیاد لازم می‌دانستند.

از بین نمونه‌ها، ۶۱ نفر (٪۶/۱۰) میزان استعمال دخانیات در فیلم‌های ایرانی را خیلی زیاد، ۲۴۸ نفر (٪۹/۴۲) زیاد، ۲۱۲ نفر (٪۷/۳۶) کم و ۵۷ نفر (٪۹/۹) خیلی کم عنوان کردند و میزان استعمال سیگار در فیلم‌های ایرانی در مقایسه با فیلم‌های خارجی را، ۳۴۵ نفر (٪۲/۶۰) کمتر، ۷۰ نفر (٪۲/۱۲) بیشتر و ۱۵۸ نفر (٪۶/۲۷) برابر ارزیابی کردند. درحالی‌که ۳۶۵ نفر (٪۳/۶۳) از نمونه‌ها روند نمایش استعمال دخانیات را در کشور رو به افزایش می‌دانستند، ۶۵ نفر (٪۳/۱۱) این روند را رو به کاهش و ۶۸ نفر (٪۸/۱۱) نیز روند ثابت را تأیید کردند و ۷۹ نفر (٪۷/۱۳) نیز نظری نسبت به این مورد نداشتند.

درحالی‌که به ترتیب ۱۹۰ نفر (٪۳۳) و ۲۶۷ نفر (٪۴/۴۶) از نمونه‌های مورد بررسی، تأثیر نمایش استعمال سیگار در رسانه‌ها بر ایجاد نگرش مثبت نسبت به دخانیات و شروع به مصرف سیگار در نوجوانان و جوانان را خیلی زیاد و زیاد می‌دانستند، به ترتیب ۹۵ نفر (٪۵/۱۶) و ۲۳ نفر (٪۴) این تأثیر را کم و خیلی کم ارزیابی کردند. تفاوت معناداری بین نظر نمونه‌ها از نظر تأهل و شغل در مورد این سؤال وجود داشت (هر دو $p=۰۰۱/۰$). از طرف دیگر، ۳۱۷ نفر (٪۳/۵۵) این تأثیر را در نوجوانان و جوانانی که والدین سیگاری دارند بیشتر می‌دانستند. درحالی‌که ۸۷ نفر (٪۲/۱۵) این تأثیر را در نوجوانان و جوانانی که والدین سیگاری ندارند بیشتر می‌دانستند و ۱۶۹ نفر (٪۵/۲۹) عدم تأثیر والدین را عنوان کردند.

از بین نمونه‌ها، ۳۹۹ نفر (٪۲/۷۰) میزان استعمال سیگار در فیلم‌ها را کمتر از مقدار واقعی جمعیت سیگاری در کشور می‌دانستند، درحالی‌که ۷۹ نفر (٪۹/۱۳) بیشتر از مقدار واقعی و ۹۰ نفر (٪۸/۱۵) برابر با مقدار واقعی جمعیت سیگاری عنوان کردند.

از بین نمونه‌ها، ۱۸۱ نفر (٪۵/۳۳) در یک ماه گذشته فیلم تماشا نکرده بودند. از دیگر نمونه‌ها که در یک ماه گذشته فیلم تماشا کرده بودند، ۵۸ نفر (٪۷/۱۰) یک‌بار، ۷۱ نفر (٪۱/۱۳) دو بار، ۶۸ نفر (٪۶/۱۲) سه بار، ۴۲ نفر (٪۸/۷) چهار بار و ۱۲۰ نفر (٪۲/۲۲) نیز پنج بار و بیشتر استعمال سیگار را در فیلم‌ها مشاهده کردند (جدول ۳).

[Downloaded from journal.ihepsa.ir on 2026-11-03]

جدول ۳. توزیع فراوانی مطلق و فراوانی نسبی مشاهده استعمال دخانیات و پیام‌ها و برنامه‌های ضد دخانیات توسط نمونه‌ها طی ۳۰ روز گذشته

	اصلاً		یک بار		دو بار		سه بار		چهار بار		پنج بار و بیشتر	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
نمایش استعمال دخانیات	۱۸۱	۳۳/۵	۵۸	۱۰/۷	۷۱	۱۳/۱	۶۸	۱۲/۶	۴۲	۷/۸	۱۲۰	۲۲/۲
نمایش پیام‌های و برنامه‌های ضد دخانیات	۳۰۱	۵۵/۱	۷۲	۱۳/۲	۸۵	۱۵/۶	۴۰	۷/۳	۲۴	۴/۴	۲۴	۴/۴

از کل نمونه‌ها، ۱۵۷ نفر (۴/۲۸٪) دلیل استعمال سیگار یک بازیگر در فیلم را ایده کارگردان، ۱۴۳ نفر (۹/۲۵٪) ایده نویسنده، ۷۶ نفر (۷/۱۳٪) ایده خود بازیگر برای بهتر شدن فیلم عنوان کردند؛ ۳۱ نفر (۶/۵٪) دلیل این عمل را سیگاری بودن خود بازیگر در زندگی واقعی و ۱۴۶ نفر (۴/۲۶٪) نیز نظری در این مورد نداشتند.

