

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۳۳۷۱۲ - ۲۰۱۶۱۵



دانشگاه اصفهان

دانشکده علوم اداری و اقتصاد

گروه علوم سیاسی

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم سیاسی

تأثیر مطبوعات در شکل گیری فرهنگ سیاسی مشارکتی در میان دانش آموزان سال
های دوم و سوم دبیرستان (مطالعه موردی شهر اصفهان).

استاد راهنما:

دکتر امیر مسعود شهرام نیا

استاد مشاور:

دکتر وحید قاسمی

پژوهشگر:

سارا نجف پور

مهر ماه ۱۳۸۷

توجه: اطلاعات در این مورد
فهرست شده است

۱۳۸۹/۲/۵

۱۳۴۶۱۲

کلیه حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات، ابتکارات
و نوآوری های ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه
متعلق به دانشگاه اصفهان است.



دانشگاه اصفهان

دانشکده علوم اداری و اقتصاد

گروه علوم سیاسی

پایان نامه ی کارشناسی ارشد رشته ی علوم سیاسی خانم سارا نجف پور
تحت عنوان

تاثیر مطبوعات در شکل گیری فرهنگ سیاسی مشارکتی در میان دانش آموزان
سال های دوم و سوم دبیرستان (مطالعه موردی شهر اصفهان)

در تاریخ ۱۳۸۷/۷/۳ توسط هیأت داوران زیر بررسی و با درجه عالی به تصویب نهایی رسید.

امضا

۱- استاد راهنمای پایان نامه دکتر امیر مسعود شهرام نیا با مرتبه ی علمی استادیار

امضا

۲- استاد مشاور پایان نامه دکتر وحید قاسمی با مرتبه ی علمی استادیار

امضا

۳- استاد داور داخل گروه دکتر احمد جالینوسی با مرتبه ی علمی استادیار

امضا

۴- استاد داور خارج از گروه دکتر مهدی ادیبی با مرتبه ی علمی استادیار

امضای مدیر گروه

سپاسگزاری

با سپاس از الطاف پروردگار یکتا

شایسته است از راهنمایی‌های صادقانه و زحمات استاد محترم راهنما
جناب آقای دکتر امیرمسعود شهرام‌نیا و استاد مشاور جناب آقای دکتر
وحید قاسمی کمال تشکر و سپاسگزاری را به عمل آورم .

تقدیم به
آنکه آموختنم آموخت؛
تقدیم به مادرم.

چکیده

پژوهش حاضر با عنوان بررسی تأثیر مطبوعات در شکل‌گیری فرهنگ سیاسی مشارکتی در میان دانش‌آموزان سال‌های دوم و سوم دبیرستان شهر اصفهان، به دنبال شناخت نوع آموزه‌هایی بود، که مطبوعات به عنوان یکی از مجاری جامعه‌پذیری سیاسی به دانش‌آموزان دبیرستانی - که در سنین حساس رشد شخصیت سیاسی خود به سر می‌برند - منتقل می‌کنند.

در ابتدای این پژوهش به مباحث نظری پیرامون فرهنگ سیاسی، جامعه‌پذیری سیاسی و مشارکت سیاسی پرداخته شد و با استفاده از آنها و دیدگاه‌های محقق، سؤالات فرعی تحقیق و متغیرهای مستقل و وابسته طرح گردیدند. نگارنده در پژوهش حاضر تلاش کرد، با استفاده از روش پیمایشی و توزیع پرسشنامه در میان دانش‌آموزان پایه‌های دوم و سوم دبیرستان شهر اصفهان، به سؤالات تحقیق پاسخ دهد. در این راستا ۴۴۰ پرسشنامه در میان دانش‌آموزان توزیع گردید که ۲۲ عدد از آنها به علت کامل نبودن از فرآیند تحقیق حذف گردیدند و تعداد ۴۱۸ پرسشنامه مورد مطالعه قرار گرفتند. در تحلیل آماری پژوهش از شیوه‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است و به این وسیله یافته‌های آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و نتایج زیر به دست آمد.

