

نقش تلویزیون در تحقق مفهوم جامعه مدنی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه‌های تهران

فریبا صیاد^۱، بهزاد شاهنده^۲

تاریخ دریافت: ۹۵/۱۱/۱۸، تاریخ تایید: ۹۶/۰۴/۲۲

چکیده

بهره‌گیری از وسایل ارتباط جمعی همچون تلویزیون، از عمده‌ترین روش‌ها در جهت گسترش و ترویج جامعه مدنی، آموزش ملی و بالابردن آگاهی مردم است، در این تحقیق، مفهوم جامعه مدنی و ویژگی‌های آن، با عنایت به لزوم ایجاد شرایط مقتضی برای تحقق آن در شرایط کنونی جامعه ما مورد بررسی قرار گرفته است و از طریق سنجش و ارزیابی نظریات دانشجویان بر آن شدیم تا با دریافت اطلاعاتی از خصوصیات فردی و اجتماعی آنان، میزان آمادگی و پذیرش جوانان را نسبت به تغییرات فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و نیز میزان مشارکت و نقش آنان در شکل‌گیری جامعه مدنی بسنجیم، جامعه آماری مورد مطالعه، دانشگاه‌های تهران بوده است که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای در سه مرحله انجام شده است و ۵۰۶ نفر برای پاسخگویی به سؤالات پرسشنامه انتخاب شدند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد ۸۵ درصد افراد، اعتقاد دارند که پذیرش افکار جدید و تغییرات فرهنگی - اجتماعی به کمک رسانه‌ها امکان‌پذیر است، ۷۹/۲ درصد افراد تعهد و تخصص را عامل بهتر اداره‌شدن کشور می‌دانند، ۶۵ درصد، اعتقاد به رعایت قانون در صورت فقدان کنترل آن دارند، هرچه سطح تحصیلات دانشجویان بالاتر است، میزان آمادگی آنان برای تغییرات و آمادگی مشارکت آنان در امور فرهنگی - اجتماعی و سیاسی بیشتر است. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد بین پذیرش مؤلفه‌های شهروندی و مشارکت و رشته تحصیلی ارتباط معناداری وجود ندارد.

واژگان کلیدی: جامعه مدنی، رسانه‌ها، توسعه، تغییرات نگرشی و رفتاری.

۱- دانش‌آموخته دوره دکتری رشته ارتباطات واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران ایران
Fstu2000@gmail.com
shahandeh@ut.ac.ir

۲- استاد دانشکده علوم سیاسی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

مقدمه

از نظر جامعه‌شناسی، جوامع بشری از بدو پیدایش خود تاکنون، مراحل مختلفی را پشت سر گذاشته‌اند، که بین این مراحل، ارتباط نزدیکی وجود دارد؛ بدین معنی که شکل‌گیری هر مرحله، منوط به وجود شرایط خاصی است که در مرحله قبل به وجود آمده است. به عبارت دیگر، اشکال و حتی اجزای مختلف یک جامعه، چندان ارادی نیستند که در هر شرایطی به وجود آیند و یا اینکه انسان‌ها کاملاً ارادی در هر شرایط اجتماعی هر نوع جامعه‌ای را که خواستند به راحتی بتوانند به وجود آورند، بلکه باید زمینه‌های عینی و ذهنی لازم برای شکل‌گیری نوع خاصی از جامعه و پدیده اجتماعی وجود داشته باشد، تا آن جامعه و یا آن پدیده اجتماعی خاص به وجود آید.

بنابر رویکرد جامعه‌شناختی، این واقعیتی پذیرفته شده است که به وجود آمدن انواع مختلف جامعه‌ها و پدیده‌های اجتماعی دیگر، در طی تاریخ یک کشور، تصادفی و کاملاً ارادی نیست، بلکه شرایط عینی و ذهنی می‌طلبد و انسان‌ها در درون یک شرایط خاص و محدودیت‌های موجود، باید اراده خود را به‌منزله یک عامل دیگر در فرایند دگرگونی‌های اجتماعی وارد جریان تاریخ کنند. این به معنای قانونمندی‌ای است که در تاریخ بشر و جامعه وجود دارد (اعتدال، ۱۳۸۱: ۵۰).

با توجه به مباحث فوق، جامعه مدنی نیز به‌منزله وضعیت اجتماعی خاص یا پدیده‌ای اجتماعی است که شکل‌گیری آن تابع شرایط عینی و ذهنی خاصی است که خود بر اثر تحولات اجتماعی بلندمدت، در مرحله خاصی از تاریخ جامعه به وجود می‌آید؛ به عبارت دیگر، نمی‌توان هر زمان و در هر شرایط اجتماعی به دلخواه خود، جامعه مدنی را پدید آورد. در جامعه امروزی ایران یکی از اساسی‌ترین مقولاتی که می‌توان آن را شرطی ذهنی و عینی در شکل‌گیری نوع جدیدی از جامعه قلمداد کرد، مقوله «توسعه» است که خود براساس مفاهیمی همچون توسعه سیاسی، دموکراسی، گفتمان‌های اجتماعی و سیاسی مشارکت اجتماعی، تخصصی‌سازی امور جامعه و عقلانیت، تداوم یافته است. هر یک از مفاهیم فوق که از دل مقوله «توسعه» بیرون آمده‌اند، می‌توانند شرطی برای شکل‌گیری جامعه مدنی در نظر گرفته شوند، منتها تشکیل و تدوین جامعه مدنی باید براساس نظام منسجم و هماهنگ ارتباطات صورت پذیرد؛ چراکه تحقق و برقراری شاخص جامعه مدنی و در نهایت تشکیل خود جامعه مدنی، بدون نظم ارتباطاتی میسر نیست. هر ساخت ارتباطی کارآمد و توسعه‌یافته که خصلت جمع‌گرایانه دارد، باعث می‌شود که اعضای جامعه بتوانند مشکلات اجتماعی را با گفتگو حل و یا برطرف کنند و همچنین موجب می‌شود که داد و ستدهای فکری و انتقال اطلاعات از مجراهای

گونگون صورت پذیرد. یکی از این مجراها رسانه‌های جمعی است که در تبدیل گفتگو و مفاهیم به فرهنگ در جامعه مدنی نقش انکارناپذیری دارد.

در جوامع پیچیده امروز، رسانه‌های جمعی بستر تولید افکار و مجرای برخورد آراء و نظرات مختلف هستند. همچنین رسانه‌ها به مثابه بستر جریان سیال و مسالمت‌آمیز افکار، ایده‌ها، خواست‌ها و نیازهای اجتماعی از کشیده شدن اختلاف عقیده‌ها و تباین افکار بر سر حل معضلات اجتماعی به تخصص، پرخاش، خشونت و توسل به قوه قهریه، جلوگیری می‌کنند. در این فرایند، زبان رسانه ابزار تفهیم و تفاهم متقابل است و به شفافیت امور جامعه مدنی کمک می‌کند. بنابراین می‌توان گفت که رسانه‌های جمعی، یکی از نهادهای مقوم جامعه مدنی است. در شرایطی که به مفهوم جامعه مدنی به مثابه یک مبحث حساس سیاسی و جامعه‌شناختی در جامعه ما توجه شده است، می‌توان با استفاده از رسانه‌های جمعی به تقویت آن اقدام نمود. جامعه مدنی به استقرار حکومت مدنی با رضایت افراد اطلاق می‌شود که به منظور برقراری آن باید نقش تشکلهای و نهادهای گوناگون را مورد بررسی قرار داد. همان‌طور که در بالا آمده است، از مهم‌ترین نهادهایی که می‌تواند در گسترش و شکل‌گیری جامعه مدنی نقش مؤثری داشته باشد، رسانه‌های جمعی است که از این میان، تلویزیون رسانه‌ای است که مشمولیت و کلیت بیشتری دارد و نسبت به سایر رسانه‌ها فراگیرتر است. تلویزیون با این عمومیت و فراگیری، می‌تواند نقش مؤثر و مفیدی در شکل‌گیری جامعه مدنی داشته باشد. از رسانه تلویزیون می‌توان در مقام نهاد واسط مدنی یاد کرد که قادر است به سامان ارتباط بین فضای خصوصی (خانواده) و گستره حکومتی (دولت) بپردازد.

بهره‌گیری از وسایل ارتباط جمعی‌ای همچون تلویزیون، از عمده‌ترین روش‌ها در جهت گسترش و ترویج جامعه مدنی، آموزش ملی و بالا بردن سلاقی عامه است و از این طریق می‌توان به نظامی مردمی دست یافت و کشور را به سوی توسعه سیاسی و اجتماعی سوق داد.

در این طرح، تحقیق مفهوم جامعه مدنی و ویژگی‌های آن، با عنایت به لزوم شرایط لازم برای ایجاد آن در جامعه و شرایط کنونی ما مورد بررسی قرار گرفته است و از طریق سنجش و ارزیابی نظریات دانشجویان، به عنوان قشر تحصیلکرده و آگاه بر آن شدیم تا هم اهمیت این مسئله را گوشزد نموده و هم به دریافت اطلاعاتی به عنوان راهکار و پیشنهاد دست یابیم، در عین حال شناخت زمینه‌های لازم در دیدگاه‌ها و شخصیت دانشجویان به عنوان جامعه نمونه، برای آمادگی پذیرش شاخصه‌های جامعه مدنی، از دیگر نیات اجرا نمودن این طرح تحقیقی بوده است.

اهمیت موضوع

از آنجاکه بحث از جامعه مدنی، بحث توسعه و ایجاد شرایط آن را به ما گوشزد می‌کند، بنابراین سخن گفتن از جامعه مدنی در جهان امروز و بالأخص در کشور ما، لزوم بحثی ضروری در مورد رشد و توسعه را از جنبه‌های فرهنگی، سیاسی و اقتصادی طلب می‌کند و از آنجا که همه شروط لازم باید دست به دست هم دهند تا ما را در طی نمودن این مسیر پرنشیب و فراز یاری دهند، برای ایجاد انگیزه در توسعه و فرایند همکاری آحاد ملت، قبل از هر چیز، مردم باید توسعه را بشناسند و اطلاعات و اندیشه‌های جدید را به‌دست آورند، آنها باید لزوم تغییرات را دریابند و به‌عبارت دیگر، ابتدا لازم است که سطح آرمان‌ها و خواسته‌های مردم بالا رود و افراد برای خود و کشورشان بهتر و بیشتر بخواهند و درک کنند که در یک جامعه عقب‌مانده، انسان به رفاه روحی و جسمی و شرایط یک جامعه پیشرفته و مناسب نمی‌رسد.

در نتیجه، آموزش مهارت‌ها و ارزش‌های مطلوب، ضروری است. اهمیت رسانه‌های همگانی در این تحول و دگرگونی به حدی است که این وسایل، پشتوانه و زیربنای تغییرات اجتماعی در توسعه ملی به حساب می‌آیند، با استفاده صحیح از رسانه‌های جمعی، می‌توان اهمیت پیشرفت صنعت تکنولوژی را به مردم نشان داد و ذهنیت مناسب را در این مورد به‌وجود آورد و توجه مردم را به فواید نوسازی و تغییرات در ابعاد گوناگون آن جلب نمود. بنابراین رفتار دلسوزانه مسئولین و عملکرد صحیح آنها سازماندهی و هدایت درست در جهت این اهداف و خواست مردم، می‌تواند موجب گسترش اندیشه‌های عقلایی و منطقی، ایجاد روحیه تعاون، بالابردن سطح آگاهی، بیداری افکار عمومی و بالأخره ایجاد زمینه‌های لازم برای نهادینه‌شدن ارزش‌های فوق و اهمیت به‌وجود آمدن ویژگی‌های جامعه مدنی را در مردم فراهم آورد.

