

فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد شوشتر

سال چهارم، شماره نهم، تابستان ۱۳۸۹

تاریخ پذیرش: ۸۹/۳/۸

تاریخ دریافت: ۸۸/۱۲/۱۳

صص ۱۲۸ - ۱۰۵

نقش رادیو و تلویزیون در جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان

دکتر احمد آذین^۱ - رضا جهانشاهی^۲

چکیده

جامعه‌پذیری یا اجتماعی شدن به معنای هم‌نوایی فرد با ارزش‌ها، هنجارها و نگرش‌های گروهی و اجتماعی است و زیر شاخه آن یعنی جامعه‌پذیری سیاسی؛ انتقال فرهنگ سیاسی از نسلی به نسل دیگر و یا شکل‌گیری ایستارها و هنجارهای سیاسی فرد تعریف شده است. یکی از اهداف حکومت‌ها در عرصه سیاسی همسو کردن افراد جامعه با خط مشی‌های نظام سیاسی است. آنها از هر امکانی برای این منظور بهره می‌جویند و در این بین رسانه‌ها به ویژه رادیو و تلویزیون به سبب ویژگی‌های منحصر به فرد، گستردگی و تأثیر قابل توجه بر مخاطبین؛ اهمیت ویژه‌ای دارد. به همین دلیل، بررسی نقش رادیو و تلویزیون در جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان

azin@iaush.ac.ir

۱ - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهاقان (نویسنده مسؤول)

۲ - کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهاقان

موضوع این مقاله گردید و بررسی موردی آن در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرضا انجام شد. اهداف این پژوهش بررسی میزان اختصاص وقت و زمان به برنامه‌های صدا و سیما توسط دانشجویان، بررسی نقش رادیو و تلویزیون در بالا بردن آگاهی‌های سیاسی دانشجویان و بررسی میزان استفاده دانشجویان از رادیو و تلویزیون نسبت به سایر وسایل ارتباط جمعی می‌باشد. روش بررسی، روش پیمایشی از نوع توصیفی - تحلیلی است و حجم نمونه ۳۶۰ نفر می‌باشد که با شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. از پرسشنامه استاندارد ریزه استفاده و با کمک نرم افزار Spss داده‌ها توصیف و تحلیل شده است. چهار فرضیه در این تحقیق مطرح و هر چهار فرضیه آن پس از بررسی تأیید شد. براساس نتایج این پژوهش رادیو و تلویزیون به عنوان یکی از نهادهای مهم جامعه‌پذیری تأثیر زیادی در جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان دارد. اثر تلویزیون در این زمینه بیشتر و محسوس‌تر است. تأثیر تلویزیون بیشتر از سایر وسایل ارتباط جمعی بر جامعه‌پذیری دانشجویان است.

واژه‌های کلیدی: جامعه‌پذیری، جامعه‌پذیری سیاسی، فرهنگ سیاسی، ارتباطات و مشارکت سیاسی.

مقدمه

از زمان شکل‌گیری محیط اجتماعی و پیدایش و تشکیل حکومت‌ها، حاکمان و برنامه‌ریزان جامعه به منظور حفظ و ثبات نظام سیاسی درصدد همسو و هماهنگ کردن آحاد افراد جامعه با اهداف و آرمان‌های خویش بوده‌اند و از هر وسیله ممکن برای این کار بهره می‌جسته‌اند. زور، تهدید، ارعاب و فشار از راه‌های معمول برای این منظور بوده است. به تدریج خردمندان و سیاستمداران حکومت‌ها به این نتیجه رسیدند تا از وسایل جایگزین بیشتر استفاده نمایند تا این که کم هزینه‌تر و پرسودتر و اثر بخش‌تر بتوانند جامعه را اداره نمایند. آنان جامعه‌پذیری یا فرهنگ‌پذیری را در همه اشکال اجتماعی، فرهنگی و سیاسی آن بهترین جایگزین برای همنوای و همسو ساختن همه قشرها پیشنهاد نمودند و حکومت‌های معاصر آن را با شگردهای خاص در سیاست‌های کلان خویش لحاظ نموده‌اند.

جامعه‌پذیری سیاسی یا به تعبیر دیگر فرهنگ‌پذیری سیاسی، همان انتقال فرهنگ سیاسی از نسلی به نسل دیگر است و به بیانی ساده تر بایستی کاری کرد تا مردم به هنجارها و بایدها و نبایدهای نظام سیاسی احترام بگذارند. مهمترین کارکرد آن برای نظام‌های سیاسی، همسو سازی گرایشات، جهت‌گیری‌ها و رفتارهای جامعه با تمنیات و مطالبات نظام سیاسی است.

رسانه‌های ارتباط جمعی مهمترین وسایل موجود برای انتقال مفاهیم و فرهنگ سیاسی محسوب می‌شوند و در این بین رادیو و بویژه تلویزیون اهمیت دو چندانی دارند و همه نظام‌های سیاسی تلاش دارند تا این دو وسیله مهم ارتباطی را در اختیار گرفته و بر آنها نظارت کامل داشته باشند و به وسیله آن دیدگاه‌ها و نظرات خود را به مردم منتقل نمایند. همه نظام‌های سیاسی بر این باورند که هرگونه غفلت در این زمینه زیان جبران‌ناپذیری را بر پیکره اجتماع وارد می‌کند.

تحقیق حاضر، در مورد نقش رادیو و تلویزیون در جامعه‌پذیری سیاسی تنظیم شده است و در آن سعی شده است تا این نقش و تاثیرگذاری در مقایسه با سایر عوامل تاثیرگذار بررسی گردد و برای خواننده امکان مقایسه و ارزیابی را فراهم آورد.

اهداف پژوهش

هدف اصلی: بررسی نقش رادیو و تلویزیون در جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان ایران

اهداف فرعی:

الف- بررسی میزان اختصاص وقت و زمان به برنامه‌های رادیو و تلویزیون توسط

دانشجویان

ب- بررسی نقش رادیو و تلویزیون در بالا بردن آگاهی‌های سیاسی دانشجویان

ج- بررسی میزان استفاده جوانان و دانشجویان از رادیو و تلویزیون نسبت به سایر وسایل

ارتباط جمعی

د- بررسی میزان موفقیت مسئولان نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران در جامعه‌پذیری

سیاسی دانشجویان از طریق برنامه‌های رادیو و تلویزیون

فرضیات تحقیق

بین رادیو و تلویزیون و جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد،
بین تأثیر بسیار زیادتر تلویزیون نسبت به رادیو در جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان رابطه
معنی‌داری دارد؛
رادیو و تلویزیون تأثیر بسیار زیادتری نسبت به سایر وسایل ارتباط جمعی در جامعه‌پذیری
سیاسی دانشجویان دارد؛
به نظر می‌رسد مسئولان نظام جمهوری اسلامی ایران در جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان از
طریق برنامه‌های صدا و سیما موفقیت زیادی داشته‌اند.

