

## بررسی نگرش دانشجویان در زمینه نقش و کارکرد مطبوعات در توسعه سیاسی

•مهرداد منانی<sup>۱</sup>

**چکیده**  
هدف اساسی از این پژوهش بررسی نقش و کارکرد مطبوعات در توسعه سیاسی است. جامعه آماری این تحقیق کل دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائم شهر است که با استفاده از جدول تعیین حجم نمونه کرجسی و مورگان به تعداد ۳۲۰ نفر و با روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. روش تحقیق به لحاظ هدف کاربردی است و از نظر ماهیت و روش توصیفی از نوع پیمایشی است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه است. به منظور روانی ابزار سنجش سوالات متناسبی برای هر یک از متغیرهای تحقیق از مبانی نظری استخراج شد که روانی آن‌ها مورد تأیید صاحب‌نظران بود. پایایی پرسشنامه با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۴ درصد به دست آمد و برای آزمون فرضیه‌ها با توجه به نرمال بودن داده‌ها از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که مطبوعات می‌تواند از طریق کارکردهای خود در زمینه مشارکت سیاسی، اعتماد سیاسی، فرهنگ سیاسی و مشروعیت بخشی به نظام سیاسی جامعه موثر واقع شود.

**واژگان کلیدی:**  
مطبوعات، توسعه سیاسی، مشارکت سیاسی، اعتماد سیاسی، فرهنگ سیاسی

## مقدمه

مطبوعات از زمان پیدایش تا به امروز یکی از عوامل مهم و تاثیر گذار بر تحولات اجتماعی و سیاسی جوامع بوده است. به عبارت دیگر ضرورت‌ها و زمینه‌های شکل‌گیری مطبوعات و روزنامه‌ها نیاز سیاسی جوامع بوده است. مطبوعات و توسعه سیاسی بر یکدیگر تاثیر متقابل دارند. نظام‌های سیاسی توسعه یافته بر ساخت و کارکرد مطبوعات تاثیر می‌گذارد. متقابلاً مطبوعات نیز به عنوان مجزا و بستر تضارب آرا و عقاید جامعه امکان گفتگوی نقادانه را فراهم می‌کنند و در ایجاد زمینه توسعه سیاسی نقش موثری دارند. توسعه سیاسی به مشارکت روز افزون در سیاست، تحرک توده مردم به شناخت بیشتر افراد و گروه‌ها نیازمند است. به عبارتی توسعه سیاسی دارای دو شرط اساسی است؛ نخست اینکه مردم احساس کنند که جزئی از ملت هستند و توانایی اثرگذاری و تصمیم‌گیری در سرنوشتشان را دارند. در این خصوص وسایل ارتباط جمعی از جمله مطبوعات می‌توانند به حمایت و تشویق مردم به مشارکت بپردازند. دوم اینکه نهادهایی توسعه می‌یابند که توانایی بیان و تشخیص منافع گروه‌های متفاوت و تبدیل آنها به برنامه‌های سازگار و اجرای خط‌مشی‌های مربوط را داشته باشند. در این زمینه ایجاد تشکل‌های سیاسی، مدنی و مطبوعات مستقل به عنوان تریبون برای انتقال صداها و ایده‌های گوناگون لازم است. اگر در یک برداشت کلی، توسعه سیاسی را وجود کثرت، رقابت و مشارکت در جامعه بدانیم، رسانه‌ها از جمله مطبوعات می‌توانند در به وجود آوردن این شرایط و تدویم آن نقش موثری ایفا کنند (خانیکی، ۱۳۷۶: ۸۷).

ایجاد رابطه دو سویه میان دولت و مردم یکی از کارکردهای اصلی مطبوعات در روند توسعه سیاسی است. در این راستا مطبوعات می‌توانند هم دولت‌مردان را از نیازها، توقعات و انتقادات مردم مطلع سازند و هم مردم را از امکانات و محدودیت‌های ملی آگاه کنند و به توجیه و تفسیر تصمیمات گردانندگان سیاسی در محدوده قانون اساسی، عرف، ارزش‌ها و سنت‌های فرهنگی بپردازند. مطبوعات از طریق فراهم ساختن کانال‌های مبادله آرا و ایدئولوژی‌های گوناگون و ایجاد فضای عمومی بحث و گفتگو منجر به بوجود آمدن فضای مشارکت سیاسی می‌گردند (مهدی‌زاده، ۱۳۷۷: ۸۴).

جامعه‌شناسان معتقدند مردم از طریق فرایند جامعه‌پذیری، هنجارهای اجتماعی را می‌آموزند و بدین ترتیب انتقال فرهنگ به نسل‌های بعدی جریان پیدا می‌کند و جامعه دوام و بقا می‌یابد. فرهنگ سیاسی یکی از زیرساخت‌های فرهنگ جامعه است، لذا جامعه‌پذیری سیاسی امری ضروری است. در این نوع از جامعه‌پذیری مردم حقوق و وظایف متقابل خود با حکومت را فرامی‌گیرند. عوامل متعددی جامعه‌پذیری سیاسی را ممکن می‌سازند که مطبوعات یکی از آن‌هاست. مطبوعات در جامعه می‌توانند حلقه واسطی بین مردم و حکومت باشند. از یک طرف وظایف مردم نسبت به حکومت را بیان کنند و از طرف دیگر وظایف حکومت را به مردم تفهیم کنند. نکته‌سنجی‌های دقیق

مستند و علمی مطبوعات می‌تواند انجام موفقیت‌آمیز این مسئله را تضمین کند (نوری، ۱۳۸۷: ۱۴). دست‌یابی به توسعه سیاسی یعنی فرایندی که در جریان آن نظام‌های ساده اقتدارگرای سیاسی جای خود را به نظام‌های حق‌رای همگانی، احزاب سیاسی و بوروکراسی‌های مدنی می‌دهند، نیازمند آگاهی و حرکت عمومی شهروندان از یک سو و اراده حاکمان از سوی دیگر است. امروزه برای دست‌یابی به توسعه سیاسی استفاده از وسایل ارتباط جمعی شرط لازم است (عقیلی، ۱۳۹۰: ۱). زیرا وسایل ارتباط جمعی با انعکاس اخبار و اطلاعات مربوط به رویدادها و مسایل اجتماعی در واقع میان مردم ارتباط برقرار کرده است و آن‌ها را نسبت به مسائل دموکراتیک مربوط مطلع می‌سازند. این کارکرد که مستقیماً به مشارکت سیاسی مردم در جوامع دموکراتیک مربوط می‌شود، اثر مستقیمی در افزایش یا کاهش مشروعیت سیاسی هیات حاکمه، از طریق توجه به حل مشکلات مطرح شده خواهد داشت (افتخاری، ۱۳۸۰: ۷۷).

فدریک فرای نیز معتقد است مطبوعات در توسعه سیاسی نقش دارند و موجب بالا بردن میزان مشارکت مردم می‌شود. در جامعه‌ای که میزان مشارکت بالا برود رقابت نیز شکل می‌گیرد و برنامه‌های جدید و مکانیزم‌های دیگری هم برای اعمال قدرت به وجود می‌آید. مشارکت زمانی است که رقابت به وجود آمده باشد که در نهایت به تقسیم قدرت می‌انجامد. در چنین صورتی مشارکت سیاسی متعددی که همه افراد جامعه به آن باور داشته‌باشند و همه در نهایت در این فرایند شرکت می‌کنند. «فدریک فرای پنج وظیفه اساسی در تبیین نقش ارتباطات در خدمت توسعه سیاسی قائل است: الف. تدارک اطلاعات بیشتر برای تصمیم‌گیری سیاسی درست‌تر؛ ب. تاثیر گذاشتن بر ساخت قدرت و کنترل آن؛ ج. کاستن از پیامدهای روانی توسعه؛ د. تطبیق دادن مردم با آهنگ سریع تحولات؛ ه. ایجاد پیوستگی میان سطوح و نهادهایی که در روند توسعه از هم گسسته اند» (خانیکی، ۱۳۸۶: ۷۱).

