

بررسی نقش رسانه‌ها و گروه‌های مرجع بر شکل‌گیری نگرش سیاسی دانشجویان

(مطالعه موردی: خیزش‌های اخیر اسلامی در منطقه خاورمیانه)

روح‌الله عباسی^۱

دانشجوی دکتری سنجش و اندازه‌گیری، دانشگاه علامه طباطبایی

علیرضا کوهکن^۲

استادیار روابط بین‌الملل دانشگاه علامه طباطبایی

صادق آبسالان^۳

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی

تاریخ پذیرش: ۹۲/۱۱/۲۳

تاریخ دریافت: ۹۲/۰۷/۱۸

چکیده

بررسی نگرش سیاسی دانشجویان مسئله‌ای است که در جامعه ما از جایگاه خاصی برخوردار است؛ چراکه نگرش‌ها مقدمه شکل‌گیری رفتارها و کنش‌های اجتماعی افراد هستند. از سوی دیگر، موضوع خیزش‌های اسلامی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، مهم‌ترین موضوع در عرصه تحولات سال‌های اخیر منطقه محسوب می‌شود. باتوجه به اینکه تاکنون داده مستند تجربی در خصوص دیدگاه دانشجویان در این زمینه ارائه نشده است، سنجش هر چند اجمالی این موضوع ضروری به نظر می‌رسد.

مقاله حاضر تلاشی است برای بررسی نقش رسانه‌ها و گروه‌های مرجع در نگرش دانشجویان به خیزش‌های اسلامی اخیر در منطقه. برای این منظور، ابتدا دیدگاه ۹۷۷ دانشجو از ۱۶ دانشگاه کشور به روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای اخذ شد و به کمک آزمون کای اسکور، رگرسیون چندگانه و تحلیل مسیر تجزیه و تحلیل شد. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که در مجموع، ۴۲/۸ درصد از تغییرات نگرش دانشجویان به جنبش‌های اسلامی منطقه، از مسیر دو عامل منابع کسب خبر و گروه‌های مرجع اجتماعی تبیین شدنی است ($p < 0.001$). همچنین، مبتنی بر نتایج تحلیل مسیر، از میان منابع کسب خبر، به ترتیب تأثیر صداوسیما و شبکه‌های ماهواره‌ای و سایت‌های اینترنتی و از میان گروه‌های مرجع اولیه و ثانویه، نقش رهبری نظام و علمای دینی در شکل‌گیری نگرشی خاص در دانشجویان درباره خیزش‌های اسلامی در منطقه خاورمیانه، معنادار است. در پایان، تلویحات پژوهش حاضر بررسی شده است.

واژه‌های کلیدی: نگرش سیاسی، خیزش‌های اسلامی، گروه‌های مرجع، منابع کسب خبر.

1. abbasi.ro@gmail.com

2. koohkan2001@gmail.com

3. sadegh_absalan@yahoo.com

مقدمه

شناخت نگرش^۱ گروه‌های اجتماعی به مسائل مختلف حائز اهمیت است؛ زیرا همان‌گونه که محققان بسیاری خاطرنشان کرده‌اند، نگرش‌ها یکی از عوامل بسیار مهم مؤثر بر رفتار افراد و یکی از پیش‌بینی‌کننده‌های بسیار قوی رفتار آنان به‌شمار می‌رود. نگرش را می‌توان ارزیابی خلاصه و کوتاهی از موضع تفکر دانست که دربرگیرنده پاسخ‌های شناختی و عاطفی است و به‌نوعی گرایش و تمایل به عمل معین را درمقابل محرکی خاص، ایجاد می‌کند (اوپنهایم^۲، ۱۳۶۹؛ بینر و وانک^۳، ۱۳۸۵). به‌عبارت‌دیگر، نگرش حالت آمادگی روانی نسبتاً پایداری است که فرد در رویارویی با پدیده، باتوجه‌به تجربه‌های پیشین و ارزیابی شناختی و عاطفی، درمورد آن پدیده ارزشیابی‌های مثبت یا منفی می‌کند و آماده عکس‌العمل (رفتار) می‌شود (روشن‌نهاد، ۱۳۸۸). «نگرش» ویژگی‌هایی دارد:

۱. خصوصیت اصلی نگرش، آمادگی برای پاسخ دادن است.
۲. حالت درونی آمادگی است؛ این بدان معناست که نگرش پیش‌شرط رفتار است، نه یک نگرش رفتار.

۳. نگرش مفهومی چندبعدی است شامل عناصر شناختی و عاطفی و رفتاری.

۴. فی‌البداهه و دفعی شکل نمی‌گیرد؛ بلکه از طریق تجربه فرد به‌وجود می‌آید و از طریق سایر تجارب فرد سازمان داده می‌شود.

۵. نگرش حامل ارزشیابی مثبت و منفی نسبت به موضوع نگرش است و نسبتاً بادوام است.

چنان‌که دیدیم، نگرش دامنه گسترده‌ای از مفاهیم را دربرمی‌گیرد. یکی از انواع نگرش‌هایی که فرد می‌تواند به موضوعات پیرامونی خود داشته باشد، نگرش سیاسی^۴ است. نگرش سیاسی جهت‌گیری‌های منفی یا مثبت دربرابر واقعیات سیاسی هستند. نگرش سیاسی آمادگی یا آمادگی درونی برای انجام عمل به‌نحوی خاص دربرابر پدیده‌ای سیاسی است، خواه این پدیده ایدئولوژی باشد، خواه نیرو و مسئله و امر مرتبط با احزاب یا افراد



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام

۱۰۸

سال سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۲

1. Attitude
2. Oppenheim
3. Bihner And Wanke
4. Political attitudes

سیاسی. به زعم می‌نارد و لانسلو، نگرش‌های سیاسی عبارت‌اند از طرزتلقی‌هایی اجتماعی که در برابر اوضاع سیاسی که خود اوضاعی اجتماعی هستند و از زاویه قدرت یعنی حکومت یا جامعه بدان‌ها نگریسته می‌شود، شکل می‌گیرند (ساروخانی، ۱۳۷۰). به عبارتی، عقیده و نظر و احساسی که فرد درباره موضوع سیاست دارد، نگرش سیاسی او را تشکیل می‌دهد.

اما در اینجا این مسئله مطرح است که نگرش‌ها چگونه شکل می‌گیرند و چگونه تغییر می‌کنند؟ چنان‌که اشاره شد، یکی از ویژگی‌های نگرش فی‌البداهه و خلق‌الساعه نبودن آن است و اینکه از بدو تولد به همراه فرد نیست، بلکه از طریق تجربه فرد به وجود می‌آید؛ از این رو، منابع نگرش از نظر اکثر اندیشمندان، افرادی هستند که انسان در زندگی خود با آن‌ها کنش متقابل دارد. در این میان، روان‌شناسان اجتماعی در خصوص اینکه نگرش‌ها چگونه آموخته می‌شوند، نظریات متنوع و عوامل متعددی ارائه داده‌اند که برخی از آن‌ها عبارت‌اند از: تجربه مستقیم، قرارگرفتن در معرض محرک‌ها^۶، شرطی‌شدن کلاسیک^۷ و کنشگر^۸، یادگیری مشاهده‌ای^۹ (الگو و سرمشق‌گرفتن) و مقایسه اجتماعی^{۱۰}. در ادامه، تنها به عواملی اشاره خواهد شد که با تحقیق حاضر ارتباط مستقیم دارند.

تجربه مستقیم: در بسیاری از موارد، نگرش‌های افراد حاصل مواجهه مستقیمشان با موضوع نگرش است. در مورد دانشجویان نیز این قضیه صادق است؛ بدین معنا که اگر فرد پیش از این فعالیت سیاسی می‌کرده یا به نحوی با مسائل حوزه سیاست ارتباط بیشتری داشته است، این رویارویی و تجربه ممکن است بر هر سه جزء نگرش او، چه از نظر جهت و چه از نظر شدت، آثاری بگذارد و مبنای شناخت، احساس، عملکرد و قضاوت او در موضوع نگرش قرار گیرد.

مقایسه اجتماعی: سازوکار دیگری که در شکل‌گیری نگرش‌ها نقش دارد، مقایسه اجتماعی، یعنی تمایل افراد به مقایسه خود با دیگران است. مقایسه اجتماعی به افراد کمک می‌کند تا مشخص کند که آیا دیدگاه‌های‌شان در مورد واقعیت‌های اجتماعی درست است

5. Meynard & Lancelot
6. More exposure
7. Classical conditioning
8. Operant conditioning
9. Observational learning
10. Social comparison



یا نه. این سازوکار چه بسا در مورد دانشجویان و نگرش‌های‌شان نیز صادق باشد. بدین معنا که نگرش دانشجویان ممکن است تا حدی از نگرش دانشجویان دیگر و فضای حاکم بر محیط زندگی دانشجویان متأثر باشد. این موضوع به‌ویژه هنگامی اهمیت ویژه می‌یابد که با نظریه‌الگو و سرمشق‌گیری ترکیب شود. علاوه‌براین، سن دانشجویان و تأثیرپذیری آن‌ها از گفتمان برتر حاکم بر فضای دانشگاه، بر شدت این موضوع می‌افزاید.

الگو و سرمشق‌گرفتن: فرایند دیگری که نگرش از طریق آن‌ها آموخته می‌شود، الگوی یادگیری اجتماعی یا سرمشق‌گرفتن با یادگیری مشاهده‌ای است. براساس این مکانیسم، افراد ایده‌ها و رفتارهایشان را با درک ایده‌ها و مشاهده رفتارهای کسانی می‌آموزند که برایشان مهم هستند. دیگران مهم برای کودکان عموماً والدین هستند و با افزایش سن و ورود به عرصه‌های مختلف اجتماعی، این دیگران مهم بسط می‌یابند؛ چنان‌که استاد برای دانشجو فرد مهمی به حساب می‌آید (کریمی، ۱۳۷۵؛ دلاور، ۱۳۹۱).

بدیهی است که همه گروه‌های اجتماعی به‌نحو یکسان در کانون توجه افراد یا گروه‌ها قرار نمی‌گیرند. تأثیرپذیری از دیگران در دامنه‌ای از بی‌تفاوتی کامل تا تعلق توأم با شور و اشتیاق وجود دارد. گروه‌های مرجع از این جهت اهمیت دارند که رفتارها، آگاهی‌ها، ایدئولوژی‌ها و بالاخره افکار معینی را به افراد تحمیل می‌کنند. افراد، گروه مرجع را سرمشق قرار می‌دهند؛ چراکه عقاید و رفتارهای گروه مرجع موضوع توجه و اعتماد کسانی است که به آن وابسته‌اند. برای معتقدان به مذهب معین، پیشوایان دینی گروه مرجع به حساب می‌آیند. گروه مرجع حتی ممکن است در زمان حاضر نیز موجودیت نداشته باشد. فردی که عضو خانواده‌ای است، در صورت پذیرش آن و پیوستگی کامل با آن، هنجارها و اصول و عقاید موجود در آن را ملاک رفتار خویش قرار می‌دهد (روشن‌نهاد، ۱۳۸۸).

دانشگاه محیطی بسیار متنوع و غنی است که در شکل‌گیری نگرش‌های جدید یا تحکیم و تغییر نگرش‌های پیشین دانشجویان مؤثر است. بخشی از نگرش‌های دانشجویان، پیش از ورود به دانشگاه، در محیط خانه و مدرسه و از طریق رسانه‌های جمعی شکل گرفته است. پس از ورود به دانشگاه، یا این نگرش‌ها تحکیم می‌شوند یا زمینه تغییر آن‌ها فراهم می‌شود. علاوه‌بر این‌ها، نگرش‌های جدیدی هم در دانشجویان شکل می‌گیرد که نتیجه تعاملات جدید آنان و دسترسی به منابع جدید شناخت است. رسانه‌های جمعی (داخلی



و خارجی)، منابع اطلاعاتی جدید (اینترنت، کتاب)، گروه‌های مرجع دانشجویی (استادان، روشن‌فکران، روحانیان و نویسندگان)، روزنامه‌ها، انجمن‌های سیاسی (انجمن اسلامی و بسیج دانشجویی) و غیرسیاسی (کانون‌های فرهنگی) و از همه مهم‌تر، سنت‌های دانشجویی، همگی عناصری هستند که در ساختن منظومه‌های نگرشی دانشجویان دخیل هستند. این منظومه‌های نگرشی را می‌توان به یک معنا، «فرهنگ دانشجویی» نامید. دانشجویان نوعی فرایند جامعه‌پذیری را در دانشگاه طی می‌کنند و در جریان همین جامعه‌پذیری است که فرهنگ دانشجویی را می‌آموزند یا درونی می‌کنند. بدون شک، فرهنگ دانشجویی یا منظومه‌های نگرشی دانشجویان چنان وسیع است که با یک تحقیق نمی‌توان آن‌ها را شناخت؛ اما در ارتباط با علل نگرش دانشجویان به سیاست یا عوامل مؤثر بر نگرش سیاسی دانشجویان، همان‌طور که در مباحث نظری بالا مطرح شد، عوامل متعددی تأثیرگذار هستند که برخی از آن‌ها لزوماً ماهیت سیاسی ندارند. این عوامل را می‌توان به سه دسته کلی تقسیم کرد: ۱. عوامل زمینه‌ای، مانند سن، جنس، قومیت، رشته تحصیلی، طول مدت تحصیل، موقعیت اجتماعی و اقتصادی خانواده دانشجویان؛ ۲. عوامل درون‌دانشگاهی، مانند فضای دانشگاه و خوابگاه، زمینه‌های ساختاری و بوروکراتیک دانشگاه، نوع عملکرد مدیریت دانشگاه، تأثیر متون و برنامه‌های درسی؛ ۳. عوامل فرادانشگاهی، مانند وضع عمومی جامعه، کارکرد نظام سیاسی، کارکرد نظام اقتصادی، کارکرد نظام فرهنگی، گروه‌های مرجع اجتماعی، فرهنگ‌های سیاسی دانشجویی، منابع کسب خبر (سراج‌زاده، ۱۳۸۱؛ سیدامامی و دیگران، ۱۳۸۵).

هریک از این عوامل به‌نحوی در نگرش دانشجویان و به‌تبع آن فعالیت‌های سیاسی مؤثرند. دانشجویان یکی از اقشار فعال جوامع در عرصه سیاست محسوب می‌شوند و کمتر کشوری می‌توان یافت که دانشجویان در آن نقش سیاسی مهمی به‌عهده نداشته باشند. جامعه دانشگاهی و دانشجویان به‌دلیل برخورداری از جایگاه ویژه در تأثیرگذاری بر اذهان عامه و نیز به‌جهت داشتن رویکردهای انتقادی به محیط پیرامونی، در هر اجتماعی در کانون توجه مسئولان جامعه قرار دارند.

مقاله پیش رو، در پی بررسی عوامل مؤثر بر تغییر نگرش دانشجویان کشور است و در میان عوامل متعدد، نقش منابع کسب خبر و گروه‌های مرجع اجتماعی را در شکل‌گیری



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسات العالم الاسلامی
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام



انجمن مطالعات جهان اسلام

Islamic World Studies Association

جمعية دراسات العالم الإسلامي

فصلنامه علمی - پژوهشی

پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام

۱۱۲

سال سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۲

نگرش دانشجویان بررسی کرده است. همان‌طور که از توضیحات فوق آشکار است، هدف اصلی پژوهش مطالعه سهم برخی عوامل اجتماعی در ایجاد تغییر نگرش در دانشجویان است و محتوای نگرش که ممکن است موضوعاتی از قبیل سیاست داخلی و عملکرد قوا و تحولات بین‌المللی باشد، نسبت به مسئله اصلی پژوهش، موضوعی ثانوی است.

جهان عرب در اواخر سال ۲۰۱۰ و اوایل ۲۰۱۱ شاهد تحولاتی بود که برای ناظران جهانی پیش‌بینی‌ناپذیر و تکان‌دهنده بود. در پی این تحولات، خیزش‌های مردمی گسترده با خواستها و مطالبات بی‌سابقه، همانند خواست سرنگونی حکومت‌های وقت و برپایی جامعه مدنی و حکومتی مردمی شکل گرفت که سرنگونی برخی حاکمان عرب متمایل به غرب را در پی داشت (خواج‌سروی و دیگران، ۱۳۹۱).