روش تحقیق

یکی از متداول‌ترین و قابل اعتمادترین تکنیک‌های تحقیق در علوم اجتماعی، روش
پیمایشی است و عمدتاً در مطالعاتی استفاده می‌شود که در آنها فرد، واحد تحلیل در نظر گرفته
می‌شود و بهترین روش موجود برای جمع‌آوری داده‌های اصلی برای توصیف جمعیت‌های
بسیار بزرگی است که نمی‌توان به طور مستقیم آنها را مشاهده کرد. (بیبی، ۱۳۸۱: ۵۳۰).
بنابراین، روش مورد استفاده در این پژوهش روش پیمایشی از نوع توصیفی-تحلیلی است
و چون از ابزار پرسشنامه استفاده می‌شود، نوعی تحقیق میدانی است. جامعه آماری تحقیق
۶۰۰۰ نفر و نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران ۳۶۰ نفر می‌باشد و بر اساس نمونه‌گیری
تصادفی ساده نمونه‌ها انتخاب شده‌اند.

تعریف جامعه‌پذیری

«جامعه‌پذیری^۱ یا اجتماعی شدن، به معنای همسازی و هم‌نوایی فرد با ارزش‌ها، هنجارها و
نگرش‌های گروهی و اجتماعی، تعریف شده است.» (علاقه‌بند، ۱۳۶۷: ۱۰۶) بر اساس تعریفی
دیگر «فرایندی است روانی-اجتماعی که بر پایه آن، شخصیت اساسی فرد، تحت تأثیر محیط
مخصوصاً نهادهای تربیتی، دینی و خانوادگی شکل می‌یابد.» (بیرو، ۱۳۶۶: ۳۶۳)

«آنتونی اورم»^۱ بیان داشته که جامعه‌پذیری عبارت از فرایندی است که به توسط آن انسان‌ها چهارچوب اعتقادی، ارزشی و گرایش‌های موجود در جامعه را کسب می‌نمایند. این تعریف توسط «کاردینر»^۲ چنین تکمیل گردید که فرایند جامعه‌پذیری وسیله رسیدن به توافق جمعی میان اعضای جامعه است که از طریق آن ایشان شیوه‌ها، ارزش‌ها و نقش‌های اجتماعی را فرا گرفته و هر یک از اعضا دارای هویتی اساسی می‌گردد. از این تعاریف معلوم می‌شود که جامعه‌پذیری در مفهوم عام آن دلالت بر فرایندی است که به انتقال و کسب ارزش‌ها، نقش‌ها و رفتارهای اجتماعی منجر می‌شود. (عبدالرحمن، ۲۰۰۱: ۲)

جامعه‌پذیری سیاسی

اصطلاح «جامعه‌پذیری سیاسی» یکی از اصطلاحات مهم در علوم سیاسی و اجتماعی است که در حال حاضر استفاده از آن به عنوان یک نظریه رفتاری کاربرد فراوان دارد. این اصطلاح برگردان عبارت Political socialization در زبان انگلیسی است که برخی آن را «فرهنگ‌پذیری سیاسی»، بعضی دیگر «جامعه‌پذیری سیاسی» نیز ترجمه کرده‌اند. جامعه‌پذیری یا فرهنگ‌پذیری سیاسی فرایندی است که بر اساس آن جامعه‌گرایش‌ها، نگرش‌ها، دانش‌ها و اطلاعات و خلاصه ارزش‌ها و معیارهای سیاسی خود را از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌کند. (مهرداد، ۱۳۷۶: ۱۷) از دید سیگل، جامعه‌پذیری سیاسی «یادگیری تدریجی هنجارها، نگرش‌ها و رفتار قابل قبول برای یک نظام سیاسی جاری است».

«کریستنسن ام‌ریوم» و «رابرت اومک و ویلیامز» جامعه‌پذیری سیاسی را یک جامعه متشکل سیاسی می‌دانند که دارای همان نیازهای است که فرد برای بقای خود به آنها نیاز دارد و دارای عملکرد اضافی هم هست و آن جامعه‌پذیر کردن جوان‌ها از نظر سیاسی است. جامعه‌پذیری جوان‌ها از نظر سیاسی عبارت است از تحصیل و اکتساب تدریجی هنجارها، گرایش‌ها، و رفتار مورد پذیرش و معمول نظام سیاسی موجود. (نادمی، ۱۳۸۲: ۴)

سطوح جامعه‌پذیری سیاسی

الف- جامعه‌پذیری سیاسی در سطح میکرو^۱ (جامعه)

ب- جامعه‌پذیری سیاسی در سطح مایکرو^۲ (فرد)

جامعه‌پذیری سیاسی در سطح میکرو: عبارتست از انتقال فرهنگ سیاسی از نسلی به نسل دیگر، ملل، گروه‌ها، قبایل و اقوام مختلف معیارها، استانداردها و ارزش‌های سیاسی خود را از طریق فراگرد جامعه‌پذیری و به صورت الگوهای فکری- عقیدتی و رفتاری به منظور تداوم آن به نسل جدید منتقل می‌سازند.

جامعه‌پذیری سیاسی در سطح مایکرو: مراد از آن فراگردی است که بر اساس آن شخص، مجموعه دیدگاه‌ها و نقطه نظرهای سیاسی جامعه خود را کسب می‌کند. باید توجه داشت که این دو سطح هر دو مکمل یکدیگرند. مطالعه هر یک از آنها به منظور درک و شناخت دیگری الزامی است. (مهرداد، ۱۳۷۶: ۲۴)

کارکردهای جامعه‌پذیری سیاسی

برخی از مهمترین کارکردهای جامعه‌پذیری سیاسی در سطح فردی و در سطح نظام سیاسی را می‌توان به صورت زیر خلاصه کرد:

۱) در سطح فردی، مهمترین کار ویژه این فرایند را می‌توان پرورش افراد برای تبدیل شدن به شهروندان سازگار و کارآمد در نظر گرفت. از خلال این فرایند، ارزش‌های رایج نظام سیاسی به فرد القا می‌شود و او قادر می‌گردد تا با نظام سیاسی ارتباط برقرار کند؛ بدین معنی که برخی از رفتارهای خاص را از حکومت انتظار داشته باشد و بداند که حکومت از او چه انتظاری دارد. برای مثال، آگاه می‌گردد که حکومت از وی انتظار اطاعت از قانون، مشارکت در امور کشور و رأی دادن در انتخابات را دارد. (روسکین و دیگران، ۱۹۸۸: ۱۴۱)

۲) در سطح نظام سیاسی چند کارکرد را می‌توان برای آن برشمرد:

1. Mcaro
2. micro

الف: جامعه‌پذیری سیاسی مؤثر را می‌توان به مثابه جانشینی برای اجبار به صورت ابزار حفظ روابط قدرت طبقه حاکم به کار برد.