شناخت کاربرد و عملکرد رسانه‌های جمعی به ویژه مطبوعات در جامعه و نقشی که آن‌ها در جوامع بشری به عهده دارند، امری بسیار مهم است و از طریق شناخت تاثیرات و کارکردهای مطبوعات می‌توان به طرح برنامه‌های موثری برای استفاده مطلوب و عقلانی از این تکنولوژی پرداخت و در عین حال از اشتباهات و انحرافات که در جریان ارائه کارکرد رسانه‌ها به مردم داده می‌شود پرهیز کرد. ارائه راهکار و طرح‌های مناسب جهت سالم ساختن و افزایش نقش‌های مثبت و سازنده رسانه‌های جمعی در حرکت مطلوب جامعه، نیازمند شناخت عمیق وسایل ارتباط جمعی است. رسانه‌های ارتباط جمعی اعم از تلویزیون، مطبوعات، رادیو و شبکه‌های ماهواره‌ای در دنیا مشغول فعالیت و جلب مخاطب‌اند. تحقیق حاضر در پی یافتن پاسخ این سؤال است که مطبوعات به عنوان رسانه‌ای جمعی چگونه می‌توانند در توسعه سیاسی جامعه نقش داشته باشند؟

## پیشینه تحقیق

توجه بسیاری از اندیشمندان به تاثیر مصرف رسانه بر روی توسعه سیاسی معطوف شده است؛ از جمله آنها می‌توان به تحقیقات زیر اشاره کرد:

شهرام‌پیا، امیرمسعود، میلانی، جمیل (۱۳۹۰) به نقش مطبوعات در توسعه سیاسی ایران بعد از انقلاب اسلامی پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که مطبوعات ایران بعد از انقلاب دوران پر فراز و نشیبی را طی کرده‌است و اغلب به دلایلی از جمله وابستگی به دولت و جناحی بودن نتوانسته‌است به طور موثری بر افکار عمومی تاثیر بگذارد. در مقطعی مانند دوران اصلاحات نیز که فضای بازی برای فعالیت مطبوعاتی ایجاد شده است به دلیل تدریجی‌ها و عدم تطابق فعالیت‌های آن‌ها با شرایط جامعه، مطبوعات نتوانسته‌اند آن طور که باید تاثیر گذار باشد و به نظر می‌رسد که در اغلب اوقات روزنامه‌ها به تبلیغ سیاست‌های نظام حاکم و تلاش برای هدایت افکار عمومی در راستای اهداف گردانندگان آن‌ها پرداخته‌اند.

هادی خانیک (۱۳۷۶) در پژوهشی تحت عنوان مقدمه‌ای بر نقش و کارکردهای مطبوعات در توسعه به نقل از فردریک فرای (۱۹۷۳) می‌گوید که رابطه میان رسانه‌های جمعی از جمله مطبوعات و وجوه مختلف توسعه رابطه‌ای متقابل است، همانطور که روزنامه‌های بهتر، مردم را بیشتر به سوی مشارکت سیاسی سوق می‌دهند، مردمی هم که احساس شرکت فعالانه‌تر در فعالیت‌های اجتماعی داشته باشند، به دریافت اطلاعات و آموزش بیشتر اقدام می‌کنند و مشارکت سیاسی فعالانه‌تری خواهند داشت.

تحفه‌گر (۱۳۹۱) با توجه به رویکرد سیستمی به بررسی نقش مطبوعات در فرآیند توسعه سیاسی پرداخت و با مطالعه موردی ایران پس از انقلاب به این نتایج دست یافت که در سه دهه گذشته مطبوعات به رغم پتانسیل زیاد نتوانسته‌اند آنگونه که شاید و باید در روند توسعه سیاسی ایران ایفای نقش کنند، اما با برنامه‌ریزی مناسب می‌توان از ظرفیت نهفته در این حوزه به نحو مناسبی در جهت پیشبرد اهداف توسعه سیاسی بهره برد.

طاعتی (۱۳۹۰) پژوهشی تحت عنوان نقش تلویزیون در توسعه جامعه مدنی انجام داده و نتیجه گرفته است که یکی از عواملی که کشورها را به سوی توسعه سوق می‌دهد توجه به مقوله جامعه مدنی است و رسانه‌ها ابزاری هستند که می‌توانند در تکوین جامعه مدنی نقش داشته باشند. عقلی (۱۳۹۰) در پژوهشی تحت عنوان نقش اینترنت و توسعه سیاسی به این نتایج دست یافت که اینترنت با توجه به ویژگی‌هایی چون تعاملی بودن، همزمان بودن ارتباط، همه‌جایی بودن، فقدان کنترل مرکزی، فقدان مالکیت بر شبکه و سانسور گزینری، فضای مناسبی برای احیای ابعاد از دست رفته مشارکت سیاسی و دموکراسی است.

آذین (۱۳۸۹) پژوهشی تحت عنوان نقش رادیو و تلویزیون در جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان

انجام داد. هدف اساسی این پژوهش بررسی نقش رادیو و تلویزیون در بالا بردن آگاهی‌های سیاسی دانشجویان بود و نتایج این تحقیق نشان داد که رادیو و تلویزیون به عنوان یکی از نهادهای مهم جامعه‌پذیری تاثیر زیادی در جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان دارند و اثر تلویزیون در این زمینه بیشتر و محسوس‌تر است.

سمتکو<sup>۱</sup> و والکنبورگ<sup>۲</sup> (۱۹۹۸) به نقش وسایل ارتباط جمعی در افزایش آگاهی سیاسی و در نتیجه افزایش مشارکت سیاسی اشاره کرده‌اند. به نظر آنان توسعه اقتصادی و اجتماعی که لازمه آن افزایش شهرنشینی، سطح سواد، آموزش و توسعه وسایل ارتباط جمعی است، پیش شرط برقراری دموکراسی و افزایش مشارکت سیاسی است. یافته‌های لیبسون<sup>۳</sup> (۲۰۰۸) در این زمینه نشان می‌دهد که کنترل رسانه‌ها از سوی حکومت‌ها باعث کاهش آگاهی سیاسی و مشارکت سیاسی شهروندان می‌شود و به این نتیجه رسید که کنترل رسانه‌ها و بازار فروش آن‌ها از سوی حکومت‌ها باعث می‌شود که شهروندان از لحاظ آگاهی سیاسی نادان و بی تفاوت باشند. یافته‌های بیکر<sup>۴</sup> (۲۰۰۶) و گرونلوند<sup>۵</sup> (۲۰۰۵) نشان داد که استفاده هدفمند سیاسی از اینترنت عاملی تاثیر گذار و مهم بر مشارکت سیاسی پاسخگویان بوده و به ویژه بر پیگیری اخبار و رویدادهای سیاسی تاثیر قابل توجهی داشته است.

یافته‌های آرتز<sup>۶</sup> و سمتکو<sup>۳</sup> (۲۰۰۳) نشان می‌دهد افرادی که نسبت به مسائل سیاسی آگاه‌تر هستند و اطلاعات وسیع‌تری دارند، هنگامی که در معرض رسانه‌های جمعی و به ویژه پیام‌های تلویزیونی قرار می‌گیرند، مشارکت بیشتری از خود نشان می‌دهند و در همه این زمینه‌ها تقویت می‌شوند، در مقابل افراد نامطلع نسبت به مسائل سیاسی بدبین‌اند و هرچه بیشتر در معرض پیام‌های سیاسی رسانه‌ها و به ویژه تلویزیون قرار می‌گیرند، روحیه مشارکت‌گریزی آن‌ها تشدید می‌شود.