هدف از انتخاب موضوع

با عنایت به وضعیتی که کشور و جامعه ما به‌عنوان یک کشور در حال توسعه دارد و با عنایت به لزوم گذار از مرحله کنونی به مرحله رشد صنعتی و پیشرفت در ابعاد گوناگون و همگام‌شدن یا کمتر نمودن فاصله این پیشرفت بین کشورها و سایر کشورها، ضروری به‌نظر می‌رسد تا به امکانات بالقوه خود نظری داشته باشیم و درباره توانمندی‌ها، مشکلات و امکانات تحقق جامعه مدنی به گفتگو و عمل بپردازیم.

آنچه مسلم است، پیش‌فرض به‌وجود آمدن ویژگی‌های جامعه مدنی، ایجاد ذهنیت‌های لازم برای تغییرات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در فرد فرد افراد جامعه می‌باشد و این تغییرات جز از طریق رسانه‌های جمعی و فراگیر ممکن نمی‌باشد.

بنابراین گام نهادن در این راه و همگام‌شدن با رشد جهانی، اهمیت هرچه بیشتر توجه به لزوم

ایجاد تغییرات نگرشی و رفتاری در مردم سرزمین ما را با عنایت به فرهنگ ایرانی و اسلامی بیشتر از پیش خاطر نشان می‌کند.

می‌دانیم که امروزه وسایل ارتباط جمعی و بالأخص رادیو - تلویزیون از عوامل اساسی در شکل‌دادن به افکار عمومی و ایجاد انگیزه‌های لازم جهت تغییرات از جنبه‌های مختلف می‌باشند، در نتیجه تغییر جهت‌گیری‌ها، گرایش‌ها، افکار کهنه و دست و پا گیر و بسیاری از عوامل ضد پیشرفت و توسعه، جز از طریق نفوذ و تأثیرات رسانه‌ها، در جهت طرح‌نمودن شاخصه‌های جامعه مدنی از طریق آموزش‌های مستقیم و غیر مستقیم اجتناب‌ناپذیر به‌نظر می‌رسد.

در این طرح تحقیق، هدف ما سعی بر شناخت ویژگی‌ها و عوامل مؤثر و مقوم برای ایجاد تغییرات موردنظر از طریق رسانه‌ها و توجه هرچه بیشتر بر محدودیت‌ها و امکانات موجود بوده است تا بتوانیم شرایط لازم را برای همگام‌شدن با قافله جهانی پیشرفت با فرهنگ‌سازهای صحیح به‌دست آوریم.

سؤالات تحقیق

- ۱- آیا فراهم آوردن شرایط ایجاد جامعه مدنی در کشور ما در حال حاضر ضروری به‌نظر می‌رسد؟
- ۲- آیا شرایط ساختاری لازم در جامعه فعلی ما برای تحقق جامعه مدنی موجود است؟
- ۳- چه نهادها و یا عواملی می‌توانند ما را در ایجاد زمینه‌های آن یاری برسانند؟
- ۴- آیا رسانه‌ها می‌توانند نقش مؤثری در ایجاد امکانات لازم برای به فعلیت رساندن جامعه مدنی ایفا نمایند؟
- ۵- اولویت‌های ارزشی در جامعه امروز ما در صورت تلاش برای تحقق جامعه مدنی چه هستند؟
- ۶- چگونه می‌توان اولویت‌های ارزشی اسلامی - فرهنگی را در زیر ساخت جامعه مدنی در حال تکوین جاری نمود؟
- ۷- تلویزیون به‌عنوان یک رسانه پرمخاطب در جهت به‌وجود آوردن ذهنیت‌ها و فرهنگ لازم و مساعدنمودن زمینه برای امکان تحقق جامعه مدنی چه نقشی می‌تواند داشته باشد؟
- ۸- دانشجویان به‌عنوان یک قشر تحصیلکرده و روشنفکر در یاری‌رساندن به تحقق جامعه مدنی چه نقشی می‌توانند داشته باشند؟
- ۹- جایگاه و نقش تلویزیون در بسترسازی برای ایجاد مفاهیم جامعه مدنی از دیدگاه دانشجویان چه بوده و چگونه می‌تواند باشد؟
- ۱۰- آیا دانشجویان به‌عنوان نمونه، زمینه فکری و اعتقادی لازم را در جهت ایجاد و به ثمر

رساندن جامعه مدنی دارا می‌باشند؟

فرضیه‌های تحقیق

در ارتباط با پژوهش مورد نظر، فرضیاتی تعیین گردید و برای هر فرضیه نیز سؤالاتی مطرح گردید. برای برخی از سؤالات جداول یک‌بُعدی و سپس جداول دو‌بُعدی جهت یافتن همبستگی بین متغیر یا ویژگی موردنظر و شاخصه‌ای دیگر که معمولاً تماشای تلویزیون یا تحصیلات دانشگاهی موردنظر بوده است، بررسی گردید. برای برخی از سؤالات نیز، صرفاً جدول یک‌بُعدی تهیه گردید و اطلاعات حاصل از آنها به‌منظور شناخت برخی عناصر و ویژگی‌ها و یا به‌دست آوردن برخی راهکارها و پیشنهادها مورد استفاده قرار گرفت.

فرضیه‌های تحقیق شامل موارد زیر می‌باشند:

۱- تلویزیون با برنامه‌ریزی و جهت‌دهی اصولی می‌تواند زمینه‌های لازم را به‌منظور ایجاد ذهنیت و لزوم تحقق جامعه مدنی فراهم آورد.

۲- بین تماشای برنامه‌های تلویزیون و توجه بینندگان جهت مشارکت در فرایند تحقق جامعه مدنی، رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۳- بین تحصیلات دانشگاهی و آمادگی بینندگان برای پذیرش تفکرات جدید در جامعه، رابطه معنی‌دار وجود دارد.

فرضیه اول در این طرح تحقیق با توجه به مبانی نظری در بخش تغییرات اجتماعی مورد تأیید قرار می‌گیرد. باید خاطرنشان کنیم که با توجه به نتایج به‌دست آمده، بین تماشای تلویزیون و شاخص‌های مطرح شده فرضیه دوم مبنی بر وجود ارتباط بین تماشای تلویزیون و مشارکت بینندگان و آمادگی آنها در جهت این مشارکت در جهت تحقق مفهوم جامعه مدنی، مورد تأیید قرار گرفت. همچنین فرضیه سوم با توجه به ویژگی‌ها و خصوصیات که زمینه‌های فکری و آمادگی دانشجویان را در ارتباط با افکار جدید و مقوله توسعه جویا شده بودیم، می‌توان گفت اکثریت قریب به اتفاق ویژگی‌های موردنظر در دانشجویان وجود داشت و در نتیجه این فرضیه نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.

طرح مسئله و بیان مفاهیم

مفهوم جامعه مدنی

می‌توان گفت جامعه مدنی حوزه مستقل و سازمان‌یافته‌ای است که در عین تنظیم رفتار شهروندان و محدود ساختن مداخلات دولت، میانجی مناسبات دولت با اتباعش نیز می‌باشد؛ به بیان دیگر، جامعه مدنی، حوزه‌ای است خارج از خانواده، دولت و کسب و کار، اگر خانواده را

حیطه خصوصی بدانیم، دولت را حیطه حاکمیت و اعمال قانون، و محیط کار را حیطه اقتصاد، بین این محیط‌ها جایی باقی می‌ماند که متعلق به اجتماع است و آن را حیطه عمومی یا اجتماعی یا همان جامعه مدنی می‌گوییم (علوی، ۱۳۷۵: ۱۸۲).

پاره ای صاحب‌نظران برای توضیح و تعریف جامعه مدنی، به مؤلفه‌های دیگری اشاره کرده‌اند؛ از جمله در یک دیدگاه «جامعه مدنی» در برابر «جامعه بدوی» فرض شده است. از این منظر، انسان به نحو طبیعی زندگی می‌کند و بی‌تمدن است و در مقابل، در جامعه مدنی انسان‌ها متمدن هستند و از حالت خودسری به نظم تمایل پیدا می‌کنند.

در مورد دیگر، جامعه مدنی در مقابل «جامعه توده‌وار» فرض شده است و از این رو مشخصاتی برای هر یک از شمرده شده است. از جمله ویژگی‌های جامعه مدنی عبارتند از: فردیت و محفوظ ماندن هویت فردی، خردورزی و تعقل، تکثر، رقابت، اصالت قانون و قانون‌گرایی و نیز دایره اجتماعی مشارکت شهروندان، رعایت حقوق یکدیگر، مساوات در برابر قانون و... . در واقع این خصوصیات، از جمله ذاتیات جامعه مدنی به حساب می‌آید، در اینجا جامعه مدنی در مقابل جامعه توده‌وار است که ویژگی‌های ذکر شده در مورد جامعه توده‌وار صدق نمی‌کند.

کارکردهای جامعه مدنی

برای جامعه مدنی در حیطه‌های گوناگون سیاسی، اجتماعی و... می‌توان کارکردهایی را مورد بررسی و ارزیابی قرار داد که در اینجا به عمده‌ترین آنها اشاره می‌کنیم.

۱- تفکیک امور خصوصی از امور عمومی:

یکی از کارکردهای مثبت جامعه مدنی، مرزبندی میان امور خصوصی و امور عمومی است. یعنی جامعه مدنی می‌تواند فاصله بین فضای رفتار خصوصی و فضای رفتار عمومی افراد را معقول و منطقی کند.

در فضای تفکر اسلامی، با التزام به اصول ثابت ارزشی، تا حدودی امر عمومی از امر خصوصی تفکیک شده است و فرض بر این است که رهبران و داوران اجتماعی باید این دو را از یکدیگر تفکیک کنند. به نظر می‌رسد موارد فراوانی از امور خصوصی وجود دارد که در شریعت اسلام، کاملاً خارج از تصمیم‌گیری‌ها و فارغ از هرگونه تصمیم‌گیری عمومی قرار داده شده است؛ در این موارد، کارکرد جامعه مدنی اسلام با جامعه مدنی غرب، نزدیک می‌شود، اما در اسلام مواردی از امر خصوصی نیز وجود دارند که این چنین نیستند، بلکه در یک رابطه طولی با امور عام‌تر قرار می‌گیرند و در نهایت به امر عمومی در کلیت و کتمان آن می‌رسند.

بنابراین می‌توان مرزبندی میان امر عمومی و امر خصوصی در جامعه اسلامی را صرفاً در قالب

مرزبندی میان امور عمومی یا رفتار خصوصی اخلاقی پذیرفت و این ضابطه را پذیرفت که هر گاه کسانی در اخلاق عمومی رفتاری داشته باشند که از خصلت انسانی و شرعی قابل قبول نباشد، دارای شخصیت منفی قلمداد شوند، ولی هیچ‌گاه نباید اخلاق خصوصی وی معیار قضاوت قرار گیرد.

۲- تخصصی شدن امور:

از دیگر کارکردهای جامعه مدنی، تخصصی شدن امور است؛ بدین صورت که جامعه مدنی محدوده‌های اجتماعی خاصی را ایجاد می‌کند و هرکس در قالب چارچوب‌های خاص خود، یک جایگاه حزب یا جمعیتی را می‌یابد که نسبت به نیازهای خاص او حساسیت نشان می‌دهد و نظام اجتماعی را به سمت برآوردن آن نیازها، سوق می‌دهد. به نظر می‌رسد که این کارکرد، بسیار خوب است و در بستر اندیشه دین هم مورد تأیید قرار می‌گیرد. در دوران جدید، فرایندهای اجتماعی، پیچیده‌تر می‌شوند و سیاست بر اقتصاد، اقتصاد بر سیاست و هر دو بر فرهنگ و هر سه بر خانواده و هر چهار عامل بر تعلیم و تربیت تأثیر می‌گذارند و همه با هم در حقوق اجتماعی جای می‌گیرند. در چنین جامعه‌ای ما نمی‌توانیم با نگرش‌ها و موضوع‌شناسی‌های ساده، رفتار اجتماعی را جهت‌دار و الگودار کنیم؛ چراکه از این طریق جایگاه افراد و میزان تخصصشان می‌تواند تعادلی را در تقسیم وظایف و همچنین اداره‌شدن امور ایفا نماید و در عین حال، نظمی متعادل و منطقی را در جامعه ایجاد کند.