در میان نهادهای جامعه‌پذیری سیاسی ایران که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته‌اند، صرفاً رادیو و تلویزیون و نهادهای دینی و مذهبی تا حدی آموزه‌های فرهنگ سیاسی مشارکتی را به نوجوانان دبیرستانی منتقل نموده‌اند و سایر نهادها از جمله مدرسه، خانواده، گروه همسالان و البته مطبوعات در این راستا چندان موفق عمل نکرده‌اند. به طور اخص راجع به مطبوعات باید گفت طبق یافته‌های تحقیق، کمتر از نیمی از دانش‌آموزان دبیرستانی پایه‌های دوم و سوم دبیرستان شهر اصفهان، به مطالعه مطبوعات علاقه نشان داده‌اند؛ و حتی در میان این افراد نیز سطح اعتماد به مطبوعات و اعتماد سیاسی کمتر از متوسط بوده است. در واقع مطبوعات با آموزه‌هایی که به مخاطبان خود منتقل می‌کنند، نه تنها موجب افزایش اعتماد سیاسی و همچنین مشارکت سیاسی نگشته‌اند؛ بلکه از سوی دیگر به دلیل سلب اعتماد دانش‌آموزان از آنها، مخاطبان نوجوان خود را با حس عدم توانایی تأثیرگذاری در عرصه سیاسی مواجه گردانده‌اند و به این ترتیب بیش از هر چیز آموزه‌های فرهنگ سیاسی تبعی را به مخاطبان مطبوعات به ویژه دانش‌آموزان دبیرستانی منتقل کرده‌اند. در حقیقت، مطبوعات کمتر از قابلیت‌های خود در راستای شکل‌گیری و گسترش آموزه‌های فرهنگ مشارکتی استفاده نموده‌اند. البته می‌توان کارکرد حزبی داشتن مطبوعات و همچنین وابستگی مالی بسیاری از مطبوعات به دولت را از جمله دلایل این امر تلقی کرد.

واژگان کلیدی: جامعه‌پذیری سیاسی، خویش‌ساز سیاسی، فرهنگ سیاسی، مشارکت سیاسی، مطبوعات.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: کلیات تحقیق

۱-۱- شرح و بیان مسئله پژوهشی.....	۱
۱-۲- اهمیت و ارزش تحقیق.....	۳
۱-۳- اهداف تحقیق.....	۴
۱-۴- سؤالات تحقیق.....	۵
۱-۵- پیشینه تحقیق.....	۵
۱-۶- کاربرد و نتایج تحقیق.....	۱۰
۱-۷- واژگان کلیدی.....	۱۰
۱-۸- جمع بندی.....	۱۳

فصل دوم: ادبیات و چارچوب تحقیق

۱-۲- جامعه پذیری سیاسی.....	۱۴
۲-۲- سابقه جامعه پذیری سیاسی.....	۱۵
۱-۲-۲- افلاطون.....	۱۵
۲-۲-۲- ارسطو.....	۱۶
۳-۲-۲- ماکیاولی.....	۱۷
۳-۲- جامعه پذیری سیاسی نزد متفکران اسلامی.....	۱۷
۱-۳-۲- فارابی.....	۱۷
۲-۳-۲- خواجه نصیرالدین طوسی.....	۱۷
۳-۳-۲- ابن خلدون.....	۱۸
۴-۲- نظریه های جدید پیرامون جامعه پذیری سیاسی.....	۱۸
۱-۴-۲- کارل دویچ.....	۱۸
۲-۴-۲- جان دیویی.....	۱۹
۳-۴-۲- ایستون و هس.....	۱۹
۴-۴-۲- لوسین پای.....	۲۰

۲۱.....	۲-۴-۵-آلموند و وربا.....
۲۲.....	۲-۴-۶- نظریه هژمونی.....
۲۳.....	۲-۵- اهمیت جامعه پذیری سیاسی.....
۲۳.....	۲-۶- جامعه پذیری و خویش سیاسی.....
۲۵.....	۲-۶-۱- سنین ایجاد و رشد شخصیت سیاسی.....
۲۸.....	۲-۷- فرهنگ سیاسی.....
۳۱.....	۲-۷-۱- برخی نظریات راجع به فرهنگ سیاسی.....
۳۱.....	۲-۷-۱-۱- آلموند و وربا.....
۳۵.....	۲-۷-۱-۲- روزنبام.....
۳۶.....	۲-۸- فرهنگ سیاسی در ایران.....
۳۹.....	۲-۹- فرهنگ و مشارکت سیاسی.....
۴۱.....	۲-۹-۱- برخی نظریه ها راجع به مشارکت سیاسی.....
۴۱.....	۲-۹-۱-۱- دوتوکویل.....
۴۲.....	۲-۹-۱-۲- دال.....
۴۳.....	۲-۹-۱-۳- میلبراث.....
۴۴.....	۲-۹-۲- سطوح مختلف مشارکت سیاسی.....
۴۹.....	۲-۹-۳- مشارکت سیاسی در ایران.....
۵۱.....	۲-۱۰- عوامل شکل دهنده فرهنگ سیاسی (نهادهای جامعه پذیری سیاسی).....
۵۲.....	۲-۱۰-۱- خانواده.....
۵۵.....	۲-۱۰-۲- مدرسه.....
۵۶.....	۲-۱۰-۳- گروه همسالان.....
۵۷.....	۲-۱۰-۴- نهادهای مذهبی.....
۵۷.....	۲-۱۰-۵- رسانه های ارتباط جمعی.....
۶۰.....	۲-۱۱- برخی نظریه ها راجع به رسانه های ارتباط جمعی.....
۶۰.....	۲-۱۱-۱- مارکسیست ها و نفومارکسیست ها.....
۶۰.....	۲-۱۱-۱-۱- مارکسیسم کلاسیک.....
۶۱.....	۲-۱۱-۱-۲- لویی آلتوسر.....