## مبانی نظری پژوهش

### مفهوم توسعه سیاسی

اصطلاح «توسعه سیاسی» به معنای گذار از یک جامعه سنتی به یک جامعه مدرن است که در آن نظام سیاسی پیچیده‌تر و حرفه‌ای‌تر از قبل می‌شود و در عین حال هویت شهروندان این جامعه مدرن از تباط تنگاتنگی با هویت ملی آن‌ها دارد. در اوائل دهه ۱۹۵۰ میلادی این اصطلاح برای اولین بار وارد محافل آکادمیک و متون علوم سیاسی شد و توصیفی در مورد گذار جوامع استعمار

1- . Semetko  
2- . Valkenburg  
3- . Leeson  
4- . Baker  
5- . Gronlund  
6- . Arts

فساد که همزاد استبداد است، متولد می‌شود و روند توسعه سیاسی را به تصلب سیاسی مبدل می‌سازند.

### شاخص‌های توسعه سیاسی

برای توسعه سیاسی شاخص‌های گوناگونی در نظر گرفته شده است که هر کدام بر اساس شرایط مکانی آن اهمیت خود را دارد، اما به صورت کلی عناوین زیر را می‌توان از شاخص‌های کلی توسعه سیاسی نام برد که جنبه عمومی دارد و می‌توان آن‌ها را در جامعه به کار بست.

#### الف) مشارکت سیاسی

مشارکت سیاسی عبارت از «هر نوع اقدام داوطلبانه موفق یا ناموفق، سازمان یافته یا بی سازمان، مقطعی یا مستمر که برای تأثیرگذاری بر انتخاب سیاست عمومی، اداره امور عمومی یا گزینش رهبران سیاسی در سطوح مختلف حکومتی اعم از محلی یا ملی روش‌های قانونی یا غیرقانونی است» (بای و دیگران، ۱۳۸۰: ۲۴۷). مشارکت سیاسی عمدتاً به چهار عامل بستگی دارد؛ اول؛ عامل انگیزه سیاسی به این صورت که هر چه فرد یا افراد یک جامعه در معرض مسائل سیاسی قرار داشته باشد انگیزه شان برای مشارکت در امور سیاسی قوی‌تر می‌شود. دوم؛ موقعیت اجتماعی، ویژگی‌هایی چون جنسیت، تحصیلات، محل سکونت و قومیت بر روند مشارکت سیاسی افراد تأثیر می‌گذارد، کسی که از تحصیلات بالاتری برخوردار است بیشتر به فعالیت سیاسی خواهد پرداخت، قوم محروم از مشارکت سیاسی نیز بیشتر به مشارکت سیاسی خواهند پرداخت. سوم؛ ویژگی‌های شخصی نیز یکی از عوامل گرایش به فعالیت سیاسی است. فردی که به مسائل سیاسی دسترسی آسان‌تری دارد نیز به فعالیت سیاسی خواهد پرداخت، از سوی دیگر نوع شخصیت فرد بر مشارکت سیاسی او تأثیر گذار است. فردی که نسبت به دیگران اجتماعی‌تر، مسلط‌تر و پروگرا تر است بیشتر به مشارکت سیاسی علاقه مند خواهد بود. عامل چهارمی که در مشارکت سیاسی دخیل است محیط سیاسی است. به طور مثال در زمان انتخابات محیط جوامع کاملاً سیاسی می‌شود و فرد اگر علاقه‌ای هم به مشارکت سیاسی نداشته باشد محیط او را ناچار به تحرک سیاسی خواهد کرد (راش، ۱۳۷۷: ۱۳۵).

#### ب) مشروعیت سیاسی

مشروعیت به معنای قانونی بودن یا مطابقت داشتن با قانون است (عالم، ۱۳۶۷: ۱۰۵). بعدها واژه مشروعیت به روش‌های سنتی، اصول قانون اساسی و انطباق با سنت‌ها اشاره کرده، اما متفکران جدید سیاسی عنصر «رضایت» را مطرح کردند و رضایت را پایه و اساس فرمانروایی مشروع می‌دانند (همان). ماکس وبر مشروعیت سیاسی را اینطور تعریف می‌کند: «مشروعیت سیاسی عبارت است از پذیرش اقتدار و اطاعت رضایت‌مندانه شهروندان از قدرت حاکم» (رحمان سرشت، ۱۳۸۶: صص ۲۶-۳۰).

شده و عقب مانده طی یک پروسه طولانی به سوی جوامع مدرن بود. معمولاً هدف اساسی این نوع تکامل‌های سیاسی، مترادف با پیدایش و تشکیل نظام‌های سیاسی لیبرالیستی از نوع کشورهای غربی بود. توسعه سیاسی در مفهوم عام و رایج خود یک واژه هنجاری است. توسعه سیاسی دو ویژگی بارز دارد: (۱) توسعه سیاسی به مفهوم تشکیل دولت بر پایه تخصص و نهادهای دولتی، (۲) توسعه سیاسی به مفهوم یک تشکل ملی است که در آن نهادها و موسسات دولتی و سیاسی بر پایه مشروعیت و حاکمیت اکثریت مردم استوار شده‌اند.

در تعریف توسعه سیاسی هر یک از محققان علوم سیاسی شاخص‌ها و معیارهای متفاوتی را مدنظر دارند. برخی توسعه سیاسی را مترادف با دموکراسی می‌دانند و برآنند که هرچه جامعه‌ای دموکراتیک‌تر شود، از لحاظ سیاسی توسعه یافته‌تر است. توجه به مسائل اقتصادی نیز در تعریف توسعه سیاسی نقش اساسی دارد. به نظر برخی از افراد شرایط لازم سیاسی در راستای توسعه اقتصادی و صنعتی نیز تعبیر شده است، به این معنی که توسعه سیاسی مسیر را برای توسعه اقتصادی و صنعتی آماده می‌کند. از سوی دیگر توجه به کارایی دولت نیز به مفهوم توانایی دولت‌ها در افزایش کارایی و ایجاد ظرفیت‌های بیشتر در انجام سیاست‌های عمومی است که نفع آن به مردم جامعه می‌رسد (ازکیا، ۱۳۸۹: ۵۰).

در یک جمع بندی کلی درباره توسعه سیاسی می‌توان گفت: توسعه سیاسی افزایش ظرفیت و کارایی یک نظام سیاسی برای پاسخگویی به خواسته‌ها و نیازهای مردم، و نیز داشتن ظرفیت برای دگرگونی و تغییر و انطباق با شرایط جدید است. توسعه سیاسی با رشد دموکراسی مترادف است و هر اندازه نظامی سیاسی از انعطاف ناپذیری به انعطاف پذیری، از سادگی به پیچیدگی، از دنیالهروی به خود مختاری و از پراکندگی به انسجام و یگانگی گرایش پیدا کند، به همان میزان توسعه سیاسی آن نظام افزایش پیدا خواهد کرد. با این برداشت، توسعه سیاسی موجب افزایش سطح مشارکت مردم در ساختار حاکمیت می‌شود و به نوبه خود به مشروعیت سیاسی نظام کمک می‌کند. از این لحاظ میزان رشد توسعه سیاسی در یک کشور با رشد میزان مشارکت سیاسی مردم در چارچوب دولت تناسب مستقیم دارد. بسیاری از محققان علوم سیاسی، مشارکت و مشروعیت سیاسی یک نظام را از پارامترهای اصلی توسعه سیاسی آن نظام محسوب می‌کنند. به همین لحاظ در دولت‌های توتالیتر و مستبد هیچ نشانی از ساختارهای مشارکتی که نشان دهنده تبلور راه جمعی باشد وجود ندارد؛ در نتیجه مردم در چنین نظام‌هایی همواره با فقدان توسعه سیاسی مواجه‌اند، زیرا از مهم‌ترین مشخصه‌های دولت استبدادی فقدان ساختارهای مشارکتی در جامعه است. حاکمیت استبدادی با ذهنیت منفی و برخورد انحصارگرایانه‌اش به مردم زمینه مشارکت فعال در ساختار سیاسی را نمی‌دهد. در نتیجه فقدان حضور مردم در ساختار سیاسی، تراکم و تمرکز قدرت در دست عده‌ای خاص پیدا می‌شود و در نهایت استبداد رونق می‌یابد و