ب: جامعه‌پذیری سیاسی مؤثر را می‌توان به مثابه ابزار بسیج توده‌ها برای تأمین هدف‌های خاص طبقه حاکم به کار برد که در غیر این صورت تأمین این اهداف دشوار خواهد بود. (تاج مزینانی، ۱۳۸۲: ۷۳-۷۲)

به طور کلی، برخی از دستاوردها و کارکردهای جامعه‌پذیری سیاسی عبارتند از: اکتساب جهت‌گیری‌های سیاسی (ایستون و دینس ۱۹۶۹) یادگیری ارزش‌ها و رفتارها (هس و تورنی ۱۹۶۷) اکتساب هنجارها و رفتارهای سیاسی مطلوب و مقبول نظام سیاسی (سیگل ۱۹۶۵)، بلوغ سیاسی شهروندان (داوسون پرویت ۱۹۶۹) (شارع‌پور، ۱۳۸۵: ۱۷۳)

عوامل جامعه‌پذیری سیاسی

الف- عوامل اولیه جامعه‌پذیری سیاسی: عواملی هستند که تحت عنوان جامعه‌پذیری نخستین نیز شناخته می‌شوند در این دسته عوامل، جامعه‌پذیری سیاسی میان افراد و گروهی که با او در تماس بسیار نزدیک و صمیمی هستند به وقوع می‌پیوندد؛ مانند گروه خانواده، دوستان و همسالان

ب- عوامل ثانویه جامعه‌پذیری سیاسی: عواملی هستند که از طریق انتقال آگاهانه و مستقیم به جامعه‌پذیری سیاسی، کمک می‌کنند. معمولاً این حالت جامعه‌پذیری، در وضعیت‌های رسمی روی می‌دهد و هیچ یک از وضعیت‌ها شخصی نیست. عواملی چون رسانه‌های گروهی و به ویژه مدرسه از این دسته هستند.

علی اکبر تاج مزینانی در مقاله جامعه‌پذیری سیاسی جوانان معتقد است عوامل زیر در فرایند جامعه‌پذیری سیاسی ایفای نقش می‌کنند:

- ۱- خانواده؛
- ۲- نظام آموزشی؛
- ۳- گروه‌های همسالان و دوستان؛
- ۴- محیط یا گروه‌های کار؛
- ۵- گروه‌های مذهبی؛
- ۶- رسانه‌های گروهی؛
- ۷- رویدادهای سیاسی؛
- ۸- احزاب و جنبش‌های سیاسی و اجتماعی. (تاج مزینانی، ۱۳۸۲: ۷۴)

وسایل یا راه‌های جامعه‌پذیری سیاسی

بطور کلی، می‌توان گفت که جامعه‌پذیری سیاسی از سه طریق عمده تقلید، آموزش و انگیزش صورت می‌گیرد.

الف- تقلید: تقلید یکی از مهمترین و سابقه‌دارترین نوع جامعه‌پذیری سیاسی است، جوان، پیر، کودک و نوجوان و با هوش و کم‌هوش در یادگیری سیاسی متکی به تقلید هستند. یادگیری از طریق تقلید شامل جنبه‌های گوناگون ارزش‌های سیاسی، رفتارهای سیاسی، مهارت‌ها، انتظارات و توقعات سیاسی و خلاصه نگرش‌های سیاسی می‌شود.

ب- آموزش: واژه آموزش سیاسی بر کوششی برنامه‌ریزی شده و مستقیم دلالت دارد که هدف آن انتقال گرایش‌ها و نگرش‌های سیاسی از جانب عده‌ای به عده دیگر است. آموزش سیاسی معمولاً به وسیله نهادهای خانواده، مدرسه، سازمان‌ها و موسسات دولتی و بسیاری از گروه‌ها و نهادهای سیاسی انجام می‌پذیرد. در آموزش سیاسی ابتکار عمل در دست دیگران است و نه فرد یا افرادی که هدف جامعه‌پذیر شدن هستند (مهرداد، ۱۳۷۶: ۸۳-۷۷)

ج- انگیزش: ایجاد انگیزه و شور و شوق در افراد برای پذیرش یک ارزش یا نگرش و یا رفتار به طریق خاص یکی از راه‌های جامعه‌پذیری سیاسی است. هر نظام سیاسی می‌بایست در افراد جامعه خویش انگیزه و شور و شوق پایبندی و اطاعت از قوانین و هنجارها و بایدها و نبایدها را بوجود آورد تا افراد از سر شوق و نشاط شرایط و تکالیف شهروندی را انجام دهند.

پیشینه تحقیق

در دوران معاصر توجه بسیاری از دانشمندان معطوف به این موضوع شده است که از زمره آنها می‌توان به «چارلز مریام» اشاره نمود که تلاش کرد تا کیفیت شکل‌گیری جامعه‌پذیری سیاسی را در بسیاری دولت‌های اروپایی قرن بیستم را مورد مطالعه قرار دهد. او با مطالعه جامعه آلمان، فرانسه، بریتانیا و نیز ایالات متحده آمریکا کوشش نمود تا چگونگی ظهور یا ایجاد

اندیشه شهروندی^۱ را از طرق مطالعه موسسات یادگیری مدنی^۲ و خصوصیات موسسات آموزشی (مدارس و دانشگاه‌ها) بشناسد. (عبدالرحمن، ۲۰۰۱: ۲)

در مطالعاتی که در سال ۱۹۹۷ در دانشگاه دارالسلام انجام شد، دیده شد رسانه‌ها به عنوان عامل جامعه‌پذیری به وسیله ارتباط مستقیم با زمینه‌های اساسی ارزش‌های سیاسی و همچنین با مشارکت در ساختار زمینه‌های اجتماعی که در آنها بزرگسالان می‌توانند جهت‌گیری‌های ارزشی را تجربه کنند؛ پیوندهایشان را با عاملین اولیه جامعه‌پذیری تقویت می‌کنند. (آدونی، ۱۹۷۹: ۸۴)

بر اساس تحقیقاتی که در سال ۱۹۹۹ در آمریکا اجرا شده، شواهد نشان می‌دهد که رسانه‌ها نقش بسیار قوی در جریان آموزش مدنی آمریکایی‌ها دارند. رسانه‌ها دانش لازم برای نهادهای سیاسی، فعالان سیاسی و جریان‌هایی که مبانی جهت‌گیری شهروندی را پدید می‌آورند، را خلق می‌کنند. به عبارتی افراد عقایدشان درباره سیاست را شکل می‌دهند و دولتشان و تشکیلات اداری آن را بر اساس اخبار و تصویر رسانه‌ها ارزیابی می‌کنند. بعلاوه رسانه‌های جمعی روابط اقتدار و ایدئولوژی و ارزش‌های رژیم موجود را تقویت می‌کنند و چارچوب نمایش سیاسی را با ارایه مدل‌های نقش سیاسی و وصف سیاستمداران، خدمتگذاران عمومی و شهروندان در عمل را حمایت می‌کنند. (www.stanford.edu)

چارچوب نظری تحقیق

ریشه‌های تاریخی نظریه جامعه‌پذیری سیاسی:

گرچه عبارت «جامعه‌پذیری سیاسی» یکی از اصطلاحات نوین در علم سیاست است، ولی این نظریه ریشه و سابقه تاریخی دارد و از دیرباز مورد توجه فلاسفه و نظریه پردازان سیاسی قرار داشته است. برای نمونه اینکه چگونه نظرها و عقاید سیاسی در اذهان مردم ریشه می‌دواند و پای می‌گیرد و چه عواملی سبب حفظ و تداوم رژیم‌های سیاسی می‌شود، همه مسائلی است که از دوران بسیار گذشته مورد توجه متفکران و نظریه پردازان بوده است. مسائلی چون تربیت

1. Citizenship
2. The Agents of civil training

«شهروند» و یا خوگیری به امور مدنی در آثار بی چون «جمهوری»، افلاطون، «سیاست» ارسطو و در نوشته‌های امیل زولا و ژان ژاک روسو و دیگران مورد بحث قرار گرفته و بر آن تأکید کرده‌اند. افلاطون در کتاب «جمهوری» توجه زیادی به موضوع آموزش کودکان و نوجوانان نشان داده و معتقد است که ارزش‌های مطلوب سیاسی و وظایف شهروندی را باید در سنین اولیه به آنها تعلیم داد و در آن نهادی کرد.