۶۱.....	۲-۱۱-۱-۳- مکتب فرانکفورت.....
۶۲.....	۲-۱۱-۲- ژان بودریار.....
۶۴.....	۲-۱۱-۳- ژان کازنو.....
۶۴.....	۲-۱۱-۴- مارشال مک لوهان.....
۶۵.....	۲-۱۱-۵- سی. رایت میلز.....
۶۷.....	۲-۱۱-۶- مایکل مان.....
۶۸.....	۲-۱۱-۷- استوارت هال.....
۶۹.....	۲-۱۱-۸- دیوید بل.....
۶۹.....	۲-۱۲- رسانه در کشورهای غربی.....
۷۰.....	۲-۱۳- رسانه در کشورهای جهان سوم.....
۷۲.....	۲-۱۳-۱- سابقه رسانه های جمعی در ایران.....
۷۳.....	۲-۱۴- کارکردهای رسانه.....
۷۵.....	۲-۱۵- اهمیت رسانه.....
۸۲.....	۲-۱۶- رسانه و تبلیغات سیاسی.....
۸۳.....	۲-۱۷- انواع رسانه های ارتباط جمعی.....
۸۳.....	۲-۱۷-۱- رسانه های دیداری- شنیداری.....
۸۴.....	۲-۱۷-۲- رسانه های نوشتاری- چاپی.....
۸۵.....	۲-۱۷-۲-۱- رسانه های الکترونیکی.....
۸۶.....	۲-۱۸- تاریخچه مطبوعات.....
۸۷.....	۲-۱۸-۱- مطبوعات از مهم ترین رسانه های جمعی.....
۸۸.....	۲-۱۸-۲- انواع مطبوعات.....
۹۱.....	۲-۱۸-۳- مطبوعات در ایران.....
۹۲.....	۲-۱۹- رسانه و اعتماد سیاسی.....
۹۴.....	۲-۱۹-۱- مطبوعات و اعتماد سیاسی.....
۹۷.....	۲-۱۹-۲- نقش اعتماد سیاسی در مشارکت سیاسی.....
۹۸.....	۲-۲۰- جمع بندی.....

فصل سوم: روش شناسی

۱۰۰	۱-۳-۱- مقدمه.....
۱۰۱	۲-۳-۲- تعاریف نظری متغیرها.....
۱۰۱	۱-۲-۳-۱- تعاریف نظری متغیرهای مستقل.....
۱۰۲	۲-۲-۳-۲- تعاریف نظری متغیرهای وابسته.....
۱۰۳	۳-۳-۳- تعاریف عملی متغیرها.....
۱۰۳	۱-۳-۳-۱- تعاریف عملی متغیرهای مستقل.....
۱۰۳	۲-۳-۳-۲- تعاریف عملی متغیرهای وابسته.....
۱۰۴	۴-۳-۴- گویه های مربوط به هر متغیر.....
۱۰۴	۱-۴-۳-۱- میزان مطالعه مطبوعات در میان دانش آموزان.....
۱۰۴	۲-۴-۳-۲- میزان اعتماد دانش آموزان به مطبوعات.....
۱۰۵	۳-۴-۳-۳- عوامل مؤثر در شکل گیری فرهنگ سیاسی.....
۱۰۷	۴-۴-۳-۴- نقش مطبوعات در رشد فرهنگ سیاسی مشارکتی نوجوانان.....
۱۰۷	۵-۳-۴-۵- ابزار گردآوری داده ها.....
۱۰۸	۶-۳-۴-۶- آزمون مقدماتی.....
۱۰۹	۷-۳-۴-۷- روایی یا اعتبار پرسشنامه.....
۱۰۹	۸-۳-۴-۸- پایایی پرسشنامه.....
۱۰۹	۹-۳-۴-۹- جامعه آماری.....
۱۱۰	۱۰-۳-۴-۱۰- روش نمونه گیری و تعیین حجم نمونه.....
۱۱۱	۱۱-۳-۴-۱۱- شیوه محاسبه نمرات متغیرها.....
۱۱۱	۱-۱۱-۳-۱- محاسبه نمره میزان مطالعه مطبوعات.....
۱۱۲	۲-۱۱-۳-۲- محاسبه نمره میزان اعتماد به مطبوعات.....
۱۱۳	۳-۱۱-۳-۳- محاسبه نمره عوامل مؤثر در انتقال فرهنگ سیاسی.....
۱۱۶	۴-۱۱-۳-۴- محاسبه نمره نقش مطبوعات در شکل گیری و انتقال فرهنگ مشارکتی.....
۱۱۶	۱۲-۳-۴-۱۲- روش های آماری مورد استفاده.....
۱۱۶	۱۳-۳-۴-۱۳- ابزار تجزیه و تحلیل داده ها.....