از نمونه‌های مورد بررسی، ۴۲ نفر (۴/۷٪) عنوان کردند که مصرف سیگار در فیلم‌ها برای شخصیت‌های مثبت و قهرمان استفاده می‌شود، ۲۰۴ نفر (۲/۳۶٪) استفاده برای کنترل استرس، کسب موفقیت، شجاعت را عنوان کردند. درحالی‌که ۲۷۶ نفر (۹/۴۸٪) استفاده برای شخصیت‌های منفی را دلیل استفاده می‌دانستند و ۴۲ نفر (۴/۷٪) نیز سایر اهداف را بیان کردند.

◄ نقش رسانه‌ها در پیشگیری از شیوع مصرف سیگار: از نمونه‌های مورد بررسی، ۳۰۱ نفر (۱/۵۵٪) اذعان داشتند که در یک ماه گذشته متأسفانه تبلیغات و برنامه‌های آموزشی ضد سیگار از رسانه‌های تصویری کشور مشاهده نکردند (جدول ۳).

از بین نمونه‌ها، ۱۹۳ نفر (۹/۳۳٪) نقش رسانه‌های تصویری ایرانی را در پیشگیری از مصرف سیگار خیلی موفق نمی‌دانستند، ۹۲ نفر (۲/۱۶٪) اصلاً موفق نبودن رسانه‌ها را عنوان کردند و ۱۳۷ نفر (۱/۲۴٪) اظهار داشتند که رسانه‌های ایرانی به‌طورکلی در این زمینه فعالیت خاصی نداشتند؛ درحالی‌که ۴۱ نفر (۲/۷٪) و ۱۰۶ نفر (۶/۱۸٪) به ترتیب بسیار موفق و موفق بودن رسانه‌های ایرانی را تأیید کردند.

تأثیر نداشتن ممنوعیت کامل استفاده از مواد دخانی در کیفیت فیلم‌ها توسط ۳۲۲ نفر (۳/۵۵٪) مورد تأیید قرار گرفت؛ ۲۲۷ نفر (۳/۴۱٪) پایین آمدن کیفیت فیلم و تنها یک نفر (۲/۰٪) بالا رفتن کیفیت فیلم را تصور میکردند. افراد متأهل و مجرد در پاسخ به این سؤال نظر متفاوت و معنی‌داری داشتند (p=۰۲۲/۰)، به‌طوری‌که افراد متأهل ۱۰٪ بیشتر از تأثیر نداشتن ممنوعیت حمایت کردند در حالی مجردان به همین نسبت بیشتر از پایین آمدن کیفیت فیلم حمایت کردند.

در پاسخ به اینکه بررسی و کنترل فیلم‌های ایرانی به تنهایی چقدر در پیشگیری از مصرف سیگار موثر می‌باشد، به ترتیب ۱۳۳ نفر (۳/۲۳٪) و ۱۸۵ نفر (۳/۳۲٪) خیلی زیاد و زیاد را انتخاب کردند درحالی‌که ۱۶۲ نفر (۳/۲۸٪)، ۵۳ نفر (۳/۹٪) و ۳۹ نفر (۸/۶٪) به ترتیب کم، خیلی کم و اصلاً را عنوان کردند.

از نمونه‌های مورد بررسی، ۱۶۴ نفر (۵/۲۹٪) عنوان کردند که ملزم کردن رسانه‌های تصویری به پخش آگاهی‌هایی درباره معایب سیگار پیش از نمایش دادن هر فیلمی که سیگار کشیدن را به تصویر می‌کشد می‌تواند در پیشگیری از مصرف سیگار خیلی زیاد موثر باشد؛ درحالی‌که تأثیر زیاد، کم، خیلی کم و اصلاً به ترتیب توسط ۱۹۶ نفر (۳/۳۵)، ۱۲۹ نفر (۲/۲۳٪)، ۴۴ نفر (۹/۷٪) و ۲۳ نفر (۱/۴٪) از نمونه‌ها عنوان شد.