افلاطون معتقد است که نظام ارزشی و اعتقادات سیاسی شهروندان بر چگونگی ثبات و نظم نهادهای سیاسی و طرز عملکرد آنها اثر می‌گذارد. از این روی افلاطون فساد موجود و ادواری در نظام سیاسی و نهادها و تشکیلات وابسته به آنها را به کمبودهایی که در آموزش سیاسی وجود داشت و غفلتی که در این مورد صورت می‌گرفت نسبت می‌داد. با این همه باید پذیرفت که متفکران کلاسیک به موضوع جامعه‌پذیری سیاسی تنها بعنوان یک مسأله جنبی توجه داشتند و به گونه یک موضوع اساسی و عمده به آن نگاه نمی‌کردند. آن چه که امروزه در تحقیقات سیاسی تازگی دارد، بررسی اثرات جامعه‌پذیری بر رفتار سیاسی فرد در جامعه است. نظریه پردازان سیاسی کلاسیک به طور کلی به توده‌ها و تفکرات و عقاید آنها در جامعه سیاسی توجهی نداشتند. به عبارتی، ایدئولوژی توده‌ها و نقش سیاسی آنها در جامعه و مشارکتی که در امور سیاسی معمول می‌داشتند؛ کلاً به دیده غفلت نگریسته می‌شد، زیرا آنچه که برای چنین متفکرانی مهم بود. نقش طبقات نخبگان، شاهزادگان و گروه‌های اصیل اجتماعی بود (مهرداد، ۱۳۷۶: ۲۳-۲۱).

دیدگاه‌های موجود در جامعه‌پذیری سیاسی

الف- دیدگاه‌های کلاسیک:

برخی از تحلیل‌ها در این زمینه در پرتو دیدگاهی عام به جامعه‌شناسی اجتماعی- به مثابه یک کل- توجه می‌نمایند. «آنتونی اورم» در کتاب «جامعه‌شناسی سیاسی» زمانی که در صدد بیان نظریه‌های روانشناسی اجتماعی^۱ بود و در آن به مطالعهٔ مراحل تطور شناخت ادراکی افراد

در طول عمرشان می‌پردازد، به سه نظریه یا مدخل عام که از طریق آنها مطالعه جامعه‌شناسی سیاسی ممکن می‌گردد اشاره می‌نماید که عبارتند از:

۱- نظریه ارتقا شناختی^۱ که اول بار به توسط «ژان پیاژه»^۲ - و سپس در مطالعه روانشناسان آمریکایی مانند «لورنس کوهلبرگ» - دنبال شد. او معتقد بود که تطور نظم شناختی فرد بر پایه جامعه‌ای است که در خلال دوران‌های زندگی‌اش (طفولیت-بلوغ- رشد و عقلانی شدن) در آن سیر می‌کند. در مرحله اول اشیاء محسوس پیرامون خود را احساس می‌کند، اما از مرحله دوم است که تفکر را به ماورای محسوسات گسترش داده و در مرحله سوم توانایی ادراک همه اشیاء محسوس و مجرد (مابعد الطبیعی) فراهم می‌گردد. نظیر این را در اکتساب شناخت پیرامون نظام سیاسی و چگونگی تطور شناختی فردی و به کارگیری آن در صدور احکام ارزشی و اخلاقی در زمینه این نظام و یا به طور کلی فرهنگ شناخت سیاسی مشاهده می‌شود.

۲- نظریه تعلیم اجتماعی^۳ بنابر دیدگاه ایشان کسب جامعه‌پذیری سیاسی مهمترین مرحله از مراحل زندگی فرد است. در نظریه پیشین مشاهده گردید که ایشان جامعه‌پذیری سیاسی را در طی همه مراحل زندگی در نظر گرفته بودند اما در نظریه تعلیم اجتماعی تاکید اصلی بر مرحله آغازین زندگی فرد می‌باشد. که از حیث استقرار و رشد معلومات و آگاهی‌ها بیشترین نقش را ایفا می‌نماید. این نظریه در آثار «سیرز»^۴ و «باندارا»^۵ به ویژه در مطالعه اخیر وی در خصوص «شخصیت سیاسی» مشهود است «باندارا» اشاره دارد که شخصیت سیاسی فرد خصوصاً از طریق آموزش از والدین و خانواده و به ویژه در دوران طفولیت کسب می‌گردد.

۳- نظریه‌های تحلیلی روانی^۶ که ریشه‌های پیدایش آن به «زیگموند فروید»^۷ و نیز «اریک اریکسون»^۸ باز می‌گردد. این نظریه بر ساختار شخصیت فرد و بویژه چگونگی ایجاد آن در خلال شیوه‌های رفتاری از دوران کودکی می‌پردازد. در تحلیل اریکسون از جامعه‌پذیری

1. Cognitive Development theory

2. J. Piaget

3. Social learning theory

4. Sears

5. Bandara

6. Psycho Analytic Theory

7. S.freud

8. E.Erikson

سیاسی ضمن تاکید بر افکار فروید پیرامون تحلیل روانی فرد در مرحله طفولیت به مطالعه عملی «فرایند خویشستن»^۱ و کیفیت تکوین آن در خلال اولین مرحله زندگی (آغازین) می پردازد. او تاکید می کند که شناخت بدست آمده فرد از فرهنگ و سیاست در دوران فوق در دیگر مراحل زندگی قابل بازسازی است.

۴- نظریه نقش اجتماعی:^۲ ریشه فکری این نظریه به افرادی چون «چارلز کولی»^۳ و «جورج مید»^۴ باز گردیده که در ابتدای قرن بیستم بر یادگیری و اکتساب نقش های اجتماعی و انتقال معیارها، گرایشات، ارزش ها و امیال تأکید می کنند. این یادگیری در مؤسسات جامعه پذیری اجتماعی به ویژه خانواده شکل می گیرد و این به خاطر آن است که بیشترین نقش را بر سازگاری فرد با محیط خارجی داراست. این شیوه تحلیل با نظریات «رابرت مرتن»^۵ ادامه یافت. وی به مطالعه جامعه پذیری سیاسی در میان دانشجویان مدارس و دانشگاه های آمریکا پرداخت. (عبدالرحمن، ۲۰۰۱: ۵)

ب- دیدگاه ها و تحلیل های نوین:

از ابتدای دهه هفتاد میلادی بررسی های دانشمند علم سیاست «دیویدا استون»^۶ منتشر گردید گردید که با همکاری برخی روانشناسان معاصر نظیر «هس»^۷ و «دنيس»^۸ به شکلی میدانی به جامعه پذیری سیاسی در ایالات متحده آمریکا می پرداخت. آنها در تلاش برای طراحی نمونه ای (Medel) نظری به جهت مطالعه جامعه پذیری سیاسی کودکان و دانش آموزان بودند و آن را در چهار مرحله به شرح ذیل تبیین نمودند:

مرحله اول: مرحله سیاسی شدن^۹ که در این مرحله کودک به رشد سیاسی یا کوشش در جهت شناخت عرصه سیاست نائل می آید.

1. Egoprocess
2. Social Role Theory
3. Co cooley
4. G.mead
- 5.R.merton
6. D.easton
7. Hess
8. Dennis
9. Politicalization stage

مرحله دوم: مرحله تشخیص و باز شناخت^۱ می‌باشد؛ این مرحله زمانی آغاز می‌گردد که فرد در اصطکاک با نظام سیاسی قرار گرفته و برخی از نمونه‌ها و اشکال سلطه سیاسی یا سلطه در معنی عام را در می‌یابد.

مرحله سوم: مرحله مثالی^۲ که در این مرحله فرد گرایش به صدور احکام ارزشی در اسلوب‌های معینی می‌نماید و در پرتو اسلوب‌های مثالی فوق به سلب یا ایجاب به قضاوت در خصوص اشکال سلطه و سیاست در حال جریان (به شکل یک کل) می‌پردازد؛

مرحله چهارم: مرحله تحول به سمت نهادینه شدن^۳ است که در آن از مرحله ادراک برخی از اشکال مطروحه سیاسی فراتر رفته و در خصوص تمامی اجزای تشکیل دهنده نظام سیاسی به قضاوت ارزشی می‌نشینند. (مطالعه فرایند جامعه‌پذیری سیاسی در نظام جمهوری اسلامی ایران (www.Aftab.ir

جامعه‌پذیری و ثبات نظام اجتماعی و سیاسی

نظریه جامعه‌پذیری و جامعه‌پذیری سیاسی نظریه‌ای مستقل نیست، بلکه مهره‌ای است از یک مجموعه نظری گسترده‌تر و جزئی از نظریه «کارکرد گرایی ساختاری»^۴ در جامعه‌شناسی، که توسط جامعه‌شناس بزرگ آمریکایی بنام تالکوت پارسنز (۱۹۷۹-۱۹۰۲) مطرح گردیده است. چون نظریه جامعه‌پذیری از لحاظ طبقه‌بندی در وهله اول به جامعه‌شناسی تعلق دارد و از طرفی با فرهنگ سیاسی در ارتباط مستقیم است، به خودی خود نظریه‌ای است که برای تبیین رفتاری طراحی شده است و موضوع آن بین رشته‌ای است (خواجه سروری، ۱۳۷۸: ۲۹۳). از نوشته‌های معروف پارسنز کتاب نظام اجتماعی (۱۹۵۱) است، که وی در آن، گرایش شدیدی، به تاکید بر ساختارهای جامعه و روابطشان دارد، در این کتاب، پارسنز جامعه را به یک پیکر موجود زنده (سیستم) تشبیه می‌کند که مدام در حال مبادله دائم با محیط اطراف خویش است، که برای زنده ماندن موجودات زنده ضروری می‌باشد، هم مبادله مرتبط و دائمی

1. Diagnosis stage
2. Ideation stage
3. Institutionalization stage
4. Structural-functionalism.

در درون خود پیکر جاری است، هم تبادلات درونی بین اعضای مختلف برقرار است. پارسنز سیستم‌های درونی سیستم را «خرده سیستم» پیکر نامیده که وظیفه دارند با همکاری یکدیگر حیات کل سیستم را که همان ارگانیزم موجود زنده می‌باشند، ممکن سازد. از دیدگاه پارسنز، مهمترین خرده سیستم‌هایی که در درون یک جامعه وجود دارد، عبارتند از: خرده سیستم‌های سیاسی، اقتصادی و جامعه‌پذیری، که هر کدام دارای کارکرد^۱ یا وظیفه‌ای می‌باشند؛ (حداد زاده، ۱۳۷۲: ۴) پارسنز اعتقاد دارد، هر نظام برای اینکه بتواند، در عملکرد خود توفیق یابد، به لوازم کارکردی بخصوصی نیاز دارد، که شرط اساسی تداوم یک جامعه، محسوب می‌شوند، چهار تکلیف کارکردی پارسنز عبارتند از:

انطباق و سازگاری با محیط، هدف جویی یا دست یافتن به هدف، وحدت و هماهنگی، موجودیت الگویی.

الف) کارکرد انطباق،^۲ یعنی هر نظامی باید خودش را با موقعیتی که در آن قرار گرفته، تطبیق دهد. به عبارت دیگر، باید نظام خودش را با محیطش تطبیق دهد و محیط را نیز با نیازهایش سازگار سازد. از نظر پارسنز سیستم اقتصادی مهمترین نظامی است که این وظیفه را بر عهده دارد و با تولید کالا و خدمات برای اعضای جامعه، امکان بقای سیستم را فراهم می‌نماید.

ب) کارکرد هدف جویی؛ به اعتقاد پارسنز یک نظام باید هدف‌های اصلی‌اش را تعیین کند و به آنها دست یابد. از نظر پارسنز خرده نظام سیاسی این کارکرد را بر عهده دارد و مقرر می‌نماید که هر سیستم چه کاری را باید انجام دهد.

ج) کارکرد وحدت و هماهنگی؛^۳ یعنی اینکه، هر نظامی باید روابط متقابل اجزای سازنده‌اش را تنظیم کند و به رابطه چهار کارکردیش نیز، سر و صورتی بدهد. به اعتقاد پارسنز، هنجارها و قراردادهای اجتماعی مانند نهاد دین و نظام قانونی این کارکرد مهم را بر عهده دارند و بایستی موجب انسجام^۴ و یکپارچگی نظام اجتماعی شوند. پارسنز مجموعه حقوق و

1. Function.
2. Adaptation.
3. Integration.
4. Solidarity

قوانین و نهادهای حقوقی را ساخت یافته‌ترین شکل نظام جمعی تلقی می‌نماید، که می‌توانند زمینه همبستگی و وحدت جامعه را فراهم کنند.

(د) حفظ موجودیت الگویی (حفظ الگو)؛ در مورد کارکرد حفظ الگو، پارسنز معتقد است، هر نظامی باید انگیزش‌های افراد و الگوهای فرهنگی آفریننده و نگهدارنده این انگیزش را ایجاد، نگهداری و تجدید کند. به اعتقاد او، مجموعه فرایندهایی که به مدد آنها اجتماعی شدن افراد تحقق می‌یابد، در حکم کارکرد حفظ الگو، در جامعه است و از این طریق است، که فرهنگ به عاملان، انتقال می‌یابد و عامل مهمی در انگیزش رفتار اجتماعی آنان به حساب می‌آید. پارسنز نظام آموزش و پرورش و خانواده را مهمترین نهادهایی می‌داند که به طور مستقیم یا غیر مستقیم این کارکرد را ر عهده دارند. (ریترز، ۱۳۷۶: ۸۰)

جرج ریترز جامعه شناس معروف آمریکایی، پیرامون اندیشه کارکرد گرایی چنین می‌گوید: «کارکرد گرایان تاکید دارند، که هر جامعه‌ای برای بقای اجتماعی خویش، به اجتماعی کردن اعضایش نیاز دارد، مردم جامعه باید چیزهای زیادی را یاد بگیرند از جمله: تشخیص جایگاهشان در نظام قشربندی، نظام ارزشی مشترک، جهت گیری شناختی، مشترک، هدف‌های پذیرفتنی، هنجارهای تعیین کننده وسایل مناسب برای دستیابی به این هدف‌ها و تنظیم‌های مربوط به حالت‌های عاطفی». (توسلی، ۱۳۶۹: ۱۸۷)

آلموند کارکرد جامعه‌پذیری سیاسی را یکی از مهمترین کار ویژه‌های سیستمی می‌داند که به طور مستقیم در اجرای سیاست‌های معمولی دخالتی ندارد ولی برای حفظ نظام ضروری و با اهمیت می‌داند.