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

۱-۴-۱- مقدمه.....	۱۱۷
۲-۴-۲- توصیف نمونه مورد مطالعه.....	۱۱۷
۳-۴-۳- تحلیل توصیفی و استنباطی متغیرهای کلیدی و پاسخ به سؤالات پژوهش.....	۱۲۰
۱-۳-۴- میزان مطالعه مطبوعات.....	۱۲۰
۲-۳-۴- میزان اعتماد به مطبوعات.....	۱۲۲
۳-۳-۴- عوامل مؤثر در شکل گیری فرهنگ سیاسی.....	۱۲۴
۱-۳-۳-۴- نوع فرهنگ سیاسی انتقالی به نوجوانان از طریق خانواده.....	۱۲۵
۲-۳-۳-۴- نوع فرهنگ سیاسی انتقالی به نوجوانان از طریق مدرسه.....	۱۲۶
۳-۳-۳-۴- نوع فرهنگ سیاسی انتقالی به نوجوانان از طریق گروه همسالان.....	۱۲۸
۴-۳-۳-۴- نوع فرهنگ سیاسی انتقالی به نوجوانان از طریق رادیو و تلویزیون.....	۱۳۰
۵-۳-۳-۴- نوع فرهنگ سیاسی انتقالی به نوجوانان از طریق مطبوعات.....	۱۳۱
۶-۳-۳-۴- نوع فرهنگ سیاسی انتقالی به نوجوانان از طریق نهادها و اعتقادات مذهبی.....	۱۳۳
۴-۳-۴- نقش مطبوعات در تشویق دانش آموزان دبیرستانی به مشارکت سیاسی.....	۱۳۵
۴-۴- جمع بندی.....	۱۳۷

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات

۱-۵-۱- مقدمه.....	۱۳۸
۲-۵-۲- بررسی جامعه آماری.....	۱۳۹
۳-۵-۳- بررسی سوالات و فرضیات تحقیق.....	۱۳۹
۱-۳-۵- میزان مطالعه مطبوعات در میان دانش آموزان دبیرستانی.....	۱۳۹
۲-۳-۵- میزان اعتماد به مطبوعات در میان دانش آموزان دبیرستانی.....	۱۴۰
۳-۳-۵- عوامل مؤثر در شکل گیری فرهنگ سیاسی.....	۱۴۱
۴-۳-۵- نقش مطبوعات در تربیت و تشویق دانش آموزان دبیرستانی به مشارکت سیاسی.....	۱۴۶
۴-۵- نتیجه گیری.....	۱۴۷
۵-۵- محدودیت ها و مشکلات تحقیق.....	۱۵۰
۶-۵- پیشنهادات پژوهشی.....	۱۵۱

عنوان

صفحه

۱۵۲.....۵-۷- پیشنهادات کاربردی.....

۱۵۳..... پیوستها.....

۱۶۱..... منابع و مآخذ.....