۳- جریان یافتن عقلانیت جمعی:

کارکرد دیگری که در مورد جامعه مدنی مطرح شده است، به جریان افتادن عقلانیت جمعی است که باعث می‌شود در تصمیم‌گیری‌ها و بررسی‌ها به‌عنوان معیار شناخت و داوری، قرار گیرد. در واقع در جامعه مدنی و شهروندانی که تابع اصول و قوانین این جامعه باشند، همکاری، شراکت گروهی و استفاده از عقل و تجربه سایر شهروندان و علم و تخصص و تجربه آنها می‌تواند در مورد امور قابل تصمیم‌گیری، بسیار مهم و کارساز باشد. بنابراین یک اجتماع عقلانی و رجحان و برتری آن بر تصمیم‌گیری فردی، از مزایای عاری شدن عقلانیت جمعی و کاربرد آن در جامعه است.

۴- تکثرپذیری اجتماعی:

عنوان فوق از کارکردهای دیگر جامعه مدنی است؛ بدین معنا که وقتی علایق، ذائقه‌ها و امیال، به رسمیت شناخته می‌شوند، در عرصه اجتماعی، آزادی عمل می‌بینند. در اندیشه سیاسی نیمه

اول قرن بیستم، ترجیح ذائقه و رأی اکثریت بر اقلیت را حقی در جانب اکثریت نسبت به اقلیت قلمداد می‌کردند، اما در تفکر امروز غرب، مطرح می‌شود که ترجیح نظر اکثریت بر اقلیت، به لحاظ وجود حقی برای اکثریت نیست، بلکه ابزار و مکانیسمی برای یافتن رهایی از بن‌بست تقابل آراء است.

۵- کنترل قدرت سیاسی:

کارکرد دیگری که برای جامعه مدنی ذکر کرده‌اند، کنترل و تعدیل قدرت حاکمیت نسبت به مردم است؛ یعنی جامعه می‌تواند با ایجاد نهادهایی واسطه بین حاکمیت و مردم، حقوق این دو را نسبت به یکدیگر تعدیل کند.

گفتمان جامعه مدنی

گفتمان مفهومی است که نظریه‌پردازها تعبیر مختلفی را از آن ارائه داده‌اند. در بیان کلی، وجود اجماع اکثر آنان، گفتمان به تمامی آنچه که گفته و نوشته می‌شود، اطلاق می‌گردد؛ اعم از تحولات، موضوعات و مطالب گفتاری و نوشتاری و هر آنچه که به گفتگو، تبادل آراء و مذاکره فرا می‌خواند. دایان مک دانل^۱ در کتاب نظریه‌های گفتمان، گفتگو را شرط مقدماتی هر گفتمان می‌داند و از آنجا که هر نوع کلام یا نوشتار جریان اجتماعی محسوب می‌شوند، لذا گفتمان نیز پدیده‌ای اجتماعی است و زمینه‌ها و بسترهای اجتماعی دارد؛ به عبارت دیگر، اظهارات و مطالب بیان‌شده و معانی آنها جملگی بستگی به این نکته دارند که بستر زمانی، مکانی، موارد کاربرد و سوژه‌های استفاده‌کننده هر مطلب یا قضیه، در چه حالت و شرایطی با توجه به شکل، نوع و محتوای هر گفتمان، به کار می‌روند (نوذری، ۱۳۷۹: ۲۰۵). در واقع، از نظر نظریه‌پردازان، این تلاش صورت می‌گیرد تا یک عرصه کامل از رویه‌های اجتماعی را در یک عنوان موضوعی جای دهند (اینگلیس، ۱۳۷۷: ۳۳۴).

در گفتگو در درجه اول، افراد با افق‌ها و زمینه‌های گوناگون فکری، اجتماعی و فرهنگی گرد هم می‌آیند و سپس در مرحله بعد، برای فهم این تفاوت‌ها و گونه‌گونی‌ها، کنش همدیگر شکل می‌گیرد و پیامد این کنش چندسویه، زمینه‌ساز توافق و تفاهم بعدی است. بر این اساس گفتگو، کنشی است هرمنوتیکی برای درک و شناخت دیگری. پس پارادایم گفتگو از واقعیت، برداشت‌های متفاوتی را ارائه می‌دهد و واقعیت در آن، فقط آن چیزی نیست که حضور دارد، بلکه همه آن امکان‌هایی است که به شکلی نهفته وجود دارند و کنش هرمنوتیکی می‌کوشد و این اشکال نهان و نهفته واقعیت را کشف کند و بشناساند و امکان تعالی و رشد فکری انسان را

فراهم سازد (لویناس، ۱۳۸۰).

البته گفتمان می‌تواند هم در حفظ وضع موجود و هم در تغییر آن تأثیر داشته باشد، بسته به آنکه منشأ بروز و مسیر و هدف آن چه باشد. بنابراین می‌توان گفت که برای تغییر ساخت جامعه و یا برای شکستن ساخت موجود و استقرار ساخت مطلوب، می‌توان از شیوه‌های گفتمانی بهره جست. در مورد توفیق گفتمان در ساخت یا استقرار نظمی نو (برای مثال جامعه مدنی) و یا تغییر سامان اجتماعی، توجه به نقش سه‌گانه گفتمان لازم است:

۱- نقش تحریکی گفتمان، به نیت ایجاد حرکت و تغییر و بسته به میزان تأثیر تبلیغات و شیوه‌های بیان آن

۲- نقش احساسی گفتمان، برای زمینه‌سازی پذیرش ساختارهای جدید از طریق برانگیختن احساسات

۳- نقش اقناعی گفتمان، بسته به انجام منطقی و همگونی آن با ارزش‌های غالب (کاظمی، ۱۳۷۶: ۳۵۲).

جامعه مدنی یا مردم‌سالاری دینی

بحث راجع به جامعه مدنی و شرایط تحقق آن، علاوه بر نظریاتی که مطرح شد، به صورت موردی و خاص با عنایت به ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی، مذهبی و سیاسی که در جامعه ما موجود است، باید مورد کنکاش قرار بگیرد. هرچند بررسی همه ابعاد این مقوله، امری مشکل به نظر می‌رسد؛ چراکه در کشور ما هنوز بخش نظری این موضوع نیز کاملاً تبیین نشده و حدود و حریم آن مشخص نشده است. امروزه سعی می‌شود بیشتر در کنار اصطلاح جامعه مدنی و یا به جای آن از اصطلاح «مردم‌سالاری دینی» استفاده شود. در بخش نظری نیز اظهارات برخی از مقامات رسمی کشور که با استناد به مدینه‌النبی، حریم جامعه مدنی اسلامی را از جامعه مدنی غربی - که ریشه در دولت‌شهرهای یونانی دارد- جدا می‌کند، نشان‌دهنده جایگاه این مقوله، در حوزه اندیشه اسلامی است. از دیدگاه دینی، بسیاری معتقدند که اگر نگاهی به تحولات سه قرن اخیر بیندازیم، خواهیم دید که جامعه مدنی هم‌زاد با پدیده مدرنیسم بوده است؛ مدرنیسمی که بر سه رکن سکولاریسم، اومانیزم و لیبرالیسم استوار است. با این نگاه، طبیعتاً در جامعه‌ای که مبتنی بر اندیشه دینی و خدامحوری (و نه انسان‌محوری مطلق) است و نیز برای دولت و هیئت‌حاکمه، در هدایت انسان‌ها نقش قائل می‌باشد، جایی برای این نوع جامعه وجود ندارد. در اینجا این سؤال پیش می‌آید که چه نسبتی میان جامعه دینی اسلامی و جامعه مدنی وجود دارد؟ در واقع آنچه قابل ذکر است اینکه دین و جامعه دینی، خود در واقع نوعی مدنیت، تمدن و ضابطه و حدود قانون است؛ به این معنا که این مجموعه‌ای از قوانین و مقررات است که

مشخصاً تحت پوشش و حمایت آن قرار می‌گیرد. واقع، می‌توان این دو جامعه را هم در تعارض و تضاد با یکدیگر قرار داد و هم می‌توان از دستاوردهای جامعه مدنی برای ترقی جامعه دینی بهره‌برداری نمود. در این مفهوم اگر آزادی به معنی روشی در جهت گسترش آگاهی و رشد و توسعه شعائر اسلامی و ارزش‌های آن به کار گرفته شود و اگر دموکراسی به عنوان روشی برای انتخاب حاکمان و نمایندگان مردم باشد، پلورالیسم به معنی پذیرش تنوع و تکرر آراء و منابع اطلاع‌رسانی و زندگی مسالمت‌آمیز اقلیت‌ها و فرقه‌ها با حفظ ارزش‌ها و اصول یکدیگر باشد و اگر قانون‌مداری و قانون‌گرایی که توسط غربی‌ها وضع شده باشد با اصول و مسلمات دینی، تعارض جدی نداشته باشد، به این معنی جامعه دینی و جامعه مدنی با هم در تعارض نخواهند بود (نبوی، ۱۳۷۶: ۱۱۴-۱۱۱).

در مدنیت اسلامی مبانی ثابت و پایداری وجود دارد که از جمله می‌توان به موارد زیر اشاره نمود: وجود اصول ثابت ارزشی که بر مبنای دیدگاه‌های فقهی است. مبنای دوم، اصل وجود رهبری است که در تعبیر کلامی شیعه از این اصل به امامت و ولایت، تعبیر شده است. مبنای سوم، ضرورت وجود جایگاه تطبیق عمل اجتماعی یا نظریه دینی است که بخشی از آن به جایگاه رهبری، بخشی به شورای نگهبان و یا دیگر نهادهای حقوقی و قضایی مربوط می‌شود. مبنای چهارم، پذیرش قرارداد اجتماعی مبتنی بر آموزه‌های دینی است که می‌تواند مبتنی بر رأی عمومی و میثاق‌های اجتماعی تنظیم شود. در اینجا می‌توانیم متذکر شویم که در قانون اساسی کشورمان که ملهم از قوانین اسلامی است، می‌توان اصولی را تشخیص داد که با شاخصه‌های جامعه مدنی به‌طور اخص نزدیکی دارند و در همین حال، برخی اصول با قوانین غربی کاملاً مغایرت داشته و یا اصولاً و صرفاً بر اساس موازین اسلامی تعیین شده است (اصول قانون اساسی، اصل ۴، ۱۴، ۴۶، ۴۳، ۸۱، ۵ و ۱۶۵).

نقش رسانه‌ها در روند شکل‌گیری جامعه مدنی

در شرایطی که در جامعه ما به مفهوم جامعه مدنی به عنوان یک مبحث حساس سیاسی و جامعه‌شناسی توجه شده است، می‌توان با استفاده از رسانه‌های جمعی به تقویت و نهادینه‌شدن آن پرداخت؛ هرچند تفاوت‌های مهمی بین رسانه‌ها، جوامع ملی و نوع نظام اجتماعی وجود دارد، با این حال، وجوه تشابه فراوانی بین آنها دیده می‌شود. مجاری و رسانه‌ها از جهت اعتبار، دسترس‌پذیری فیزیکی و روان‌شناختی و ویژگی‌های دیگر با هم فرق دارند. در مورد انتخاب رسانه تا به حال مطالب زیادی نوشته شده است، ولی نکته مهم که شاید بدیهی باشد، ولی اهمیت زیادی برای برنامه‌ریزی ارتباطی دارد، این است که همه رسانه‌ها نقاط قوت و محدودیت‌هایی دارند.