دو دیدگاه در مورد رادیو و تلویزیون وجود دارد: ۱- در این دیدگاه وسایل ارتباط جمعی چون رادیو و تلویزیون بسیار قدرتمند و با نفوذ تلقی می‌شوند و این باور وجود دارد که هر جا رادیو و تلویزیون رشد کند، دارای قدرت قابل ملاحظه‌ای برای شکل دادن به عقاید و باورها و ترویج رفتارهایی کمابیش مطابق میل کنترل کنندگان وسایل ارتباط جمعی خواهند بود. ۲- دیدگاه دوم بر تأثیر محدود وسایل ارتباط جمعی تاکید دارند.

«لوسین پای تأکید می‌کند که رسانه‌های جمعی مناسب‌ترین روش موجود برای جامعه‌پذیری است و عامل قاطع نوسازی به شمار می‌رود» (عالم ۱۳۷۹: ۱۲۲)

یافته‌های کمی و کیفی تحقیق

شاید مهمترین هدف تحقیقات علمی دستیابی به نتایج قابل استناد و حل مجهولات ذهنی و عینی است. محقق به این منظور راه‌ها و مسیرهای خاصی را طی می‌کند و ثمره تلاش‌های خویش را در این مرحله بدست می‌آورد. ابتدا به مهمترین یافته‌ای بدست آمده از اطلاعات استخراج شده پرسشنامه‌های تکمیل شده توسط دانشجویان اشاره می‌نمایم (جدول ۱ تا ۴).

جدول (۱) توزیع پاسخگویان براساس میزان علاقه نسبت به کسب اخبار و اطلاعات سیاسی:

توزیع پاسخگویان	فراوانی	درصد	فراوانی تجمعی	درصد فراوانی تجمعی
سؤال ۱۶				
خیلی زیاد	۴۳	۱۱/۸	۱۱/۸	۱۱/۸
زیاد	۶۹	۱۸/۹	۱۸/۹	۳۰/۷
تاحدودی	۹۲	۲۵/۲	۲۵/۲	۵۵/۹
کم	۷۵	۲۰/۵	۲۰/۵	۷۶/۴
خیلی کم	۸۶	۲۳/۶	۲۳/۶	۱۰۰/۰
کل	۳۶۵	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	

بر پایه جدول فوق ۳۰.۷ درصد پرسش‌شوندگان علاقه زیادی به کسب اخبار و اطلاعات سیاسی دارند، ۲۵.۲ درصد تا حدودی علاقه دارند و ۴۴.۱ درصد علاقه کمی به کسب اخبار و اطلاعات سیاسی دارند.

جدول (۲) توزیع پاسخگویان براساس اینکه کدام یک از وسایل ارتباط جمعی بیشترین تأثیر را در آشنایی آنان با قانون اساسی و ارکان نظام اسلامی داشته است.

توزیع پاسخگویان سوال ۲۰	فراوانی	درصد	فراوانی تجمعی	درصد فراوانی تجمعی
مطبوعات	۳۸	۱۰/۴	۱۰/۵	۱۰/۵
رادیو	۱۰	۲/۷	۲/۸	۱۳/۲
تلویزیون	۲۳۹	۶۵/۵	۶۵/۸	۷۹/۱
اینترنت	۳۱	۸/۵	۸/۵	۸۷/۶
ماهواره	۴۵	۱۲/۳	۱۲/۴	۱۰۰/۰
کل	۳۶۳	۹۹/۵	۱۰۰/۰	
بدون جواب	۲	۵		
کل	۳۶۵	۱۰۰/۰		

بر اساس اطلاعات جدول فوق ۶۸.۲ درصد پاسخگویان رادیو و بویژه تلویزیون را دارای بیشترین تأثیر در آشنایی خود با قانون اساسی و ارکان نظام اسلامی دانسته اند، سایر وسایل ارتباط جمعی در این بین به میزان ۳۱.۸ درصد موثر بوده اند.

جدول (۳) توزیع پاسخگویان براساس میزان استفاده از تلویزیون در هر شبانه روز.

توزیع پاسخگویان سوال ۳۰	فراوانی	درصد	فراوانی تجمعی	درصد فراوانی تجمعی
کمتر از ربع ساعت	۳۵	۹/۶	۹/۶	۹/۶
یک ربع تا نیم ساعت	۴۰	۱۱/۰	۱۱/۰	۲۰/۷
یک تا دو ساعت	۱۳۸	۳۷/۸	۳۸/۰	۵۸/۷
سه تا چهار ساعت	۸۱	۲۲/۲	۲۲/۳	۸۱/۰
پنج تا شش ساعت	۲۸	۷/۷	۷/۷	۸۸/۷
هفت ساعت و بیشتر	۳۰	۸/۲	۸/۳	۹۷/۰
اصلاً	۱۱	۳/۰	۳/۰	۱۰۰/۰
کل	۳۶۳	۹۹/۵	۱۰۰/۰	
بدون جواب	۲	۵		
کل	۳۶۵	۱۰۰/۰		

براساس اطلاعات جدول فوق ۹/۶ درصد پاسخگویان اعلام کرده اند کمتر از ربع ساعت، ۱۱/۰ درصد یک ربع تا نیم ساعت، ۳۷/۸ درصد یک تا دو ساعت، ۲۲/۲ درصد سه تا چهار ساعت، ۷/۷ درصد پنج تا شش ساعت، ۸/۲ درصد هفت ساعت و بیشتر از تلویزیون در هر شبانه روز استفاده می کنند. سه درصد هم اصلاً از تلویزیون استفاده و بهره برداری نمی کنند.

جدول شماره (۴) توزیع پاسخگویان براساس میزان تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر قانون‌گرایی و مشارکت سیاسی آنان:

سوال ۱۸	توزیع پاسخگویان	فراوانی	درصد	فراوانی تجمعی	درصد فراوانی تجمعی
مطبوعات		۲۴	۶/۶	۶/۶	۶/۶
رادیو		۱۲	۳/۳	۳/۳	۹/۹
تلویزیون		۲۲۲	۶۰/۸	۶۱/۲	۷۱/۱
اینترنت		۳۵	۹/۶	۹/۶	۸۰/۷
ماهواره		۷۰	۱۹/۲	۱۹/۳	۱۰۰/۰
کل		۳۶۳	۹۹/۵	۱۰۰/۰	

براساس اطلاعات جدول فوق ۶/۶ درصد پاسخگویان اعلام داشته‌اند که مطبوعات بیشترین تأثیر را بر قانون‌گرایی و مشارکت سیاسی آنان داشته‌است. ۳/۳ درصد رادیو را، ۶۰/۸ درصد تلویزیون را، ۹/۶ درصد اینترنت را، ۱۹/۲ درصد ماهواره را دارای بیشترین تأثیر در قانون‌گرایی و مشارکت سیاسی خود دانسته‌اند.

سایر یافته‌ها

- ۵۱/۲ درصد پاسخگویان زن و ۴۸/۸ درصد مرد بوده‌اند.
- ۹۶/۲ درصد پاسخگویان بین سنین ۱۹-۳۲ سال قرار داشتند.
- ۸۱/۹ درصد پاسخگویان مجرد و ۱۶/۴ درصد متأهل بوده‌اند.
- رشته‌های تحصیلی پرشش‌شوندگان: فنی مهندسی ۴۳/۶ درصد، علوم انسانی ۲۸/۸ درصد، علوم پایه ۲۷/۸ درصد هستند.
- مقطع تحصیلی پرشش‌شوندگان: ۱۵/۱ درصد مقطع کاردانی، ۶۸/۲ درصد مقطع کارشناسی، ۱۵/۹ درصد کارشناسی ارشد و ۰/۸ دکتری هستند.

- ۱۵/۳ درصد پاسخگویان بیشترین زمان خود را اختصاص به برنامه‌های سیاسی رادیو و تلویزیون می‌نمایند، ۳۳/۷ درصد به برنامه‌های اجتماعی، ۲۶/۳ درصد به برنامه‌های ورزشی و ۲۴/۷ درصد به برنامه‌های سرگرمی و مسابقه بیشترین زمان خود را اختصاص می‌دهند.
- ۴/۹ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند که مطبوعات بیشترین تأثیر را در شکل‌گیری افکار و عقاید و باورهای سیاسی آنان داشته است، ۳ درصد رادیو را، ۴۷/۴ درصد تلویزیون را، ۱۷/۸ درصد اینترنت را، ۲۶/۸ درصد ماهواره را دارای بیشترین تأثیر در شکل‌گیری افکار عقاید و باورهای سیاسی خویش بیان داشته‌اند. تلویزیون مقام اول را در این بین به خود اختصاص داده است.
- ۱۰/۵ درصد افراد اعلام نموده‌اند در راهپیمایی‌هایی نظیر ۲۲ بهمن، ۱۳ آبان و روز قدس زیاد و خیلی زیاد شرکت می‌کنند. ۳۶/۲ درصد تاحدودی و ۵۳/۵ درصد کم و خیلی کم در این راهپیمایی‌ها شرکت می‌کنند.
- افراد میزان ترغیب و تشویق رادیو و تلویزیون به شرکت در راهپیمایی‌ها را به این صورت اعلام نموده‌اند: ۳۰/۷ درصد زیاد و خیلی زیاد، ۲۲/۷ درصد تاحدودی و ۴۷/۱ درصد کم و خیلی کم.
- میزان شرکت افراد در مراسم نماز جمعه: ۱۱/۵ درصد زیاد و خیلی زیاد، ۲۸/۲ درصد تاحدودی، ۶۰/۳ درصد کم و خیلی کم.
- میزان ترغیب رادیو و تلویزیون به شرکت در مراسم نماز جمعه را پاسخگویان ۱۶/۷ درصد زیاد و خیلی زیاد، ۲۱/۶ درصد تاحدودی، ۶۱/۶ درصد کم و خیلی کم بیان داشته‌اند.
- میزان شرکت در انتخابات توسط پرسش‌شوندگان ۵۳/۴ درصد زیاد و خیلی زیاد، ۱۸/۶ درصد تاحدودی و ۲۷/۹ درصد کم و خیلی کم است.
- میزان ترغیب رادیو و تلویزیون به شرکت در انتخابات به نظر پاسخگویان، ۵۴/۲ درصد زیاد و خیلی زیاد، ۲۰ درصد تاحدودی، ۲۵/۸ درصد کم و خیلی کم است.
- میزان پیروی از قوانین نظام جمهوری اسلامی ایران توسط پاسخگویان ۵۱/۵ درصد خیلی زیاد و زیاد، ۲۴/۹ درصد تاحدودی، ۲۳/۶ درصد کم و خیلی کم است.

- میزان وفاداری نسبت به اهداف و آرمان‌های امام خمینی (ره) توسط پرسش‌شوندگان ۴۳/۶ درصد زیاد، ۲۸/۴ درصد تاحدودی و ۲۸ درصد کم است.
- در مورد نقش رادیو و تلویزیون در ایجاد وفاداری نسبت به اهداف و آرمان‌های امام خمینی (ره) پاسخگویان این نقش را ۳۲/۸ درصد زیاد، ۳۲/۶ درصد تاحدودی، ۳۴/۵ درصد کم دانسته‌اند.
- در مورد نقش رادیو و تلویزیون در علاقه‌مند ساختن افراد به نظام سیاسی ۲۲/۸ درصد این نقش را زیاد ۳۷/۵ درصد تاحدودی، ۳۹/۸ درصد کم دانسته‌اند.
- در مورد نقش رادیو و تلویزیون در افزایش وفاداری نسبت به نظام سیاسی ایران، ۲۹/۳ درصد این نقش را زیاد، ۳۲/۳ درصد تاحدودی و ۳۸/۴ درصد کم دانسته‌اند.
- در مورد نقش رادیو و تلویزیون در انتقال فرهنگ سیاسی جامعه به نسل‌های بعد، ۳۰/۱ درصد این نقش را زیاد، ۳۵/۱ درصد تاحدودی و ۳۴/۸ درصد کم دانسته‌اند.
- در خصوص نقش رادیو و تلویزیون در جلب مشارکت سیاسی جامعه، ۳۷/۵ درصد این نقش را زیاد، ۳۲/۹ درصد تاحدودی و ۲۹/۶ درصد کم دانسته‌اند.
- در خصوص میزان اعتماد به بخش اخبار رادیو و تلویزیون جمهوری اسلامی ایران، ۲۶/۶ درصد اعتماد زیادی دارند، ۲۶ درصد تاحدودی و ۴۷/۴ درصد اعتماد کمی به این بخش دارند.
- چهار فرضیه در این پژوهش مطرح و مورد ارزیابی قرار گرفت:
- فرضیه اول: به نظر می‌رسد رادیو و تلویزیون در جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان تأثیر زیادی داشته باشد، مورد آزمون کای اسکور قرار گرفت و با ۹۵٪ اطمینان تأیید شد.
- فرضیه دوم: به نظر می‌رسد تلویزیون تأثیر زیادتری نسبت به رادیو در جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان داشته باشد، مورد آزمون t و کروسکال والیس قرار گرفت و با ۹۵٪ اطمینان مورد تأیید واقع شد.
- فرضیه سوم: به نظر می‌رسد رادیو و تلویزیون تأثیر بسیار زیادتری نسبت به سایر وسایل ارتباط جمعی در جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان داشته باشد، مورد آزمون کروسکال والیس قرار گرفت و با ۹۵٪ اطمینان تأیید شد.