فهرست شکل ها

صفحه	عنوان
۲۸.....	شکل (۱-۲): مدل نخستین شکل گیری خویش سیاسی.....
۲۸.....	شکل (۲-۲): مدل مؤخر شکل گیری خویش سیاسی.....
۲۸.....	شکل (۳-۲): مدل میانی شکل گیری خویش سیاسی.....
۴۰.....	شکل (۴-۲): فرهنگ سیاسی و رفتار.....
۴۶.....	شکل (۵-۲): سطوح مختلف مشارکت.....
۴۸.....	شکل (۶-۲): انگیزه های مشارکت.....
۹۹.....	شکل (۷-۲): مدل پژوهش.....
۱۱۸.....	شکل (۱-۴): توزیع پاسخگوها بر حسب جنس.....
۱۱۸.....	شکل (۲-۴): توزیع پاسخگوها بر حسب سن.....
۱۱۹.....	شکل (۳-۴): توزیع پاسخگوها بر حسب پایه تحصیلی.....
۱۱۹.....	شکل (۴-۴): توزیع پاسخگوها بر حسب رشته تحصیلی.....
۱۲۱.....	شکل (۵-۴): آماره های توصیفی تمایل مرکزی و پراکندگی میزان مطالعه مطبوعات.....
۱۲۳.....	شکل (۶-۴): آماره های توصیفی تمایل مرکزی و پراکندگی میزان اعتماد به مطبوعات.....
۱۲۵.....	شکل (۷-۴): آماره های توصیفی نقش خانواده در انتقال آموزه های فرهنگ سیاسی.....
۱۲۷.....	شکل (۸-۴): آماره های توصیفی نقش مدرسه در انتقال آموزه های فرهنگ سیاسی.....
۱۲۹.....	شکل (۹-۴): آماره های توصیفی نقش گروه همسالان در انتقال آموزه های فرهنگ سیاسی.....
۱۳۰.....	شکل (۱۰-۴): آماره های توصیفی نقش رادیو و تلویزیون در انتقال آموزه های فرهنگ سیاسی.....
۱۳۲.....	شکل (۱۱-۴): آماره های توصیفی نقش مطبوعات در انتقال آموزه های فرهنگ سیاسی.....
۱۳۴.....	شکل (۱۲-۴): آماره های توصیفی نقش نهادها و اعتقادات مذهبی در انتقال آموزه های فرهنگ سیاسی.....
۱۳۶.....	شکل (۱۳-۴): آماره های توصیفی نقش مطبوعات در تشویق دانش آموزان دبیرستانی به مشارکت سیاسی.....

فهرست جدول ها

عنوان	صفحه
جدول (۱-۲): ویژگی فرهنگ های سیاسی مختلف.....	۳۲
جدول (۲-۲): انواع مختلف قدرت از دید مان.....	۶۷
جدول (۱-۳): نوع مقیاس و تعداد گویه ها.....	۱۰۸
جدول (۲-۳): اطلاعات جامعه آماری بر حسب جنسیت.....	۱۱۰
جدول (۳-۳): اطلاعات جامعه آماری بر حسب پایه تحصیلی.....	۱۱۰
جدول (۴-۳): اطلاعات جامعه آماری بر حسب پایه تحصیلی.....	۱۱۲
جدول (۵-۳): نمرات عاملی مربوط به میزان مطالعه مطبوعات.....	۱۱۳
جدول (۶-۳): نمرات عاملی مربوط به میزان اعتماد به مطبوعات.....	۱۱۴
جدول (۷-۳): نمرات عاملی مربوط به عوامل مؤثر در انتقال فرهنگ سیاسی.....	۱۱۶
جدول (۱-۴): آماره های توصیفی تمایل مرکزی و پراکندگی به میزان مطالعه مطبوعات.....	۱۲۰
جدول (۲-۴): آزمون T برای متغیر میزان مطالعه مطبوعات.....	۱۲۱
جدول (۳-۴): آماره های توصیفی تمایل مرکزی و پراکندگی به میزان اعتماد به مطبوعات.....	۱۲۲
جدول (۴-۴): آزمون T برای متغیر میزان اعتماد به مطبوعات.....	۱۲۴
جدول (۵-۴): آماره های توصیفی نقش خانواده در انتقال آموزه های فرهنگ سیاسی.....	۱۲۵
جدول (۶-۴): آزمون T برای متغیر نقش خانواده در نوع آموزه های انتقالی به دانش آموزان.....	۱۲۶
جدول (۷-۴): آماره های توصیفی نقش مدرسه در انتقال آموزه های فرهنگ سیاسی.....	۱۲۶
جدول (۸-۴): آزمون T برای متغیر نقش مدرسه در نوع آموزه های انتقالی به دانش آموزان.....	۱۲۷
جدول (۹-۴): آماره های توصیفی نقش گروه همسالان در انتقال آموزه های فرهنگ سیاسی.....	۱۲۸
جدول (۱۰-۴): آزمون T برای متغیر نقش گروه همسالان در نوع آموزه های انتقالی به دانش آموزان.....	۱۲۹
جدول (۱۱-۴): آماره های توصیفی نقش رادیو و تلویزیون در انتقال آموزه های فرهنگ سیاسی.....	۱۳۰
جدول (۱۲-۴): آزمون T برای متغیر نقش رادیو و تلویزیون در نوع آموزه های انتقالی به دانش آموزان.....	۱۳۱
جدول (۱۳-۴): آماره های توصیفی نقش مطبوعات در انتقال آموزه های فرهنگ سیاسی.....	۱۳۲
جدول (۱۴-۴): آزمون T برای متغیر نقش مطبوعات در نوع آموزه های انتقالی به دانش آموزان.....	۱۳۳
جدول (۱۵-۴): آماره های توصیفی نقش نهادها و اعتقادات مذهبی در انتقال آموزه های فرهنگ سیاسی.....	۱۳۳
جدول (۱۶-۴): آزمون T برای متغیر نقش نهادها و اعتقادات مذهبی در نوع آموزه های انتقالی به دانش آموزان.....	۱۳۴