از نمونه‌های مورد بررسی، ۳۱۶ نفر (۳/۵۴٪) پخش فیلم‌هایی که سیگار کشیدن در آن‌ها وجود دارد را تنها در صورتی مجاز می‌داستند که این فیلم به‌طور شفاف خطر و عوارض سیگار کشیدن را مطرح کنند. همچنین ۱۴۳ نفر (۱/۲۷٪) در صورت تذکر به افراد کم سن و سال، پخش این فیلم‌ها را مجاز می‌دانستند؛ درحالی‌که ۶۹ نفر (۱/۱۳٪) از

[Downloaded from journal.ihepsa.ir on 2026-11-03]

آن‌ها پخش این فیلم‌ها را در هر صورت درست نمی‌دانستند. نظر کلی نمونه‌های مورد بررسی در مورد استعمال دخانیات در رسانه‌های تصویری به این صورت بود که ۱۴۳ نفر (۷/۲۶٪) عدم استفاده در هر صورت را عنوان کردند مردان و زنان نظر متفاوت و معنی‌داری نسبت به این سؤال داشتند ($p<$۰۰۱/۰). همچنین از نظر شغل نمونه‌ها نیز اختلاف آماری معنی‌داری در پاسخ به این سؤال مشاهده شد ($p=$۰۰۳/۰) (جدول ۴).

جدول ۴. توزیع فراوانی مطلق و فراوانی نسبی نظر کلی نمونه‌ها در مورد استعمال دخانیات در رسانه‌های تصویری

	تعداد	درصد
نباید استعمال سیگار نمایش داده شود	۱۴۳	۲۶/۷
در صورت نمایش همراه با پیامدهای منفی و مضر سیگار اشکال ندارد	۱۹۹	۳۷/۱
برای نقش‌های منفی و شکست‌پذیر اشکالی ندارد	۱۳۸	۲۵/۷
نمایش استعمال سیگار اشکالی ندارد	۴۲	۷/۸
سایر موارد	۱۴	۲/۶

در پاسخ به این سؤال که در صورت نیاز مبرم به استفاده از یک بازیگر برای کشیدن سیگار در قسمتی از فیلم چه بازیگری پیشنهاد می‌کنید که کمترین تأثیر منفی را داشته باشد، ۱۲۰ نفر (۲/۲۳٪) از نمونه‌ها استفاده نکردن کلی حتی در این حالت را پیشنهاد کردند. وضعیت تأهل و شغل نمونه‌ها در پاسخ به این سؤال تأثیرگذار و این اختلاف معنادار بود (به ترتیب $p<$۰۰۱/۰، $p=$۰۰۶/۰) (جدول ۵).

جدول ۵. توزیع فراوانی مطلق و فراوانی نسبی پیشنهاد نمونه‌ها، در صورت نیاز مبرم به استفاده از یک بازیگر برای کشیدن سیگار در قسمتی از فیلم که تأثیر منفی آن کمتر باشد.

	تعداد	درصد
در هیچ موردی نباید استعمال سیگار نمایش داده شود.	۱۲۰	۲۳/۲
شخصیت اول و اصلی فیلم نباشد.	۱۱۹	۲۳
بازیگر مطرح و مدل نباشد.	۱۱۹	۲۳
بازیگری باشد که برای اولین بار در فیلم ظاهر می‌شود.	۳۶	۶/۹
تفاوتی ندارد هر بازیگری بر حسب نظر کارگردان اشکالی ندارد.	۱۰۴	۲۰/۱
سایر موارد	۲۰	۳/۹

راهکار پیشنهادی نمونه‌ها برای پیشگیری از تأثیر فیلم‌ها و سایر رسانه‌های خارجی که به‌صورت CD یا از طریق ماهواره و اینترنت مشاهده می‌شود و کنترل موثر روی آن‌ها ممکن است غیرممکن باشد، ۱۶۸ نفر (۹/۳۴٪) افزایش کیفیت فیلم‌های ایرانی اشاره داشتند.

وضعیت تأهل و تحصیلات نمونه‌ها در پاسخ به این سؤال تأثیرگذار و این اختلاف معنی‌دار بود (به ترتیب $p=$۰۰۳/۰، $p=$۰۲۰/۰) (جدول ۶).

[Downloaded from journal.ihepsa.ir on 2026-11-03]

جدول ۶: توزیع فراوانی مطلق و فراوانی نسبی نظر نمونه‌ها در مورد پیشگیری از تأثیر فیلم‌ها و سایر رسانه‌های خارجی که به‌صورت CD یا از طریق ماهواره و اینترنت مشاهده می‌شود

	تعداد	درصد
افزایش کیفیت فیلم‌های ایرانی	۱۶۸	۳۴/۹
آموزش از طریق مدارس	۹۲	۱۹/۱
آموزش از طریق رسانه‌های داخلی	۹۱	۱۸/۹
آموزش والدین	۸۹	۱۸/۵
سایر موارد	۴۲	۸/۷

بحث

◀ **نقش رسانه‌ها در شیوع مصرف سیگار:** نتایج نشان داد که بیش از ٪۸۸ از نمونه‌ها تأثیر فیلم‌ها بر نگرش، عقاید، باورها و ارزش‌های مردم را زیاد یا خیلی زیاد و تنها ٪۱۲ این تأثیر را کم یا خیلی کم ارزیابی کردند. همچنین تحقیقات قابل‌توجهی از کشورهای توسعه‌یافته بهویژه امریکا نشان می‌دهد که رسانه‌های بصری بر بروز نگرش و رفتار جوانان تأثیر زیادی دارند و ممکن است که رفتارهای مخاطره آمیز را تشدید کنند (۱۵).

نگرش فرد نسبت به سیگار، احتمال سیگار کشیدن او را در آینده پیش‌بینی می‌کند (۱۲). در این پژوهش، درحالی‌که بیش از ٪۷۹ از نمونه‌های مورد بررسی تأثیر نمایش مصرف سیگار در رسانه‌ها بر ایجاد نگرش مثبت نسبت به دخانیات و شروع به مصرف سیگار در نوجوانان و جوانان را خیلی زیاد و زیاد می‌دانستند، تقریباً ٪۲۱ این تأثیر را کم و خیلی کم ارزیابی کردند. از طرف دیگر، ٪۵۵ نیز این تأثیر را در نوجوانان و جوانانی که والدین سیگاری دارند بیشتر می‌دانستند. در مطالعه دیگر نیز ٪۶۳ مردم اعتقاد داشتند که به تصویر کشیدن استعمال دخانیات در فیلم‌ها موجب گرایش جوانان به سیگار می‌شود (۱). همچنین در مطالعه دالتون[1] (۲۱) تأثیر نمایش استعمال دخانیات فیلم‌ها در کسانی که والدین آن‌ها سیگاری نبودند، به‌طور قابل ملاحظه‌ای بیشتر از کسانی بود که والدین آن‌ها سیگاری بودند.

در مطالعاتی مطرح شده است که رفتارها و نگرش‌های خانواده و دوستان تأثیر اصلی را بر تصمیم نوجوانان و جوانان برای استعمال دخانیات دارد؛ ولی رسانه‌ها، فیلم‌ها، تلویزیون و اینترنت نیز این تصمیمات را تحت تأثیر قرار می‌دهند (۳۲، ۳۴). با این حال مطالعاتی هم نفوذ و تأثیر رسانه‌ها و فیلم‌ها را از دیگر نفوذهای اجتماعی مثل خانواده و دوستان بیشتر می‌دانند (۱۵، ۲۸) تا جایی که بیش از نیمی از علل شروع مصرف سیگار را به قرار گرفتن در معرض فیلم‌های دارای صحنه استعمال دخانیات نسبت داده‌اند (۲۰، ۲۲، ۲۵، ۳۵). در مطالعه حاضر نیز به ترتیب نقش دوستان، خانواده و رسانه‌ها در گرایش نوجوانان و جوانان به استعمال سیگار را بیشتر می‌دانستند.

ویژگی‌های شخصیتی افراد سیگاری در فیلم‌ها با جامعه واقعی کاملاً متفاوت می‌باشد. به‌طور مثال، در فیلم‌ها افراد سیگاری بیشتر در طبقات اجتماعی- اقتصادی بالاتر هستند و ویژگی‌های مثبت تری نسبت به افراد غیرسیگاری دارند؛ درحالی‌که در جامعه واقعی افراد در سطوح پایینتر اقتصادی و با تحصیلات کمتر سیگار بیشتر میکشند (۳۲). بیش از ٪۷۰ از نمونه‌های مطالعه حاضر میزان استعمال سیگار در فیلم‌ها را کمتر از مقدار واقعی جمعیت سیگاری در کشور می‌دانستند. درحالی‌که در مطالعات انجام‌شده در کشورهای مختلف (۳۶-۳۵) عنوان‌شده که میزان کشیدن سیگار در

1- Dalton

[Downloaded from journal.ihepsa.ir on 2026-11-03]

فیلم‌ها از زندگی واقعی به مراتب بیشتر است.
نتایج مطالعه حاضر نشان داد که تقریباً همه کسانی که طی یک ماه گذشته فیلم تماشا کرده بودند، حداقل یک‌بار استعمال دخانیات را در فیلمها دیده بودند. طی مطالعه‌ای در ویکتوریا نیز، تقریباً همه نمونه‌ها طی ۳۰ روز گذشته استعمال سیگار یا نام تجاری آن را در فیلم‌ها مشاهده کرده بودند (۱۳). همچنین در مطالعه دیگر (۳۷) نیز ٪۸۰ از دانش‌آموزان استفاده از سیگار را در حین تماشای تلویزیون و فیلم در طی ۳۰ روز گذشته مشاهده کرده بودند.
برای استفاده از دخانیات در فیلم‌های محبوب و دوست‌داشتنی نوجوانان و جوانان اغلب از شخصیت‌های مهم و بازیگرانِ الگو استفاده می‌شود (۱۸)؛ که این دارای بیش‌ترین تأثیر برای مدل و الگو قرار گرفتن نوجوانان و جوانان در شروع مصرف سیگار است (۱۷، ۳۱). در پژوهش حاضر، ٪۲۸ از نمونه‌ها، الگو گیری جوانان را هنگامی که بازیگر در فیلم در نقش فرد سیگاری ظاهر می‌شود را بیشتر می‌دانستند؛ درحالی‌که ٪۲۱ زمانی که بازیگر در پشت صحنه و در موقعیت‌های اجتماعی و با شخصیت حقیقی خود ظاهر می‌شود الگو گیری را بیشتر می‌دانستند و ٪۵۰ هر دو صورت را در الگوگیری مهم تلقی کردند.
تحقیقات در امریکا نشان داده که نوجوانان غیرسیگاری که ستاره سینمایی مورد علاقه آن‌ها سیگار می‌کشد ۱۶ برابر بیشتر احتمال میدادند که در آینده نگرش مثبتی نسبت به سیگار کشیدن پیدا کنند و علاقه‌مند استعمال دخانیات شوند (۹). همچنین یک پنج (٪۱۸) از پسران و یک بیستم (٪۶) از دختران اهل بنگولاروی هند پس از تماشای فیلم‌هایی که ستارگان آن‌ها سیگار می‌کشیدند مایل به استفاده از سیگار بودند (۱۵).
ارتباط کاذب و غیرعلمی بین استعمال دخانیات و شجاعت، موفقیت و کنترل استرس در فیلم‌ها وجود دارد. به‌طوری‌که که در مطالعه‌ای که ۱۱۰ فیلم هندی را مورد بررسی قرارداد، ۶۰ فیلم از سیگار جهت نوشدارویی برای کنترل استرس استفاده کرده بودند (۱). در مطالعه دیگر نیز اکثر نمونه‌های مورد بررسی عنوان کردند که رسانه‌ها تصویر مثبتی از افراد سیگاری نشان می‌دهند و از سیگار کشیدن در برخی از فیلم‌ها برای کنترل و رفع استرس استفاده می‌شود (۳۲). در مطالعه حاضر نیز بیش از ٪۳۶ از نمونه‌های مورد بررسی عنوان کردند که مصرف سیگار در فیلم‌ها برای کنترل استرس، کسب موفقیت و شجاعت استفاده می‌شد.

◄ **نقش رسانه‌ها در پیشگیری از شیوع مصرف سیگار:** از محبوبیت و علاقه نوجوانان و جوانان به فیلم‌ها می‌توان در جهت انتقال اطلاعات و آموزش عوارض و پیامدهای استعمال دخانیات استفاده کرد (۸). وجود تبلیغات و پیام‌های ضد سیگار در فیلم‌ها می‌تواند سیگار کشیدن در نوجوانان و جوانان را کاهش دهد (۱۵).
درحالی‌که نزدیک به ٪۵۶ نمونه‌های پژوهش حاضر تأثیر کنترل فیلم‌های ایرانی در پیشگیری از مصرف سیگار را زیاد و خیلی زیاد می‌دانستند، نزدیک به ٪۷۵ از آن‌ها عملکرد رسانه‌های تصویری ایرانی را در پیشگیری از مصرف سیگار را موفق نمی‌دانستند یا فعالیتی در این زمینه مشاهده نکرده بودند. سیاست‌های محدود کردن تبلیغات و ترویج محصولات دخانی برای اولین بار در سال ۱۹۶۹ انجام شد (۲۹).
سازمان جهانی بهداشت در سال ۲۰۰۳ ممنوعیت جامع در تبلیغات محصولات دخانی را صادر کرد و هر گونه فعالیت چه در رسانه‌های سنتی مثل تلویزیون و رادیو و چه از طریق سیستم‌های عامل نوین رسانه‌ای مثل اینترنت و تلفن همراه که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم در جهت ترویج و تبلیغ یک محصول دخانی باشد، را ممنوع کرد (۹، ۳۸). استفاده از سیگار و تبلیغ مارک‌های سیگار نه تنها در فیلم‌ها متوقف نشده است بلکه آنها به دنبال استفاده استادانه در زمانی که بیش‌ترین تأثیر جهت ترویج مصرف سیگار را وجود دارد، هستند (۱).
در مطالعه حاضر بیش از ٪۵۵ از نمونه‌های مورد بررسی اذعان داشتند که در یک ماه گذشته متأسفانه تبلیغات و برنامه‌های آموزشی ضد سیگار از رسانه‌های تصویری کشور مشاهده نکرده بودند. در مطالعه دیگر نیز ٪۴۰ از دانش‌آموزان تبلیغات ضد سیگار را در طی ۳۰ روز گذشته از رسانه‌ها مشاهده نکرده بودند (۳۷). در بررسی از ۱۵۰ فیلم آمریکایی از سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۵، حدود ٪۷۰ از آن‌ها دارای صحنه استعمال سیگار بودند، ٪۲۶ دارای پیام‌ها و تبلیغات ضد تنباکو بودند؛ اما ٪۵۵ از آن‌ها دارای پیام‌های موافق توتون و تنباکو بودند (۳۹). این درحالی است‌که مطالعه‌ای در ویکتوریا، ۹ نفر از هر ۱۰ نفر نمونه

[Downloaded from journal.ihepsa.ir on 2026-11-03]

اعلام کردند که تبلیغات ضد سیگار در ۳۰ روز گذشته در رسانه‌ها مشاهده کرده بودند (۱۳).

بیش از ٪۵۵ از نمونه‌های مورد بررسی ممنوعیت کامل استفاده از مواد دخانی را در کیفیت فیلم‌ها بی‌تأثیر می‌دانستند. در مطالعه دیگر نیز ٪۹۶ ممنوعیت دخانیات را در کیفیت فیلم بی‌تأثیر می‌دانستند (۱).

نزدیک به ٪۶۵ از نمونه‌های مورد بررسی عنوان کردند که ملزمکردن رسانه‌های تصویری به پخش آگاهی‌هایی درباره معایب سیگار پیش از نمایش دادن هر فیلمی که سیگار کشیدن را به تصویر می‌کشد، خیلی زیاد و زیاد می‌تواند در پیشگیری از مصرف سیگار موثر باشد. در طی مطالعه‌ای در سال ۲۰۰۶ بیش از دو سوم از بزرگ‌سالان موافق فیلم‌هایی بودند که تبلیغات ضد سیگار را قبل از هر چیزی نشان می‌دادند (۲۵).

به‌طورکلی استفاده از سیگار در فیلم‌ها وسیله‌ای جهت انتقال ویژگی‌های یک شخصیت است و با این عمل، فیلم تصویری از سیگار کشیدن به عنوان یک رفتار هنجار اجتماعی ارائه می‌کند و این صحنه‌ها می‌تواند تصویر مثبت یا منفی از سیگار کشیدن در تفسیر صحنه‌ها توسط مخاطبین ارائه کند (۳۲). از نمونه‌های مورد بررسی، ٪۵۴ پخش فیلم‌هایی که سیگار کشیدن در آن‌ها وجود دارد را تنها در صورتی مجاز می‌دانند که این فیلم به‌طور شفاف خطر و عوارض سیگار کشیدن را شامل شود.

همچنین ٪۲۷ در صورت تذکر به افراد کم سن و سال، پخش این فیلم‌ها را مجاز می‌دانستند؛ درحالی‌که ٪۱۳ از آن‌ها پخش این فیلم‌ها را در هر صورت درست نمی‌دانستند. در مطالعه دالتون ٪۸۷ از فیلم‌ها دارای صحنه‌هایی (به‌طور میانگین ۵ صحنه در هر فیلم) از سیگار کشیدن بودند که کمتر از ٪۶ از آن‌ها دارای هر گونه واکنش‌های منفی نسبت به سیگار بودند و تنها در ٪۴/۳ از آن‌ها عوارض منفی سیگار کشیدن توسط اشخاص اصلی فیلم به نمایش گذاشته شده بودند (۴۰). در مطالعه دیگر عنوان شده است که فیلم‌ها به ندرت عواقب منفی سیگار را نشان می‌دهند (۱۶).

در مطالعه حاضر دیدگاه متخصصین حوزه رسانه، همچنین کارگردانان، فیلم‌نامه نویسان و بازیگران در نظر گرفته نشده که این از محدودیت‌های این مطالعه می‌باشد. همچنین اگر میزان استعمال دخانیات در دوره‌های مختلف بررسی شود و با میزان شروع به استعمال دخانیات در آن دوره‌ها مورد مقایسه قرار گیرد شاید بتواند این ارتباط را شفاف تر بیان کرد.

نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج مطالعه حاضر موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

- ✓ افزایش کنترل و نظارت بر رسانه‌ها توسط مسئولین ذیصلاح و محدود کردن نمایش استعمال و حتی عدم استعمال دخانیات در رسانه‌ها و فیلم‌ها؛
- ✓ افزایش کیفیت فیلم‌های ملی و تاکید بر نمایش پیام‌ها و تبلیغات ضد دخانیات همراه با پیامدهای منفی و مضر استعمال دخانیات؛
- ✓ نمایش فعالیت‌های جایگزین مثل ورزش، موسیقی، راهکارهای مذهبی و روان‌شناسی و غیره برای کنترل استرس و اضطراب در فیلم‌ها به جای نمایش استعمال دخانیات.