به‌منظور بررسی عوامل مؤثر در تغییر نگرش دانشجویان در کشور، موضوع وضعیت نگرش دانشجویان به خیزش‌های اخیر مردمی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا که از موضوعات بسیار مهم در عرصه تحولات منطقه طی سال‌های اخیر محسوب می‌شود، بررسی شده است. با توجه به اینکه تاکنون داده مستند تجربی در خصوص دیدگاه دانشجویان در این زمینه ارائه نشده است، سنجش هرچند اجمالی این موضوع نیز ضروری به نظر می‌رسد. گروه‌های مرجع اجتماعی بررسی شده در این تحقیق عبارت‌اند از: رهبری نظام، مراجع تقلید و علما، اساتید دانشگاه، منتقدان و روشن‌فکران سیاسی، اعضای خانواده و سایر (اعم از دوستان و هنرمندان و...). منابع کسب خبر نیز شامل صداوسیما، ماهواره، روزنامه، سایت‌های اینترنتی، رادیوهای خارجی و اطرافیان بوده است.

پیشینه پژوهشی

در خصوص تأثیر منابع کسب خبر و گروه‌های مرجع بر نگرش دانشجویان، تحقیقات متعددی صورت گرفته است.

۱. منابع کسب خبر و نگرش دانشجویان: سیدامامی (۱۳۸۴) در پژوهشی با عنوان «سنجش اشکال و سطوح مشارکت سیاسی دانشجویان و نگرش‌های آنان درباره مشارکت سیاسی» که در دانشگاه‌های شهر تهران انجام داد، مهم‌ترین منبع کسب اخبار و اطلاعات سیاسی دانشجویان را ابتدا تلویزیون و سپس روزنامه‌ها و سایت‌های اینترنتی معرفی کرد.

نتایج پژوهش دیگری با عنوان «تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر مشارکت سیاسی شهروندان تهرانی» (پناهی و عالی‌زاد، ۱۳۸۴) نشان داد که میان استفاده از ماهواره و مشارکت سیاسی شهروندان، رابطه معنادار منفی وجود دارد ($r = -0.285$). همچنین، میان استفاده از وسایل ارتباط جمعی داخلی نظیر صداوسیما و روزنامه‌های سراسری با مشارکت سیاسی رابطه معنادار وجود دارد ($r = 0.14$). از سوی دیگر، ادیبی سده و کیهانی (۱۳۸۵) در پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه اصفهان» میان استفاده از رسانه‌های جمعی (اعم از تلویزیون و اینترنت) با مشارکت سیاسی دانشجویان، رابطه معناداری مشاهده نکردند.

۲. گروه‌های مرجع اجتماعی و نگرش نسبت به دانشجویان: در خصوص نقش گروه‌های مرجع در شکل‌گیری نگرش‌های دانشجویان نیز تحقیقاتی صورت پذیرفته است. در سال ۱۳۸۸، روشن‌نهاد پژوهشی با عنوان «سنجش نگرش سیاسی دانشجویان» با حجم نمونه ۱۵۳۶ انجام داد. نتایج این پژوهش در ارتباط با سنجش «میزان تأثیرپذیری دانشجویان از گروه‌های مرجع» حاکی از آن است که بین گروه‌های اولیه از نظر تأثیرگذاری بر دانشجویان، خانواده در درجه اول اهمیت قرار دارد (۴۵ درصد) و گروه‌های همسال، تنها ۳۴ درصد بر نگرش سیاسی دانشجویان مؤثرند. از میان گروه‌های مرجع ثانویه، گروه‌های مؤثرتر در شکل‌گیری نگرش سیاسی پاسخ‌گویان، به ترتیب عبارت‌اند از: شخصیت‌های فکری فرهنگی (۵۱/۶ درصد)، اولیای خدا و دستورهای دین (۴۵ درصد) و شخصیت‌های سیاسی مذهبی (۴۲/۹ درصد). کم‌اثرترین گروه‌ها نیز به ترتیب، قهرمانان ورزشی و هنرمندان (۱۱/۴ درصد)، رهبران انقلابی خارجی (۱۶/۷ درصد) و احزاب داخلی (۲۲ درصد) هستند. در ارتباط با سنجش «گروه‌های مرجع ثانویه مطرح در جامعه‌پذیری سیاسی» نتایج این پژوهش نشان می‌دهد ۳۰ درصد دانشجویان اعتقاد دارند که فضا و محیط دانشگاه در حد زیاد و خیلی زیاد در دانشجویان نگرش سیاسی ایجاد می‌کند.

سیدامامی در پژوهشی با عنوان «مشارکت سیاسی دانشجویان: ارزیابی برخی از پیش‌بینی‌کننده‌های مشارکت سیاسی» به استناد یافته‌های پیمایشی که درباره اشکال و سطوح مشارکت سیاسی دانشجویان به دست آمد، یکی از نظریه‌های جامعه‌شناختی مشارکت سیاسی، یعنی «نظریه منابع»، را ارزیابی کرده است (سیدامامی، ۱۳۸۶). براساس نتایج



حاصل از این پژوهش، تفاوت در منابع اجتماعی اقتصادی دانشجویان، مانند تحصیلات و درآمد خانواده، تفاوت معناداری را در رفتار مشارکتی آنان سبب نمی‌شود و علاقه به سیاست و پیگیری اخبار و مسائل سیاسی از رسانه‌ها یکی از پیش‌بینی‌کننده‌های مشارکت سیاسی دانشجویان در ایران به‌شمار می‌رود. همچنین، حس اثربخشی سیاسی به‌عنوان یکی از منابع روان‌شناختی، در هر دو بعد اثربخشی درونی و بیرونی، رابطه معناداری با مشارکت سیاسی آنان دارد؛ اگرچه مشارکت رأی‌دهی ظاهراً در مورد دانشجویان رابطه محکمی با حس اثربخشی سیاسی آنان ندارد. البته دین‌داری یا مذهبی بودن در چارچوب نظام سیاسی ایران، تا حدودی بر مشارکت سیاسی دانشجویان تأثیر مثبت دارد.

طرح «نگرش‌ها و رفتارهای دانشجویان» از جمله پژوهش‌های دیگری است که سراج‌زاده در سال ۱۳۸۱ اجرا کرده است. در این پژوهش، ۱۵۲۲ نفر از دانشجویان در ۲۰ دانشگاه دولتی انتخاب شدند. ۶۴ درصد از دانشجویان، شخصیت‌های سیاسی نظام جمهوری اسلامی ایران را بزرگان سیاسی مورد احترام خود معرفی کرده‌اند و حدود ۳۲ درصد، از مصلحان و روشن‌فکران معاصر مانند امیرکبیر و مصدق و شریعتی نام برده‌اند. مرکز افکارسنجی (ایسپا، ۱۳۸۴) نیز در سال ۱۳۸۴، تحقیق دیگری درباره نگرش‌های سیاسی دانشجویان، بر روی نمونه‌ای از دانشجویان دانشگاه تهران (۶۶۷ نفر: ۵۲ درصد زن و ۴۸ درصد مرد) انجام داده است که براساس نتایج آن، نزدیک ۵۰ درصد از دانشجویان پیگیر اخبار مربوط به مسائل و رخداد‌های سیاسی هستند و بیش از ۴۰ درصد آنان در میان دوستان و محافل خانوادگی به مباحث سیاسی می‌پردازند.

۳. خیزش‌های اسلامی: درخصوص تحولات منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا مطالعات نظری متعددی انجام شده است. نقش رسانه‌ها در بازنمایی تحولات منطقه در مقاله‌ای با عنوان «بازنمایی تحولات اخیر جهان اسلام در گفتمان پرس‌تی‌وی» بررسی شده است (بشیر و وحیدی فردوسی، ۱۳۹۲). نتایج به‌دست‌آمده حاکی از آن است که سیاست شبکه خبری پرس‌تی‌وی درقبال تحولات بحرین و لیبی و یمن با تأکید بر مصادیق فساد و سرکوب و شکنجه مردم بوده است؛ اما درخصوص سوریه، بر لزوم اصلاحات (و نه تغییر رژیم) تأکید شده است. حاتمی و اسماعیلی (۱۳۹۱) در پژوهشی مبتنی بر روش تحلیل گفتمان، تعالی گفتمان انقلاب اسلامی در جنبش‌های بیداری اسلامی را بررسی



کرده‌اند. در این پژوهش تحولات اخیر منطقه، در مسیر گفتمانی انقلاب اسلامی ایران و نویدبخش شکل‌گیری ادبیات جدیدی از مواجهه با نظام سلطه بین‌الملل دانسته شده است. خواجه‌سروی و همکاران (۱۳۹۱)، در پژوهشی با عنوان «بیداری اسلامی و جریان‌های اسلام‌گرا» درباره نقش و عملکرد جریان‌های اسلام‌گرا در شکل‌گیری پدیده بیداری اسلامی کاوش نظری کرده‌اند.

با وجود این، در هیچ‌یک از این پژوهش‌ها، داده مبتنی بر پیمایش درخصوص نگرش دانشجویان به خیزش‌های اخیر منطقه ارائه نشده است و این مسئله یکی از جنبه‌های نوآورانه مقاله حاضر می‌باشد.

روش تحقیق

مبتنی بر شرایط تحقیق و موضوع مورد بررسی، پژوهش حاضر از نوع پیمایشی مقطعی است و اطلاعات از طریق پرسش‌نامه محقق‌ساخته گردآوری شده است. رایج‌ترین طرحی که در تحقیق پیمایشی به کار می‌رود، طرح مقطعی است. در این رویکرد، اطلاعات از افراد در یک مقطع زمانی جمع‌آوری می‌شود.

جامعه آماری، نمونه و شیوه نمونه‌گیری

جامعه آماری در پژوهش حاضر، همه دانشجویان شاغل به تحصیل در سال تحصیلی ۱۳۹۱-۱۳۹۲ در مقاطع مختلف تحصیلی، در دانشگاه‌های دولتی (حدود ۵۳ دانشگاه) تحت پوشش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری هستند^{۱۱} (حدود ۲،۴۰۲،۳۴۵ نفر). برای تعیین حجم نمونه، با دراختیارداشتن فراوانی جامعه آماری، از فرمول تعیین حجم نمونه (فرمول کوکران) به شرح زیر استفاده شده است ($p = 0/5$ و $d = 0/04$):

$$n = \frac{Nt^2 p(1-P)}{Nd^2 + t^2 p(1-p)} = 600$$

حجم نمونه پیشنهادی فرمول فوق حدود ۶۰۰ نفر است که براساس پیشینه تجربی و ملاحظات تحقیق، در نهایت حجم نمونه ۹۸۰ نفر افزایش یافت و این تعداد پرسش‌نامه وارد مرحله تجزیه و تحلیل شد.

۱۱. سایت موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی: irphe.ac.ir/files/site1/pages/Amar_1Negah



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسات العالم الإسلامي

فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های یاسی جهان اسلام

شیوه نمونه‌گیری: وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مجموعه دانشگاه‌های تحت پوشش خود را در پنج منطقه طبقه‌بندی کرده است. همین مبنای نمونه‌گیری به روش چندمرحله‌ای^{۱۲} قرار گرفت. در این بخش، به هر دانشگاه به‌عنوان خوشه^{۱۳} نگریسته می‌شود. برای انجام فرایند نمونه‌گیری، نخست سهمیه مربوط به هر منطقه متناسب با جمعیت آن نسبت به کل جمعیت دانشجویی محاسبه شده و در هر منطقه، دانشگاه مدنظر به روش PPS (که در آن خوشه‌های بزرگ‌تر امکان بیشتری برای ورود به نمونه پیدا می‌کنند) انتخاب شد و در نهایت، ۱۶ دانشگاه پیمایش شدند.^{۱۴} گفتنی است که سهمیه هر دانشگاه نیز متناسب با جمعیت دانشجویی آن‌ها نسبت به کل جمعیت دانشجویی منطقه مدنظر، تعیین شد.^{۱۵}

ابزار اندازه‌گیری

ابزار اندازه‌گیری در پژوهش حاضر پرسش‌نامه است که براساس اهداف پژوهش و مبانی نظری و ملاحظات روش‌شناختی نظریه کلاسیک آزمون^{۱۶} تدوین شده است. دقیق‌ترین راه برای تعیین روایی^{۱۷} پرسش‌نامه، استفاده از روایی ملاکی از طریق بررسی همبستگی نتایج آن آزمون با ملاکی خارجی از قبیل پرسش‌نامه مشابهی است که قبلاً تهیه شده و روابودنش اثبات شده است. اما اگر چنین پرسش‌نامه‌ای از قبل وجود نداشته باشد یا امکان اجرای هم‌زمان آن‌ها وجود نداشته باشد، از روایی محتوایی^{۱۸} بهره‌گیری می‌شود؛ به این ترتیب که ارتباط کامل گویه‌های آزمون با محتوای زمینه مدنظر از طریق رجوع به افراد خبره و دارای صلاحیت در آن حوزه انجام می‌شود. برای تعیین روایی پرسش‌نامه حاضر، از روایی صوری^{۱۹} (یکی از اقسام روایی محتوایی) و مبتنی بر دیدگاه خبره، استفاده شده است. برای این منظور، پرسش‌نامه در اختیار مجموعه‌ای از متخصصان شامل استادان علوم سیاسی (دو نفر)، صاحب‌نظران حوزه روش در پژوهش‌های اجتماعی (دو نفر) و پژوهشگران و



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های پایه‌ای جهان اسلام

۱۱۶

سال سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۲

12. Multi-Stage Sampling

13. Cluster

۱۴. دانشگاه‌های تهران، شهید بهشتی، خوارزمی، زنجان، ارومیه، کردستان، لرستان، فردوسی مشهد، بجنورد، مازندران، اصفهان، صنعتی اصفهان، اراک، شهید چمران اهواز، شهید باهنر کرمان، هرمزگان.

۱۵. روش نمونه‌گیری در دانشگاه‌ها، طی آیین‌نامه‌ای به مجریان میدانی طرح آموزش داده شد.

16. Classical Test Theory (CTT)

17. Validity

18. Content Validity

19. Face Validity

محققان عام حوزه علوم انسانی (چهار نفر) قرار گرفت. پس از اخذ دیدگاه‌های آنان و انجام اصلاحات طی مراحل متعدد، سؤالاتی از پرسش‌نامه انتخاب شدند که ضریب توافق در آن‌ها بالای ۰/۷ بود.

تجزیه و تحلیل اطلاعات به صورت توصیفی و سپس تحلیل استنباطی از طریق آزمون کای اسکور، تحلیل رگرسیون و تحلیل مسیر و با کمک نرم افزار SPSS صورت گرفته است.

یافته‌ها

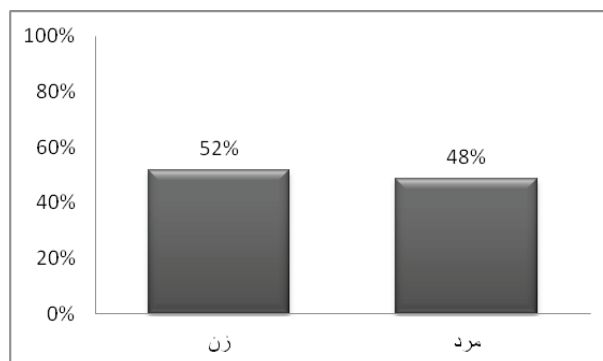
پس از مرور مبانی نظری و تجربی، یافته‌های تحقیق در دو بخش توصیفی و استنباطی ارائه شده است.

۱- یافته‌های توصیفی

۱-۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی:

ارائه ویژگی‌های جمعیت‌شناختی برای شناسایی بیشتر ویژگی‌های شرکت‌کنندگان در تحقیق ضرورت دارد. در اینجا اهم اطلاعات مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی^{۲۰} اعضای گروه نمونه آورده شده است.

در نمودار ۱، اطلاعات مربوط به جنسیت شرکت‌کنندگان در تحقیق، بر حسب درصد نشان داده شده است. بر اساس نمودار، ۵۱/۶ درصد از دانشجویان حاضر در تحقیق را زنان و ۴۸/۴ درصد از دانشجویان را مردان تشکیل می‌دهند که این نسبت‌ها رابطه نزدیکی با نسبت دانشجویان زن و مرد شاغل به تحصیل در کل دانشگاه‌های کشور دارد.



نمودار ۱. نسبت جنسیت شرکت‌کنندگان

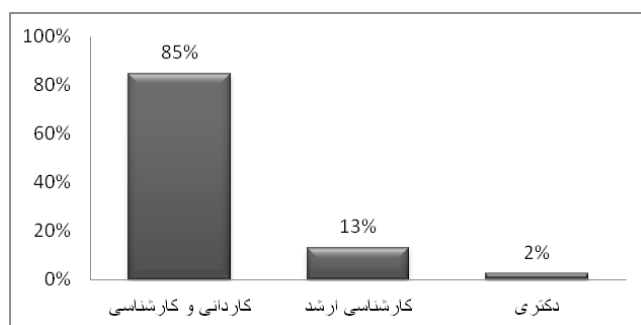
20. Demographic Characteristics



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسات العالم الإسلامي

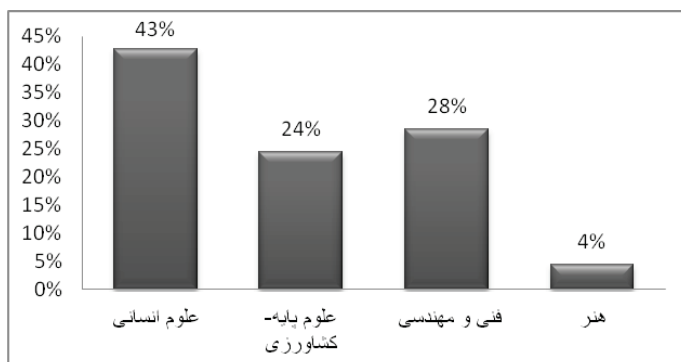
فصلنامه علمی-پژوهشی
پژوهش‌های یاسی جهان اسلام

در نمودار ۲، اطلاعات مربوط به مقطع تحصیلی شرکت‌کنندگان در تحقیق، نشان داده شده است. بر این اساس، ۸۵ درصد دانشجوی کاردانی و کارشناسی، ۱۳ درصد دانشجوی کارشناسی ارشد و ۲ درصد مقطع دکتری هستند. ضمناً این نسبت‌ها با نسبت دانشجویان مقاطع مختلف تحصیلی در کل وزارت علوم (طبق آمارهای رسمی) همسوست.^{۲۱}



نمودار ۲. وضعیت تحصیلات شرکت‌کنندگان

در نمودار ۳، اطلاعات مربوط به گروه تحصیلی شرکت‌کنندگان در تحقیق، برحسب درصد نشان داده شده است. بر این اساس، ۴۳ درصد در گروه علوم انسانی-اجتماعی، ۲۴ درصد در گروه علوم پایه-کشاورزی، ۲۸ درصد در گروه فنی-مهندسی و ۴ درصد در گروه هنر شاغل به تحصیل هستند.



نمودار ۳. گروه‌های تحصیلی شرکت‌کنندگان

۱-۲. منابع کسب خبر:

۲۱. گزارش مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری (www.irphe.ir/FA/Statistices).



فصلنامه علمی-پژوهشی
پژوهش‌های پایه‌ای جهان اسلام

۱۱۸

سال سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۲

پاسخ دانشجویان به سؤالی در خصوص تعیین سهم هریک از منابع و رسانه‌های زیر در آگاهی از اخبار سیاسی، در طیفی با دامنه ۵ تایی در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. میزان مراجعه دانشجویان به منابع کسب خبر (درصد)

منبع کسب خبر	همیشه	اغلب	گاهی	بندرت	هیچوقت
صداوسیما	۲۸	۳۰	۲۰	۱۱	۱۱
ماهواره	۱۷	۲۰	۲۰	۱۷	۲۷
روزنامه	۸	۲۴	۳۲	۲۵	۱۲
سایت‌های اینترنتی	۱۲	۲۰	۲۴	۲۲	۲۲
رادیوهای خارجی	۵	۹	۱۳	۲۳	۵۰
اطرافیان	۳۰	۳۷	۳۰	۱۰	۳
سایر منابع	۵	۱۵	۲۳	۲۶	۳۰

بر اساس اظهار نظر دانشجویان، ۵۸ درصد دانشجویان همیشه یا بیشتر اوقات برای کسب اخبار سیاسی از «صداوسیما» بهره می‌برند. دومین منبع کسب خبر، «اطرافیان» هستند که ۵۷ درصد دانشجویان همیشه یا اغلب به آن رجوع می‌کنند. اطرافیان اعم از خانواده و دوستان است. همچنین، ۵۷ درصد دانشجویان اظهار داشتند که لااقل گاهی، «ماهواره» مرجع اطلاع از اخبار آن‌ها محسوب می‌شود که از این میان ۳۷ درصد اغلب یا همیشه از آن استفاده می‌کنند.

سهم مطبوعات مکتوب (روزنامه‌ها و جراید) که از آن به‌عنوان یکی از منابع اصلی کسب خبر یاد می‌شود، کم بوده و ۶۹ درصد دانشجویان اصلاً از آن استفاده نمی‌کنند یا گهگاه از آن استفاده می‌کنند. این در حالی است که دانشجویان همیشه یا اغلب از «اینترنت» برای آگاهی از مسائل سیاسی بهره می‌گیرند.



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسات العالم الاسلامی

فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام

۱-۳. گروه‌های مرجع:

در اینجا، با ارزیابی و تحلیل دیدگاه‌های دانشجویان در پاسخ به این پرسش که «موضع‌گیری افراد زیر چقدر بر دیدگاه‌ها و تصمیم‌گیری‌های سیاسی شما تأثیرگذار بوده است؟»، نگرش آن‌ها در این حوزه بررسی شده است که نتایج آن در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. گزارش دانشجویان درخصوص میزان تأثیرپذیری از گروه‌های مرجع اجتماعی (درصد)

گروه مرجع اجتماعی	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	اصلاً
رهبری نظام	۳۷	۱۵	۱۶	۱۰	۲۲
مراجع تقلید و علما	۲۰	۲۲	۲۰	۱۷	۲۱
استادان دانشگاه	۱۶	۲۹	۳۲	۱۵	۸
منتقدان و روشن‌فکران سیاسی	۱۴	۲۹	۳۱	۱۶	۱۰
اعضای خانواده	۲۴	۲۹	۲۸	۱۳	۶
سایر (اعم از دوستان و هنرمندان)	۷	۱۴	۲۵	۲۵	۳۰

براساس اظهارنظر ۵۳ درصد دانشجویان، «خانواده» به‌میزان خیلی زیاد یا زیاد بر دیدگاه‌های آن‌ها تأثیرگذار است. در میان گروه‌های مرجع ثانویه، ۵۲ درصد از دانشجویان «رهبری نظام» را فردی معرفی کرده‌اند که بیشترین تأثیر را بر دیدگاه‌ها و تصمیم‌گیری‌های سیاسی آن‌ها دارد. پس از آن‌ها، به‌ترتیب استادان دانشگاه با ۴۵ درصد، منتقدان و روشن‌فکران سیاسی با ۴۳ درصد و مراجع تقلید و علما با ۴۲ درصد، بیشترین تأثیر را بر دیدگاه‌های دانشجویان داشته‌اند.

۱-۴. نگرش درباره خیزش‌های اسلامی در منطقه:

برای ارزیابی و تحلیل نگرش دانشجویان در زمینه خیزش‌های اسلامی در منطقه، از آنان خواسته شد دیدگاه خود را درخصوص گزاره‌های زیر بیان کنند که نتایج آن در جدول ۳ آمده است.



گزاره‌ها:

۱. تحولات اخیر در کشورهای اسلامی و عربی، باعث کاهش نفوذ آمریکا و اسرائیل در منطقه خواهد شد.
۲. خیزش‌های اخیر در منطقه خاورمیانه، تحت تأثیر انقلاب اسلامی ایران شکل گرفته‌اند.

جدول ۳. نگرش دانشجویان درباره‌ی خیزش‌های اسلامی در منطقه (درصد)

متغیر	سطوح	موافق یا تا حدودی موافق	مخالف یا تا حدودی مخالف	بدون اظهارنظر
جنسیت	زن	۵۰	۳۸	۱۲
	مرد	۵۰	۴۶	۴
مقطع	کاردانی و کارشناسی	۵۰	۴۲	۸
	کارشناسی ارشد	۵۵	۳۵	۱۰
	دکتری	۳۲	۶۱	۶
کل		۵۰	۴۲	۷

مبتنی بر نتایج جدول ۴، حدود نیمی از دانشجویان به گویه‌های فوق پاسخ «موافق یا تا حدودی موافق» داده‌اند. نیز، ۴۲ درصد دانشجویان نگرشی منفی داشته و ۷ درصد از شرکت‌کنندگان در این باره نظری ابراز نکرده‌اند. آزمون آماری کای اسکور نشان می‌دهد که تفاوت دیدگاه دانشجویان (موافق و مخالف با گویه‌ها) از نظر آماری معنادار است ($p < 0/005$ ، $X^2 = 6/61$).

همان‌طور که در جدول زیر ملاحظه می‌شود، نسبت دانشجویان مرد و زن که نگرش موافقی با گویه‌های فوق دارند، با یکدیگر برابر و معادل ۵۰ درصد است ($p = 0/12$ ، $X^2 = 2/39$). با وجود این حدود ۱۲ درصد از زنان از پاسخ به این بخش خودداری کرده‌اند. همچنین، ۵۰ درصد از دانشجویان کارشناسی و ۵۵ درصد از دانشجویان کارشناسی ارشد دارای دیدگاه موافق بوده و تنها ۳۲ درصد از دانشجویان دکتری نگاهی مشابه به این تحولات داشته‌اند و این تفاوت دیدگاه، از نظر آماری نیز معنادار است ($p < 0/05$ ، $X^2 = 6/61$).



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های یاسی جهان اسلام

۲- یافته‌های استنباطی

برای تعیین نقش متغیرهای پیش‌بین (مستقل) شامل منابع کسب خبر (صداوسیما، شبکه‌های ماهواره‌ای، سایت‌های اینترنتی، خانواده، روزنامه، رادیوهای خارجی) و گروه‌های مرجع (رهبری نظام، علمای دینی، استادان دانشگاه، روشن‌فکران، خانواده) در تبیین متغیر نگرش دانشجویان به جنبش‌های اسلامی منطقه به‌عنوان متغیر ملاک (وابسته)، از رگرسیون چندگانه (هم‌زمان) استفاده شده است. در این روش، متغیرهای پیش‌بین هم‌زمان وارد تحلیل می‌شوند (جدول ۴).

جدول ۴. نتایج خلاصه مدل رگرسیونی

متغیرها	R	ضریب تبیین	خطای استاندارد برآورد	دوربین-واتسون
منابع کسب خبر گروه‌های مرجع	۰/۶۵۴	۰/۴۲۸	۰/۷۵۸	۱/۸۶

جدول ۵. نتایج تحلیل واریانس یک‌راهه

متغیرها	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
رگرسیون	۴۱۵/۱۳	۱۰	۴۱۵/۵۱	۷۲/۲۹	۰/۰۰۱
باقی مانده	۵۵۵/۳۱	۹۶۷	۵۷/۰		
کل	۹۷۰/۴۴	۹۷۷			

همان‌طور که در یافته‌های جدول ۴ مشهود است، تغییرات نگرش دانشجویان براساس متغیرهای پیش‌بین منابع کسب خبر و نیز گروه‌های مرجع تبیین‌پذیر است؛ به‌نحوی که این دو عامل قادرند در مجموع ۴۲/۸ درصد از واریانس نگرش دانشجویان به جنبش‌های



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association

مجموعه تراسات العالم الاسلامی
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بنیادی جهان اسلام

۱۲۲

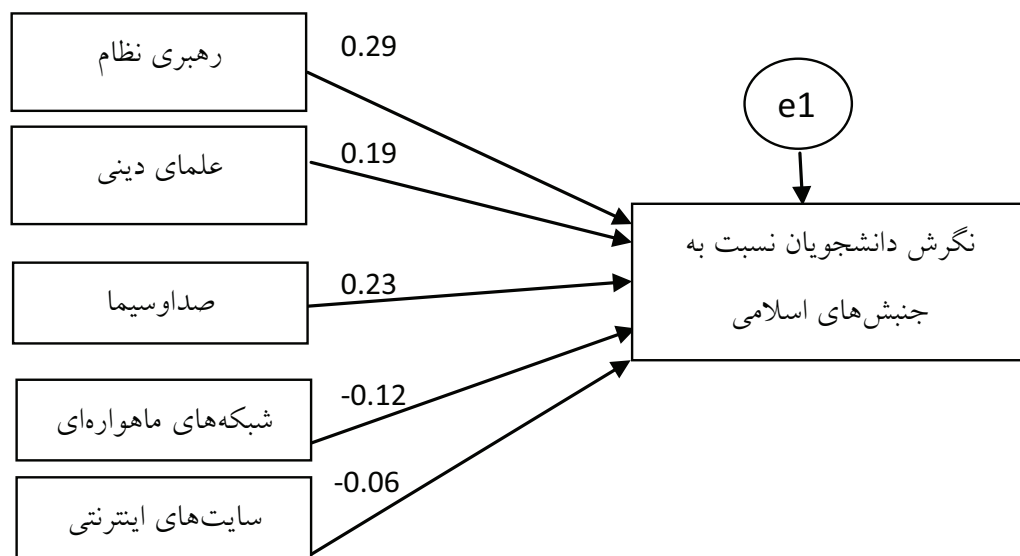
سال سوم ، شماره چهارم ، زمستان ۱۳۹۲

اسلامی منطقه را تبیین کنند ($p < 0/001$). همچنین، مقدار آزمون دوربین- واتسون نشان می‌دهد که خطاها از یکدیگر مستقل بوده و مفروضه استفاده از رگرسیون برقرار است.

جدول ۶. نتایج ضرایب تحلیل رگرسیون

VIF	سطح معناداری	آزمون t	B	منابع تغییر	
-	۰/۰۰۰	۱۰/۳۵	۱/۱۹۶	مقدار ثابت	
۱/۲۵	۰/۰۰۰	۸/۵۳	۰/۱۴۰	صداوسیما*	منابع کسب خبر
۱/۳۱	۰/۰۰۰	- ۴/۳۰	۰/۰۶۶	شبکه‌های ماهواره‌ای*	
۱/۱۵	۰/۴۶۹	۰/۷۲	۰/۰۱۲	روزنامه‌ها و جراید	
۱/۲۸	۰/۰۴۳	- ۲/۰۳	۰/۰۳۴	سایت‌های اینترنت*	
۱/۲۴	۰/۲۲۶	- ۱/۲۱	۰/۰۲۳	رادیوهای خارجی	
۱/۲۶	۰/۰۰۰	۷/۹۲	۰/۱۶۱	رهبری نظام*	
۲/۱۰	۰/۰۰۰	۵/۴۰	۰/۱۰۵	علمای دینی*	
۱/۳۴	۰/۴۲۰	- ۰/۸۱	۰/۰۱۴	استادان دانشگاه	
۱/۳۱	۰/۷۳۹	۰/۳۳	۰/۰۰۶	روشن‌فکران	
۱/۰۷	۰/۰۵۳	۱/۹۴	۰/۰۳۲	خانواده	

باتوجه به معناداری آزمون t در جدول ۶، حضور سه عامل از منابع کسب خبر شامل صداوسیما و شبکه‌های ماهواره‌ای و سایت‌های اینترنتی و نیز دو عامل از گروه‌های مرجع شامل رهبری نظام و علمای دینی در معادله نهایی رگرسیون، از نظر آماری پذیرفتنی است. همچنین مقادیر آماره VIF شائبه وجود هم‌خطی میان متغیرها را منتفی می‌سازد. در ادامه به کمک تحلیل مسیر^{۲۲} برآوردهای کمی روابط علی (هم‌کنشی) بین مجموعه متغیرها نشان داده می‌شود. البته ساختن مدل علی به معنای وجود روابط علی میان متغیرهای مدل نیست؛ بلکه این علیت بیان می‌کند که کدام مسیر اهمیت بیشتری دارد.



نمودار ۲. نمودار تحلیل مسیر

در نمودار ۲، مسیرهای معنادار در تبیین متغیر ملاک به‌همراه ضرایب هر یک از مسیرها نشان داده شده است. همچنین، علامت ضرایب جهت تأثیرگذاری‌ها را بیان می‌کند؛ بنابراین، همان‌طور که در نمودار نیز آمده است، درخصوص عوامل مؤثر در شکل‌گیری نگرش دانشجویان به جنبش‌های اسلامی اخیر در منطقه، می‌توان گفت که در میان گروه‌های مرجع اجتماعی، بیشترین تأثیر مربوط به رهبری نظام با ضریب ۹۲/۰ بوده است و در میان منابع کسب خبر، مربوط به صداوسیما با ۳۲/۰ و شبکه‌های ماهواره‌ای با ۹۲/۰.



فصلنامه علمی - پژوهشی
مجموعه تراسات العالم الاسلامی
پژوهش‌های بنیادی جهان اسلام

۱۲۴

سال سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۲

نتیجه‌گیری

نگرش‌ها ابعادی همچون آمادگی درونی بالفعل برای انجام عمل و نیز گرایش یا جهت‌گیری مثبت یا منفی در برابر امر اجتماعی را روشن می‌سازند و ترکیبی متشکل از شناخت‌ها و احساس‌ها و آمادگی برای عمل به پدیده‌ای معین هستند (کوهن، ۱۳۸۷؛ کرچ و دیگران، ۱۹۶۱). دانشجویان و نگرش آنان به مسائل سیاسی و اجتماعی و فرهنگی همواره از اهمیت خاصی برخوردار بوده‌اند. دانشجویان در فرصت‌های گوناگون دیدگاه‌ها و مواضع سیاسی خاص خود را دربارهٔ مسائل پیرامون خود داشته‌اند. آنان در بسیاری از مواقع خود را در مسائل سیاسی پیشرو می‌دانسته و برای خود رسالتی سیاسی قائل بوده‌اند؛ از این رو، پژوهش حاضر از چند بعد دارای اهمیت است.

براساس یافته‌های پژوهش حاضر، منابع اصلی کسب اخبار سیاسی، به ترتیب صداوسیما و اطرافیان (اعم از خانواده و دوستان) است. این موضوع نقش و اهمیت محیط پیرامونی را در مقابل سایر رسانه‌ها نشان می‌دهد. همچنین، یک‌سوم دانشجویان اظهار کردند که اغلب یا همیشه، «ماهواره» مرجع اطلاع از اخبار آن‌ها محسوب می‌شود. اما در خصوص مطبوعات مکتوب (روزنامه‌ها و جراید) نیز دوسوم دانشجویان به‌ندرت از آن استفاده می‌کنند. این در حالی است که رسانه‌های مرتبط با فضای مجازی و سایت‌های اینترنت رو به افزایش است؛ به نحوی که حدود یک‌سوم دانشجویان همیشه یا اغلب از «اینترنت» برای آگاهی از مسائل سیاسی بهره می‌گیرند.

همچنین مبتنی بر اظهار نظر بیش از نیمی از دانشجویان، «خانواده» به میزان زیادی بر دیدگاه‌های آن‌ها تأثیرگذار است؛ لذا در میان گروه‌های مرجع اولیه، خانواده همچنان تأثیرگذارترین نهاد محسوب می‌شود. گروه‌های مرجع ثانویه، «رهبری نظام» را فردی معرفی کرده‌اند که بیشترین تأثیر را بر دیدگاه‌ها و تصمیم‌گیری‌های سیاسی آنان دارد و پس از آن، به ترتیب استادان دانشگاه، منتقدان و روشن‌فکران سیاسی و مراجع تقلید و علما را مؤثرتر از همه بر دیدگاه‌های خود عنوان دانسته‌اند.

جا دارد از پدیده‌ای با عنوان «خطای برآورد» سخن بگوییم؛ به این معنا که دانشجویان براساس گزاره‌های فرهنگی حاکم بر جامعه، تأثیرپذیری خود را از اصحاب علم بیش برآورد کرده و برعکس و البته ناخواسته، تأثیرپذیری خود را از گروه‌هایی که از این حوزه‌ها فاصله



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association

جمعية دراسات العالم الاسلامی

فصلنامه علمی - پژوهشی

پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام

۱۲۵

پژوهش‌های رسانه‌ها و گروه‌های مرجع بر شکل‌گیری ...

مشهودی دارند (نظیر هنرمندان و ورزشکاران) کم‌برآورد می‌کنند. این در حالی است که ممکن است تحلیل‌های جامعه‌شناختی نتایج متفاوتی را نشان دهند.

همچنین براساس نتایج تحلیل رگرسیون، متغیرهای پیش‌بین منابع کسب خبر و گروه‌های مرجع، حدود نیمی از تغییرات نگرش دانشجویان درباره جنبش‌های اسلامی منطقه را تبیین می‌کنند. همچنین، از نظر تأثیرگذاری در شکل‌گیری نگرش دانشجویان درباره جنبش‌های اسلامی اخیر در منطقه (مبتنی بر مدل تحلیل مسیر)، دز میان گروه‌های مرجع اجتماعی، بیشترین تأثیر مربوط به رهبری نظام و در میان منابع کسب خبر مربوط به صداوسیما و شبکه‌های ماهواره‌ای (با رابطه منفی) است.

نتایج تحقیق حاضر با یافته‌های سیدامامی (۱۳۸۱) و پناهی و عالی‌زاد (۱۳۸۱) همسوست؛ با این تفاوت که در تحقیق سیدامامی (۱۳۸۱) اثرگذاری روزنامه‌ها بیش از سایت‌های اینترنتی برآورد شده است، ولی در این پژوهش، طبق اظهارنظر دانشجویان، سایت‌های اینترنتی به مراتب بیش از روزنامه‌ها در اولویت کسب خبر قرار دارند. این یافته به تغییر ذائقه دانشجویان در منابع کسب خبر و گسترش فضای مجازی در شکل‌دهی به نگرش‌های سیاسی دانشجویان اشاره دارد. البته ادیبی سده و کیهانی (۱۳۸۱) در پژوهش خود، رابطه معناداری میان استفاده از رسانه‌های جمعی (اعم از تلویزیون و اینترنت) و نگرش‌های دانشجویان مشاهده نکردند. به نظر می‌رسد دلیل این یافته، تفکیک‌نشده بودن رسانه‌های مختلف در سنجش میزان اثرگذاری بر نگرش‌های دانشجویان است.

از جهت دیگر، نتایج تحقیق حاضر با یافته‌های طرح ملی «سنجش نگرش سیاسی دانشجویان» (روشن‌نهاد، ۱۳۸۱) و پژوهش سراج‌زاده (۱۳۸۱) از نظر تأثیرگذاری گروه‌های مرجع اولیه و ثانویه بر نگرش سیاسی دانشجویان، هم‌راستا است.

با بررسی و مقایسه روند گسترش بهره‌گیری از اینترنت و شبکه‌های ماهواره‌ای (مبتنی بر مقایسه نتایج پژوهش حاضر و پژوهش‌های دهه گذشته) شاهد کاهش چشمگیر مخاطبان رسانه‌هایی نظیر روزنامه و جراید مکتوب و افزایش اثرگذاری فضای مجازی بر نگرش‌های دانشجویان (به‌عنوان بخش مهمی از جامعه) هستیم. بی‌تردید، رشد تکنولوژی ارتباطات امری اجتناب‌ناپذیر است و فرصت مغتنم و مناسبی است که اگر از ظرفیت‌های آن بهره‌گیری مناسب نشود، به تهدیدی برای امنیت ملی تبدیل می‌شود. این مسئله می‌بایست



توجه سیاست‌گذاران رسانه‌ای و ارباب مطبوعات را به این مسئله جلب کند که چه عواملی موجب فاصله مخاطبان (به‌ویژه نسل جوان) با این رسانه‌ها شده است.



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسات العالم الإسلامي

فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام

۱۲۷

بررسی نقش رسانه‌ها و گروه‌های مرجع بر شکل‌گیری ...

کتابنامه

- آبسالان، صادق (۱۳۸۸)، خوانش دانشجویان از سیاست‌های فرهنگی دانشگاه: مطالعه موردی دانشگاه علامه طباطبایی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد: دانشگاه علامه طباطبایی.
- ادیبی سده، مهدی و مسیح‌الله کیهانی (۱۳۸۵)، «عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه اصفهان»، فصلنامه علمی پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، سال اول، ص ۱۵۱ تا ۱۷۶.
- اوپنهایم، آ. ن. (۱۳۶۹)، طرح پرسش‌نامه و سنجش نگرش‌ها، ترجمه مرضیه کریم‌نیا، مشهد: آستان قدس رضوی.
- بشیر، حسن و علی وحیدی فردوسی (۱۳۹۲)، «بازنمایی تحولات اخیر جهان اسلام در گفتمان پرس‌تی‌وی»، پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، سال سوم، ش ۲، ص ۲۹ تا ۵۰.
- بینر، جرد و میکائیل وانک (۱۳۸۵) نگرش‌ها و تغییر آن‌ها، ترجمه علی مهداد، تهران: جنگل.
- پناهی، محمدحسین و اسماعیل عالی‌زاد (۱۳۸۴)، «تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر مشارکت سیاسی شهروندان تهرانی»، فصلنامه علوم اجتماعی، ش ۲۸ و ۲۹، ص ۸۹ تا ۱۳۱.
- حاتمی، محمدرضا و مصطفی اسماعیلی (۱۳۹۱)، «تعالی گفتمان انقلاب اسلامی در جنبش‌های بیداری اسلامی»، پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، سال اول، ش ۱، ص ۸۳ تا ۶۵.
- خواججه‌سروی، غلامرضا و دیگران (۱۳۹۱)، «بیداری اسلامی و جریان‌های اسلام‌گرا»، پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، سال دوم، ش ۳، ص ۳۹ تا ۵.
- دلاور، علی (۱۳۹۱)، مقیاس‌های سنجش نگرش، تهران: روان.
- روشن‌نهاد، ناهید (۱۳۸۸)، سنجش نگرش سیاسی دانشجویان، تهران: معاونت فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۰)، دایرة‌المعارف علوم اجتماعی، تهران: کیهان.
- سراج‌زاده، سیدحسین (۱۳۸۱)، نگرش‌ها و رفتار دانشجویان، تهران: وزارت علوم تحقیقات و فناوری، دفتر برنامه‌ریزی اجتماعی و مطالعات فرهنگی.
- سیدامامی، کاووس (۱۳۸۶)، «مشارکت سیاسی دانشجویان: ارزیابی برخی از پیش‌بینی‌کننده‌های مشارکت سیاسی»، پژوهش‌نامه علوم سیاسی، سال دوم، ش ۱.
- سیدامامی، کاووس و دیگران (۱۳۸۵)، ارزش‌ها و نگرش‌ها و رفتار سیاسی جوانان، گزارش طرح پژوهشی، تهران: سازمان ملی جوانان.
- کریمی، یوسف (۱۳۷۵)، روان‌شناسی اجتماعی، تهران: ارسباران.
- کوهن، آرتور (۱۳۷۸)، تغییر نگرش و تأثیر اجتماعی، ترجمه علیرضا کلدی، تهران: دانشگاه علوم بهزیستی و توان‌بخشی.
- مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (۱۳۸۱)، نگرش‌های سیاسی دانشجویان، تهران: مرکز افکارسنجی ایران.
- Krech, D, Crutchfield, R.S, and Ballackey, E.L. (1961), Individual in Society, New York: McGraw-Hill.



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام

۱۲۸

سال سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۲

پیوست

گویه‌هایی که در ادامه آمده است، سؤالاتی هستند که در این مقاله از آن‌ها استفاده شده است.^۱

دیدگاه‌ها	کاملاً موافقم	تا حدودی موافقم	تا حدودی مخالفم	کاملاً مخالفم	نمی‌دانم
تحولات اخیر در کشورهای اسلامی و عربی، باعث کاهش نفوذ آمریکا و اسرائیل در منطقه خواهد شد.	۱	۲	۳	۴	۵
خیزش‌های اخیر در منطقه خاورمیانه، تحت‌تأثیر انقلاب اسلامی ایران شکل گرفته‌اند.	۱	۲	۳	۴	۵



۱. به نظر شما روزنامه‌های زیر، اخبار و مسائل سیاسی را تا چه حدی واقع‌بینانه منعکس

می‌کنند؟

روزنامه	میزان انعکاس واقعیت			
۱.۱. روزنامه‌های تا حدودی مستقل (مثل روزنامه اطلاعات)	زیاد <input type="checkbox"/>	تا حدودی <input type="checkbox"/>	کم <input type="checkbox"/>	اصلاً <input type="checkbox"/>
۱.۲. روزنامه‌های همسو با اصولگرایان (مثل روزنامه کیهان)	زیاد <input type="checkbox"/>	تا حدودی <input type="checkbox"/>	کم <input type="checkbox"/>	اصلاً <input type="checkbox"/>
۱.۳. روزنامه‌های همسو با اصلاح‌طلبان (مثل روزنامه شرق)	زیاد <input type="checkbox"/>	تا حدودی <input type="checkbox"/>	کم <input type="checkbox"/>	اصلاً <input type="checkbox"/>
۱.۴.	نمی‌دانم <input type="checkbox"/>			

۲. فکر می‌کنید تاکنون موضع‌گیری افراد زیر چقدر بر دیدگاه‌ها و تصمیم‌گیری‌های

شما تأثیرگذار بوده است؟

۱. گفتنی است که نسخه کامل پرسش‌نامه سنجش نگرش سیاسی دانشجویان حاوی (بیش از) صد گویه است.



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association

جمعية دراسات العالم الإسلامي

فصلنامه علمی - پژوهشی

پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام

۱۳۰

سال سوم ، شماره چهارم ، زمستان ۱۳۹۲

میزان تأثیر					افراد/مقامات
اصلاً <input type="checkbox"/>	کم <input type="checkbox"/>	تا حدودی <input type="checkbox"/>	زیاد <input type="checkbox"/>	خیلی زیاد <input type="checkbox"/>	۲.۱. رهبری نظام
اصلاً <input type="checkbox"/>	کم <input type="checkbox"/>	تا حدودی <input type="checkbox"/>	زیاد <input type="checkbox"/>	خیلی زیاد <input type="checkbox"/>	۲.۲. رئیس جمهوری
اصلاً <input type="checkbox"/>	کم <input type="checkbox"/>	تا حدودی <input type="checkbox"/>	زیاد <input type="checkbox"/>	خیلی زیاد <input type="checkbox"/>	۲.۳. مراجع تقلید و علما
اصلاً <input type="checkbox"/>	کم <input type="checkbox"/>	تا حدودی <input type="checkbox"/>	زیاد <input type="checkbox"/>	خیلی زیاد <input type="checkbox"/>	۲.۴. استادان دانشگاه
اصلاً <input type="checkbox"/>	کم <input type="checkbox"/>	تا حدودی <input type="checkbox"/>	زیاد <input type="checkbox"/>	خیلی زیاد <input type="checkbox"/>	۲.۵. منتقدان و روشن‌فکران سیاسی
اصلاً <input type="checkbox"/>	کم <input type="checkbox"/>	تا حدودی <input type="checkbox"/>	زیاد <input type="checkbox"/>	خیلی زیاد <input type="checkbox"/>	۲.۶. اعضای خانواده
اصلاً <input type="checkbox"/>	کم <input type="checkbox"/>	تا حدودی <input type="checkbox"/>	زیاد <input type="checkbox"/>	خیلی زیاد <input type="checkbox"/>	۲.۷. دوستان و همسالان
اصلاً <input type="checkbox"/>	کم <input type="checkbox"/>	تا حدودی <input type="checkbox"/>	زیاد <input type="checkbox"/>	خیلی زیاد <input type="checkbox"/>	۲.۸. هنرمندان
اصلاً <input type="checkbox"/>	کم <input type="checkbox"/>	تا حدودی <input type="checkbox"/>	زیاد <input type="checkbox"/>	خیلی زیاد <input type="checkbox"/>	۲.۹. قهرمانان ورزشی
۹۹. سایر.....					

۳. منابع زیر، چقدر به شما در به‌دست‌آوردن اخبار سیاسی کمک می‌کنند؟

میزان استفاده					منبع خبری
هیچ‌وقت <input type="checkbox"/>	بندرت <input type="checkbox"/>	گاهی <input type="checkbox"/>	اغلب <input type="checkbox"/>	همیشه <input type="checkbox"/>	۳.۱. صدا و سیما
هیچ‌وقت <input type="checkbox"/>	بندرت <input type="checkbox"/>	گاهی <input type="checkbox"/>	اغلب <input type="checkbox"/>	همیشه <input type="checkbox"/>	۳.۲. شبکه‌های ماهواره‌ای
هیچ‌وقت <input type="checkbox"/>	بندرت <input type="checkbox"/>	گاهی <input type="checkbox"/>	اغلب <input type="checkbox"/>	همیشه <input type="checkbox"/>	۳.۳. روزنامه‌ها و جراید
هیچ‌وقت <input type="checkbox"/>	بندرت <input type="checkbox"/>	گاهی <input type="checkbox"/>	اغلب <input type="checkbox"/>	همیشه <input type="checkbox"/>	۳.۴. سایت‌های اینترنتی داخلی
هیچ‌وقت <input type="checkbox"/>	بندرت <input type="checkbox"/>	گاهی <input type="checkbox"/>	اغلب <input type="checkbox"/>	همیشه <input type="checkbox"/>	۳.۵. سایت‌های اینترنتی خارجی
هیچ‌وقت <input type="checkbox"/>	بندرت <input type="checkbox"/>	گاهی <input type="checkbox"/>	اغلب <input type="checkbox"/>	همیشه <input type="checkbox"/>	۳.۶. رادیوهای داخلی
هیچ‌وقت <input type="checkbox"/>	بندرت <input type="checkbox"/>	گاهی <input type="checkbox"/>	اغلب <input type="checkbox"/>	همیشه <input type="checkbox"/>	۳.۷. رادیوهای خارجی
هیچ‌وقت <input type="checkbox"/>	بندرت <input type="checkbox"/>	گاهی <input type="checkbox"/>	اغلب <input type="checkbox"/>	همیشه <input type="checkbox"/>	۳.۸. دوستان و آشنایان