متون علوم سیاسی و روابط بین‌الملل در مورد دیپلماسی عمومی، مفهوم رسانه‌های سریع و رسانه‌های کند را طرح می‌کنند. برخلاف دیپلماسی سنتی که به مذاکرات میان دولت‌ها اشاره دارد، دیپلماسی عمومی به راه‌های گوناگون به‌ویژه ارتباطات، اشاره می‌کند که دولت یا افراد می‌کوشند تا از آن راه‌ها در نگرش شهروندان دولت‌های بیگانه نفوذ کنند و بر رفتار آن دولت‌ها تأثیر بگذارند. در واقع، دیپلماسی عمومی را می‌توان ارتباطی دانست که به دست دولت ملی برنامه‌ریزی شده است.

براساس این دیدگاه، رادیو، تلویزیون، روزنامه‌ها و مجلات، رسانه‌های سریع و فیلم نمایشگاه، آموزش زبان و مبادلات دانشگاهی و هنری، رسانه‌های کند هستند. در دیپلماسی عمومی، رسانه‌های سریع مورد توجه مکتب تندروهاست که معتقدند هدف از دیپلماسی عمومی نفوذ در نگرش مخاطبان بیگانه از طریق اقناع و تبلیغات است. در اینجا اطلاعات سیاسی صرف، مهم‌تر از برنامه‌های فرهنگی قلمداد می‌شوند و در عین حال از لحاظ اهداف سیاسی کاملاً کوتاه مدت به نفع کشور است. رسانه‌های کند، مورد پسند مکتب میانه‌رو است که مدعی است اطلاع‌رسانی و برنامه‌های فرهنگی باید از اهداف سیاسی کم‌تر رایج اثرات می‌باشد. یکی از این مفاهیم، «اثر مضاعف»^۱ است؛ به نظر آنها این تأثیر، زمانی روی می‌دهد که یک پدیده، صرفاً به این دلیل که در معرض ارتباط دیداری یا شنیداری قرار گرفته است، از اهمیت بیشتری برخوردار می‌شود (مانند یک رویداد ورزشی)، در مورد «اثرات وارونه»^۲ باید گفت که یک نوع آن به درک و دریافت موضوع از جانب مخاطب و اثری که در او پدید می‌آید، می‌باشد که در واقع برخلاف اثری است که مورد نظر ارتباط‌گر بوده است؛ یعنی گاه ممکن است بر اثر تبلیغات، یک موضوع ضد ارزش به ارزش تبدیل شود و موجب تشویق مصرف‌کننده نسبت به آن کالا یا وسیله شود. همچنین در این مقوله باید گفت در دهه‌های گذشته، مخاطبان را در مقابل رسانه‌های جمعی منفعل به حساب می‌آوردند، اما در جهان معاصر با توجه به مشارکت هرچه بیشتر مخاطبان و پیشرفت وسایل ارتباطی و امکان برقراری ارتباط دوسویه از جانب فرستنده و گیرنده پیام، مطرح نمودن دیدگاه‌هایی چون نظریه «ارتباط شبکه‌ای» که بر درک متقابل و سهیم‌شدن مخاطبان در اطلاعات تأکید می‌کند و بر ویژگی‌هایی چون باز بودن، پیوستگی تنوع و یکپارچگی در مسیر ارتباط اشاره دارد، تلاش دوجانبه برای اقناع را یادآور می‌شود.

بنابراین مفاهیمی چون قانونمندی، تعادل رفتارها، کثرت مطبوعات و رسانه‌ها، شاخص‌هایی برای رسیدن به جامعه مدنی یا به تعبیری مردم‌سالاری دینی است. به نظر می‌رسد زمینه‌سازی برای تحقق جامعه مدنی، پیش‌شرط توسعه است، اما شرط کافی برای آن نیست و باید تلاشی

1- Double effects
2- Reverse effects

همه جانبه را از طریق به کار گیری ابزار تکنولوژی و نهادینه نمودن بسیاری از رفتارهای مناسب و قانون مداری، به عمل آورند و توجه خود را به بالاترین اهداف بلندمدت ملی معطوف نمایند. هدف این است که فضایی برای تفاهم به وجود آید و پیام‌هایی را درباره سبک زندگی، نظام سیاسی و اقتصادی، موقعیت‌های هنری و امثال آن ارائه کند. در واقع، این رویکرد می‌تواند برنامه‌ریز را نسبت به راهبرد ارتباطی از یک سو و انتخاب رسانه، هشیار کند (اولسون، ۱۳۷۷: ۴۵۱).

امروزه می‌توان گفت که تلویزیون به صورت یک رسانه همه جانبه درآمده است که در اختیار اکثر مردم قرار دارد و چون بسیاری مواقع، پخش زنده دارد، نوعی حالت بی‌واسطگی به صفحه نمایش می‌دهد. می‌گویند که همین بی‌واسطه بودن پخش زنده، موجب تمرکز دیداری و احساس مشارکت می‌شود. احساس تعلیق نیز نقش حساسی در این زمینه دارد و نیز تلویزیون به دلیل گنجایش دیداری عظیم که برای ارائه فرایند حرکت و رویداد دارد، اهمیت بسیاری دارد. این رسانه، می‌تواند روش‌ها و ایده‌های مناسب را احیا نموده و به صورت مورد قبول فرهنگ جامعه به آنان ارائه دهد (اولسون، ۱۳۷۷: ۴۵۲). این قدرت در تلویزیون وجود دارد که با تلفیق نمودن آنچه مورد نظر برنامه‌سازان این رسانه است، در ضمیر خودآگاه و ناخودآگاه افراد، نفوذ کرده و آنان را تحت تأثیر قرار دهد؛ این تأثیر می‌تواند از جریان‌های محیطی گرفته تا عقاید و باورهای مذهبی و ارزش‌های مسلط در جامعه را تحت نفوذ خود قرار دهد. این رسانه، همان‌گونه که توانایی آموزش یا اطلاع‌رسانی دارد، می‌تواند موجب حساسیت‌زدایی در مورد اصول اخلاقی و یا پایبندی به این اصول را در جامعه فراهم آورد (www.planetpapers.com).

چارچوب نظری

نخستین بار، مفهوم جامعه مدنی در ادبیات سیاسی روم باستان به کار رفته است. بسیاری از اندیشمندان سیاسی این دوران؛ از جمله سیزرون^۱ عبارت لاتین *societascivilis* را برای توصیف دولت شهری به کار می‌برند که به معنای چارچوبی از قوانین نظم یافته است و در مقایسه با خانواده، به مثابه جامعه طبیعی و در قبال بشریت، به منزله جامعه جهانی به کار می‌رود.

آنچه مسلم است، تمام اندیشمندان سیاسی باور دارند که افلاطون نخستین فیلسوف سیاسی است که در رساله خود تحت عنوان «جمهوریت»^۲، اولین جامعه مدنی را با نام مدینه فاضله ترسیم کرد که در آن به دنبال ارتقاء سطح ارزش‌های انسانی از جمله عدالت، فضیلت و سعادت

1- cicero

2- Republicanism

بود و به قدرت از منظر اخلاق می‌نگریست.

جامعه‌شناسان کلاسیک در این زمینه، عموماً به سه نکته جدی پرداخته‌اند؛ یکی از آنها مقوله قانون مداری و تأکید بر روابط رسمی بجای روابط غیر رسمی است و بحث اصلی در واقع حذف سلطه نظام خویشاوندی و ساخت روابط قبیله‌ای و جایگزینی قانون با تأمین نیاز جمع بجای نیاز فرد و امیال شخصی است.

از نمایندگان جامعه‌شناسی کلاسیک، نظریات جان لاک قابل توجه است که با تدوین دو رساله به نام «حکومت مدنی»^۱، طرح حکومت سلطنتی مشروطه را ترسیم نمود و عملاً جامعه مدنی را پایه گذاری کرد. او دو واژه اصیل سیاسی؛ یعنی قانون و آزادی را وارد قاموس علوم سیاسی کرد و مشروعیت حکومت را با قید قانون مطرح نمود، توماس هابز^۲ نیز در کتابی به نام «شهروند»^۳، برای اولین بار جامعه مدنی را در معنای نوین آن ارائه کرد که عمدتاً تعبیر common - wealth را به کار می‌برد که گفته می‌شود همان جامعه مدنی است، اما او قدرت بیشتری به فرمانروا می‌دهد. در جامعه سیاسی و قرارداد اجتماعی هابز، بحثی از آزادی و قانون نیست، بلکه هدف او برقراری امنیت، صلح و رفاه است. روسو^۴ مانند هابز و لاک، جامعه مدنی را در مقابل وضع طبیعی قرار داده است و صراحتاً تعبیر civil society را به کار برده است. او اعتقاد دارد برای رسیدن به جامعه مدنی، افراد یک جامعه، موقتاً از تمام امتیازات خود صرف نظر می‌کنند و اراده خود را تسلیم جمع می‌کنند و اراده فردی تبدیل به اراده جمعی می‌شود (نیمروزی، ۱۳۷۶: ۶۰۵-۶۰۶). وبر^۵ جامعه‌شناس آلمانی نیز با تبیین ریشه‌های ظهور سرمایه داری و عوامل مؤثر و تشکیل‌دهنده سرمایه داری در مغرب زمین، چگونگی توسعه‌یافتگی و صنعتی شدن جوامع غربی را تبیین نموده و در این تحلیل، عناصری چون عقلانیت و اقتدار را مورد بحث قرار داده است (ازکیا، ۱۳۷۹: ۷۸). به نظر او دموکراسی به نظام سیاسی گفته می‌شود که در آن مردم در امور حکومتی مشارکت کننده هستند و شهروند بودن، به معنای توانایی مشارکت در تصمیم‌گیری و تنظیم سیاست‌ها و نیز شرکت داشتن در انتخابات رهبران به حساب می‌آید (فرنر، ۱۳۶۸: ۲۳۳).

در بین دیدگاه‌های شده، «مکتب انتقادی» جایگاهی خاص دارد؛ عموم متفکران این مکتب - که حدود هفتاد سال، نظریات خود را درباره نقد سرمایه داری و نیز فرهنگ مطرح نموده‌اند، متوجه شدند که علیرغم سلطه صنعت، تکنولوژی و سازمان‌های جدید بر اساس عقلانیت ابزاری

-
- 1- Civil rule
 - 2- Thomas Hobbes
 - 3- Citizen
 - 4- Rousseau
 - 5- Max weber

بر جامعه جدید صنعتی، انسان آنگونه که شایسته است از آزادی برخوردار نیست و تحت تأثیر فضایی قرار گرفته که به وسیله سرمایه، مدیریت می‌شود و انسان‌ها دچار بحران هویت شده و از خود بیگانه شده‌اند، در واقع نقد مکتب فرانکفورت، یکی از زمینه‌های مهم و مؤثر در شکل‌گیری گفتمان جامعه مدنی محسوب می‌شود. یکی از نمایندگان مهم این مکتب یورگن هابرماس^۱ است که کنش ارتباطی تفاهمی وی جایگاه بسیار تعیین‌کننده‌ای در بحث جامعه مدنی دارد. هابرماس از واژه «عرصه عمومی»^۲ و «حوزه عمومی»^۳ برای تعبیر از جامعه مدنی استفاده کرده است؛ قلمرویی از زندگی اجتماعی که در آن چیزی نزدیک به افکار عمومی بتواند شکل بگیرد و در این میان، دسترسی به گفتگو و اخلاق گفتمانی را مطرح می‌کند که نیروی وحدت بخش و وفاق ساز است. به نظر او شرط گفتگو، آزاد بودن از عوامل بیرونی و پیش‌فرض‌هاست و معتقد است دسترسی بی‌قید و شرط به این حوزه عمومی باید برای همه شهروندان فراهم باشد (سفیدی، ۱۳۸۶: ۵۷). مارکوزه^۴ نیز به‌عنوان یکی از نمایندگان مکتب انتقادی، اعتقاد دارد جامعه مدنی باید همیشه در معرض انتقاد سازنده قرار داشته باشد و دولت مشروع نیز با تساهل، با این انتقادات برخورد کند. به نظر او انسان مدرن تا حد زیادی تابع شرایط اجتماعی می‌گردد و خلاقیت و ذهنیت او محدود می‌شود. تک بُعدی و تک‌ساحتی بودن ناشی از تخصص‌های پیچیده، به نظر او از عوارض این نوع جوامع است (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۳۳). برتراند راسل^۵ نیز تأکید می‌کند که در هر صورت، جامعه مدنی وقتی ایجاد می‌شود که مردم با تعقل آن را برگزینند و برای دوام آن شعور اجتماعی لازم را داشته و به هر حال، دارای نوعی اخلاق اجتماعی باشند (مجموعه مقالات، ۱۳۷۶: ۶۴۱).