سپاسگزاری

در نهایت لازم می‌دانیم از ریاست محترم دانشکده بهداشت دانشگاه علوم پزشکی یزد، جناب آقای دکتر احرامپوش، و همه کسانی که ما را در انجام مطالعه کمک کرده‌اند تشکر نمائیم.

[Downloaded from journal.ihepsa.ir on 2026-11-03]

References

1. Goswami H, Kashyap R. Tobacco in Movies and Impact on Youth. Burning Brain Society, Chandigarh, India, 2006. Supported by WHO & Ministry of Health & Family Welfare, India. Available From: h t t p : / / smokefreemovies.ucsf.edu/pdf/BurningBrain-tobaccoinmovies.pdf

2.Al-Muzahmi S N, El-Aziz S A, Al-Lawati J A. Oman Global Youth Tobacco Survey (GYTS) 2007. 2009. Available From: http://www.moh.gov.om/reports/GlobalYouthTobaccoSurvey(GYTS)2007.pdf

3.Arora M, Mathur N, Gupta V K & et al. Tobacco Use in Hollywood Movies, Tobacco Promotional Activities and Their Association With Tobacco Use Among Indian Adolescents. Tob Control 2011 [Epub ahead of print].

4.Beckles M P. Trinidad and Tobago Global School-based Student Health Survey 2007. Available From: http://www.who.int/chp/gshs/2007_GSHS_Trinidad_and_Tobago_Report.pdf

5.Rahmanian K, Jafarzadeh A, Khalooei A. Determinants of Smoking Behavior among high School students in Jahrom. Payavard Salamat 2010; 4(1-2): 88-96. [Persian]

6. Dalton A. Factors Affect the Health of Middle School Students, A Master's Research Paper Presented to The Faculty of the College of Education Ohio University. 2008. Available From: http://www.cehs.ohio.edu/resources/documents/dalton.pdf

7.Brener N D, Billy J O G, Grady W R. Assessment of factors affecting the validity of self-reported health-risk behavior among adolescents: evidence from the scientific literature. Journal of Adolescent Health 2003; 33: 436-457.

8.Surani S, Reddy R, Houlihan A E & et al. Ill Effects of Smoking: Baseline Knowledge among School Children and Implementation of the "AntE Tobacco" Project. Int J Pediatr 2011; 584589: 1-7.

9.World Health Organization. Tobacco Free Film Tobacco Free Fashion. 2003. Available From: http://www.who.int/tobacco/media/en/brochure-en.pdf

10.U.S. Centers for Disease Control and Prevention (CDC). Smoking in Top-Grossing Movies—United States, 2010. Morbidity and Mortality Weekly Report (MMWR) 2011; 60(27): 909-913.

11.Gidwani P P, Sobol A, DeJong W & et al. Television viewing and initiation of smoking among youth. Pediatrics 2002; 110: 505-8.

12.Sargent J D. Smoking in movies: Impact on Adolescent Smoking, A Readable Detailed Overview of the Research Described in This Report. Adolescent Medicine 2005; 16: 345–370.

13. Bovet P, Viswanathan B, Warren W. The Global Youth Tobacco Survey in the Seychelles - 2002. Ministry of Health 2002, Seychelles, Victoria. Available From: http://www.who.int /tobacco/surveillance/Seychelles%20GYTS%202002.pdf

14.West Virginia Department of Education. West Virginia Department of Health and Human Resources, Bureau for Public Health, Office of Epidemiology and Health Promotion, Division of Tobacco Prevention and Health Statistics Center. 2002 West Virginia Youth Tobacco Survey. Published 2003. Available From: http://www.wvdhhr.org/bph/oehp/tobacco/yts/survey.pdf

[Downloaded from journal.ihepsa.ir on 2026-11-03]

15.Vasan A. Films and TV: Viewing Patterns and Influence on Behaviors of College Students. Health and Population Innovation Fellowship Program me Working Paper, No 13, New Delhi: Population Council. Available From: http://www.popcouncil.org/pdfs/wp/India_HPIF/013.pdf

16.Worth K, Tanski S, Sargent J.D. Trends in top box office movie tobacco use 1996-2004, in First Look Report. 2006, American Legacy Foundation: Washington, DC. p. 15.

17.Ahmad SA, Kaiser F. Effects of portrayal of smoking in movies on adolescents attitudes. RMJ 2009; 34(2): 131-134.

18.American Academy of Pediatrics, Committee on Public Education. Media education. Pediatrics 1999; 104(2):341-3.

19. Watson N A, Clarkson J P, Donovan R J & et al. Filthy or fashionable? Young people's perceptions of smoking in the media. Health Education Research 2003; 18(5): 554-567.

20.Ray M, Jat K.R. Effect of electronic media on children. Indian Pediatrics 2010; 47: 561-568.

21.Dalton M A, Sargent J D, Beach M L & et al. Effect of viewing smoking in movies on adolescent smoking initiation: a cohort study. Lancet 2003; 362(9380): 281-5.

22.Glantz S A. Smoking in Movies: A Major Problem and a Real Solution. Lancet. 2003; 362(9380): 258-9.

23.Sargent J D, Beach M L, Adachi-Mejia A M & et al. Exposure to movie smoking: its relation to smoking initiation among US adolescents. Pediatrics 2005; 116(5):1183-91.

24.Sargent J D, Dalton M A, Beach M L & et al. Viewing Tobacco Use in Movies: Does It Shape Attitudes That Mediate Adolescent Smoking? Am J Prev Med 2002; 22(3): 137-45.

25.Wellman R J, Sugarman D B, DiFranza J R et al. The Extent to Which Tobacco Marketing and Tobacco Use in Films Contribute to Children's Use of Tobacco. Archive of Pediatric and Adolescent Medicine 2006; 160(12): 1285-1296

26.Carter O B, Donovan R J, Weller N M & et al. Impact Of Smoking Images In Magazines On The Smoking Attitudes And Intentions Of Youth. Tob Control 2007; 16(6): 368-72.

27.National Cancer Institute, the Role of the Media in Promoting and Reducing Tobacco Use, Smoking and Tobacco Control Monograph No. 19, NIH Pub. No. 07-6242, June 2008. Available From: http://cancercontrol.cancer.gov/tcrb/monographs/19/m19_complete.pdf

28.Sargent J D, Beach M L, Dalton M A & et al. Effect Of Seeing Tobacco Use In Films On Trying Smoking Among Adolescents: Cross Sectional Study. BMJ 2001; 323(7326): 1394-7.

29.Robert Wood Johnson Foundation (RWJF). Retrospective Series: Social Norms and Attitudes about Smoking, 1991–2010. Available From: http://www.rwjf.org/files/research /72054.trendssocialnorms.041211.pdf

30.World Health Organization. Smoke-free movies: From evidence to action. 2009. Available From: http://whqlibdoc.who.int/publications/2009/9789241597937_eng.pdf

31.Tickle J J, Sargent J D, Dalton M A & et al. Favourite Movie Stars, Their Tobacco Use In Contemporary Movies, And Its Association With Adolescent Smoking. Tobacco Control 2001; 10: 16-22.

32.Cady E T, Harris R J, Hermesch J R & et al. Images and perception of smoking in the

[Downloaded from journal.ihepsa.ir on 2026-11-03]

movies: Does smoking glamorize characters? Presented at The Annual Meeting of the Australian and New Zealand Communication Association Christchurch, New Zealand 2005. Available From: http://www.mang.canterbury.ac.nz/anzca/FullPapers/09MedSocNewMediaFINAL.pdf

33.California Department of Health Services/ Tobacco Control Section, Communities of Excellence in Tobacco Control, Module 3: Priority Populations Speak about Tobacco Control. Sacramento, CA: CDHS/TCS, 2006. Available From: http://www.cdph.ca.gov/programs/ tobacco/Documents/ CTCPAdultSmoking06.pdf

34.Scene Smoking, Cigarettes, Cinema & the Myth of Cool. Smoking in Film and Television, Hollywood Insiders Speak out about Artists' Rights, Social Responsibility, and the First Amendment Available From: http://www.saclung.org.

35.Hache T. Smoking in the Movies A look at one of the tobacco industry's most successful youth marketing strategies and what people are doing to fight back. Non-Smokers' Rights Association.February 2010

36.Davis RM, Gilpin EA, Loken B & et al. The role of the media in promoting and reducing tobacco use. NCI Tobacco Control Monograph Series No. 19. Bethesda, MD: U.S. Department of Health and Human Services, National Institutes of Health, National Cancer Institute. NIH Pub. No. 07-6242. 2008.

37.Office of Policy, Planning and Assessment and Community Services Section (2007). 2004 Tennessee Youth Tobacco Survey Summary. Tennessee Department of Health, Nashville, TN. Available From: http://health.tn.gov/statistics/PdfFiles/Tennessee_Youth_Tobacco_Survey_ Summary.pdf

38.WHO Framework Convention on Tobacco Control: guidelines for implementation Article 5.3; Article 8; Articles 9 and 10; Article 11; Article 12; Article 13; Article 14 - 2011 edition.

39. American Lung Association of Sacramento-Emigrant-Trails, The 2004-2005 Thumbs Up! Thumbs Down! Analysis of Tobacco Use in Movies; Eleven Year Trend Analysis Report, http://www.scenesmoking.org/TUTD%20Db%2094-95%20to%2004-05.pdf.

40.Dalton M A, Tickle J J, Sargent J D & et al. The incidence and context of tobacco use in popular movies from 1988 to 1997. Preventive Medicine 2002; 34(5):516-23.

[Downloaded from journal.ihepsa.ir on 2026-11-03]