در زمان‌های مختلف نسبت به هم متفاوت است. اسپنسر معتقد است که اعتماد سیاسی در جوامع نظامی بر مبنای زور و اجبار و در جوامع مدرن صنعتی بر مبنای قرارداد است؛ ولی به دلیل غلبه فردگرایی و منفعت‌گرایی و نادیده گرفتن دولت، اعتماد سیاسی ضعیف می‌شود و در جوامع در حال گذار نیز اعتماد سیاسی کمتر وجود دارد (میزر تال، ۱۳۸۰: ۵۷).

اعتماد سیاسی به مثابه یک مولفه مهم نظام سیاسی، یکی از پایه‌های نظام سیاسی را نیز شکل می‌دهد. اعتماد جوهر و اساس روابط اجتماعی است، و در مقابل بی‌اعتمادی، انسجام درونی روابط افراد و گروه‌ها و نظام را با مشکل مواجه می‌سازد. شعاع اعتماد در جوامع سنتی معمولاً در حد خانواده و یا اقوام گسترش می‌یافت در حالیکه در جوامع امروزی اعتماد تا سطح کل جامعه، نهادها و سازمان‌ها تعمیم یافته است. همکاری و مشارکت سیاسی نیز مشروط به گسترش اعتماد در میان اعضای همان نظام است (شایگان، ۱۳۸۶: ۲۳).

#### د) فرهنگ سیاسی

فرهنگ سیاسی هر جامعه از فرهنگ عمومی آن جامعه ریشه می‌گیرد و بخشی از آن شمرده می‌شود و جدا کردن فرهنگ سیاسی از نظام کلی فرهنگ تنها امری اعتباری است.

بر پایه رویکردهای متفاوت، تعاریف گوناگونی از فرهنگ سیاسی شده است. در فرهنگ جامعه‌شناسی اسکفورد آمده است «هنجارها، ارزشها و نمادهایی که به مشروعیت نظام سیاسی جامعه کمک می‌کند فرهنگ سیاسی یک جامعه را تشکیل می‌دهد» (عالی زاد، ۱۳۸۴: ۱۳۸).

لوسین پای می‌گوید محصول تاریخ جمعی یک نظام سیاسی و تاریخ زندگی افراد که در نهایت آن نظام شکل می‌یابد، فرهنگ سیاسی آن جامعه است و نباید این نکته را فراموش کرد که تمام نگرش‌ها و احساسات سیاسی یک ملت با تعریف فرهنگ سیاسی در صورتی مرتبط نیست که تداوم نداشته و بر روند توسعه سیاسی نقش فعالی نداشته باشد. از جانب دیگر بعضی رفتارهای مردمی مثل روابط اجتماعی و اعتماد به روابط اجتماعی به علت تاثیر زیاد در روند توسعه در چارچوب فرهنگ سیاسی می‌گنجد (پای، ۱۳۸۰: ۴۰).

به زبان دیگر فرهنگ سیاسی جهت‌گیری‌های ذهنی افراد نسبت به تمام عناصر ضروری موجود در نظام سیاسی شهروندان نسبت به رخداد‌های سیاسی را شامل می‌شود و در مجموع جهت‌گیری ذهنی مردم نسبت به سازمان‌ها، شخصیت‌ها، رخداد‌ها، نمادها و فعالیت‌های سیاسی را نشان می‌دهد. رفتار سیاسی برخاسته از فرهنگ سیاسی است و فرهنگ سیاسی در نهایت رفتار سیاسی را شکل می‌دهد. فرهنگ سیاسی تاثیر مستقیم بر رفتار سیاسی افراد جامعه می‌گذارد و در چنین صورتی باید پیش فرض‌هایی را در مورد فرهنگ سیاسی مد نظر قرار داد. اول اینکه هر جامعه و یا نظام سیاسی به نوبه خود دارای یک فرهنگ سیاسی مشخص و منحصر به فرد است که با فرهنگ‌های سایر جوامع متفاوت است که با شبیه خود بر رفتارهای سیاسی افراد جامعه تاثیر

در این تعریف پذیرش و رضایت شهروندان پایه و اساس مشروعیت و نظام سیاسی است. بنابراین نظامی مشروعیت دارد که شهروندان آن را بپذیرند و مورد قبول جامعه باشد. هر نظام سیاسی تلاش می‌کند که در سطح داخلی و بین‌المللی از مشروعیت برخوردار باشد. چون بقا و دوام هر نظام و حکومت بستگی به مشروعیت آن دارد. هر چند مباحث و مناظرات اولیه پیرامون این مفهوم در فلسفه سیاسی و به ویژه اندیشه سیاسی مطرح شد، اما به تدریج با افزایش توسعه حق مشارکت شهروندان در زندگی و تحولات سیاسی، این مفهوم از حوزه اندیشه سیاسی فراتر رفت و در مطالعات مربوط به جامعه‌شناسی سیاسی مورد توجه قرار گرفت. مشروعیت نه صرفاً به قانونی بودن دولت از نظر حقوقی، بلکه به پذیرش اجتماعی آن از جانب اتباع مربوط می‌شود. به عبارت دیگر حکومت هم در بعد نظری مورد پذیرش اتباع جامعه باشد و هم در بعد کارآیی و کارکردی شهروندان آن را بپذیرند. بحث مشروعیت به قدیمی‌ترین مباحث در فلسفه سیاسی، یعنی بحث التزام، وفاداری، تعهد یا تکلیف سیاسی اتباع در تبعیت از حکومت باز می‌گردد. مشروعیت نظام‌های سیاسی در این دیدگاه به احساس التزام و تعهد آزاد نسبت به اطاعت از آن‌ها بستگی دارد «طور کلی دو دیدگاه درباره مفهوم مشروعیت سیاسی وجود دارد؛ یکی دیدگاه فلسفی و دیگری دیدگاه جامعه‌شناختی. فلاسفه سیاسی، معیارهای گوناگونی برای مشروعیت دولت عرضه داشته‌اند که به عدالت، اعتدال و فضیلت در فلسفه سیاسی کلاسیک می‌توان اشاره کرد» (بشیریه، ۱۳۸۳: ۴۲).

#### ج) اعتماد سیاسی

اعتماد سیاسی همزمان دو وجه از نظام سیاسی را شامل می‌شود: نهادها و نخبگان. اصلی‌ترین کارویژه نهاد‌های هر نظام سیاسی حفظ منافع شهروندان در چارچوب مفرات پذیرفته شده است. می‌توان تعریفی گسترده از منافع داشت و آن را شامل وجوه مادی و غیر مادی دانست. لیکن محوریت حفظ منافع مردم به مثابه کارویژه نهاد‌های نظام سیاسی خدشه بردار نیست. «اعتماد سیاسی نگرشی از سوی شهروندان نسبت به برخی ویژگی‌های دارندگان مناصب حکومتی است» (مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران (ایسپا)، ۱۳۸۴: ۱۳۳).

استون، اعتماد سیاسی را «مجموعه‌ای از نگرش‌های مثبت نسبت به موضوعات سیاسی می‌داند که این موضوعات هم به رژیم سیاسی و هم به اقتدار متصدیان در جامعه برمی‌گردد. در واقع اعتماد سیاسی شکلی از حمایت رژیم سیاسی و صاحبان قدرت سیاسی است» (کاپریل، ۱۹۹۵: ۳۶۰). آنتونی گینز اعتماد سیاسی را مرتبط با شرایط هر عصری می‌داند و معتقد است امروزه حکومت کردن باید با شرایط عصر جدید جهان سازگار شود و اعتماد و مشروعیت دولت، باید به روش‌های جدید ایجاد شود و نمی‌توان به وسیله نهاد‌های سنتی اعتماد سیاسی را ایجاد کرد (گینز، ۱۳۷۸: ۸۲). برای اینکه حکومت‌ها بتوانند اعتماد مردم را به دست آورند نیازمند دستاویزهایی هستند که با شرایط جامعه حاضر مطابقت داشته باشد، به عقیده بعضی از جامعه‌شناسان دیگر اعتماد سیاسی

عاطفی که لرنر از آن صحبت می‌کند عبارت از آن حالتی است که فرد توانایی آن را داشته باشد که خود را به جای دیگری قرار دهد، طرف مقابل و نقش او را به سرعت درک کند و به دنبال آن خود را با افراد متفاوت از یکدیگر و متفاوت از خود تطبیق دهد. جامعه مدرن امروزی، با وسعت و پیچیدگی‌اش، بازیگران اجتماعی را مجبور به داشتن روابط متعدد و سریع با اشخاص متفاوت ناآشنا در نقش‌های مختلف می‌کند. لاسول وظایف سازمان‌های ارتباطی را مراقبت از محیط، ایجاد همبستگی بین اجزای گوناگون جامعه در پاسخ به محیطی که در آن انتقال میراث فرهنگی از نسلی به نسل دیگر صورت می‌گیرد، می‌داند (ساروخانی، ۱۳۸۴: ۹۴).

### جلب مشارکت اجتماعی

لرنر همچنین فرایند همبستگی مثبت بین مشارکت اجتماعی و استفاده از وسایل ارتباط جمعی و بازاریابی هویت فردی در حوادث اجتماعی را به عنوان نمادهای مشترک و تقویت احساسات و تعلق اجتماعی تحلیل کرده است. به نظر وی وظیفه اساسی وسایل ارتباط جمعی تقویت چنین احساسی است. شخص از این طریق شهروند واقعی اجتماع خواهد بود، زیرا می‌تواند خود را به جای دیگری قرار دهد. به نظر لرنر هر قدر مردم با وسایل ارتباط جمعی پیوند محکم‌تری می‌یابند، به همان نسبت نیز مشارکت اجتماعی قابلیت زندگی آنان در جمع را درک دیگران افزایش می‌یابد و جهان سوم که در مراحل نخستین برخورد تاریخی خود با وسایل الکترونیک جدید است، پدیده‌ای شخصیت‌های انتقالی، یعنی آنان که با شرایط جدید محیطی پیرامون انطباق بیشتری یافته‌اند، عامل مهمی در راه حرکت به سوی دنیای جدید می‌یابد. توسعه نیازمند مشارکت مردم است، چون مردم آگاهی بیشتری از اولویت نیازها و برنامه‌های اجرایی خود دارند. تولین می‌گوید مشارکت مردمی، یعنی همراهی کسانی که امر توسعه بر نحوه زندگی آن‌ها تاثیر می‌گذارد؛ یا به عبارت دقیق‌تر، مشارکت بهره‌برداران توسعه، رمز موفقیت هر اقدامی است که به منظور نيل به توسعه انجام می‌گیرد (ساروخانی، ۱۳۸۴: ۹۴).

در مجموع می‌توان گفت رسانه‌ها به ویژه مطبوعات به عنوان انتقال دهندگان پیام از شهروندان به مقام‌های سیاسی خود در فرایند توسعه سیاسی نقش مهمی را برعهده دارند، مثلاً رسانه‌ها در پوشش خود در زمینه نظر خواهی، ممکن است چنین ادعا کنند که افکار عمومی را منعکس می‌کنند و از شرایطی سخن می‌گویند که که واقعی بوده و نشان دهنده وضعیت سیاسی جامعه است، تلویزیون‌ها با پخش برنامه‌هایی که صدای مردم در آن انعکاس می‌یابد یک فضای باز را برای گفتگو در مورد وضعیت جامعه ایجاد می‌کند که این خود بر روند توسعه سیاسی جوامع تاثیر فراوانی می‌گذارد. رسانه‌ها به عنوان بازیگران بزرگ سیاسی در صحنه بین‌المللی مبدل شده‌اند و ارتباطات سیاسی در گستره وسیع جغرافیایی و سازمان‌های رسانه‌ای و انواع سازمان‌های دیگر سیاسی شکل می‌گیرد

می‌گذارد و دیگر اینکه واکنش افراد جامعه به یک رویداد سیاسی کاملاً اتفاقی نیست و بر مبنای یک سری پیش فرض‌ها صورت می‌گیرد و مهم‌تر اینکه فرهنگ سیاسی به مرور ایام در ذهن افراد جامعه ته نشین شده و به صورتی جزئی از شخصیت اصلی فرد مبدل می‌شود. در این صورت است که فرهنگ سیاسی درونی شده و شخصیت فرد را نیز شکل می‌دهد (پای و دیگران، ۱۳۸۰: ۱۶۱).

### مطبوعات و توسعه سیاسی

نقش مطبوعات در توسعه سیاسی را می‌توان در سه مقوله آگاهی‌بخشی، هماهنگ‌سازی و جلب مشارکت مورد بررسی قرار داد (متانی، ۱۳۹۵: ۲۱۳).

#### آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی

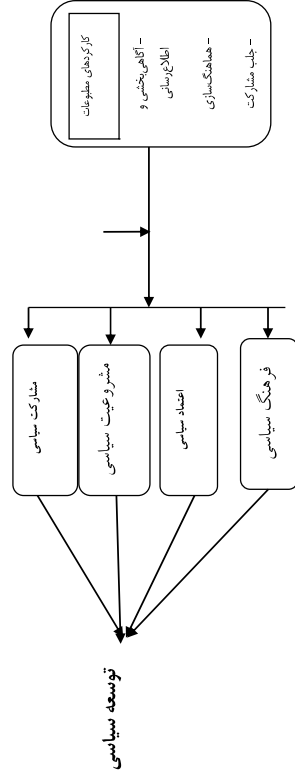
نگاه در توسعه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی بیشتر نگاه انسان‌محور است. به محض اینکه اطلاعات جدیدی وارد جامعه می‌شود، جهان‌های جدیدی شناسایی و معرفی می‌شوند و مسائل جدیدی مطرح می‌گردند که به سرعت نگرش‌ها را تغییر می‌دهند. با ظهور طبقات و انتظارات جدید، فرهنگ جدیدی در باب زندگی و زیست‌عرضه و نظام معنایی جدیدی نیز مطرح می‌گردد. در حوزه‌های اجتماعی بحث روابط، سازمان‌ها و ساختارهای اجتماعی مطرح می‌شود و آنجا ضرورت‌ها یا تغییراتی را با خود همراه خواهد داشت. بعد از آن تغییرات، سازمان‌های اجتماعی و روابط اجتماعی ایجاد خواهد شد. یعنی از ابتدا توسعه در فرهنگ وقوع می‌یابد، سپس توسعه سیاسی و در پی آن توسعه رسانه را به همراه خواهد داشت. بعد از آن تغییرات، سازمان‌های اجتماعی و روابط اجتماعی ایجاد می‌گردد (آزاد ارملکی، ۱۳۸۲: ۳۳-۳۶). با توجه به ویژگی‌های مطرح شده، رسانه‌ها می‌توانند در نشر اطلاعات و آگاهی‌دهی به مردم با طرح ارزش‌ها و نگرش‌های جدید به صورت فعالانه در جامعه ایفای نقش نمایند.

#### هماهنگ‌سازی

وسایل ارتباطی در عین حال که باعث نشر اطلاعات می‌گردد، موجب استاندارد شدن آن‌ها نیز می‌شود، دانیل لرنر در این زمینه خاطر نشان می‌سازد که وسایل ارتباط جمعی موجب افزایش «تحرک روانی» می‌گردد. همچنین موجب ایجاد پدیده دیگری تحت اصطلاح یگانگی عاطفی می‌شود که وی آن را به مثابه ایستاری روانی در نوسازی موثر می‌داند. یگانگی عاطفی در نظر لرنر به معنای قدرت تطابق با محیط مشحون از دگرگونی، در وضعیت‌های مختلف می‌شود و ثانیاً با برکنگ‌بخش وسایل ارتباط جمعی اولاً باعث آموزش درک و وضعیت‌های مختلف می‌شود و ثانیاً با برکنگ‌بخش تخیل افراد را به جای کسانی قرار می‌دهند که کارگردان هستند (روشه، ۱۳۸۱: ۱۸). یگانگی

کرده‌اند، حتی ارائه اطلاعات درست هم در راستای تقویت دولت بوده است (راش، ۱۳۷۷: ۸۷). «مطبوعات در پخش اخبار و اطلاعات سیاسی که در نهایت منجر به توسعه یافتگی سیاسی جامعه می‌شود مهم است و در بیشتر جوامع مهم‌ترین منبع اطلاعات و آگاهی‌های سیاسی را رسانه‌ها تشکیل می‌دهد که از این میان تلویزیون نقش محوری را بر عهده دارد. «رسانه‌های همگانی منبع اطلاعات درباره مسائل سیاسی در کشورهایی مانند بریتانیا هستند. برای مثال در یک نظر سنجی که در سال ۱۹۷۴ انجام گردید معلوم شد که ۶۳ درصد از پاسخگویان گفته بودند که تلویزیون یا روزنامه‌ها بهترین وسیله به دست آوردن اطلاعات درباره سیاست است» (راش، ۱۳۷۷: ۱۹۹).

در مجموع با استفاده از مبانی نظری پژوهش می‌توان مدل مفهومی تحقیق را به صورت زیر نشان داد.



### شکل شماره (۱) مدل مفهومی تحقیق فرضیه‌های تحقیق

۱. مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در فرآیند جلب مشارکت مردم موثر واقع شوند.
  ۲. مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در مشروعیت بخشی به نظام سیاسی موثر واقع شوند.
  ۳. مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در ایجاد اعتماد در بین مردم موثر واقع شوند.
  ۴. مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در ایجاد فرهنگ سیاسی موثر واقع شوند.
- برسش‌های پژوهش
۱. آیا مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در فرآیند جلب مشارکت مردم موثر واقع شوند؟
  ۲. آیا مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در مشروعیت بخشی به نظام سیاسی موثر

گرچند در ظاهر شاید بعضی از این سازمان‌ها حتی سیاسی هم نباشد (میرعابدینی، ۱۳۷۶: ۸). مطبوعات می‌توانند با نظارت خود بر امور و رفتارهای سیاسی به تقویت نقش مردم در تصمیم‌گیری‌ها منجر شده و با نظارتی که بر عملکرد دولتمردان، نهادهای دولتی و بررسی و نقد آثار ناشی از آن دارند می‌توانند تا حدود زیادی از حق مردم در مقابل دفاع نماینده، رسانه‌ها می‌توانند با بیان کاستی‌ها و ضعف‌های مدیران اجرایی و نقد سیاست‌های به اجرا درآمده، برنامه‌های را در پیش بگیرند تا برنامه‌های دولتی متناسب با روند خواسته‌های موجود در جامعه شود. کم و یا زیاد شدن وزارتخانه‌ها، نهادهای و بنیادهای و یا تغییر در سیاست‌های کلان دولتی در زمینه تأمین نیازمندی‌های اولیه مردم و اصلاحاتی از این قبیل می‌تواند به شفاف‌سازیها غلبه کرده، آن را به حداقل رساند و برساند و زمینه بی‌ثباتی را از میان بردارد. همچنین رسانه‌ها می‌تواند با توجه به رسالت اطلاع‌رسانی خود، تصویر مردم از میزان کارایی دولت را دچار تحول کند، بنابراین هر چه این تصویر مثبت‌تر و با دیدگاه خوشبینانه طراحی شود شکاف بی‌ثباتی را در جامعه کم می‌کند و در نهایت بی‌ثباتی و عدم اعتماد از میان می‌برد. از این رو است که در کشورهای توسعه یافته در هر وزارتخانه دفتر ویژه خبرنگاران معین آن وزارتخانه تاسیس شده است تا روند اطلاع‌رسانی سریع‌تر و دقیق‌تر انجام شود. نحوه برخورد رسانه‌ها با باورها و اعتقادات مردم و شهروندان نیز تأثیر زیادی در نتیجه معادلات سیاسی و ثبات سیاسی دارد و این نشانگر اهمیت رسانه‌ها در ثبات سیاسی به عنوان یک شاخص توسعه سیاسی است، رسانه‌ها می‌تواند در کنار دولت به ثبات سیاسی در جامعه کمک کند، همانطوری که می‌تواند مردم را به پای صندوق رای بیاورد از این رو نقش رسانه‌ها در توسعه سیاسی کشورها بسیار حائز اهمیت بوده و تصویر رسانه‌ها از حکومت می‌تواند موجب مشارکت مردم در سیاست و یا عدم مشارکت آنان در برنامه‌های سیاسی دولت که مشروعیت آن را تضمین می‌کند داشته باشد. نهاد بزرگ‌ترین مشارکت سیاسی در یک جامعه شرکت در انتخابات است، هر چه میزان مشارکت مردم در انتخابات زیادتر باشد حکومت از مقبولیت و مشروعیت زیادتری برخوردار است. رسانه‌های قدرتمند و فعال می‌تواند در مشارکت مردم در انتخابات موثر عمل کنند و از سوی دیگر یک منبع بسیار مهم و موثق می‌تواند برای مردم باشد؛ رسانه‌ها با عملکردشان در راستای منافع مردمی می‌تواند اطلاع‌رسانی دقیق نموده و آگاهی سیاسی مردم را بالا برده تا آن‌ها بتوانند یک انتخاب خوب داشته باشند و بر میزان مشارکت مردم در انتخابات و یا رای دادن آن‌ها موثر باشند زیرا اطلاع‌رسانی رسانه‌ها می‌تواند به ضرر کسانی باشد که می‌خواهند با فریب در انتخابات رای بیاورند. در کشورها و جوامع در حال گذار که جنگ و درگیری را پشت سر گذاشته‌اند نیاز به اطلاعات مطمئن و قابل دسترس برای عموم مردم اهمیت اساسی دارد، زیرا در کشورهای جنگ زده مردم به رسانه‌های فرآگیر و مستقل بدگمان هستند علت این است که معمولاً رسانه‌های پیش از جنگ تحت کنترل و هدایت دولت‌ها بوده و اخبار و اطلاعات غیر واقعی و تحریف شده را منعکس

### جدول ۱: خلاصه نتایج آزمون t تک نمونه برای فرضیه شماره اول

$\alpha$	سطح معناداری (sig)	درجه آزادی	مقدار t	انحراف معیار	میانگین	میانگین ها
۰/۰۵ درصد	۰/۰۰	۳۱۹	۲۶/۴۲	۰/۴۲۶۵	۳۷۵	میانگین حاصل
					۳	میانگین مقیاس

همان طوری که یافته‌های جدول شماره (۱) نشان می‌دهد بین میانگین بدست آمده (۳۷۵) و میانگین نظری (۳) تفاوت مشاهده می‌گردد، که این تفاوت را آزمون t معنادار نشان داده است. چرا که t بدست آمده برابر با ۲۶/۴۲ از مقدار t بحرانی با درجه آزادی ۳۱۹ در سطح ۰/۰۵ درصد =  $\alpha$  یعنی ۱/۶۴ بزرگ‌تر می‌باشد و از سوی دیگر سطح معنی‌داری بدست آمده ( $\text{sig} = 0.00$ ) از سطح آلفای ۰/۰۵ کوچک‌تر است لذا با عنایت به نتایج مذکور می‌توان چنین نتیجه گرفت که مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در فرآیند جلب مشارکت مردم موثر واقع شوند.

فرضیه دوم: مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در مشروعیت بخشی به نظام سیاسی موثر واقع شوند.

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$$

### جدول ۲: خلاصه نتایج آزمون t تک نمونه برای فرضیه شماره دوم

$\alpha$	سطح معناداری (sig)	درجه آزادی	مقدار t	انحراف معیار	میانگین	میانگین ها
۰/۰۵ درصد	۰/۰۰	۳۱۹	۱۷/۲۸	۰/۷۸۹۳	۳۷۷	میانگین حاصل
					۳	میانگین مقیاس

همان طوری که یافته‌های جدول شماره (۲) نشان می‌دهد بین میانگین بدست آمده (۳۷۷) و میانگین نظری (۳) تفاوت مشاهده می‌گردد، که این تفاوت را آزمون t معنادار نشان داده است. چرا که t بدست آمده برابر با ۱۷/۲۸ از مقدار t بحرانی با درجه آزادی ۳۱۹ در سطح ۰/۰۵ درصد =  $\alpha$  یعنی ۱/۶۴ بزرگ‌تر می‌باشد و از سوی دیگر سطح معنی‌داری بدست آمده ( $\text{sig} = 0.00$ ) از سطح آلفای ۰/۰۵ کوچک‌تر است لذا با عنایت به نتایج مذکور می‌توان چنین نتیجه گرفت که مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در مشروعیت بخشی به نظام سیاسی جامعه موثر واقع شوند. فرضیه سوم: مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در ایجاد اعتماد در بین مردم موثر واقع شوند.

واقع شوند؟  
۳. آیا مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در ایجاد اعتماد در بین مردم موثر واقع شوند؟  
۴. آیا مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در ایجاد فرهنگ سیاسی موثر واقع شوند؟

روش‌شناسی تحقیق  
تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی است و بر حسب ماهیت و روش توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانش‌جویمان (۹۰۰۰ نفر) دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائم شهر که در سال ۹۴ مشغول تحصیل می‌باشند. که از این تعداد با استفاده از جدول تعیین حجم نمونه کرجسی و مورگان به تعداد ۳۲۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شده‌اند. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شد. روایی پرسشنامه به تأیید صاحب‌نظران و متخصصان قرار گرفت و پایایی پرسشنامه نیز با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۲۵ به دست آمد و برای ارزیابی متغیرهای مورد بررسی تحقیق یعنی نقش مطبوعات در توسعه سیاسی ابتدا ابعاد اصلی توسعه سیاسی را بر اساس مطالعات نظری به مشارکت سیاسی، مشروعیت سیاسی، اعتماد سیاسی و فرهنگ سیاسی مشخص و آنگاه گویه‌هایی که فضای مفهومی هر یک از این ابعاد را تشکیل می‌دهند شناسایی و سپس با کمک طیف پنج گزینه‌ای لیکرت به اندازه‌گیری تأثیر کارکرد مطبوعات در هر یک از ابعاد توسعه سیاسی پرداخته شد.

### یافته‌های تحقیق

نظر به مقادیر آماره به دست آمده برای آزمون کولمو گروف-اسمیرنوف از آنجایی که مقدار سطح معنی‌داری برای داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها بیشتر از ۰/۰۵ است، لذا با سطح اطمینان ۹۵ درصد فرض صفر مبنی بر نرمال بودن توزیع داده‌ها تأیید می‌گردد. بنابراین با توجه به نرمال بودن داده‌ها، جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق از آزمون‌های پارامتریک از جمله آزمونی استیوننت استفاده شده است.

فرضیه اول: مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در فرآیند جلب مشارکت مردم موثر واقع شوند.

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$$



### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یکی از عناصر و عوامل مهم در شکل‌گیری توسعه سیاسی، جوامع مطبوعات هستند که با اتخاذ سیاست‌های متفاوت ارتباطی، توسعه سیاسی کشورها را تسهیل و تسریع می‌کنند. کارکرد مطبوعات در عصر ارتباطات بی‌شک در همه ابعاد زندگی اجتماعی و فرهنگی جوامع بشری انکارناپذیر است. امروزه جامعه‌ای توسعه یافته تلقی می‌شود که بتواند در کنار توسعه‌ی شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی بر معیار آموزش و اطلاعات و در حقیقت عنصر دانایی اجتماعی تأکید کند. در چنین جامعه‌ای، وسایل ارتباط جمعی با تولید و توزیع مطلوب اطلاعات، نقش زیادی در بالا بردن آگاهی‌های گوناگون و ضروری به عهده می‌گیرند و جامعه را در نیل به تعالی همه‌جانبه یاری می‌کنند. حال این رسانه‌ها هستند که با اتخاذ سیاست‌های پویای اجتماعی به توسعه همه‌جانبه کمک کرده و باعث پویایی افکار می‌شوند.

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه‌های پژوهش، یافته‌ها نشان داد که مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در توسعه سیاسی جامعه موثر واقع شوند. بنابراین اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی درباره یک موضوع و ایجاد مختلف آن و آگاه کردن عمومی از جمله کارکردهای مطبوعات در زمینه توسعه سیاسی است. همچنین اگر بپذیریم مشارکت شهروندان در زمینه‌های مختلف جامعه به ویژه در انتخابات معیار مشروعیت و مقبولیت نظام سیاسی است، اصولاً تحقق نظام دموکراتیک بدون مشارکت شهروندان مفهومی ندارد، از این رو مطبوعات از جایگاه ممتاز و بی‌بدیل برای ظرفیت‌سازی در عرصه اعتماد سازی، مشروعیت بخشی و مقبولیت دهی به برنامه‌های اجرایی، در عرصه‌های گوناگون ارتباط نهادی جامعه و مردم برخوردار می‌باشند. از طرفی مطبوعات می‌توانند از طریق جلب مشارکت عمومی در توسعه سیاسی موثر واقع شوند. بنابراین برای جلب مشارکت عمومی به وسیله مطبوعات، لازم است رسانه‌ها به ویژه مطبوعات بتوانند امید را به جامعه تزریق کنند و با پرهیز از ترساندن جامعه، فضای مناسبی برای تحلیل مسائل و همچنین طرح مطالبات و نیازهای مردم فراهم کنند و در این راستا برای جلب مشارکت به وسیله مطبوعات، مراحل ذیل باید رعایت گردد. اولین اصل، آگاهی است. رسانه‌ها برای جلب مشارکت مخاطبان خود باید موضوع آگاهی‌های لازم را در اختیار شهروندان قرار دهند تا شهروندان با کم و کیف موضوع آشنا شوند. اگر شهروندان به صورت دقیق و کامل از حدود موضوع آگاه نباشند، چند اتفاق رخ خواهد داد: اول آنکه ایهام باعث می‌شود شهروندان ضرورت شرکت در سوزه را درک نکرده و وارد عرصه ارتباطی نشوند، دوم آنکه شهروندان به اطلاعات کم اعتماد و اطمینان نداشته باشند، بنابراین وارد موضوع نمی‌شوند و سوم اینکه هر شهروندی بر اساس سلیق خود، موضوع را تشریح و توصیف می‌کند. که این امر نیز در مراحل بعدی رسان خواهد بود. بنابراین مهم‌ترین نقش مطبوعات در این مرحله ایجاد انگیزه و علاقه در مخاطبان است.

$$H0: \mu_1 = \mu_2$$

$$H1: \mu_1 \neq \mu_2$$

### جدول ۳: خلاصه نتایج آزمون t تک نمونه برای فرضیه شماره سوم

میانگین‌ها	میانگین	انحراف معیار	مقدار t	درجه آزادی	سطح معناداری (sig)	$\alpha$
میانگین حاصل	۳/۱۰	۰/۷۴۴۱	۲/۴۴	۳۱۹	۰/۰۰۰	۰/۰۵ درصد
میانگین مقیاس	۳					

همان طوری که یافته‌های جدول شماره (۳) نشان می‌دهد بین میانگین بدست آمده (۳/۱۰) و میانگین نظری (۳) تفاوت مشاهده می‌گردد، که این تفاوت را آزمون t معنادار نشان داده است. چرا که t بدست آمده برابر با ۲/۴۴ از مقدار t بحرانی با درجه آزادی ۳۱۹ در سطح ۰/۰۵ درصد  $\alpha = 0.05$  یعنی بزرگ‌تر می‌باشد و از سوی دیگر سطح معنی‌داری بدست آمده (۰/۰۰۰ = sig) از سطح آلفای ۰/۰۵ کوچک‌تر است لذا با عنایت به نتایج مذکور می‌توان چنین نتیجه گرفت که مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در ایجاد اعتماد در بین مردم موثر واقع شوند.

فرضیه چهارم، مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در ایجاد فرهنگ سیاسی موثر واقع شوند.

$$H0: \mu_1 = \mu_2$$

$$H1: \mu_1 \neq \mu_2$$

### جدول ۴: خلاصه نتایج آزمون t تک نمونه برای فرضیه شماره سوم

میانگین‌ها	میانگین	انحراف معیار	مقدار t	درجه آزادی	سطح معناداری (sig)	$\alpha$
میانگین حاصل	۲/۱۱	۰/۷۴۴۰	۲/۴۶	۳۱۹	۰/۰۰۰	۰/۰۵ درصد
میانگین مقیاس	۳					

همان طوری که یافته‌های جدول شماره (۴) نشان می‌دهد بین میانگین بدست آمده (۲/۱۱) و میانگین نظری (۳) تفاوت مشاهده می‌گردد، که این تفاوت را آزمون t معنادار نشان داده است. چرا که t بدست آمده برابر با ۲/۴۶ از مقدار t بحرانی با درجه آزادی ۳۱۹ در سطح ۰/۰۵ درصد  $\alpha = 0.05$  یعنی بزرگ‌تر می‌باشد و از سوی دیگر سطح معنی‌داری بدست آمده (۰/۰۰۰ = sig) از سطح آلفای ۰/۰۵ کوچک‌تر است لذا با عنایت به نتایج مذکور می‌توان چنین نتیجه گرفت که مطبوعات می‌توانند از طریق کارکردهای خود در ایجاد اعتماد سیاسی موثر واقع شود.

- منابع**
- آدین، احمد و جهان‌شاهی، رضا (۱۳۸۹) «نقش رادیو و تلویزیون در جامعه پذیری سیاسی دانشجویان»، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، سال ۴، شماره ۷، صص ۲۱-۳۶.
- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۳) «رادیو پیام رسانه‌ای در نوسازی شهری»، مجله رادیو، سال ۱۳۸۳، شماره ۲، صص ۱۰۴-۱۱۷.
- ازکیا، مصطفی (۱۳۸۹) جامعه‌شناسی توسعه، تهران: کیهان.
- امین‌زاده، محسن (۱۳۸۶) «توسعه سیاسی»، اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال ۱۳۸۶، شماره ۱۱۸-۱۱۷، صص ۱۰۴-۱۱۷.
- بشیری، حسین (۱۳۸۳) جامعه‌شناسی توسعه، تهران: نشر نی.
- تحفه گر، افشین (۱۳۹۱) «بررسی نقش مطبوعات در فرآیند توسعه سیاسی با توجه به رویکرد سیستمی: مطالعه موردی ایران پس از انقلاب»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد.
- خالکی، هادی (۱۳۷۶) مقدمه‌ای بر نقش و کارکردهای مطبوعات در توسعه، فصلنامه رسانه، سال هشتم، شماره اول، شماره ۲۹، صص ۲۶-۳۰.
- رحمان سرشت، حسین (۱۳۸۶) تئوری‌های سازمان و مدیریت از تجدیدگرایی تا پست‌تجدیدگرایی، تهران، دوران.
- روشه، گی (۱۳۷۶) جامعه‌شناسی ناکوت پارسونز، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: تبیان.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۴) جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران: اطلاعات.
- شهرام‌نیا، مسعود و میلانی، جمیل (۱۳۹۰) «نقش مطبوعات در توسعه سیاسی در ایران بعد از انقلاب اسلامی»، فصلنامه پژوهش‌های سیاسی، سال ۱۳۹۰، شماره ۱، صص ۵۶-۶۹.
- عقبلی، وحید و جعفری، علی (۱۳۹۱) «نقش اینترنت در توسعه سیاسی»، مطالعات رسانه‌ای، سال ۷، شماره ۱۹، صص ۱-۱۰.
- قنبری، عباس (۱۳۸۲) «جایگاه ارتباطات در برنامه‌های توسعه ایران»، فصلنامه رسانه، سال ۴۱، شماره ۴، صص ۸۹-۹۷.
- طاعتی، لیلیا (۱۳۹۰)، «نقش تلویزیون در توسعه جامعه مدنی»، فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، سال ۶، شماره ۱۴، صص ۱۷-۳۲.
- حال و آینده رادیو، مرکز مطالعات و تحقیقات رادیو، ۱۳۸۵.
- مسانی، مهرداد (۱۳۹۵) «بررسی نقش رسانه‌های جمعی در توسعه سیاسی جامعه»، فصلنامه علمی - پژوهشی علوم اجتماعی، سال ۱۳۹۵، شماره ۴، صص ۲۱۴-۲۱۵.

این تحقیق با نتایج مطالعات طاعتی (۱۳۹۰) که به بررسی نقش تلویزیون در توسعه جامعه مدنی پرداخت نشان داد که یکی از عواملی که کشورها را به سوی توسعه سوق می‌دهد توجه به مقوله‌ی جامعه مدنی است و رسانه‌ها ابزاری هستند که می‌توانند در تکوین آن نقش داشته باشند، همسو است. همچنین با نتایج مطالعات عقبلی (۱۳۹۰) که به بررسی نقش اینترنت در توسعه سیاسی انجام داد و به این نتایج دست یافت که اینترنت با توجه به ویژگی‌های چون تعاملی بودن، همزمان بودن ارتباط، همه‌جانبه بودن، فقدان کنترل مرکزی، فضای مناسبی برای مشارکت سیاسی و دموکراسی فراهم می‌کند، همسو است. همچنین با نتایج مطالعات آدین (۱۳۸۹) که به بررسی نقش رادیو و تلویزیون در جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان انجام داد به این نتایج دست یافت که رادیو و تلویزیون به عنوان یکی از نهادهای مهم جامعه‌پذیری تاثیر زیادی در جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان دارد و اثرپذیری تلویزیون در این زمینه بیشتر و محسوس‌تر است، مطابقت دارد.