در این میان دیدگاه پارسونز - جامعه‌شناس امریکایی که سعی نموده بر اساس یافته‌های نظریه پردازان مکتب رفتار گرایان و انسان‌شناسی اجتماعی، نظریات خود را بیان کند - شاید بیشتر با طرح موضوعی با این گفتار نزدیکی دارد؛ چراکه توجه به رفتارها و ذهنیت افراد و میزان تأثیرپذیری آنان از متغیرهای گوناگون اجتماعی در جهت توسعه و نوسازی را مد نظر قرار داده است. او ویژگی‌های موجود در تفکر و رفتار افراد در جوامع در حال توسعه و جوامع صنعتی و ماهیت نقش‌های بین آنها را مورد بررسی و مقایسه قرار داده و در نهایت ساخت هر جامعه را مشخص می‌کند، به عقیده او افراد در اجتماع سنتی بر اساس ویژگی‌هایشان مورد قضاوت قرار می‌گیرند و کاری به بهره‌آتی نقشی که می‌پذیرند، ندارند، اما در جوامع مدرن، یک عضو،

1- Jurgen Habermas

2- Public sphere

3- Public domain

4- Harbert Marcuse

5- Bertrand russell

مناسبات اجتماعی را بر مبنای نتایج احتمالی آن در آینده ارزیابی می کند. به عقیده او در جوامع تمایز یافته پیچیده، باید انتظار داشت که روابط رسمی تر و غیر شخصی تر شوند (ازکیا، ۱۳۷۶: ۹۶-۹۵)

روش تحقیق و یافته‌های تحقیق

ابزار اندازه‌گیری و تجزیه و تحلیل آماری

در این تحقیق با استفاده از پرسشنامه و مطرح نمودن ۳۴ سؤال که در ارتباط با ویژگی‌های جامعه نمونه، برنامه‌های انتخابی تلویزیون و شاخصه‌های مطرح برای تحقق جامعه مدنی از دیدگاه دانشجویان و وجود شاخصه‌های مذکور در ذهنیت و تفکر دانشجویان در حد امکان مورد بررسی و اندازه‌گیری قرار گرفت. برای شاخص‌های فرضیه، جداول یک‌بعدی و برای یافتن همبستگی بین ویژگی‌ها و شاخصه‌ها و توجه و ارتباط آنها با تماشای تلویزیون جداول دو‌بعدی طراحی شد که به صورت توصیفی و استنباطی و از طریق کامپیوتر و نرم افزار SPSS مورد بررسی قرار گرفت. این بررسی‌ها با استفاده از آزمون نسبت و آزمون کی - دو، مورد اندازه‌گیری واقع شد. برخی از سؤالات با توجه به نظر پاسخ‌دهندگان و نحوه سؤال با مشخص نمودن اولویت‌بندی به صورت اولویت اول و دوم مورد نظر قرار گرفت.

روش نمونه‌گیری و روش اجرای تحقیق:

روش‌های نمونه‌گیری، معمولاً بر اساس ساختار جامعه آماری تعیین و تعریف می‌گردد. اهداف روش‌های مختلف نمونه‌گیری، تسهیل در جمع‌آوری داده‌ها آزمایش دقت، کاهش در هزینه‌ها، وقت و... می‌باشد.

جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق دانشگاه‌های تهران بوده است که با توجه به تفکیک دانشگاه‌ها دولتی و آزاد و تهیه فهرستی از آنها هر دو گروه، مورد بررسی قرار گرفته‌اند و در نتیجه، دانشجویان دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی و دانشکده فنی - مهندسی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی و دانشگاه علوم پزشکی تهران، پاسخگوی سؤالات این تحقیق بودند.

مناسب‌ترین روش نمونه‌گیری برای این طرح تحقیق، روش نمونه‌گیری خوشه‌ای است که انتخاب (دانشگاه‌ها، دانشکده‌ها، رشته‌ها و دانشجویان) دانشگاه‌ها به‌عنوان خوشه و دانشکده‌ها به‌عنوان زیر خوشه‌ها و تهیه ساده چارچوب اصلی؛ یعنی فهرست دانشگاه‌ها به‌عنوان دو عامل مهم در انتخاب این روش می‌باشد.

نحوه اجرای این نمونه‌گیری دارای سه مرحله است:

در مرحله اول و دوم انتخاب خوشه‌ها با استفاده از روش (SPSS احتمال انتخاب مناسب با حجم خوشه) بوده است و انتخاب اعضاء در داخل خوشه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری سیستماتیک (زمان‌های متوالی مراجعه به افراد در دانشکده‌ها) می‌باشد. در این تحقیق ۵۰۶ نفر به‌عنوان نمونه و برای پاسخگویی به پرسشنامه‌ها انتخاب شدند.

مقطع تحصیلی

درصد جمعی	درصد اعتبار	درصد	فراوانی	
۶/۲	۶/۲	۵/۹	۳۰	فوق دیپلم
۸۹/۸	۸۳/۶	۷۹/۴	۴۰۲	لیسانس
۹۸/۵	۸/۷	۸/۳	۴۲	فوق لیسانس
۱۰۰/۰	۱/۵	۱/۴	۷	دکتری
	۱۰۰/۰	۹۵/۱	۴۸۱	کل
		۴/۹	۲۵	بدون پاسخ
		۱۰۰/۰	۵۰۶	مجموع

اکثریت پاسخ‌دهندگان (۸۳/۶ درصد) در مقطع تحصیلی لیسانس تحصیل می‌کنند و مقطع تحصیلی دکتری کم‌ترین درصد (۱/۵ درصد) را به خود اختصاص داده است.

جنسیت

درصد جمعی	درصد اعتبار	درصد	فراوانی	
۷۳/۱	۷۳/۱	۷۲/۵	۳۶۷	زن
۱۰۰/۰	۲۶/۹	۲۶/۷	۱۳۵	مرد
	۱۰۰/۰	۹۹/۲	۵۰۲	کل
		۰/۸	۴	بدون پاسخ
		۱۰۰/۰	۵۰۶	مجموع

۷۳/۱ درصد پاسخ‌دهندگان زن و ۲۶/۹ درصد آنها مرد هستند، ضمن اینکه ۰/۸ درصد جنسیت خود را اعلام نکرده‌اند.

توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب انگیزه تماشای تلویزیون

درصد اعتبار	درصد حجمی	درصد	فراوانی	
۷۰/۱	۷۰/۱	۵۵/۷	۲۸۲	آگاهی و آشنایی
۸۵/۱	۱۴/۹	۱۱/۹	۶۰	آموزنده بودن برنامه‌ها
۱۱/۰	۱۴/۹	۱۱/۹	۶۰	سرگرمی و علاقه
	۱۰۰/۰	۷۹/۴	۴۰۲	کل
		۲۰/۶	۱۰۴	بدون پاسخ
		۱۰۰/۰	۵۰۶	مجموع

اکثریت پاسخ‌دهندگان (۷۰/۱ درصد) افزایش آگاهی و آشنایی‌شان را انگیزه تماشای تلویزیون و ۱۴/۹ درصد آموزنده بودن برنامه‌ها و سرگرمی و علاقه را انگیزه تماشای تلویزیون دانسته‌اند.

توزیع فراوانی نظر دانشجویان برحسب علت عدم تماشای تلویزیون

درصد اعتبار	درصد حجمی	درصد	فراوانی	
۲۱/۰	۲۱/۰	۸/۷	۴۴	نداشتن وقت
۴۰/۰	۱۹/۰	۷/۹	۴۰	جالب و جذاب نبودن
۷۳/۸	۳۳/۸	۱۴/۰	۷۱	نداشتن محتوای مناسب
۸۱/۴	۷/۶	۳/۲	۱۶	نداشتن علاقه
۱۰۰/۰	۱۸/۶	۷/۷	۳۹	استفاده از ماهواره
	۱۰۰/۰	۴۱/۵	۲۱۰	کل
		۵۸/۵	۲۹۶	بدون پاسخ
		۱۰۰/۰	۵۰۶	مجموع

اکثریت پاسخ‌دهندگان (۳۳/۸ درصد)، نداشتن محتوای مناسب را علت عدم تماشای تلویزیون دانسته‌اند. تقریباً به یک اندازه (۲۰ درصد) از پاسخ‌دهندگان، نداشتن وقت، جالب و جذاب نبودن برنامه‌ها و استفاده از ماهواره را ۳ دلیل دیگر عدم تماشای تلویزیون بیان کرده‌اند.

توزیع فراوانی نظر پاسخگویان برحسب عامل مهم برای پیشرفت کشور

درصد حجمی	درصد اعتبار	درصد	فراوانی	
۹/۲	۹/۲	۸/۷	۴۴	تخصص
۸۸/۳	۷۹/۲	۷۵/۱	۳۸۰	تعهد و تخصص
۹۵/۸	۷/۵	۷/۱	۳۶	تعهد و آموزش
۱۰۰/۰	۴/۲	۴/۰	۲۰	استعداد و توانایی
	۱۰۰/۰	۹۴/۹	۴۸۰	کل
		۵/۱	۲۶	بدون پاسخ
		۱۰۰/۰	۵۰۶	مجموع

اکثریت قریب به اتفاق (۷۹/۲ درصد) تعهد و تخصص را عامل بهتر اداره شدن، مورد پیشرفت کشور دانسته‌اند. تخصص به‌تنهایی و تعهد و آموزش تقریباً ۱۷ درصد پاسخ‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

توزیع فراوانی برحسب موارد شرکت پاسخگویان در زمینه اجتماعی فرهنگی تحت تأثیر تلویزیون

درصد حجمی	درصد اعتبار	درصد	فراوانی	
۱۵/۲	۱۵/۲	۶/۵	۳۳	رعایت امور بهداشتی
۳۶/۹	۲۱/۷	۹/۳	۴۷	رعایت حقوق دیگران
۵۳/۹	۱۷/۱	۷/۳	۳۷	شرکت در فعالیت عام‌المنفعه
۶۰/۸	۶/۹	۳/۰	۱۵	توجه به تنظیم خانواده
۷۶/۰	۱۵/۲	۶/۵	۳۳	بهبود روابط خانوادگی
۹۰/۳	۱۴/۳	۶/۱	۳۱	حضور در نمایشگاه فرهنگی
۱۰۰/۰	۹/۷	۴/۲	۲۱	هنری
	۱۰۰/۰	۴۲/۹	۲۱۷	موارد دیگر
		۵۷/۱	۲۸۹	کل
		۱۰۰/۰	۵۰۶	بدون پاسخ
				مجموع

اکثریت پاسخ‌دهندگان (تقریباً ۲۲ درصد) رعایت حقوق دیگران را از تأثیرات تلویزیون در شرکت در زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی دانسته‌اند. شرکت در فعالیت‌های عام‌المنفعه، بهبود روابط خانوادگی و رعایت امور بهداشتی و... از اولویتهای بعدی برخوردارند.