عنوان

صفحه

جدول (۴-۱۷): آماره های توصیفی نقش مطبوعات در تشویق دانش آموزان دبیرستانی به مشارکت سیاسی.....	۱۳۵
جدول (۴-۱۸): آزمون T برای متغیر نقش مطبوعات در تربیت و تشویق دانش آموزان دبیرستانی به مشارکت سیاسی.....	۱۳۶

مطالعه فرهنگ سیاسی، به عنوان عاملی که شخصیت و رفتار سیاسی افراد یک جامعه را شکل داده و تا حدود زیادی آینده مردم یک سرزمین را مشخص می کند، از جمله پراهمیت ترین مسائل امروز به خصوص در کشورهای در حال توسعه_ کشورهای که تلاش می کنند از طرق مختلف به توسعه همه جانبه از جمله توسعه سیاسی دست یابند_ محسوب می شوند. در حقیقت، مسئله چنین کشورهایی همواره این بوده است که چه آموزه ها و ایستارهایی می تواند به ایجاد و رشد فرهنگ سیاسی مشارکتی_ که یکی از نتیجه های آن، توسعه سیاسی خواهد بود_ منجر می گردد. متفکران مختلفی همچون لوسین پای، آلموند و وربا راجع به جامعه پذیری سیاسی و انتقال آموزه های فرهنگی یک نسل به نسل دیگر به نظریه پردازی پرداخته اند. در این میان با رشد و گسترش رسانه های ارتباط جمعی و همچنین گسترش سطح سواد و تحصیلات، به نظر می رسد که مطبوعات می توانند، نقش مهم و ارزنده ای در طی فرآیند جامعه پذیری سیاسی ایفا کنند.

از سوی دیگر، از آنجا که نوجوانان دبیرستانی دقیقاً در سنینی به سر می برند که می کوشند، هویت و شخصیت سیاسی خود را مستقل از اطرافیان خود تعیین کنند، نقش رسانه ها از جمله مطبوعات می تواند بسیار پررنگ تر تلقی شود؛ زیرا گسترش آموزه های فرهنگ سیاسی مشارکتی نه تنها می تواند باعث تقویت احساس توانمندی سیلسی و تأثیرگذاری افراد در سیاست گردد؛ بلکه موجب افزایش کرامت فردی شهروندان و همچنین ایجاد و استحکام یک جامعه دموکراتیک نیز گردد. این در حالی است که فرهنگ سیاسی تبعی با بی اعتمادی سیاسی و همچنین احساس عدم توانایی تأثیرگذاری بر سیاست رابطه مستقیم دارد.

با توجه به مطالب مذکور، پژوهش حاضر تلاش کرد به میزان آموزه های مشارکتی که از طریق مطبوعات به مخاطبان نوجوان و دانش آموز منتقل می شود، پی برده و در صورت مشارکتی نبودن چنین آموزه هایی، نوع آموزه هایی را که به این وسیله به دانش آموزان دبیرستانی، انتقال می یابد، مورد بررسی قرار دهد.

پژوهش حاضر دارای پنج فصل می باشد. فصل اول مربوط به کلیات تحقیق است که به موضوعات طرح مسئله، اهمیت موضوع، شرح اهداف و سؤالات، پیشینه تحقیق، کاربرد و واژه های کلیدی آن اختصاص یافته است. فصل دوم شامل ادبیات و چارچوب نظری تحقیق است. در این فصل، به نظریه های گوناگون راجع به فرهنگ سیاسی و جامعه پذیری سیاسی پرداخته شده است و به این ترتیب چارچوب نظری این تحقیق و ابزار تجزیه و تحلیل داده های آماری مهیا گردیده است. در فصل سوم بحث های مربوط به روش شناسی تحقیق شامل روش تحقیق، تکنیک های استفاده شده، جامعه آماری، روش نمونه گیری و امثال آن آمده است. فصل چهارم به تجزیه و تحلیل داده های آماری و پاسخ به سؤالات پژوهش اختصاص داده شده و بالاخره در فصل پنجم نتیجه گیری های نهایی و پیشنهادات ذکر شده است.

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- شرح و بیان مسئله پژوهشی

رفتار سیاسی افراد در هر جامعه ای تحت تأثیر عوامل مختلفی چون مسائل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، روان شناختی و غیره شکل می گیرد، بنابراین برای شناخت درست چرایی رفتارهای سیاسی مختلف افراد، باید نخست به پارامترهای مذکور توجه کرد. یکی از عوامل اجتماعی- فرهنگی که بر دانش سیاسی و رفتار سیاسی افراد تأثیر بسزایی دارد مبحث ارتباطات در دنیای امروز است. زیرا ارتباطات مایه اصلی زندگی نظام سیاسی است و بدون وجود وسایل ارتباطی نمی توان وحدت و همبستگی نظام سیاسی را حفظ کرده و به آن استمرار بخشید (پالمر و دیگران، ۱۳۷۱: ۳۹). در این میان مطبوعات به عنوان یکی از رسانه های ارتباط جمعی نقش مؤثری را در آگاهی بخشی و انتقال اخبار به مردم ایفا می کنند و به این ترتیب نقشی فرهنگ ساز در جامعه را به عهده دارند. زیرا اگر رسانه ها از جمله مطبوعات، جهان را مغایر با آنچه هست به مردم بشناسانند، فرآیند دموکراسی در کشور را با مشکل مواجه می کنند. (استریت، ۱۳۸۴: ۳۲).

به عبارت دیگر مطبوعات از طریق نفوذ خود در جامعه به طور مستقیم و یا غیر مستقیم به ترویج بعضی ارزش ها و باورهای سیاسی در بین مردم می پردازند و به همین خاطر در کنار عوامل دیگر جامعه پذیری سیاسی چون خانواده، مدرسه، گروه همسالان، نهادهای مذهبی و غیره قرار می گیرند. در حقیقت رسانه ها می توانند با استفاده از قابلیت های خاص خود فرهنگ سیاسی یک جامعه را تحت تأثیر قرار داده و آن را از سطح فرهنگ تبعی و

محدود به سطح فرهنگ مشارکتی ارتقا بخشند و از میزان بی اعتمادی سیاسی که منجر به ایجاد فرهنگ سیاسی تبعی می شود، بکاهند. این نکته از آنجا حائز اهمیت است که بسیاری مشارکت را هم، پیش زمینه و هم نتیجه توسعه سیاسی می دانند و معتقدند هدف از توسعه سیاسی، گسترش مشارکت و رقابت گروه های اجتماعی در زندگی سیاسی است (بشیریه، ۱۳۸۴: ۱۱).

از سوی دیگر رسانه ها می توانند از راه های مختلف مثل ایجاد ارتباطات دوسویه، رشد آگاهی های مردم، اطلاع رسانی و غیره مردم را به گونه ای جامعه پذیر کنند که از یک سو به سرنوشت سیاسی خود علاقمند شده و از سوی دیگر توان مشارکت در سیاست را نیز در خود ببینند. زیرا درجه پائینی از احساس توانایی سیاسی با درجه بالایی از بدبینی سیاسی همراه است احساس بی قدرتی نیز به احساس بیگانگی، بدبینی سیاسی و در نهایت رشد فرهنگ سیاسی تبعی می انجامد. در حالی که احساس توانمندی به رشد فرهنگ سیاسی مشارکتی می انجامد (بشیریه، ۱۳۸۴: ۱۶۲). اما آنچه اهمیت دارد این است که افراد تا چه حد تحت تأثیر آموزه های مطرح شده در مطبوعات قرار می گیرند. حقیقت این است که افراد در این زمینه متفاوت عمل می کنند. به خصوص میزان این تأثیر پذیری در بین بزرگسالان که خویش و شخصیت سیاسی خود را باز یافته اند، به نسبت نوجوانان کمتر است، زیرا بسیاری از بزرگسالان گزارش هایی را که با جهت گیری ها و انتظارات شخصی شان سازگار نباشد، خیلی زود نادیده می گیرند (آلموند و دیگران، ۱۳۷۶: ۶۸).