- و نهایتاً فرضیه چهارم یعنی به نظر می‌رسد مسؤولان نظام جمهوری اسلامی ایران در جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان از طریق برنامه‌های صدا و سیما موفقیت زیادی داشته‌اند، مورد آزمون کای اسکور (خی‌دو) قرار گرفت و تأیید شد. البته این موفقیت به صورت متوسط ارزیابی می‌شود.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

نتایج تحقیق گویای این است که رسانه‌ها تأثیر عمیق و خاصی بر روی افکار عمومی می‌گذارند و در این بین، رادیو و بویژه تلویزیون با توجه به گستردگی آن در کشور اثر فوق‌العاده‌ای دارد که توجه خاص مسؤولان را به خود می‌طلبد و این کارگزاران حکومت اسلامی هستند تا با بهره‌گیری از این امکانات و گسترش آن، مردم و بویژه جوانان را با اهداف و آرمان‌های نظام همسو تر و هماهنگ تر نمایند. بی‌گمان برنامه‌ریزان سطح کلان کشور بایستی برای تقویت و بهبود برنامه‌های صدا و سیما تلاش بیشتری کنند تا مردم برای اطلاع از اخبار و رویدادهای فرهنگی سیاسی سایت‌ها و ماهواره‌ها را ترجیح به رادیو و تلویزیون داخلی ندهند و اعتمادشان به آنچه می‌بینند و می‌شنوند بیشتر و فزون‌تر گردد.

باتوجه به تحقیق انجام شده و نتایج حاصله از آن نکات ذیل پیشنهاد می‌گردد:

۱- اعتماد اجتماعی یکی از مقوله‌های سرمایه اجتماعی است و با اعتماد سازی است که می‌شود مردم را به صحت گفته‌ها و تصویرهای ارایه شده اطمینان داد. باتوجه به نمره ضعیف صدا و سیما در این زمینه (به نظر پاسخگویان) پیشنهاد می‌گردد صدا و سیما همایش و کنگره‌ای را در این زمینه تشکیل دهد و با بهره‌گیری از دیدگاه‌های دلسوزین نظام و محققین برنامه‌ریزی‌ها و طراحی‌های خود را صورت دهد و اعتماد مردم را به برنامه‌های خویش جلب نماید.

۲- رادیو قدمتش از تلویزیون بیشتر است ولی امروزه اهمیت و اثر آن کمتر است و در بین رسانه‌های ارتباط جمعی نمره رادیو تقریباً نمره ضعیفی است، پیشنهاد می‌گردد با بررسی‌های کاملتر و کارشناسی توجه مردم را بدان بیشتر نموده تا این وسیله ارتباطی از حاشیه به متن زندگی مردم آید.

۳- دانشجویان پرسش شده ضرورت شرکت در راهپیمایی‌ها را بیشتر کم و خیلی کم عنوان نموده‌اند. پیشنهاد می‌گردد با برنامه‌های ویژه و در ایام خاص ضرورت‌های شرکت در راهپیمایی‌ها توضیح مجددی داده شود تا جوان با آگاهی کامل در راهپیمایی‌های مختلف حضور پیدا نماید.

۴- دانشجویان میزان ترغیب برنامه‌های صدا و سیما برای حضور در مراسم نماز جمعه را ضعیف دانسته‌اند، پیشنهاد می‌گردد در این مورد نیز برنامه ریزی‌های خاصی صورت پذیرد و از آنجا که میزان شرکت دانشجویان پاسخگو در این مراسم عبادی و سیاسی نیز ضعیف و کم است مسؤولان فرهنگی نظام و شورای تبلیغات صدا و سیما بایستی تجدید نظر جدی در این مورد نمایند و برنامه‌های خود را بازبینی نمایند تا با طرح‌ها و برنامه‌های ویژه حضور در این مراسم نیز بیشتر و پر رونق تر توسط دانشجویان گردد.

۵- دانشجویان پرسش شده توجه کمی به برنامه‌های سیاسی صدا و سیما دارند، وقت و زمان کمتری نسبت به سایر برنامه‌ها به آن اختصاص می‌دهند، که در این خصوص نیز بایستی بررسی‌های کاملتر و کارشناسی‌تر صورت پذیرد.

۶- تحقیق حاضر در بین دانشجویان صورت گرفت. پیشنهاد می‌گردد تحقیقاتی مشابه در بین سایر قشرها نظیر کسبه، طلاب، دانش آموزان و معلمان و... صورت پذیرد تا بتوان نظر کاملتری در مورد جامعه‌پذیری سیاسی در ایران بیان داشت.

۷- پژوهش صورت گرفته جامعه‌پذیری سیاسی را مورد بررسی قرار داد. کما اینکه جامعه‌پذیری سیاسی یکی از زیر مجموعه‌های جامعه‌پذیری است و باید در مورد جامعه‌پذیری اجتماعی، فرهنگی و دینی نیز پژوهش‌هایی صورت پذیرد تا زمینه‌های همسویی مردم و جوانان در همه گونه‌ها و شرایط محقق و آینده نظام اسلامی با وجود توطئه‌ها و نیرنگ‌های بیگانگان تضمین گردد.

منابع و مأخذ:

- ۱- بی، ارل، (۱۳۸۱)، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه: رضا فاضل، جلد اول، تهران، سمت.
- ۲- بیرو، آلن، (۱۳۶۶)، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، چاپ اول، تهران، انتشارات کیهان.
- ۳- توسلی، غلامرضا، (۱۳۶۹)، نظریه‌های جامعه‌شناسی، چاپ اول، تهران، سمت.
- ۴- تاج مزینانی، علی اکبر، (۱۳۸۲)، مقاله جامعه‌پذیری سیاسی جوانان، فصلنامه مطالعات جوانان، تهران، سازمان ملی جوانان، شماره سوم و چهارم.
- ۵- حداد زاده، فرهاد، (۱۳۷۲)، مقاله «جامعه‌پذیری»، مجله رشد علوم اجتماعی، سال پنجم
- ۶- خواجه سروری، غلامرضا، مقاله «جامعه‌شناسی ارتباطات»، سایت سازمان تبلیغات اسلامی
- ۷- ریتزر جرج، (۱۳۷۹)، نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه: محسن ثلاثی، چاپ چهارم، تهران، انتشارات علمی.
- ۸- شارع پور، محمود، (۱۳۸۵)، جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، تهران، سمت.
- ۹- عبدالرحمن، عبدالله محمد، (۲۰۰۱م)، علم الاجتماع السياسي النشاه النظرية والاتجاهات المدينة والمعاصره، مترجم کامیار صداقت ثمر حسینی، دار النهضة العربیه.
- ۱۰- علاقه بند، علی، (۱۳۶۷)، جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، چاپ سوم، تهران کتابخانه فروردین
- ۱۱- مهرداد، هرمز، (۱۳۷۶)، جامعه‌پذیری سیاسی، چاپ اول، تهران، انتشارات پازنگ.
- ۱۲- نادمی، داود، «جامعه‌پذیری سیاسی چیست»، روزنامه اطلاعات مورخ ۱۳۸۱/۱۰/۲
- 13- Michael G Roskin, political science, An in trodution, (New jersy :prentice-hall international(Inc, 1988)
- 14- Hanna adoni, the functions of mass media in the political socialization of Adolescents communication research , Vol,6, No,1, 84-106(1979)
- 15- www.stanford.edu)
- 16- www.Aftab.ir