توزیع فراوانی نظر پاسخگویان بر حسب اولویت برنامه‌ریزی تلویزیون در جهت توسعه سیاسی - اجتماعی

درصد حجمی	درصد اعتبار	درصد	فراوانی	
۳۱/۴	۳۱/۴	۲۶/۳	۱۳۳	اطلاع‌رسانی در حوادث سیاسی اجتماعی
۵۰/۵	۱۹/۱	۱۶/۰	۸۱	تشویق مردم به مشارکت سیاسی اجتماعی
۸۱/۸	۳۱/۴	۲۶/۳	۱۳۳	آشناساختن مردم با موقعیت فعلی
۱۰۰/۰	۱۸/۲	۱۵/۲	۷۷	تقویت روح همبستگی و وحدت ملی
	۱۰۰/۰	۸۴/۰	۴۲۴	کل
		۱۶/۰	۸۱	بی پاسخ
		۱۰۰/۰	۵۰۵	مجموع

اکثریت پاسخ‌دهندگان اطلاع‌رسانی در حوادث سیاسی - اجتماعی همچنین آشناساختن مردم با موقعیت فعلی را مؤثرترین عامل در توسعه سیاسی - اجتماعی دانسته‌اند (۳۱/۴ درصد). تشویق مردم به مشارکت سیاسی - اجتماعی و تقویت روح همبستگی و وحدت ملی به ترتیب، در اولویت‌های بعدی قرار دارند.

توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع برنامه‌ها جهت بهبود روند تغییرات اجتماعی

درصد حجمی	درصد اعتبار	درصد	فراوانی	
۳۶/۶	۳۶/۶	۲۲/۸	۱۱۵	سریال و فیلم داخلی
۴۲/۰	۵/۴	۳/۴	۱۷	سریال و فیلم خارجی
۵۷/۰	۱۵/۰	۹/۳	۴۷	بحث و گفتگوی آزاد
۶۳/۷	۶/۷	۴/۲	۲۱	نمایش موقعیت‌های کشورهای غربی
۷۳/۲	۹/۶	۵/۹	۳۰	میزگرد و استفاده از متخصصان
۹۳/۳	۲۰/۱	۱۲/۵	۶۳	آشنای مردم با سایر فرهنگ‌ها
۱۰۰/۰	۶/۷	۴/۲	۲۱	موارد دیگر
	۱۰۰/۰	۶۲/۲	۳۱۴	کل
		۳۷/۸	۱۹۱	بی پاسخ
		۱۰۰/۰	۵۰۵	مجموع

اکثریت افراد، سریال‌ها و فیلم‌های داخلی را به‌عنوان بهترین برنامه، جهت ایجاد تغییرات اجتماعی (۳۶/۶ درصد) برشمرده‌اند، و متقابلاً اکثریت پاسخ‌دهندگان نقش سریال‌ها و فیلم‌های خارجی را جهت ایجاد تغییرات اجتماعی بسیار کم‌رنگ دانسته‌اند (۵/۴ درصد).

توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب اولویت اول در مطرح‌شدن شاخص‌های جامعه مدنی در تلویزیون

درصد حجمی	درصد اعتبار	درصد	فراوانی	
۴۱/۷	۴۱/۷	۳۹/۴	۱۹۹	آزادی‌طلبی
۵۱/۲	۹/۴	۸/۹	۴۵	عقل‌گرایی
۶۲/۹	۱۱/۷	۱۱/۱	۵۶	قانون‌گرایی
۶۶/۰	۳/۱	۳/۰	۱۵	اصالت فرد
۷۱/۵	۵/۵	۵/۱	۲۶	تساهل و تسامح
۷۷/۸	۶/۳	۵/۹	۳۰	تخصصی‌شدن امور
۸۲/۲	۴/۴	۴/۲	۲۱	مسئولیت‌پذیری
۸۶/۶	۴/۴	۴/۲	۲۱	مشارکت عمومی در تصمیم‌گیری
۹۰/۶	۴/۰	۳/۸	۱۹	بالا بردن سطح اعتماد اعضای جامعه
۱۰۰/۰	۹/۴	۸/۹	۴۵	وجود ضوابط به جای روابط
	۱۰۰/۰	۹۴/۵	۴۷۷	کل
		۵/۵	۲۸	بی‌پاسخ
		۱۰۰/۰	۵۰۵	مجموع

از دیدگاه پاسخ‌دهندگان، آزادی‌طلبی با ۴۱/۷ درصد مؤثرترین عامل جهت مطرح‌شدن شاخص‌های جامعه مدنی در تلویزیون می‌باشد (به‌عنوان اولویت اول) و به‌ترتیب ۱۱/۷ درصد قانون‌گرایی و ۹/۴ درصد عقل‌گرایی را به‌عنوان اولین اولویت خود در این زمینه برشمرده‌اند.

توزیع فراوانی نظر پاسخگویان برحسب برنامه‌های مؤثر تلویزیون در انجام وظایف شهروندی

درصد حجمی	درصد اعتبار	درصد	فراوانی	
۳۱/۵	۳۱/۵	۲۲/۷	۱۱۵	تبلیغات
۵۱/۸	۲۰/۳	۱۴/۶	۷۴	آموزش مستقیم
۷۰/۴	۱۸/۶	۱۳/۴	۶۸	آموزش غیرمستقیم
۸۱/۹	۱۱/۵	۸/۳	۴۲	فیلم و سریال داخلی
۹۲/۳	۱۰/۴	۷/۵	۳۸	فیلم و سریال خارجی
۱۰۰/۰	۷/۷	۵/۵	۲۸	برپایی میزگرد و تقویت انگیزه
	۱۰۰/۰	۷۲/۱	۳۶۵	کل
		۲۷/۹	۱۴۱	بی‌پاسخ
		۱۰۰/۰	۵۰۶	مجموع

۳۱/۵ درصد تبلیغات، ۲۰/۳ درصد آموزش مستقیم و ۱۸/۶ درصد آموزش غیر مستقیم را سه برنامه مؤثر در انجام وظایف شهروندی اعلام داشته‌اند. فیلم و سریال‌های داخلی و خارجی در اولویت‌های بعدی بوده‌اند.

فرضیهٔ اول

جدول‌بندی مقطعی ایجاد زمینه پذیرش افکار جدید یا تغییرات فرهنگی اجتماعی به کمک رسانه‌های جمعی و تماشای تلویزیون

مجموع	تماشای تلویزیون		
	خیر	بلی	
۷۰ ۱۰۰/۰٪ ۱۵/۱٪	۱۵ ۲۱/۴٪ ۳۱/۹٪	۵۵ ۷۸/۶٪ ۲/۱۳٪	خیلی کم و کم ، ایجاد زمینه پذیرش افکار، ایجاد زمینه در محدوده .٪ جدید یا تغییرات پذیرش افکار جدید یا فرهنگی اجتماعی به کمک تغییرات فرهنگی به کمک رسانه‌های جمعی رسانه‌های جمعی تماشای تلویزیون در محدوده .٪
۱۶۴ ۱۰۰/۰٪ ۳۵/۳٪	۲۰ ۱۲/۳٪ ۴۲/۶٪	۱۴۴ ۸۷/۸٪ ۳۴/۵٪	تا حدی ایجاد زمینه در محدوده .٪ پذیرش افکار جدید یا تغییرات فرهنگی به کمک رسانه‌های جمعی تماشای تلویزیون در محدوده .٪
۲۳۰ ۱۰۰/۰٪ ۴۹/۶٪	۱۲ ۵/۳٪ ۲۵/۵٪	۲۱۸ ۹۴/۸٪ ۵۲/۳٪	خیلی زیاد و زیاد ایجاد زمینه در محدوده .٪ پذیرش افکار جدید یا تغییرات فرهنگی به کمک رسانه‌های جمعی تماشای تلویزیون در محدوده .٪
۴۶۴ ۱۰۰/۰٪ ۱۰۰/۰٪	۴۷ ۱۰/۱٪ ۱۰۰/۰٪	۴۱۷ ۸۹/۹٪ ۱۰۰/۰٪	مجموع ایجاد زمینه در محدوده .٪ پذیرش افکار جدید یا تغییرات فرهنگی به کمک رسانه های جمعی تماشای تلویزیون در محدوده .٪

آزمون‌های مربع - خی

علامت مجانب (دوطرفه)	Dt	مقدار	
/۰۰۰	۲	۱۶/۶۸۳ ^a	مربع خی - پیوستن
/۰۰۰	۲	۱۵/۷۰۴	نسبت احتمالی
/۰۰۰	۱	۱۶/۵۱۷	ارتباط خط به خط
		۴۶۴	N نمونه معتبر

صفر خانه (۰٪ درصد) رقمی کمتر از ۵ پیش‌بینی کرده‌اند. حداقل رقم پیش‌بینی شده ۷/۰۹ است.

این جدول نشان می‌دهد که بین تماشای تلویزیون و ایجاد زمینه پذیرش افکار جدید یا تغییرات فرهنگی اجتماعی با دو درجه آزادی و ۹۵ درصد اطمینان، رابطه معناداری وجود دارد. جهت این ارتباط به اینگونه است که کسانی که تلویزیون نگاه می‌کنند، تأثیر تلویزیون را در ایجاد زمینه پذیرش افکار جدید یا تغییرات فرهنگی اجتماعی زیادتر می‌دانند.

فرضیه دوم

آزمون دو جمله‌ای

علامت مجانب (دودامنه‌ای)	مسئله آزمایشی	مسئله مشاهده شده	تعداد	مقوله	
۰/۰۰۰ ^a	۱۵۰	۱۸۵	۴۰۵	زیاد و خیلی زیاد	گروه ۱ ایجاد زمینه پذیرش افکار جدید یا تغییرات
		۱۱۵	۷۳	زیاد	گروه ۲ فرهنگی اجتماعی به کمک
		۱/۰۰	۴۷۸	کم و خیلی کم	رسانه‌های جمعی مجموع

بر مبنای تقریب Z

از آنجایی که مقدار $sig < 0/05$ می‌باشد، پس فرض برابری نسبت پاسخ‌ها رد می‌شود؛ یعنی اکثریت (۸۵ و ۰) رسانه‌های جمعی را در زمینه پذیرش افکار جدید یا تغییرات فرهنگی اجتماعی زیاد مؤثر می‌دانند.