با توجه به توضیحات فوق، از آنجا که کشورمان ایران جزء کشورهای در حال توسعه تلقی می شود که تلاش می کند در مسیر توسعه همه جانبه و پایدار حرکت نماید، نیاز به فرهنگ سازی به ویژه در نسل جوان و نوجوان دارد، تا به این ترتیب نسل بعد با آموزه های فرهنگ مشارکتی رشد کرده و به تدریج جامعه را به سوی توسعه سیاسی رهنمون کند. از این رو، پژوهش حاضر بر روی نوجوانان متمرکز گشته است تا میزان تأثیر مطبوعات (اعم از نوشتاری یا الکترونیک) را بر نظرات، آگاهی ها و گرایش های سیاسی نوجوانان مورد بررسی و مطالعه قرار داده و به این موضوع پردازد که مطبوعات در طی فرآیند جامعه پذیری سیاسی چه نوع گرایش های شناختی، عاطفی و ارزیابانه ای را در میان نوجوانان تقویت میکنند و آیا گرایش های مذکور منجر به ایجاد احساساتی از قبیل توانمندی سیاسی و اعتماد سیاسی _ که پیش زمینه و مقدمه ایجاد و رشد فرهنگ سیاسی مشارکتی هستند _ می گردد؟ و یا اینکه با دامن زدن به بی اعتمادی سیاسی، فرهنگ نسل نو جامعه را در راستای پذیرش صرف و به بیان دیگر فرهنگ سیاسی تبعی و محدود رهنمون می سازند؟

در حقیقت، پژوهش حاضر به به دنبال پاسخ به این پرسش است که مطبوعات چه نوعی از نگرش ها و باورهای سیاسی را به نوجوانان دبیرستانی منتقل می کنند؟ و آیا عناصر و ارزش های فرهنگ مشارکتی در بین این آموزه ها

جایگاهی دارد؟ و در صورت منفی بودن پاسخ دلایل این مسئله کدام است؟ در راستای پاسخ به این سؤالات پژوهش حاضر قصد دارد با توجه به سه نوع فرهنگ سیاسی اصلی محدود، تبعی و مشارکتی که در نظریات آلموند و وربا به آن اشاره شده است، تأثیر نهادی چون مطبوعات را به عنوان یکی از نهادهای ثانویه جامعه پذیری سیاسی در انتقال و القاء یک یا ترکیبی از فرهنگ های سیاسی مزبور مورد بررسی قرار دهد. توضیح اینکه مطابق تئوری آلموند در هیچ جامعه ای، صرفاً با یکی از فرهنگ های مزبور مواجه نیستیم، بلکه شاهد ترکیب خاصی از آنها می باشیم که ویژگی های مردم آن کشور در برخورد با سیاست و دولت را شکل می دهند (آلموند و دیگران، ۱۳۷۶: ۷۴). بنابراین پژوهش حاضر می کوشد با عنایت به تئوری آلموند و وربا تأثیر مطبوعات را در شکل گیری خواست ها و عملکردهای اکثر دانش آموزان دبیرستانی نسبت به نظام سیاسی مورد توجه قرار داده و به این نکته پی ببرد که آیا مطبوعات ایران از قابلیت های خاص خود در راستای تقویت فرهنگ سیاسی مشارکتی بهره برده اند و یا اینکه در بعضی از مواقع در جهت عکس کوشیده و به گسترش فرهنگ محدود و تبعی دامن زده اند؟

برای یافتن پاسخ سؤالات فوق، پژوهش حاضر با استفاده از روش پیمایشی، میزان تأثیرگذاری مطبوعات در بین دانش آموزان دبیرستانی شهر اصفهان را مورد بررسی قرار داده است. ذکر این نکته لازم به نظر می رسد که از آنجا که اصفهان جزء یکی از مهم ترین شهرهای ایران از نظر اقتصادی، سیاسی، فرهنگی محسوب می شود، به عنوان نمونه انتخاب شده است و گروه نمونه این تحقیق نیز از آنجا، از بین دانش آموزان پایه های دوم و سوم دبیرستان انتخاب شد که استفاده از مطبوعات در بین این گروه سنی از نوجوانان نسبت به گروه های سنی پایین تر، بیشتر است.

۱-۲- اهمیت و ارزش تحقیق:

از آنجا که فرهنگ سیاسی از طریق جامعه پذیری سیاسی به نسل های بعد انتقال پیدا می کند، شناخت نقش مطبوعات به عنوان یکی از اهرم های جامعه پذیری سیاسی در این میان اهمیت می یابد. به خصوص اینکه فرهنگ سیاسی پدیده ای ایستا نیست بلکه کاملاً پویا است به این معنا که قرار گرفتن شهروندان در معرض تجربیات جدید و تغییر تدریجی نسل ها باعث می شود که فرهنگ سیاسی پیوسته در معرض جرح و تعدیل قرارگیرد (آلموند و دیگران، ۱۳۷۶: ۸۲).