جدول مقطعی ارتباط بین رشته تحصیلی و تلویزیون به عنوان عامل محرک برای مشارکت در فرایند تحقیق جامعه مدنی

مجموع	تلویزیون عامل محرک برای مشارکت در فرایند تحقیق جامعه مدنی		
	مخالفم	موافقم	
۳۰۶ ۱۰۰/۰٪ ۷۰/۷٪	۵۳ ۱۷/۳٪ ۷۶/۸٪	۲۵۳ ۸۲/۷٪ ۶۹/۵٪	شمارش علوم انسانی رشته تحصیلی در محدوده رشته تحصیلی. / در محدوده تلویزیون عامل محرک برای مشارکت در فرایند تحقیق جامعه مدنی
۸۷ ۱۰۰/۰٪ ۲۰/۱٪	۸ ۹/۲٪ ۱۱/۶٪	۷۹ ۹۰/۸٪ ۲۱/۷٪	شمارش فنی مهندسی رشته تحصیلی در محدوده رشته تحصیلی. / در محدوده تلویزیون عامل محرک برای مشارکت در فرایند تحقیق جامعه مدنی
۱۲ ۱۰۰/۰٪ ۲/۸٪	۱ ۸/۳٪ ۱/۴٪	۱۱ ۹۱/۷٪ ۳/۰٪	شمارش علوم پایه رشته تحصیلی در محدوده رشته تحصیلی. / در محدوده تلویزیون عامل محرک برای مشارکت در فرایند تحقیق جامعه مدنی
۲۵ ۱۰۰/۰٪ ۵/۸٪	۶ ۲۴/۰٪ ۸/۷٪	۱۹ ۷۶/۰٪ ۵/۲٪	شمارش پزشکی رشته تحصیلی در محدوده رشته تحصیلی. / در محدوده تلویزیون عامل محرک برای مشارکت در فرایند تحقیق جامعه مدنی
۳ ۱۰۰/۰٪ ۰/۷٪	۱ ۳۳/۳٪ ۱/۴٪	۲ ۶۶/۷٪ ۰/۵٪	شمارش هنر رشته تحصیلی در محدوده رشته تحصیلی. / در محدوده تلویزیون عامل محرک برای مشارکت در فرایند تحقیق جامعه مدنی
۴۳۳ ۱۰۰/۰٪ ۱۰۰/۰٪	۶۹ ۱۵/۹٪ ۱۰۰/۰٪	۳۶۴ ۸۴/۱٪ ۱۰۰/۰٪	شمارش مجموع در محدوده رشته تحصیلی. / در محدوده تلویزیون عامل محرک برای مشارکت در فرایند تحقیق جامعه مدنی

فرضیه دوم

جدول‌بندی مقطعی ارتباط بین ایجاد حس نوع‌دوستی و انجام کارهای نیک تحت تأثیر تلویزیون و تماشای تلویزیون

مجموع	تماشای تلویزیون		
	خبر	بلی	
۱۱۷	۲۰	۹۷	خیلی کم و کم ، ، ایجاد زمینه در محدوده % پذیرش افکار جدید یا تغییرات فرهنگی به کمک رسانه‌های جمعی رسانه‌های جمعی تماشای تلویزیون در محدوده %
۱۰۰/۰٪	۱۷/۱٪	۸۲/۹٪	
۲۸/۵٪	۵۰/۰٪	۲۶/۱٪	
۱۹۴	۱۷	۱۷۷	تا حدی ایجاد زمینه در محدوده % نوع‌دوستی و انجام کارهای نیک تحت تأثیر تلویزیون تماشای تلویزیون در محدوده %
۱۰۰/۰٪	۸/۸٪	۹۱/۳٪	
۴۷/۳٪	۴۲/۵٪	۴۷/۷٪	
۱۰۰	۳	۹۷	خیلی زیاد و زیاد ایجاد زمینه در محدوده % نوع‌دوستی و انجام کارهای نیک تحت تأثیر تلویزیون تماشای تلویزیون در محدوده %
۱۰۰/۰٪	۳/۰٪	۹۷/۰٪	
۲۴/۳٪	۷/۵٪	۲۶/۱٪	
۴۱۱	۴۰	۳۷۱	مجموع ایجاد زمینه در محدوده % نوع‌دوستی و انجام کارهای نیک تحت تأثیر تلویزیون تماشای تلویزیون در محدوده %
۱۰۰/۰٪	۹/۷٪	۹۰/۳٪	
۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	

آزمون‌های مربع - خی

علامت‌مجاناب (دوطرفه)	Dt	مقدار	
/۰۰۲	۲	۱۲/۵۸۴ ^a	مربع خی - پیوستن
/۰۰۱	۲	۱۳/۱۳۵	نسبت احتمالی
/۰۰۰	۱	۱۲/۳۶۲	ارتباط خط به خط
		۴۱۱	N نمونه معتبر

فقط در جدول ۲×۲ محاسبه شده است

۰ خانه (۰ درصد) رقمی کمتر از ۵ را پیش‌بینی کرده است، حداقل رقم پیش‌بینی شده ۷/۰۳ است. بین تماشای تلویزیون و ایجاد حس نوع‌دوستی و انجام کارهای نیک تحت تأثیر تلویزیون،

رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود دارد (مقدار آماره کای - دو = ۱۲/۵۸). جهت ارتباط به اینگونه است که کسانی که تلویزیون تماشا می‌کنند، نسبت به کسانی که نگاه نمی‌کنند، تلویزیون را در ایجاد حس نوع دوستی و انجام کارهای نیک، مؤثرتر می‌دانند. این داده نیز با توجه به مضمون فرضیه دوم در زمینه مشارکت، مورد تأیید قرار می‌گیرد.

فرضیه دوم

جدول بندی مقطعی التزام به قانون تحت تأثیر تلویزیون و تماشای تلویزیون

مجموع	تماشای تلویزیون		
	خیر	بلی	
۱۱۸ ۱۰۰/۰٪ ۲۸/۶٪	۲۰ ۱۶/۹٪ ۴۷/۶٪	۹۸ ۸۳/۱٪ ۲۶/۵٪	خیلی کم و کم ایجاد حس نوع دوستی در محدوده % نوع دوستی و انجام کارهای نیک تحت تأثیر تلویزیون تماشای تلویزیون در محدوده %
۲۰۶ ۱۰۰/۰٪ ۵۰/۰٪	۱۹ ۹/۳٪ ۴۵/۳٪	۱۸۷ ۹۰/۸٪ ۵۰/۵٪	تا حدی ایجاد حس نوع دوستی در محدوده % نوع دوستی و انجام کارهای نیک تحت تأثیر تلویزیون تماشای تلویزیون در محدوده %
۸۸ ۱۰۰/۰٪ ۲۱/۴٪	۳ ۳/۴٪ ۷/۱٪	۸۵ ۹۶/۶٪ ۲۳/۰٪	خیلی زیاد و زیاد ایجاد حس نوع دوستی در محدوده % نوع دوستی و انجام کارهای نیک تحت تأثیر تلویزیون تماشای تلویزیون در محدوده %
۴۱۲ ۱۰۰/۰٪ ۱۰۰/۰٪	۴۲ ۱۰/۳٪ ۱۰۰/۰٪	۳۷۰ ۸۹/۸٪ ۱۰۰/۰٪	مجموع ایجاد حس نوع دوستی در محدوده % نوع دوستی و انجام کارهای نیک تحت تأثیر تلویزیون تماشای تلویزیون در محدوده %

آزمون های مربع - خی

علامت مجانب (دوطرفه)	Dt	مقدار	
/۰۰۵	۲	۱۰/۵۱۹ ^a	مربع خی - پیوستن
/۰۰۴	۲	۱۱/۰۳۸	نسبت احتمالی
/۰۰۱	۱	۱۰/۳۹۲	ارتباط خط به خط
		۴۱۲	N نمونه معتبر

۵ خانه (۰٪ درصد) رقمی کمتر از ۵ پیش‌بینی کرده‌اند. حداقل رقم پیش‌بینی شده ۸/۹۷ است. بین تماشای تلویزیون و التزام به قانون، تحت تأثیر تلویزیون، رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد (مقدار آماره کای - دو = ۱۰/۵۱). جهت این ارتباط به اینگونه است که کسانی که تلویزیون نگاه می‌کنند، به نسبت بیشتری به تأثیر تلویزیون در التزام به قانون پاسخ مثبت داده‌اند.

فرضیه سوم

جدول بندی مقطعی رشته تحصیلی، التزام به قانون تحت تأثیر تلویزیون

مجموع	التزام به قانون تحت تأثیر تلویزیون			
	خیلی کم و کم	تاحدی	خیلی زیاد و زیاد	
۳۸۶	۷۷	۱۴۵	۶۴	شمارش علوم انسانی رشته تحصیلی
۱۰۰/۰٪	۲۶/۹٪	۵۰/۷٪	۲۲/۴٪	مقطع تحصیلی در محدوده ٪
۶۹/۳٪	۶۴/۷٪	۷۰/۴٪	۷۲/۷٪	التزام به قانون در محدوده ٪ تحت تأثیر تلویزیون
۸۴	۳۱	۴۰	۱۳	شمارش فنی مهندسی
۱۰۰/۰٪	۳۶/۹٪	۴۷/۶٪	۱۵/۵٪	مقطع تحصیلی در محدوده ٪
۲۰/۳٪	۲۶/۱٪	۱۹/۴٪	۱۴/۸٪	التزام به قانون در محدوده ٪ تحت تأثیر تلویزیون
۱۴	۲	۸	۴	شمارش علوم پایه
۱۰۰/۰٪	۱۴/۳٪	۵۷/۱٪	۲۸/۶٪	مقطع تحصیلی در محدوده ٪
۶/۳٪	۱/۷٪	۳/۹٪	۴/۵٪	التزام به قانون در محدوده ٪ تحت تأثیر تلویزیون
۲۶	۸	۱۲	۶	شمارش پزشکی
۱۰۰/۰٪	۳۰/۸٪	۴۶/۳٪	۲۳/۱٪	مقطع تحصیلی در محدوده ٪
۶/۳٪	۶/۷٪	۵/۸٪	۶/۸٪	التزام به قانون در محدوده ٪ تحت تأثیر تلویزیون
۳	۱	۱	۱	شمارش هنر
۱۰۰/۰٪	۳۳/۳٪	۳۳/۳٪	۳۳/۳٪	مقطع تحصیلی در محدوده ٪
۱/۷٪	۱/۸٪	۰/۵٪	۱/۱٪	التزام به قانون در محدوده ٪ تحت تأثیر تلویزیون
۴۱۳	۱۱۹	۲۰۶	۸۸	شمارش مجموع
۱۰۰/۰٪	۲۸/۸٪	۴۹/۹٪	۲۱/۳٪	مقطع تحصیلی در محدوده ٪
۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	التزام به قانون در محدوده ٪ تحت تأثیر تلویزیون

بین مقطع تحصیلی و ایجاد زمینه پذیرش افکار جدید یا تغییرات فرهنگی - اجتماعی به کمک رسانه‌های جمعی (خصوصاً تلویزیون) رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد. در مقطع فوق دیپلم اکثریت ۷۰/۵ درصد در مقطع لیسانس ۴۶/۵ درصد، در مقطع فوق لیسانس ۶۵ درصد، در مقطع دکتری ۸۵/۵ درصد ایجاد زمینه پذیرش افکار جدید یا تغییرات

فرهنگی - اجتماعی به کمک رسانه‌های گروهی خصوصاً تلویزیون را زیاد و یا خیلی زیاد می‌دانند.

آزمون‌های مربع - خی

علامت‌مجانِب(دوطرفه)	Df	مقدار	
۱۶۵۴	۸	۵/۹۳۷ ^a	مربع خی - پیوستن
۱۶۳۴	۸	۶/۱۱۵	نسبت احتمالی
۱۷۰۳	۱	۱/۱۴۶	ارتباط خط به خط
		۴۱۳	N نمونه معتبر

۵ خانه (۳۳/۳ درصد) رقمی کمتر از ۱/۵ پیش‌بینی کرده‌اند. حداقل رقم پیش‌بینی شده ۰/۶۴ است.

نتیجه‌گیری

در این طرح پژوهش، فرضیه‌هایی مبتنی بر موارد زیر طرح گردید: تأکید بر نقش تلویزیون در جهت برنامه‌ریزی و جهت‌دهی صحیح برای ایجاد ذهنیت و لزوم تحقق جامعه مدنی، معنادار ارتباط بین میزان تماشای تلویزیون و توجه بینندگان جهت مشارکت در فرآیند تحقق جامعه مدنی و نیز معنادار بودن میزان ارتباط بین تحصیلات دانشگاهی و آمادگی بینندگان برای پذیرش تفکر جدید در جامعه، که در نهایت فرضیه‌های یاد شده، مورد تأیید قرار گرفتند. ویژگی‌هایی که برای آمادگی پذیرش تفکرات جدید و آشنایی با مفاهیم توسعه و تغییرات در مخاطبان مورد نظر قرار گرفت، از طریق عواملی چون میزان مطالعه، نوع محیط کار، معاشرت، عوامل خانوادگی، میزان توجه به وسایل ارتباط جمعی و بسیاری از عوامل روان‌شناسانه و جامعه‌شناسانه دیگر می‌توانند دامنه تغییر داشته باشند، اما نتایج بررسی تحلیل‌ها به‌طور بسیار مختصر نشان می‌دهند که:

- ۱- اکثریت پاسخگویان (۸۲/۳) اعتقاد دارند که رسانه‌ها خصوصاً تلویزیون باید آینه‌ای از جامعه، فرهنگ و هویت ملی کشورشان باشد.
- ۲- اکثریت پاسخگویان (۷۹/۱۲) تعهد و تخصص را عامل بسیار مهمی برای اداره کشور و پیشرفت آن می‌دانند.
- ۳- اکثریت پاسخگویان (بیش از ۶۵ درصد) اعتقاد به رعایت قانون حتی در صورت فقدان کنترل آن دارند.
- ۴- اکثریت پاسخگویان توصیه‌بازی و پارتی‌بازی را به‌عنوان اولین اولویت، و کمبود روحیه کار

- دسته‌جمعی را به‌عنوان دومین مورد برای تنگناهای فرهنگی و مانع پیشرفت دانسته‌اند.
- ۵- تحقیقات نشان می‌دهد که هرچه سطح تحصیلات دانشجویان بالاتر باشد، میزان آمادگی تغییرات فرهنگی و مشارکت آنان در امور اجتماعی - فرهنگی و سیاسی بیشتر بوده و رعایت روحیه شهروندی در آنان بیشتر به‌چشم می‌خورد.
- ۶- ۸۵ درصد پاسخگویان اعتقاد دارند که پذیرش افکار جدید یا تغییرات فرهنگی اجتماعی به کمک رسانه‌ها امکان‌پذیر است. رشته تحصیلی در عقیده فوق تأثیری نداشته است.
- ۷- اکثریت پاسخگویان (۸۲/۳٪) اعتقاد دارند که رسانه‌ها خصوصاً تلویزیون باید آینه‌ای از جامعه و فرهنگ موجود باشد.
- ۸- اکثریت افراد (۶۶٪) اعتقاد دارند که حاضرند وقت بیشتری را برای بهبود امور شغلی و مسئولیت خویش بدون چشمداشت خاص مادی صرف کنند.
- ۹- اکثریت افراد (۶۷٪)، نقش کارگزاران دولت را در قبال باورهای مذهبی مردم، تساهل و مدارا در دین می‌دانند.
- ۱۰- بین قبول تلویزیون به‌عنوان عامل محرک مشارکت برای تحقق جامعه مدنی و رشته تحصیلی، رابطه معناداری وجود دارد.
- موارد یاد شده، از موارد بسیار شاخصی بودند که با عنایت به محدودیت گفتار، فقط به آنها اشاره نمودیم. در اینجا با در نظر گرفتن فرهنگ‌سازی رسانه‌ها و نقش هدایت‌کننده آنها در امکان برقراری و ایجاد شرایط و زمینه‌های جامعه مدنی، تقویت هویت ملی و ایجاد انگیزش در امر مشارکت برای توسعه ملی و در آحاد جامعه (به‌ویژه جوانان)، اهمیت مطرح‌نمودن مباحث فوق، آشکارتر از گذشته به‌نظر می‌رسد.

راهکارها و پیشنهادات:

بسیاری از روان‌شناسان اجتماعی معتقدند که بالا رفتن سطح آگاهی، نیاز به موفقیت را در افراد افزایش می‌دهد، اگر در افراد جامعه، احساس نیاز برای موفقیت و پیشرفت بیشتر شود، بدون شک، ویژگی‌های روانی آنها تحت تأثیر قرار می‌گیرد و از توانایی‌های خود به بهترین وجهی بهره خواهند برد. فراگیر شدن چنین رفتاری در میان اقشار مختلف، در توسعه جامعه در ابعاد گوناگون مؤثر خواهد افتاد.

با توجه به طرح تحقیقی که انجام گرفت و نتایجی که به‌دست آمد، دانشجویان به‌عنوان یک نمونه از قشر تحصیلکرده، تا حد زیادی با زمینه‌ها و مفاهیم و ویژگی‌های جامعه مدنی آشنا بوده یا بدان عمل می‌کردند، اما در این میان، نقش تلویزیون برای تقویت این نگرش و رفتارها در دانشجویان و در بقیه اقشار ملت - که اکثریت قریب به اتفاق جامعه را تشکیل می‌دهند -

چیست؟

- ۱- آنچه مسلم است رسانه‌ها (به‌خصوص صدا و سیما) باید تهیه و تدوین طرح‌های کوتاه‌مدت و میان‌مدت را برای برنامه‌ریزی در جهت ارتقاء کیفی برنامه‌ها در جهت آشناسازی مردم با مفاهیم، مقتضیات و لازمه‌های جامعه مدنی، در اولویت برنامه‌های خود قرار دهند.
- ۲- همان‌گونه که گفته شد و نتایجی که از تحقیقات به‌دست آمد، به‌کار گرفتن مردم در مشارکت‌های اجتماعی و سیاسی و آگاه‌نمودن آنان برای پیشرفت‌های لازم در این مسیر، ضروری به‌نظر می‌رسد.
- ۳- توجه به کودکان و نوجوانان و فرهنگ‌سازی برای ایجاد افکار و باورهای توسعه و لزوم پیشرفت‌های مدنی، با توجه به جوان‌بودن جامعه ما، باید در رأس برنامه‌ریزی‌ها قرار گرفته و بودجه و توان مناسبی به این مهم اختصاص یابد. این امر می‌تواند غیر از رسانه‌ها در دوران پیش‌دبستانی و پس از آن که در مدارس با برنامه‌های صحیح از جانب نهادهای دولتی صورت گیرد و البته رسانه‌ها می‌توانند در این همکاری بسیار مؤثر واقع شوند.
- ۴- یکی از مواردی که می‌تواند برای ایجاد و نهادینه‌سازی باورهای پیشرفت و توسعه و به‌باورنشانیدن شاخصه‌های توسعه در تفکر مردم مؤثر باشد، ایجاد شبکه‌های خصوصی تلویزیونی است. شبکه‌های خصوصی می‌توانند با نظارت دولت به فعالیت بپردازند، اما با ایجاد و تنوع و تکثر و ساخت برنامه‌های مؤثر و متنوع، زمینه‌سازی‌های لازم را برای رشد و ارتقاء افکار عمومی در ابعاد گوناگون فراهم آورند.
- ۵- شناخت دقیق آداب و رسوم و روحیه‌های مردم کشورمان و ساخت برنامه‌های مناسب با حال و هوای آنان، برای ایجاد تغییر لازم است و انگیزه‌های لازم جهت پیشرفت‌های مدنی ضروری به‌نظر می‌رسد، این مهم با همکاری مردم، مسئولان رسانه‌ها و مسئولان فرهنگی کشور و هماهنگی و برنامه‌ریزی و اشتراک آنان امکان‌پذیر است.
- ۶- رسانه‌ها به‌طور اعم و تلویزیون به‌طور اخص، باید خطرات پنهان مقاومت‌های افکار و روش‌های قالبی را بشناسد و با مشاوره و استفاده از تخصص، برنامه‌ریزان، روان‌شناسان اجتماعی و متخصصان ارتباطات و رسانه‌ها، روش‌های مؤثری را جهت ایجاد و پرورش نوآوری، ابتکار و قابلیت انعطاف‌پذیری در مخاطبان به‌وجود آورند. در نتیجه ارتباطات مناسب می‌تواند، زمینه خلاق شرایط آزادی را در ابعاد گوناگون فراهم آورد.
- ۷- مورد دیگر، درک مردم از اعتبار رسانه‌هاست، یک رسانه، نباید با این باور که هر چه می‌گوید یا منتشر می‌کند، مردم کاملاً باور خواهند نمود، عمل نماید. بنابراین ایجاد زمینه‌های مشروعیت و اعتبار برای یک رسانه، بسیار مهم و ضروری است.
- ۸- یکی از مسائل بسیار مهم در حال حاضر نه فقط برای کشور ما، بلکه در اکثر کشورهای در

حال توسعه، وجود ماهواره‌هاست، با توجه به وجود غیر قابل انکار و استفاده قابل توجه افشار گوناگون مردم از این رسانه، رقابت فشرده و مهمی برای بقیه رسانه‌ها و خصوصاً تلویزیون وجود دارد. در واقع، مسئولان تلویزیون و سایر نهادها با جدی تلقی نمودن این واقعیت، باید در جهت شناخت تمام شبکه‌های تلویزیونی مورد توجه مردم از طریق ماهواره اقدام نموده و با برنامه‌ریزی‌های صحیح، نوع و میزان برنامه‌های پخش شده و قابل توجه را شناسایی نموده و در جهت ساخت و تهیه برنامه‌های مهم‌تر، پرمحتواتر، پربیننده‌تر، و جلب نمودن توجه مخاطبان داخل کشور به سمت و سوی برنامه‌های وطنی با کیفیت بهتر و کمیت قابل توجه، اقدام نماید.

منابع

- ازکیا، مصطفی، (۱۳۷۹)، جامعه‌شناسی توسعه، چاپ دوم، تهران: نشر کلمه.
- اعتدال، (۱۳۸۱)، «نقش تلویزیون در شناخت جامعه مدنی»، نشریه هفتگی سروش، سال بیست و چهارم،
- اولسون، دیوید، (۱۳۷۷)، رسانه‌ها و نمادها، ترجمه: محبوبه مهاجر، تهران، نشر سروش
- اینگلیس، فرد، (۱۳۷۷)، نظریه رسانه‌ها، ترجمه: محمود حقیقت کاشانی، تهران: مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ها.
- سارو خانی، باقر، (۱۳۷۰)، جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران: اطلاعات.
- سفیدی، هوشمند، (۱۳۶۸)، راهبردهای علمی روابط عمومی، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- علوی، پرویز، (۱۳۷۵)، ارتباطات سیاسی، تهران: مؤسسه نشر علوم نوین.
- فرند، ژولین، (۱۳۶۸)، جامعه‌شناسی ماکس وبر، ترجمه: عبدالحسین نیک گوهر، چاپ دوم، تهران: نشر رایزن.
- کاظمی، سیدعلی اصغر، (۱۳۷۶)، تحقق جامعه مدنی در انقلاب اسلامی ایران، تهران: سازمان مدارک انقلاب اسلامی.
- لوینا س، اما نوئل، (۱۳۸۰)، «گفتگو طرح گفتمان دیگری»، ترجمه: محمدرضا ارشاد، روزنامه همشهری، سال نهم، شماره ۲۵۵۰
- نبوی، سیدعباس، (۱۳۷۶)، تحقق جامعه مدنی در انقلاب اسلامی ایران، تهران: سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی.
- نوذری، حسینعلی، (۱۳۷۹)، صورتبندی مدرنیته و پست مدرنیته، تهران: انتشارات نقش جهان.
- نیمروزی، رسول، (۱۳۷۶)، «تحقق جامعه مدنی در انقلاب اسلامی ایران»، (مجموعه مقالات)، تهران: سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی.