

رسانه و شهروندی^۱

مطالعه تأثیر استفاده از رادیو و تلویزیون بر آگاهی از حقوق شهروندی در شهر خرم آباد

ملیحه شبانی^۲، ابراهیم سپهوند^۳

تاریخ دریافت: ۹۳/۸/۲۲ تاریخ تایید: ۹۳/۱۱/۲۸

چکیده

شهروندی از مهم‌ترین ایده‌های اجتماعی - سیاسی دوران معاصر محسوب می‌شود. این مفهوم بازتاب مجموعه انتظارات در زمینه حقوق و مسئولیت‌ها در یک اجتماع خاص است که اعضاء نسبت به یکدیگر، نهادها و جامعه دارند. از مهمترین ابزارهای تحقق شهروندی رسانه‌ها هستند. در عصر حاضر و بر اثر نفوذ و گسترش وسایل ارتباط جمعی که پیام را با موضوعات متنوع، ساختارهای گوناگون و گستره جغرافیایی وسیع توزیع می‌کنند، نه تنها می‌توانند با اجرای برنامه‌های متعدد نقش آگاهی‌دهی به افراد جامعه را داشته باشند، بلکه زمینه و بستر مناسب برای تحقق حقوق و مسئولیت‌های شهروندی را فراهم نمایند. پژوهش حاضر به منظور بررسی تأثیر استفاده از رادیو و تلویزیون بر میزان آگاهی از حقوق شهروندی از نظریه‌های جامعه‌شناسان و نظریه پردازان حوزه ارتباطی و رسانه‌ای چون نظریه وابستگی به رسانه بال روکیچ و دی‌فلور، نظریه شهروند پرداز شگر پورتو، نظریه اقتناع و آگاهی‌بخشی گیل و رادفر، نظریه پرورش گرینر، نظریه‌های کنش ارتباطی هابرماس، شهروندی مارشال، شهروندی پسامدرن فالکس و شهروندی پارسونز و دیگران استفاده شده است. در اجرای تحقیق روش پیمایش با تکنیک پرسشنامه به کار رفته است. یافته‌های پژوهش نشانگر آن است که بین میزان استفاده از رادیو و تلویزیون با میزان آگاهی از حقوق شهروندی رابطه معنادار وجود دارد و در میان رسانه‌ها، تلویزیون قویترین ارتباط را با میزان آگاهی از حقوق شهروندی داشته است. همچنین متغیرهای زمینه‌ای نظیر سن، جنس و تحصیلات افراد بر میزان آگاهی از حقوق شهروندی‌شان تأثیر داشته است.

واژگان کلیدی: رسانه، رادیو، تلویزیون، حقوق، شهروندی.

۱. این مقاله برگرفته از پژوهشی است که در سال ۱۳۹۲ با حمایت صدا و سیمای مرکز استان لرستان انجام یافته است.

۲. دانشیار گروه برنامه‌ریزی اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران. mshiani@ut.ac.ir

۳. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه شاهد تهران. ebrahim.sepahvand@yahoo.com

مقدمه

تحولات تاریخی رسانه‌ها بیانگر وابستگی شدید اعتلای تفکر و آگاهی انسان به ابزارهای ارتباطی است چنان که گسترش آگاهی، معرفت و تفکر به توانمندی‌های متعددی در انسان منجر شده که امروز شاهد آن هستیم. انسان در کسب و گسترش آگاهی و انتقال آن از راه پیام، مدیون رسانه‌ها بوده و هست و در جامعه امروز رسانه‌ها با تولید و توزیع مطلوب اطلاعات نقش زیادی در بالا بردن آگاهی‌های گوناگون و ضروری به عهده می‌گیرند و جامعه را در نیل به تعالی و ترقی همه جانبه یاری می‌کنند.

در جامعه امروز سیاست، حکومت و جوامع بیش از گذشته رسانه‌ای شده و حیات بشری به شکل شگفت‌آوری با رسانه‌ها عجین شده است (گیدنز، ۱۳۸۹: ۴۷). بر این اساس است که رسانه‌ها را فراگیرترین نهاد تولید، بازتولید و توزیع معرفت و آگاهی در جهان معرفی می‌کنند به گونه‌ای که محتوای آنها منبع قدرتمندی درباره آگاهی از جهان اجتماعی در نظر گرفته می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۰-۹).

از طرفی در جوامع امروزی مفهوم شهروندی معنایی بیش از عضویت در یک جامعه پیدا کرده است. کسب مهارت‌های شهروندی و یا به عبارت دیگر تبدیل شدن به یک شهروند مؤثر و کارآمد مستلزم آشنایی و آگاهی از حقوق و تکالیف، نگرش‌های قوام یافته نسبت به ارزش‌های اجتماعی، حساسیت نسبت به فرهنگ و آداب و سنن، احترام به شأن و منزلت انسانی است و همچنین رفتارهایی مانند مشارکت اجتماعی، شرکت در فعالیتهای داوطلبانه و انسان‌دوستانه و شرکت در انتخابات و حفظ نظم اجتماعی، افراد را به شهروندان فعال و کارآمد یک جامعه تبدیل می‌کند. فردی که خود را شهروند می‌داند و در هویت شهروند قرار می‌گیرد، دارای مجموعه‌ای به هم پیوسته از آگاهی‌ها، تصورات و انتظارات است که رابطه او با محیط اجتماعی‌اش را تعریف و تنظیم می‌کند (حسام، ۱۳۸۱: ۲۸).

شهروند با آگاهی از توانایی‌ها و نیازهای خود و با توجه به شرایط اجتماعی جامعه‌اش درصدد است تا بر محیط اجتماعی زندگی‌اش نظارت کند و در مواقع لزوم به تغییر شرایط و محیط پیرامونش بپردازد. بنابراین شهروند واقعی باید از حقوق و تکالیف خود مطلع گردد. این آگاهی باید تا حدی باشد که شهروند را به تحرک درآورده و به وی قدرت فعال شدن در محیط اجتماعی را بدهد (همان: ۱۲).

در اهمیت حقوق شهروندی در وضعیت فعلی جوامع بایستی اذعان داشت، از طرفی جهانی شدن و گسترش فرهنگ‌ها و از طرف دیگر تأثیرات پدیده‌های مدرن بر حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی منجر به دگرگونی نقش‌ها و آگاهی بخش‌هایی از جامعه شده و همین امر زمینه تغییر

نگرش‌ها، افزایش انتظارات و خواسته‌ها را به دنبال داشته است. در این میان آگاهی مردم از حقوق شهروندی، جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده چرا که سبب ایجاد تحرک و مشارکت در امور مختلف جامعه شده و پیوندهای فرد و جامعه را در قالب حقوق، تعهدات و مسئولیت‌ها منعکس می‌سازد و چارچوبی برای تعامل افراد، گروه‌ها و نهادها ارائه می‌کند. بدیهی است در هر جامعه‌ای، نظام اجتماعی باید از طرق مختلف آگاهی لازم را در زمینه‌ی حقوق شهروندی در افراد جامعه ایجاد کند. با وجود آنکه آموزش و پرورش رسمی ظرفیت‌های فراوانی برای آگاهی و آموزش مفهوم شهروندی و رفتارهای مدنی دارد به نظر می‌رسد با توجه به ماهیت این مفهوم، نهادهای دیگر اجتماعی همانند رسانه‌ها، در ادامه این آگاهی‌ها و آموزش‌ها کارآمدتر و اثربخش‌تر عمل کنند. به ویژه در سال‌های اخیر نقش رسانه‌های جمعی در آگاهی از حقوق شهروندی مورد توجه و تأکید قرار گرفته است.

با مراجعه به آمار در زمینه گوش دادن به رادیو و به ویژه تماشای تلویزیون در جامعه می‌توان به اهمیت این رسانه‌ها پی برد. در شرایط کنونی در بعضی از روزها بیش از نود درصد مردم به طور متوسط به تماشای تلویزیون و اکثر مردم نیز یک دستگاه رادیو در منزل خود دارند و به لحاظ زمان و حجم مخاطبان هر روز بر تعداد آنها افزوده می‌شود، زیرا با افزایش پوشش و علاقه مخاطبان به رادیو و تلویزیون و دیگر رسانه‌ها، امکان استفاده از رادیو و تلویزیون افزایش یافته و نقش وسایل ارتباطی در تحولات اجتماعی بیشتر شده است (آزادارمکی، ۱۳۸۳: ۶).

امروزه در جوامع توسعه یافته یکی از حوزه‌هایی که به شدت تحت تأثیر آگاهی‌ها، آموزش‌ها و بازنمایی‌های رسانه‌ای قرار دارد، گستره مهارت‌های شهروندی، رفتارهای مدنی و مشارکت اجتماعی است (رضایی بایندر، ۱۳۸۲: ۳۱). پژوهشگران بسیاری نقش‌های مثبت و منفی رسانه‌ها را در این گستره مورد بررسی قرار داده‌اند. از جمله جرج گربنر که به بررسی محتوای برنامه‌های تلویزیونی و تأثیر آن بر ادراک و رفتار گروه‌های مختلف بینندگان پرداخته، استدلال می‌کند برنامه‌های تلویزیونی آثار درازمدت تدریجی و غیرمستقیم اما متراکم و بااهمیت بر مخاطبان دارد. در میان کارکردهای شناخته شده رسانه‌ها، کارکردهای توسعه انسانی، توسعه دانش، ارائه فرهنگ عمومی و اطلاع‌رسانی، کارکرد اطلاع‌رسانی از اهمیت درجه اولی برای رادیو برخوردار شده است (اداره کل تحقیق و توسعه صدا، ۱۳۷۹: ۲۴).

بررسی یافته‌ها حاکی از آن است که رسانه‌ها می‌توانند با ارائه آگاهی‌ها و الگوهای رفتاری، چارچوب‌های مرجع و اطلاعات مطلوب، به افزایش آگاهی‌ها، مهارت‌های شهروندی و شکل‌گیری رفتارهای مدنی کمک کنند. براساس تحقیقی که در سطح استان لرستان در رابطه با وضعیت شهروندی انجام گرفته، میزان آگاهی شهروندان از حقوق خود و مشارکت آنان در مسائل مختلف در حد متوسط به دست آمده است (شیانی، ۱۳۸۳). این نتیجه بیانگر آن است

که حقوق شهروندی در بین شهروندان از وضعیت مناسبی برخوردار نیست. حال با توجه به بهره‌مندی صد درصدی مردم شهرستان خرم آباد در دسترسی به برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی ملی و محلی (استانی) و همچنین تخصیص بخشی از برنامه‌های رادیویی و تلویزیون ملی و محلی به حقوق شهروندی از جمله حقوق سیاسی، اجتماعی و مدنی این پرسش مطرح می‌شود که استفاده از رادیو و تلویزیون مرکز لرستان تا چه حد می‌تواند آگاهی از حقوق شهروندی را به دنبال داشته باشد؟

مبانی نظری

در تبیین نظری موضوع مورد بررسی در این پژوهش ابتدا دیدگاه‌های نظری مربوط به رسانه (رادیو و تلویزیون) مورد بحث قرار گرفته و پس از آن موضوع شهروندی و نظریه‌های مختص به آن طرح گردیده است.

مباحث نظری مربوط به رسانه

نظریه وابستگی مخاطب: نظریه وابستگی مخاطب به رسانه‌ها بیان می‌کند که رسانه‌های جمعی چنان برای جامعه سرنوشت سازند که مخاطب برای کارکردهای اجتماعی معین به آنها وابسته می‌شود. این نظریه از دیدگاه کارکردگرایانه جامعه نشأت می‌گیرد و بیان می‌دارد برای کسب اطلاعات درباره محیط، انتقال ارزش‌های فرهنگی و حتی سرگرمی، مخاطب به رسانه‌ها وابسته است. این نظریه را بال روکیچ و دی‌فلور در سال ۱۹۶۷ مطرح کردند و معتقدند در جامعه جدید شهری و صنعتی مخاطبان وابستگی زیادی به اطلاعات رسانه‌های جمعی دارند که از شخصی به شخص دیگر متفاوت است. این وابستگی به خاطر وجود دو نیاز است: نیاز به داشتن اطلاعات و نیاز به ندانستن و گریز از واقعیات.

در هر یک از سه واحد جامعه، رسانه و مخاطب عواملی برای افزایش یا کاهش وابستگی وجود دارد. ساختار اجتماعی می‌تواند بر وابستگی مخاطب بر رسانه‌ها تأثیرگذار باشد، بی‌نظمی، تغییرات سریع در جامعه، تشویق و ابهام ذهنی مردم را بیشتر کرده، به وابستگی آنها به رسانه‌ها منجر شود (دهقان، ۱۳۸۶: ۴۱۵-۴۱۴).

افزایش کارکرد و اهمیت اطلاعات نظام رسانه‌ای نیز وابستگی بیشتر مخاطب را به دنبال دارد و همچنین گستردگی و تنوع و نوع نیازهای مخاطب نیز باعث افزایش وابستگی و تغییر شناخت‌ها، رفتارها و احساسات مخاطب می‌شود که هرچه فردی از رسانه خاصی استفاده کند؛ احتمال اینکه آگاهی‌های خود را از طریق آن رسانه کسب کند بیشتر است. اصول و ویژگی‌های نظریه وابستگی را می‌توان این گونه بیان کرد:

مردم در تمام جوامع به اطلاعات نیاز دارند تا برای مسائل متعددی همانند فرهنگ، اجتماع و

اقتصاد به آن مراجعه کنند- جوامع شهری از مردمی نامشابه هم با ویژگی‌های متفاوت نژادی، شغلی و تخصصی تشکیل شده و مخاطب برای آگاهی از دیگران و ویژگی‌های آنها به رسانه‌ها وابسته است- مردم اطلاعات ناچیزی از طریق سینه به سینه و شبکه‌های نهادینه شده اجتماعی دریافت می‌کنند. بنابر اصول مذکور مردم بیشتر و بیشتر به رسانه‌ها از نظر گرفتن آگاهی‌ها وابسته می‌شوند. بنابراین وابستگی با تداوم نیازها در زندگی شهری منجر به کسب اطلاعات از طریق رسانه‌ها می‌شود. وابستگی به رسانه‌ها دارای دو بعد فردی و اجتماعی است. در سطح اجتماعی، رسانه‌ها جزء جدایی‌ناپذیر نهادهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، آموزشی و... هستند و در سطح فردی مخاطبان به طرز وسیعی از اطلاعات وسایل ارتباط جمعی در زندگی روزمره خود سود می‌برند. در جهان امروز، مردم مناطق صنعتی به طور گسترده به رسانه‌ها وابسته شده‌اند و دلیل اصلی آن هم این است که روابط میان فردی در جوامع صنعتی به عمق و وسعت روابط میان فردی جوامع ماقبل صنعتی نیست و افراد برای کسب آگاهی و اطلاعات مورد نیاز خود به سایر منابع مثل رسانه‌ها روی می‌آورند.

با تأملی در نظریه وابستگی مخاطب می‌توان به این نکته اشاره کرد که در جهان امروز، مردم مناطق مختلف جهان به طور گسترده به رسانه‌ها از جمله تلویزیون وابسته شده‌اند. دلیل اصلی آن نیز تضعیف روابط میان فردی است، از اینرو مردم برای گرفتن اطلاعات و آگاهی‌های مورد نیاز خود به رسانه‌هایی چون تلویزیون گرایش پیدا می‌کنند. بنابراین، می‌توان بیان کرد تلویزیون با توجه به حجم گسترده مخاطب و تنوع برنامه‌های خود می‌تواند نیاز افراد را به آگاهی و شناخت در زمینه مولفه‌های حقوق شهروندی برآورده ساخته و اطلاعات مفید و ضروری را به آنها در این زمینه ارائه نماید.

نظریه شهروند پردازشگر: ماروپورتو در نظریه شهروند پردازشگر به نقش سیاسی تلویزیون پرداخته شده است. به نظر پورتو تلویزیون چارچوبی برای مفهوم‌پردازی افراد از حوادث و مسائل فراهم می‌آورد. به عبارت دیگر اگر منابع دیگری در دسترس باشد یا رسانه چارچوب‌های متعددی برای آگاهی از اطلاعات مختلف و پردازش اطلاعات ارائه کند، آگاهی‌ها و تفاسیر و نگرش‌های بینندگان نیز متکثر خواهد شد.

پورتو بر مبنای مفهوم جهت‌دهی نقش تلویزیون در آموزش شهروندی را مورد واکاوی قرار داده است. طبق نظر وی، تلویزیون با فراهم آوردن اطلاعات مختلف و چارچوب‌های مفهومی برای تفسیر و پردازش اطلاعات به نگرش‌های افراد در خصوص مسائل مدنی، موضوعات سیاسی و امور عمومی جامعه جهت داده و به شکل‌گیری مفاهیم رفتاری خاص کمک می‌کند.

او نظریه شهروند پردازشگر را الگوی بهتری برای آگاهی و آموزش مهارت‌های شهروندی یا

رفتارهای مدنی و فهم نقش رسانه‌ها در این گستره می‌داند و در نظریه خود مشخص می‌کند که چگونه اعضاء و شهروندان یک جامعه با کسب آگاهی‌ها و اطلاعات و چارچوب‌های مفهومی که از طریق رسانه‌ها به ویژه تلویزیون به دست می‌آورند، به نگرش‌های اجتماعی و سیاسی خود شکل می‌دهند حتی اگر اطلاعات چندانی در مورد مسائل اجتماعی و سیاسی نداشته باشند (رضایی بایندر، ۱۳۸۳: ۱۳۶-۱۳۵).

مسئله درخور تأمل در نظرات پورتو مربوط به نقش مهمی است که تلویزیون در ارائه آگاهی‌های مختلف و معنا کردن این آگاهی‌ها و اطلاعات به افراد جامعه دارد. همان طور که پورتو اشاره می‌کند تلویزیون نه تنها می‌تواند با در اختیار قرار دادن نوعی آگاهی و اطلاعات خاص بلکه با نمایش گذاشتن آگاهی‌ها و اطلاعات مختلف در خصوص مسائل مدنی، موضوعات سیاسی و امور عمومی جامعه به شکل‌گیری رفتارهای مدنی، اجتماعی، سیاسی و... مبادرت کرده و با جهت دادن درست آن ضمن آگاه کردن مردم جامعه از حقوق و وظایف شهروندی خود به شکل‌گیری مفاهیم رفتاری مورد نظر شهروند مطلوب در جامعه گام بردارد و نقش مؤثری در آگاهی و نهادینه کردن اصول حقوق شهروندی و مردم‌سالاری ایفا نماید. به ویژه با ارائه پیام‌ها و دیدگاه‌های گوناگون افراد جامعه و پردازش و معنا کردن این دیدگاه‌ها؛ ضمن ارائه انعکاس دیدگاه‌های متعدد از تلویزیون، بینندگان خواهند توانست با شیوه‌های پیچیده و اصیل‌تری به مسائل و موقعیت‌های مختلف بیندیشند.

نظریه افناع: دیوید گیل و بریجت رادفر در ارتباط با نظریه افناع بیان می‌دارند اگر بپذیریم یکی از وظایف اساسی رادیو و تلویزیون افناع است، بی‌شک بخش مهمی از افناع را آگاهی‌بخشی تشکیل می‌دهد. به نظر آنها دو دیدگاه درباره افناع وجود دارد که در مقابل یکدیگر قرار گرفته‌اند؛ هدف دیدگاه اول، متقاعد کردن مخاطب به هر قیمتی است و هدف دیدگاه دوم گفتگو با مخاطب برای رسیدن به شناختی عمیق‌تر از مفاهیم از طریق مشارکت در معنا. دیدگاه اول را فریب مردم تعریف می‌کنند و دیدگاه دوم افناع را فرایند کسب اطلاعات از جهان پیرامون از طریق مخاطبان ناهمگنی که به فضاهای مختلف اجتماعی تعلق دارند، معنا می‌کنند (میرفخرایی، ۱۳۸۲: ۹۸).

این صاحب‌نظران حضور فعال مخاطب را برای همراهی با پیام از طریق تکمیل فرایند اطلاع‌رسانی صحیح و سپس شکل‌گیری آگاهی در اندیشه وی ممکن می‌دانند و توجه به صداقت، درنظر داشتن تازگی خبر، توجه به نیازهای مخاطب در امور مختلف و جذابیت نیاز فکری و تفریحی مخاطب، اصولی هستند که ضمن فرم دادن به شاخص‌های آگاهی‌بخشی، فرایند شکل‌گیری افناع در مخاطب را نشان می‌دهند. ضمن آنکه همه این اصول را باید در سایه موضوع مهم اطلاع‌رسانی که نقش اول را در ارائه پیام ایفا می‌کند، مشاهده کرد. بنابراین

شاید بتوان گفت آگاهی‌بخشی حلقه میانی اطلاع‌رسانی و اقناع است. لذا آگاهی‌بخشی را باید پیش‌درآمد مؤلفه‌هایی چون نقد، قانون، پاسخگویی و اقتدار دانست که مؤلفه‌های اقناع را شکل می‌دهند. بنابراین هرگونه رشد و تکاملی منوط به آگاهی و بینش است.

نظریه پرورش: جرج گربرنر براساس نظریه پرورش معتقد است رسانه‌ها به ویژه تلویزیون در شکل دادن آگاهی‌ها، عقاید، نگرش‌ها و رفتارها مؤثرند. جرج گربرنر، مبدع این نظریه بیان می‌دارد هنگامی که ما از سهم مستقل تماشای تلویزیون بحث می‌کنیم، منظورمان این است که توسعه برخی دیدگاه‌ها، آگاهی‌ها و باورها می‌تواند از ثبات پیام‌های منتشره و مواجهه طولانی با دنیای تلویزیون مشتق شود (گربرنر، ۱۹۹۸: ۲۱).

نتایج تحقیقات پیمایشی درباره بینندگان تلویزیون نیز نشان داد اطلاعات، آگاهی‌ها و قضاوت تماشاگران پرمصرف تلویزیون بیشتر با جهت‌گیری‌های نمایشی ارائه شده در این رسانه سازگار است. تحقیقات دیگر بیانگر آن است که تلویزیون عامل القای نقش‌های جنسیتی، سنتی و عقاید قالبی درباره زنان است و در بررسی دیدگاه‌های سیاسی نیز تماشاگران پرمصرف تلویزیون - در تمام خرده‌گروه‌ها - تمایل دارند تا خودشان را میانه‌رو معرفی کنند و از بیان این که لیبرال یا محافظه‌کار هستند، اجتناب می‌کنند (گربرنر، ۱۹۹۸: ۳۱).

دسته‌ای از مطالعات با نظریه پرورش بر تأثیر تلویزیون بر نگرش‌ها، به ویژه نگرش‌های سیاسی - اجتماعی متمرکز است: برای مثال موافقت با خشونت پلیس علیه آزادی‌های مدنی (کارلسون، ۱۹۸۳)، نگرش به سیاهان، آزادی بیان، مالیات (گربرنر، ۱۹۸۲)، نگرش به تفکیک نژادی (آلن، ۱۹۸۶)، خود ابرازی سیاسی (مورگان، ۱۹۸۶)، تعهد به دیگران، ارتباطات میان فردی، کارآیی سیاسی و امنیت (رابین، ۱۹۸۸).

فرض اصلی نظریه گربرنر این است که بین ساعات تماشای تلویزیون و کسب آگاهی و واقعیت‌پنداری در برنامه‌های تلویزیونی رابطه مستقیم وجود دارد، یعنی بیندگانی که ساعات زیادی را در روز به تماشای تلویزیون می‌نشینند، اطلاعات و ایده‌ها را طبقه‌بندی کرده و تأثیر آن در معرفی رسانه بودن چیزی را تولید می‌کند که پرورش نامیده می‌شود. این مدل با نشان دادن یک رابطه مثبت میان تماشای تلویزیون با کسب آگاهی و پذیرش باورهای اجتماعی در جهت پیام‌های نمایش داده شده در تلویزیون تأیید می‌شود.

مسئله درخور تأمل در نظرات گربرنر این است که تلویزیون می‌تواند به عنوان رسانه‌ای مطرح شود که در جهت توسعه فضای منطبق با حقوق و تکالیف شهروندی حرکت نماید چرا که افراد اوقات بیشتری را نسبت به دیگر رسانه‌ها به آن اختصاص می‌دهند و بیشتر تحت تأثیر آگاهی‌ها و اطلاعات پخش شده از این رسانه قرار دارند.

نظریه کنش ارتباطی: قبل از پرداختن به نظریه کنش ارتباطی هابرماس، ابتدا به حوزه

عمومی پرداخته می‌شود. حوزه عمومی فضایی است که در آن فضا افراد به شیوه عقلانی بتوانند به بحث پرداخته و به توافق برسند و به طور برابر در مباحث شرکت کنند. قدرت در این فضا دخالتی ندارد تا هر موضوعی بتواند در این بحث مطرح شود (آزاد ارمکی و امامی، ۱۳۸۳: ۶۵).

حوزه عمومی هابرماس عرصه‌ای است که در آن افراد به منظور شرکت در مباحث باز و علنی گرد هم می‌آیند و کنش ارتباطی از طریق بیان و گفتگو تحقق می‌یابد (همان: ۶۵). در فضای برنامه‌های تعاملی رادیو بحث *شرایط آرمانی* سخن مورد نظر هابرماس قابل تحقق است و می‌توان آن را بدین گونه مطرح کرد. هابرماس معتقد است نیازهای اساسی یا اصیل معینی وجود دارد که تمامی افراد کاملاً آزاد آنها را دارند و این نیازها توسط هر کس که صمیمانه وارد یک گفتگو عملی شود ضرورتاً کشف خواهد شد. با توجه به اینکه در قالب برنامه‌های رادیویی علی‌الخصوص در قالب برنامه‌های تعاملی رادیویی افراد می‌توانند نیازهای خود را مطرح کنند و طرح نیازها باعث شکل‌گیری یک فضای گفتگو و مباحثه شده و در این مباحثه افکار جدیدی شکل خواهد گرفت. نظریه کنش ارتباطی را می‌توان به صورت مدل زیر مشاهده کرد:

ورود به یک فضای گفت و گو = به وجود آوردن فضای صمیمیت = ابراز احساسات = ابزار نیازهای اساسی

پس برنامه‌های تعاملی رادیو را می‌توان فضایی در نظر گرفت که شنوندگان به راحتی در آن به گفت و گو پردازند که با ایجاد فضای صمیمیت و ابراز احساسات در برنامه‌های تعاملی افراد از یکدیگر تأثیر پذیرفته و ضمن آگاهی از مسائل و مشکلات خود، دیگران و جامعه در جهت رفع بهتر آنها گام بردارند.

در نظریه راولی، لوهان و دولنس، مهم‌ترین ویژگی‌های تأثیرگذار تکنولوژی نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی شامل سه بعد است؛ سیستم اطلاعاتی مدیران اجرایی، سیستم تصمیم‌گیری گروهی و سیستم‌های پیام دهنده الکترونیکی (رادلی و همکاران، ۱۳۸۶: ۲۴۷).

راین گولد، ارتباطات اینترنتی را معادل جوامع مجازی می‌داند، از نظر وی وقتی در فضای واقعیت مجازی افرادی به حد کفایت با احساسی بسنده و به جا برای مدت کافی به این نوع ارتباطات تکیه کنند، جوامع مجازی که فقط از طریق صفحه نمایش رایانه قابل بررسی است ظهور می‌یابد. و می‌افزاید در ارتباطات مجازی افراد برای بحث، مشارکت و مباحث روشنفکری، مبادله دانش، برنامه‌ریزی، تولید هنر خلاقانه و بسیاری از امور دیگر از صفحه نمایشگر استفاده می‌کنند (اسلوین، ۱۳۸۰: ۸۳؛ به نقل از زنجانی زاده و جوادی، ۱۳۸۴: ۱۲۵).

به اعتقاد تامپسون فرهنگ نوین (شیوه زندگی کتونی) تا حدود زیادی فرهنگ رسانه‌های الکترونیکی است که در آن شیوه‌های شفاهی و کتبی انتقال مبتنی بر رسانه‌های الکترونیکی تکمیل شده و تا حدودی جای خود را به آنها داده است. این پدیده منجر به شکل‌گیری ماهیتی

به نام شهروند الکترونیکی و به تبع آن الزاماتی در فرهنگ شهروندی شده است. والتر و پارکس (۲۰۰۲) اشاره به این دارند که تغییر در روابط اجتماعی امروزه به شدت متأثر از تکنولوژی است. ظهور اجتماعات مجازی که موجب کمرنگ شدن اجتماعات حقیقی می‌گردد و شاید موجبات تحقق شکل تازه‌ای از زیست گردد (کشتی آراد و اکبریان، ۱۳۸۹)، شهروند الکترونیکی با مفاهیمی همچون مشارکت الکترونیکی، رأی دهی الکترونیکی، سرویس‌های توزیع خدمات به صورت الکترونیکی، دموکراسی الکترونیکی و تصدیق الکترونیکی در فضای مجازی مواجه می‌شود. در تعریف شهروند الکترونیکی دارا بودن سواد کافی، تمایل و اعتماد به استفاده از فن‌آوری اطلاعات و بطور کلی فرهنگ استفاده از خدمات این فن‌آوری به عنوان اصول شهروند الکترونیکی مد نظر قرار می‌گیرد. افزایش بهره‌وری در ارائه خدمات شهری، بهبود کیفیت خدمات شهری، خدمات یک مرحله‌ای اطلاع‌رسانی دقیق و کامل. افزایش نقش مشارکتی در تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری‌های شهری، افزایش رفاه، حفظ محیط زیست، کاهش معضلات اجتماعی به عنوان مزایای شهر و شهروند الکترونیکی مد نظر قرار می‌گیرد (قلی زاده و نوروزی، ۱۳۸۹).

ب) مباحث نظری مربوط به شهروندی

شهروندی پدیده‌ای مدرن است که در آن توانایی افراد برای قضاوت در مورد زندگی خودشان تصدیق می‌شود. قضاوت افراد بر مبنای حقوق پذیرفته شده توسط جامعه صورت می‌گیرد و جامعه با پذیرش استقلال شهروندان بر عاملیت دارندگان حقوق صحنه می‌گذارد. شهروندی یک هویت پویاست؛ چرا که فرد در تعامل با ساختارها، حقوق و تعهدات را اعمال، شرایط ضروری تحقق شهروندی را بازتولید می‌کند. از سوی دیگر، شهروندی یک موقعیت عضویت است که توسط مجموعه‌ای از حقوق، وظایف و تعهدات شکل گرفته و بر برابری، عدالت و استقلال دلالت می‌کند (فالكس، ۱۳۸۱: ۲۰-۱۳).

فالكس و شهروندی عمیق پسامدرن: فالكس اجزای تشکیل‌دهنده شهروندی را حقوق، مسئولیت‌ها و مشارکت سیاسی و مهم‌ترین بستر تحقق آن را اخلاق مشارکت در یک جامعه سیاسی دموکراتیک می‌داند. از نظر وی، اهمیت شهروندی در توان برقراری ارتباط میان فرد و جامعه سیاسی به نحوی است که مبتنی بر آن خلأ برابری که توسط هویت‌هایی نظیر طبقه، مذهب و یا قومیت ایجاد شده، از بین می‌رود.

وی در اهمیت جامعه سیاسی برای ارتقای شهروندی بیان می‌کند که حقوق شهروندی در خلأ به وجود نمی‌آید، بلکه مستلزم رسمیت بخشیدن به حقوق و مسئولیت‌های شهروندان فعال و جامعه سیاسی نسبت به یکدیگر است. همچنین راه ارتقای شهروندی، تأمین حقوق اجتماعی

همه شهروندان از طریق فراهم بودن نیازهای اساسی آنهاست. توجه به شهروندی خصوصی سومین شیوه‌ای است که به ارتقای شهروندی منجر می‌شود. این اصطلاح به کاربرد اصول شهروندی در زندگی خصوصی افراد می‌پردازد. شهروندی خصوصی متضمن دموکراتیک نمودن حوزه خصوصی از طریق بها دادن به ارزش‌های اخلاقی، مشارکت و برابری است. از آنجایی که دموکراتیک شدن حوزه خصوصی در نهایت با دموکراتیک شدن فرایندهای اجتماعی همراه است، به ارتقای شهروندی می‌انجامد (همان: ۱۷۰-۱۳۹).

مسئله درخور تأمل در نظریه فالكس مربوط به نگاه نسبتاً خوب وی به ابعاد مختلف حقوق شهروندی و مشارکت سیاسی و شیوه‌های ارتقای آنها است که هم بر مسئولیت‌های افراد در مقابل یکدیگر و جامعه تأکید می‌شود و هم به جامعه و حاکمان آن که می‌بایستی در تأمین حقوق افراد خود کوشش نمایند.

مارشال و حقوق سه گانه شهروندی: تی. ایچ. مارشال شهروندی را دربردارنده سه نوع حقوق مدنی، سیاسی و اجتماعی می‌داند (نش، ۱۳۸۰: ۱۹۳). حقوق مدنی بر برابری در مقابل قانون دلالت دارد و انواع آزادی‌ها را شامل می‌شود. حقوق سیاسی بر حق افراد در مشارکت در روندهای سیاسی از طریق امکان انتخاب شدن و انتخاب کردن استوار است و حقوق اجتماعی بر حق افراد در برخورداری از رفاه اجتماعی و اقتصادی که از مشارکت آنها در حیات جامعه ناشی شده، دلالت دارد (فیتز پتریک، ۱۳۸۱: ۱۲۳-۱۲۴). زمانی فرد می‌تواند شهروند باشد که ضمن التزام دولت به شناسایی حقوق شهروندی، خود نیز نسبت به حقوق شهروندی خویش در یک جامعه مدنی آزاد و باز واقف باشد (همان: ۱۲۰).

بدیهی است با نگاه به نظرات مارشال در ارتباط با شهروندی و حقوق شهروندی می‌توان بیان کرد که همه افراد جامعه دارای حقوق و وظایفی هستند که مهمترین این حقوق و وظایف شامل حقوق مدنی، حقوق سیاسی و حقوق اجتماعی است که رسانه‌ها به ویژه تلویزیون می‌تواند به اشکال مختلف در برنامه‌های تولیدی خود بستر مناسب را برای آگاهی شهروندان از حقوق و وظایف خود فراهم آورد.

پارسونز دوگانه عام‌گرایی و خاص‌گرایی: پارسونز شهروندی را نتیجه توسعه مدرنیته و دموکراتیک شدن جوامع می‌داند. او شهروندی را به سه مقوله کردار اجتماعی، عضویت اجتماعی و انسجام اجتماعی پیوند می‌دهد و شهروندی را با سه مقوله کلیدی دارای نوعی احساس تعلق تعریف می‌کند که در نهایت به انسجام اجتماعی منجر می‌شود.

شهروندی کامل به معنای برخورداری همه اقشار و گروه‌های اجتماعی از حقوق است که باید آن را بشناسند و دیگران نیز این حقوق را محترم بشمارند. به زعم وی گروه‌هایی که همچنان بر ارزش‌های کهن خود تأکید دارند و دید خاص‌گرایانه دارند و خود را با مقتضیات زمان و

شرایط اجتماعی وفق نداده‌اند، در کی از حقوق شهروندی ندارند (حسام، ۱۳۸۱: ۱۱). شهروندی کامل به دور از هرگونه تبعیض اجتماعی به معنای برخورداری همه اقشار و گروه‌های اجتماعی از حقوق و تعهدات شهروندی و آگاهی آنان از حقوق خود است. بنابراین آگاهی از حقوق شهروندی نیازمند تأمین انواع مختلف منابع و ایجاد فرصت‌های مناسب و بازتولید ارزش‌های عام از یک طرف و نگرش مناسب به این حقوق از سوی دیگر است.

بورگن هابرماس و شهروندی: هابرماس شهروندی را در رابطه با اجتماع سیاسی، جامعه مدنی و حوزه عمومی تحلیل می‌کند. به نظر او اعضای جامعه صرفاً در حوزه عمومی و جامعه مدنی از نقش شهروندی برخوردار خواهند شد. از رهگذر جامعه مدنی در حوزه عمومی که حد واسط نظام سیاسی و بخش‌های خصوصی است، مسائل مختلف حل خواهند شد. در این حوزه‌ها افراد مسئولیت‌ها و حقوق خود را به عنوان شهروند پذیرفته و قادر به بیان نظر و عقایدشان می‌شوند. نظرات او بیشتر بر شرایط دسترسی برابر به مشارکت در گفتمان عقلانی تمرکز دارد که به صورت اجتماعات مختلف پیشنهاد می‌شود. به نظر این جامعه‌شناس جامعه مدنی نظامی از اجتماعات مختلف است که گفتمان ناظر بر مسائل عمومی را نهادینه می‌کند و بستری برای تحقق شهروندی ایجاد می‌نماید (هابرماس، ۱۹۹۴: ۳۴۵ به نقل از شیانی، ۱۳۸۴: ۱۶۷).

به نظر این اندیشمند، حقوق شهروندی در نظام حقوقی مدرن قابل شناسایی است و هسته اصلی نظام حقوقی مدرن را حقوق فرد می‌سازد. از طرفی شهروندان باید به مشارکت فعال در جامعه بپردازند و بر اساس احترام متقابل با یکدیگر متحد شوند (هابرماس، ۱۹۹۴: ۳۴۵-۳۵۰).

هابرماس حرکت جهان حاضر را به سمتی می‌داند که همه شهروندان باید به شکل دموکراتیک و فعال در آن به ایفای نقش بپردازند لذا باید از حقوق خود آگاهی داشته باشند. این مهم با حضور همه شهروندان فارغ از تعلقات قومی، نژادی و جنسی در حوزه عمومی و بحث پیرامون حقوق شهروندی میسر می‌شود (انصاری، ۱۳۸۴: ۹۹).

به عقیده هابرماس حکومت نیز باید نقشی اساسی در پرورش شهروندان آگاه و متعهد داشته باشد و زمینه را برای رشد کامل استعدادهای فردی فراهم کند. از این نظر رابطه مشارکت و آگاهی از حقوق شهروندی یک رابطه دوطرفه است. از یک طرف مشارکت سبب افزایش آگاهی شهروندان از حقوق خود می‌شود و از طرف دیگر آگاهی از حقوق شهروندی به عنوان محرکی برای افزایش مشارکت افراد در جامعه است و در تبدیل آنها به آدمیان بهتر و به تبع آن در شکل‌گیری جامعه‌ای رو به رشد کمک می‌کند.

ترنر و شهروندی فرهنگی: به عقیده ترنر، شهروندی بر دسترسی افراد و گروه‌ها به منابع

کمیاب در جامعه نظارت دارد. این منابع شامل منابع اقتصادی چون مسکن، درآمد، منابع فرهنگی چون آموزش و منابع سیاسی چون آزادی بیان، مذهب و عقیده است. در کنار این منابع وی به سه نوع حقوق شهروندی اشاره می‌کند که عبارتند از: حقوق اقتصادی مربوط به نیازهای اساسی برای مسکن و غذا، حقوق فرهنگی شامل دسترسی به رفاه و تحصیلات و حقوق سیاسی مربوط به آزادی‌های فردی و مشارکت در دستگاه‌های سیاسی. این موارد به حقوق اجتماعی متمایز از حقوق انسانی با فرض عضویت در دولت-ملت مربوط می‌شود. بنابراین در تأکید بر ایده شهروندی، علاوه بر موقعیت حقوقی، نظارت بر دسترسی به منابع کمیاب، اعطای هویت فرهنگی به افراد و گروه‌ها نیز مطرح است؛ پس در تعریف وی، شهروندی عاملی فعال است. بنابراین شهروندی از پایین به بالا است و شهروندان با آگاهی از حقوق و وظایف خود در امور جامعه مشارکت می‌کنند (شیانی، ۱۳۸۱: ۱۷).

فمینیسم و شهروندی: در حوزه مباحث مربوط به شهروندی هم و غم فمینیست‌ها آن بوده که نشان دهند نظریه و عمل شهروندی مطابق تعریف هر دو مکتب لیبرالیسم و جمهوری خواهی مدنی تا چه اندازه مردانه و مبتنی بر اصول مردسالارانه است و چگونه با تفکیک شهروند از غیرشهروند زنان حیات فروتری نسبت به مردان کسب کرده‌اند. با این نگاه فمینیسم شهروندی در صدد است تا به ساختارهای عمومی و خصوصی و روابط قدرت بپردازد که همچنان به انقیاد زنان دامن می‌زند و مانع می‌شوند تا آنها به حقوق حقه خود به عنوان شهروندانی کامل دست یابند (لیستر، ۲۰۰۳: ۴) به عقیده فمینیست‌ها زنان به سه شیوه‌ی کاملاً متعارض از حقوق شهروندی محروم شده‌اند: اول اینکه، زنان هنگامی که باید حقوقی مانند حقوق مردان داشته باشند به عنوان جنس مخالف مورد تبعیض قرار گرفته‌اند.

دوم اینکه، رفتار متمایز تنها زمانی می‌تواند تساوی کامل را ایجاد کند که زنان مانند مردان در نظر گرفته شوند. در چنین مواردی تفاوت‌های فیزیکی و تاریخی مورد غفلت واقع می‌شوند و این امر زنان را از مشارکت واقعی در نهادها و اقداماتی که به تناسب مردان ایجاد شده‌اند، باز می‌دارد هر چند آنها از حقوق رسمی برای چنین مشارکتی برخوردارند.

سوم اینکه، بعضی از حقوق شهروندی به ویژه حقوق اجتماعی به گونه‌ای متفاوت به زنان و مردان اعطا شده‌اند و در چنین مواردی با زنان به عنوان شهروندان پست‌تر رفتار می‌شود (نش، ۱۳۸۰: ۱۹۹). با وجود تلاش جنبش‌های فمینیستی که در زمینه بسط و گسترش حقوق شهروندی صورت گرفته است اما همچنان به نظر می‌رسد که آگاهی زنان از حقوق شهروندی در سطح پایین و یا حتی متوسط رو به پایین است. بنابراین زنان برای اینکه به مثابه شهروندانی عامل زندگی کنند، باید آگاهی از حقوق شهروندی خود را معطوف به عملشان در تمام عرصه‌های (خصوصی - عمومی) زندگی کنند.

پیشینه تحقیق

علاوه بر رویکردهای نظری در رابطه با شهروندی و رسانه، مجموعه پژوهش‌هایی در ارتباط با موضوع انجام صورت گرفته است. در دهه اخیر موضوع شهروندی و رسانه مورد توجه قرار گرفته و محققان اجتماعی با شیوه‌ای تجربی این موضوع را بررسی و به شیوه دقیق‌تری به گردآوری اطلاعات در مورد تجارب دیگر افراد پرداختند.

تحقیق قنبوانی (۱۳۸۶) که به بررسی استفاده از وسایل ارتباط جمعی و روحیه شهروندی (با تأکید بر تلویزیون) پرداخته نشان می‌دهد برای رشد و گسترش روحیه شهروندی در جامعه نیازمند شهروندانی آگاه و آشنا به حقوق و وظایفشان هستیم. برای رسیدن به این امر مهم باید افراد را آموزش داده و در آنها مهارت‌ها و نگرش‌های مورد نیاز را به وجود آورد. در این مطالعه ضعف روحیه شهروندی در جامعه از عدم آشنایی افراد جامعه با تکالیف و حقوق خود ناشی می‌شود که رسانه ملی می‌تواند با توجه به گستردگی حوزه خود، نقش موثری در رشد و گسترش روحیه شهروندی داشته باشد.

فروتن و همکاران (۱۳۸۹) به بررسی نقش رسانه (رادیو و تلویزیون) در شکل‌دهی آگاهی، نگرش و رفتارهای زیست محیطی شهروندان پرداخته‌اند. در بخشی از نتایج تحقیق آمده است تقویت آگاهی و فرهنگ زیست محیطی نیازمند توجه بیشتر به نهادهای متولی این امر از جمله رسانه (رادیو و تلویزیون) می‌باشد. افزایش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در زمینه حفظ محیط زیست، پخش اخبار در زمینه حوادث زیست محیطی از رسانه‌های جمعی و آموزش افراد جامعه از طریق رسانه‌ها در رابطه با محیط زیست می‌تواند در جهت بالا بردن آگاهی‌ها و بهبود نگرش‌های زیست محیطی شهروندان و ارتقاء رفتارهای زیست محیطی آنان موثر باشد. همچنین میزان استفاده از برنامه‌های رادیو و تلویزیون با محتوای محیط زیستی و آگاهی، نگرش و رفتار زیست محیطی رابطه معناداری داشته است.

قربان نژاد (۱۳۹۰) در پژوهشی به بررسی نقش رادیو در مدیریت توسعه اجتماعی پرداخته است. وی با توجه به مفاهیم توسعه اجتماعی، مشارکت، شهروندی و سرمایه اجتماعی این امر را مورد واکاوی قرار داده است. در بخشی از نتایج آمده توسعه اجتماعی از مفاهیم و هدف‌هایی است که نیاز به برنامه‌ریزی، مدیریت، آموزش و نیز آگاهی دارد و این مولفه به صورت عمیق نیاز به آموزش و ترویج از سوی رسانه‌ها دارد و رسانه‌ها می‌توانند نقش پراهمیتی در توسعه اجتماعی ایفا نمایند و رادیو نیز به عنوان یکی از رسانه‌های پویا و گسترده با توجه به گستردگی و دسترسی همه مردم به آن و ورودش به عرصه‌هایی چون رادیوهای تخصصی، آموزشی و محلی می‌تواند به عنوان یکی از ارکان ارتقاء دهنده توسعه اجتماعی در جوامع شناخته شوند.

عقبلی و باستی (۱۳۸۹) در پژوهشی به موانع مشارکت اجتماعی و راه‌های تقویت آن در رادیو پرداخته‌اند. هدف از پژوهش حاضر که به شیوه پیمایشی صورت گرفته، مطالعه و شناخت دیدگاه کارشناسان علوم ارتباطات درباره نقش و جایگاه شبکه‌های رادیویی جمهوری اسلامی ایران در ایجاد و تقویت مشارکت اجتماعی بوده است. به این منظور ۱۳۹ نفر از اساتید و دانشجویان مقاطع کارشناسی ارشد و دکترای دانشگاه آزاد اسلامی به عنوان نمونه‌ای از کارشناسان به شیوه تصادفی انتخاب شدند و به پرسشنامه‌ای محقق ساخته پاسخ دادند. نتایج نشان داد که نوع رسانه، شیوه ارائه پیام به لحاظ قالب برنامه‌ای، توسعه کمی و کیفی رادیو ارتباط معناداری با مشارکت اجتماعی دارند. حضور نمایندگان و احزاب در شبکه‌های رادیویی، راه اندازی رادیوهای محلی و تعدد و تکثر رادیویی نیز از راهبردهای تقویت کننده آگاهی و مشارکت اجتماعی هستند.

دان‌هال (۲۰۱۱) در مقاله‌ای به تأثیرات رسانه‌ها بر فعالیت سیاسی، اجتماعی و مدنی و تقویت آگاهی‌ها و نگرش‌ها در این زمینه به پژوهشی پیمایشی پرداخته است. حال با بیان این که شبکه‌های تلویزیونی رسانه‌های جمعی نقش تعیین کننده در آگاهی‌های سیاسی، اجتماعی و مدنی و تقویت آنها دارند، به این نکته اشاره می‌کند که برنامه‌های تلویزیونی که در آن به بحث و گفتگو درباره مسائل سیاسی، اجتماعی و... با حضور کارشناسان و مردم می‌پردازند در ارتقاء آگاهی‌های سیاسی، اجتماعی و مدنی در بین مردم موثرتر عمل می‌کنند و نقش بارزی در فعالیت و مشارکت سیاسی و... و آگاهی‌های آنها از این ابعاد دارند. همچنین استفاده از روزنامه‌ها می‌تواند به عنوان عامل تقویت کننده در این زمینه معرفی می‌شود.

کازنو و همکاران (۲۰۰۵) در پژوهشی میدانی که با استفاده از روش پرسشنامه انجام داده‌اند، به بررسی نقش شبکه‌های محلی رادیو و تلویزیون در ارتقاء آگاهی از فرهنگ بومی در حوزه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و... پرداخته‌اند. آنان در بخشی از تحقیق خود آورده‌اند که از زمان پیدایش تلویزیون همواره این انتظار فزاینده وجود داشت که ملت‌ها بتوانند از این رسانه پرطرفدار برای ارتقاء آگاهی از فرهنگ ملی و محلی خود استفاده نمایند و با روش‌های جالب، تلویزیون توانسته برای نمایش و معرفی قوانین و مقررات، سنت‌های فرهنگی و اجتماعی و آگاهی افراد جامعه از این مسائل، قدم‌های موثری را بردارد. در بخش دیگری از نتایج آمده که رسانه‌های ارتباطی محلی سبب افزایش هوشیاری عمومی و تقویت هویت فرهنگی و اجتماعی بومی شده است.

زنجانی زاده و محمد جوادی (۱۳۸۴) در مطالعه‌ای با عنوان بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده در شهر مشهد به پژوهش پیمایشی در این زمینه پرداخته‌اند. این تحقیق به دنبال بررسی میزان و نوع استفاده از اینترنت و تأثیر آن بر ارزش‌های خانواده است. به منظور بررسی

تأثیر اینترنت، از نظریه‌های ارتباط جمعی، پویایی گروه‌ها و کنش ارتباطی هابرماس استفاده شده است. با توجه به ضریب همبستگی تفکیکی پی‌رسون نتیجه‌گیری شد با به وجود آمدن فضای صمیمی در اینترنت کاربران نیازهای اساسی خود را مطرح می‌کنند و این باعث میشود که فضای دیگری برای کاربران اینترنت شکل گیرد که کاربران می‌توانند الگوهای خود را از آن محیط بگیرند که بر ارزش‌های خانواده آنان موثر افتد و در نهایت متغیر میزان آگاهی خانواده از استفاده دانش آموزان از اینترنت موثر است. بدین گونه دانش آموزانی که خانواده آنان آگاهی بیشتری از استفاده آن‌ها از اینترنت دارند، دارای ارزش‌های خانوادگی بالاتری هستند چرا که استفاده از اینترنت سبب آگاهی بالاتر دانش آموزان شده است.

خلقتی (۱۳۹۰) در مطالعه‌ای با عنوان تحلیل رویکرد قانون گذار به شهروند مجازی در ایران به شکل اسنادی به بررسی دولت، شهروند و فضای مجازی پرداخته است. به نظر وی فضای مجازی از یک سو دارای قابلیت‌های فراوان برای آموزش شهروندی به افراد جامعه است و از سوی دیگر توسعه فرهنگ شهروندی مجازی خود می‌تواند به استفاده درست از امکانات گسترده فضای مجازی از سوی کاربران یاری رساند. نتایج این بررسی نشان می‌دهد که رویکرد قانونگذاران و برنامه‌ریزان در ایران، این است که شهروندان این فضا نیازمند برخوردهای پلیسی و اعمال محدودیت‌ها برای محفوظ ماندن از آسیب‌ها هستند در حالی که این مطالعه پیشنهاد می‌دهد با نگاهی واقع‌بینانه و معتدل توسعه فرهنگ شهروندی مجازی را به طور جدی مورد توجه قرار داد. این امر خود منجر به توسعه کاربردهای مثبت‌تر این فضا خواهد شد و شهروندان می‌توانند همانند سایر رسانه‌ها آگاهی‌های مورد نیاز خود را از این طریق کسب نمایند.

به طور کلی و با توجه به نظریه‌هایی که در مبانی نظری و تجربی مطرح شد، تقریباً تمام گفتمان‌ها، نظریه‌ها و تحقیقات تجربی برخی از مضامین مورد مطالعه را توضیح می‌دهند. به بیان دیگر هر یک رسانه و شهروندی را از دیدگاه‌های متفاوت و پژوهش‌های مختلف تعریف و مورد مطالعه قرار داده و عوامل مختلفی را بر آن موثر دانسته‌اند. بر همین اساس چارچوب مفهومی دارای رویکرد تلفیقی است که متغیرهای متعددی را در حوزه رسانه بر آگاهی از شهروندی موثر دانسته‌اند.

روش‌شناسی

در این پژوهش از دو روش اسنادی و پیمایشی استفاده شده است. برای مطالعه نظریه‌ها و تجارب تحقیقاتی به منابع و اسناد مراجعه شده و برای گردآوری اطلاعات از روش پیمایشی بهره‌گیری شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل ساکنان شهر خرم‌آباد است که جمعیت آنان بر اساس آخرین سرشماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۰، ۴۲۰۰۰۰ نفر بوده است. برای

تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده و حجم نمونه‌ی بدست آمده از این طریق برابر با ۳۸۴ نفر بوده و شیوه انتخاب نمونه‌ها نیز با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای و شیوه‌ی سهمیه‌ای انجام گرفته است. جدول زیر نمایانگر حجم و تعداد نمونه‌های مورد نظر در این پژوهش بر حسب مناطق شهر خرم آباد است.

جدول شماره ۱: توزیع افراد بر حسب محل سکونت

ردیف	نام بلوک	برآورد تخریبی جمعیت (نفر)	درصد	تعداد نمونه
۱	میدان تیر، باغ کشاورزی	۳۶۰۰۰	۸/۶۳	۳۴
۲	ناصرخسرو و کوی ارتش	۴۸۰۰۰	۱۱/۵۳	۴۴
۳	۶۰ متری، فاز یک، کیو و دره گرم	۴۵۰۰۰	۱۰/۷۳	۴۲
۴	اسدآبادی و شمشیرآباد	۵۰۰۰۰	۱۱/۸	۴۵
۵	علوی و پشته	۴۷۰۰۰	۱۱/۲۵	۴۳
۶	جلال آل احمد و شفا	۵۵۰۰۰	۱۳/۰۹	۵۰
۷	شیرخوارگاه و مطهری	۴۷۰۰۰	۱۱/۲۵	۴۳
۸	پشت بازار و درب دلاکان	۴۹۰۰۰	۱۱/۵۲	۴۴
۹	مناطق مرکزی شهر	۴۲۰۰۰	۱۰/۲	۳۹
۱۰	جمع	۴۲۰۰۰۰	۱۰۰	۳۸۴

در پژوهش حاضر برای محاسبه اعتبار ابزار اندازه‌گیری از روش اعتبار صوری استفاده شده است. به این ترتیب که نظر کارشناسان و صاحب‌نظران در این حوزه پرسیده شده و در مرحله بعد، پس از تعیین صحت و سقم عبارات مقیاس‌ها و پرسش‌ها به صورت پرسشنامه‌ای تنظیم و مورد پیش‌آزمون^۱ قرار گرفت. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت.

در این پژوهش متغیر رسانه ساختاری اجتماعی قلمداد می‌شود که از رهگذر تبیین قوانین نمادین به ویژه ارتباطات رفتاری، به ترویج آگاهی از هنجارهای فرهنگی، اجتماعی و اقناع و متقاعدسازی در زمینه رعایت قواعد و قوانین اجتماعی مبادرت می‌ورزد (لال، ۲۰۰۰: ۲۸۹) و در این مطالعه منظور از رسانه، رادیو و تلویزیون یا صدا و سیمای مرکز لرستان بوده که بتواند با

1. consciousness

استفاده از الگوها و نظریه‌هایی ارتباطی در برنامه‌های خود در قالب فیلم، سریال، برنامه‌های آموزشی، کلیپ، میزگردها، مصاحبه، نقد، بازی و سرگرمی، برنامه‌های صبحگاهی و... مرتبط با حقوق شهروندی به آگاه‌سازی و تأثیرگذاری بر افراد جامعه بپردازد.

همچنین میزان استفاده در این مطالعه تعداد ساعات استفاده از هر یک از رسانه‌های جمعی است که براساس معرفه‌های زیر سنجش به عمل آمده است:

۱- تلویزیون: تعداد روز و ساعات استفاده از تلویزیون شبکه سیمای لرستان.

۲- رادیو: تعداد روز و ساعات استفاده از رادیو صدای لرستان.

۳- اینترنت: تعداد روز و ساعات استفاده از سایت‌های اینترنتی.

۴- ماهواره: تعداد روز و ساعات استفاده از ماهواره (شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی که خارج از کشور تولید برنامه کرده‌اند) و اصلی‌ترین متغیر مورد بررسی میزان آگاهی از حقوق شهروندی بوده که از عناصر چندگانه تشکیل شده است. آگاهی^۱ در یک برداشت عبارت است از وارد شدن وجود یا واقعیت پدیده‌ها به ذهن یا به عبارت دیگر قرار گرفتن پدیده در وضع یا موقعیتی در چارچوب ادراک ما، دریچه ورود و قرار گرفتن‌ها در ذهن، حواس ظاهر ما هستند، یعنی آگاهی و ادراک هنگامی حاصل می‌شود که ما از طریق حواس پنج‌گانه به وجود شیء، حالت یا وضعیت خاص پی ببریم (شایان‌مهر، ۱۳۷۷: ۲۸).

در برداشت دیگر، آگاهی به معنای صفت شخص یا گروه اجتماعی است که دلالت بر باخبری کامل از اوضاع و احوال مسائل جاری در یک حوزه خاص دارد (آقایخشی، ۱۳۷۶: ۳۱).

در این پژوهش حقوق شهروندی (متغیر وابسته) شامل حقوق و تکالیف مردم در برابر یکدیگر و اصول و هدف‌ها و وظایف و روش انجام آن است. (تقی‌لو، ۱۳۸۲: ۲۲۸-۲۲۳). به عبارت دیگر، حقوق شهروندی به معنای مجموعه‌ای از حقوق سیاسی، مدنی، اجتماعی، فرهنگی و جنسیتی است که شهروند از آن برخوردار می‌شود. از این رو طبق تعاریف بالا، منظور از آگاهی از حقوق شهروندی این است که افراد در ذهن خود در مورد حقوق شهروندی چه چیزهایی را می‌دانند و این دانسته‌ها چقدر با واقعیت تطابق دارد. متغیر آگاهی از حقوق شهروندی شامل حقوق، وظایف و مسئولیت‌های افراد در جامعه است که دربردارنده حقوق مدنی (آزادی بیان، اندیشه، برابری در قبال قانون و...) حقوق اجتماعی (برابری در فرصت‌ها، استفاده از خدمات مختلف و...) حقوق سیاسی (حق رأی، مشارکت در امور سیاسی و...) است که شهروندان می‌بایستی نسبت به آن آگاهی داشته باشند. ابعاد و مؤلفه‌های متغیر حقوق شهروندی در جدول زیر قابل مشاهده است.

جدول شماره ۲: ابعاد و مؤلفه‌های متغیر حقوق شهروندی

مفهوم	ابعاد	مؤلفه‌ها	ضریب آلفا
حقوق شهروندی	حقوق مدنی	حقوق یکسان افراد از نظر مذهب، جنسیت، قومیت. برخورداری افراد از حقوق و منزلت بیشتر، اطاعت همه افراد در برابر قانون، توانایی زنان در انجام مسئولیت‌ها، اجرای قانون به شکل یکسان برای همه، ایجاد فضای تعاملی برای بیان نظرات	۰۷۲/۶
	حقوق سیاسی	حق بیان نظرات برای همه، شرکت در گروه‌ها و احزاب، ایجاد زمینه مناسب برای مشارکت در انتخاب کردن و انتخاب شدن، دسترسی به سایت‌های اینترنتی، به دست آوردن اطلاعات روز دنیا، شرکت در انجمن‌های علمی، هنری و ادبی، شرکت در گروه‌های ورزشی و تفریحی، عضویت در شوراها، انجمن‌های صنفی و حرفه‌ای، فعالیت در انجمن‌های مذهبی و امور خیریه، شرکت در انجمن‌های محلی و همسایگی، شرکت در تشکل‌های سیاسی، شرکت در گروه زنان	۰۷۱/۹
	حقوق اجتماعی	امکان بهره‌مندی از امکانات آموزشی و...، آموزش شهروندان جهت آشنایی با حقوق و تکالیف، قبیله‌گرایی، برخورداری همه از امنیت، جلوگیری از تخریب اموال عمومی، پرداخت مالیات، فعالیت داوطلبانه برای توسعه جامعه، مشارکت در امور مختلف اجتماعی	۰۶۹/۳

یافته‌های پژوهش

براساس نتایج به دست آمده کل افراد بررسی شده در این پژوهش ۳۸۴ نفر بوده است که ۱۹۵ نفر یعنی ۵۰/۸ درصد را زنان تشکیل می‌دهند و ۱۸۹ نفر یعنی ۴۹/۲ درصد به مردان اختصاص دارد. رده سنی مجموع پاسخگویان ۷۰-۱۷ سال بوده که درصد درخور توجهی از آنها ۷۰/۲ درصد حدوداً ۳۶ سال هستند و ۲۲۸ نفر متأهل و ۱۳۵ نفر مجرد و ۴ نفر برابر با ۲/۴ درصد مطلقه بوده‌اند که نشان می‌دهد اکثر پاسخگویان متأهل هستند.

وضعیت پاسخ‌دهندگان برحسب تحصیلات ۳/۴ درصد بی‌سواد و ۱۱ درصد دارای مدرک زیردیپلم و ۳۹ درصد از پاسخگویان دارای مدرک دیپلم یا فوق‌دیپلم و ۳۷/۶ درصد (۱۴۴ نفر)

از این افراد دارای مدرک لیسانس و ۸/۱ درصد (۳۱ نفر) از پاسخگویان دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر بوده که نشان می‌دهد بیشترین فراوانی به مدرک دیپلم تا لیسانس اختصاص دارد.

از نظر وضعیت اشتغال افراد مورد بررسی ۸۰/۶ درصد (۳۰۷ نفر) را افراد شاغل و ۱۹/۴ درصد (۷۵ نفر) را افراد غیرشاغل تشکیل می‌دهند. از نظر وضعیت مسکن ۶۸/۳ درصد را کسانی تشکیل می‌دهند که دارای مسکن شخصی و ۲۷/۴ درصد اجارنشین و ۳/۴ درصد از پاسخگویان در منازل سازمانی اسکان دارند. از نظر میزان درآمد، میانگین درآمد افراد حدود ۶۰۰ هزار تومان و حداکثر میزان درآمد افراد ۲ میلیون بوده است.

جدول شماره ۳: میزان استفاده از رسانه‌ها در هفته

بیشتر از ۴ روز		روز ۴		روز ۳		روز ۲		روز ۱		میزان استفاده از رسانه‌ها در هفته
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۲۳/۱	۸۸	۸/۳	۳۲	۱۸/۸	۷۲	۱۵/۹	۶۲	۳۳/۹	۱۲۹	میزان استفاده از تلویزیون در هفته
۱۲/۴	۴۷	۴/۳	۱۷	۱۵/۶	۶۱	۱۰/۲	۳۹	۵۷/۵	۲۲۰	میزان استفاده از رادیو در هفته
۲۰/۴	۷۸	۵/۱	۲۱	۵۵/۱	۲۱۰	۵/۹	۲۴	۱۳/۴	۵۱	میزان استفاده از ماهواره در هفته
۱۳/۷	۵۳	۳/۲	۱۳	۴۰/۶	۱۵۵	۱۳/۴	۵۱	۲۹	۱۱۲	میزان استفاده از اینترنت در هفته

حدود نیمی از افراد بین یک تا دو روز در هفته از برنامه‌های تلویزیون استفاده می‌کنند و تنها حدود ۲۳ درصد مردم بیشتر از چهار روز در هفته تلویزیون تماشا می‌کنند و حدود ۵۷ درصد هم یک روز در هفته از رادیو استفاده می‌کنند.

کاربرد یک تا دو روز از رادیو حدود ۷۰ درصد است و تنها ۱۶ درصد افراد بین ۴ روز و بیشتر از رادیو استفاده می‌نمایند. کاربرد ماهواره در بین افراد یک یا دو روز در هفته حدود ۱۸ درصد و ۲۵ درصد نیز ۴ روز و بیشتر در هفته از ماهواره استفاده می‌نمایند و از لحاظ استفاده از اینترنت حدود ۴۲ درصد پاسخگویان بین یک تا دو روز در هفته و حدود ۱۶ درصد ۴ روز و بیشتر از اینترنت استفاده می‌کنند. بنابراین در میان رسانه‌ها، تلویزیون و رادیو در مقایسه با اینترنت و ماهواره از جایگاه بالاتری برخوردار است و بیش از رسانه‌های دیگر مورد استفاده قرار گیرد. این مسئله نکته قابل توجهی را در زمینه برنامه‌های رادیو و تلویزیون و تأثیرگذاری آن مشخص می‌کند.

جدول شماره ۴: میزان استفاده از رسانه‌ها در روز

استفاده از رسانه‌ها در شبانه روز		کمتر از یک ساعت		بین ۱ تا ۲ ساعت		۳ ساعت		۴ ساعت		بیشتر از ۴ ساعت	
فرآوانی	درصد	فرآوانی	درصد	فرآوانی	درصد	فرآوانی	درصد	فرآوانی	درصد	فرآوانی	درصد
۱۶۶	۴۳/۳	۱۰۴	۲۷/۲	۵۴	۱۴/۲	۱۸	۴/۸	۴۰	۱۰/۵		
۲۳۸	۶۲/۴	۶۸	۱۷/۷	۴۸	۱۲/۴	۱۰	۲/۷	۱۸	۴/۸		
۵۱	۱۳/۲	۵۲	۱۳/۷	۲۰۹	۵۴/۸	۱۲	۳/۲	۵۸	۱۵/۱		
۱۱۱	۲۹	۸۰	۲۱	۱۴۹	۳۹	۱۰	۲/۷	۳۲	۸/۳		

میزان استفاده از رسانه‌های تلویزیون، رادیو، اینترنت و ماهواره در طول یک شبانه روز نشان می‌دهد که اکثریت افراد حدود ۷۰ درصد بین ۱ تا ۲ ساعت در شبانه روز از تلویزیون استفاده می‌کنند و تنها ۱۵ درصد ۴ ساعت و بیشتر به تماشای برنامه‌های تلویزیون می‌پردازند. و حدود ۶۲ درصد پاسخگویان کمتر از یک ساعت به رادیو گوش می‌دهند و ۶ درصد هم بین ۴ ساعت و بیشتر از برنامه‌های رادیو استفاده می‌کنند و در مجموع حدود ۸۰ درصد حدود ۱ تا ۲ ساعت به رادیو گوش می‌دهند.

نیمی از افراد در طول شبانه کمتر از یک ساعت و یا ۱ تا ۲ ساعت از سایت‌های اینترنتی استفاده می‌کنند و تنها ۱۱ درصد ۴ ساعت و بیشتر به سایت‌های اینترنتی مراجعه می‌کنند و استفاده از شبکه‌های ماهواره حدود ۲۷ درصد کمتر از یک ساعت و ۱ یا ۲ ساعت در طول

شبانه روز است و ۱۸ درصد پاسخگویان ۴ ساعت و بیشتر در طول شبانه روز از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده می‌نمایند.

جدول شماره ۵: آزمون t تک نمونه‌ای به متغیرها

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	t	درجه آزادی	p
میزان استفاده از اینترنت	۳/۰۹۷۳	۱/۱۲۳۱۴	-۸/۶۳۲	۳۸۱	۰/۰۰۰
میزان استفاده از ماهواره	۲/۰۳۲۳	۱/۰۸۲۳۴	۰/۵۷۵	۳۸۱	۰/۵۶۶
میزان استفاده از تلویزیون	۳/۱۲۲۹	۰/۵۱۷۹۵	-۲/۸۷۰	۳۸۱	۰/۰۰۴
میزان استفاده از رادیو	۳/۰۳۳۰	۰/۶۱۰۷۷	-۵/۹۰۵	۳۸۱	۰/۰۰۰

در مجموع با توجه به آزمون‌های محاسبه شده میانگین استفاده از تلویزیون، رادیو، اینترنت و ماهواره به ترتیب ۳/۱۲، ۳/۳، ۳/۱ و ۲/۳ بوده و نشان می‌دهد میزان استفاده از تلویزیون، رادیو و اینترنت در میان افراد در حد متوسط است. با توجه به میانگین‌های برآورد شده میزان استفاده از تلویزیون بیش از سایر میانگین‌ها است و میزان استفاده از ماهواره در بین رسانه از کمترین حد برخوردار است.

جدول شماره ۶: میزان آگاهی از ابعاد تشکیل دهنده حقوق شهروندی

ابعاد حقوق شهروندی	خیلی کم	کم	تأحدودی	زیاد	خیلی زیاد
برخورداری از امکانات مختلف	۲۳/۴	۱۶/۴	۶/۷	۱۸/۸	۵۳/۵
آموزش در زمینه حقوق شهروندی	۲۵/۳	۱۵/۶	۱۱	۱۸/۳	۴۸/۱
شناسایی افراد بر اساس قومیت	۸۲/۲	۱۷/۲	۱۸/۸	۱۴/۵	۳۵/۷
برخورداری از امنیت	۳۲/۴	۱۱/۸	۸/۹	۱۰/۵	۴۷/۱
پرداخت مالیات جهت آبادانی	۱۵/۱	۱۸	۱۹/۹	۲۳/۷	۴۷/۱
فعالیت داوطلبانه جهت توسعه و آبادانی	۱۹/۹	۱۶/۹	۲۷/۲	۲۰/۲	۳۶/۱
مشارکت در امور مختلف جامعه	۴۳/۵	۱۴	۲۹/۸	۵/۶	۷
پرسش از مسئولین جامعه	۲۳/۱	۱۶/۹	۱۳/۲	۱۴/۵	۳۲/۳۳
حفاظت از اموال عمومی	۲۹	۲۲/۴	۱۷/۵	۱۸/۳	۱۲/۹
عضویت در احزاب و گروهها	۱۷/۲	۱۹/۹	۱۷/۲	۲۵/۸	۱۹/۹
ایجاد زمینه برای مشارکت آزادانه در جامعه	۱۹/۶	۱۸	۱۹/۹	۱۸/۸	۲۳/۷
کسب اطلاعات از طریق اینترنت	۲۱/۵	۱۵/۶	۳۱/۷	۱۵/۱	۱۶/۱
عضویت آوردن اطلاعات از طریق ماهواره	۳۵/۵	۱۲/۶	۲۶/۶	۸/۹	۱۶/۴
عضویت در انجمن‌های علمی و هنری	۳۹/۸	۱۴/۲	۳۰/۹	۶/۷	۸/۳
عضویت در گروه‌های ورزشی و تفریحی	۲۳/۱	۱۶/۴	۳۲/۸	۱۴	۱۳/۷
عضویت در شوراهای و انجمن‌های صنفی	۳۹	۱۵/۱	۳۲/۵	۷/۳	۶/۲
شرکت در فعالیت‌های همسایگی و محلی	۳۲/۳	۱۴/۵	۳۳/۳	۱۰/۵	۹/۴
فعالیت در هیئت‌های مذهبی	۲۴/۷	۱۶/۹	۳۵/۸	۱۴	۱۸/۶
شرکت در تشکل‌های سیاسی	۴۳/۵	۱۴	۲۹/۱	۱۰/۵	۷
شرکت در گروه زنان	۴۹/۲	۸/۶	۳۲	۴	۶/۲
برخورداری از حقوق	۲۵/۵	۱۴	۹/۴	۱۶/۷	۳۴/۴
حقوق ویژه برای برخی افراد	۲۱/۲	۲۱/۸	۱۵/۱	۲۰/۲	۲۱/۸
اطاعت از قوانین	۱۹/۱	۱۶/۹	۱۸	۲۲	۲۳/۹
توانایی زنان در انجام مسئولیت‌ها	۱۷/۷	۲۶/۱	۱۵/۱	۲۱/۸	۱۹/۴
اجرای قانون به شکل یکسان	۱۸	۱۴/۸	۱۶/۱	۲۰/۷	۳۰/۴
ایجاد فضای تعاملی برای بیان نظرات	۹/۹	۹/۷	۲۵/۵	۲۵/۵	۳۰/۴

نتایج به دست آمده از توصیف ابعاد مختلف حقوق شهروندی در بعد مدنی حاکی از آن است که حدود ۵۰ درصد افراد نگرش منفی یا نسبتاً منفی نسبت به برخوردارگی همه افراد جامعه از حقوق یکسان صرف‌نظر از قومیت جنسیت داشته‌اند و ۴۹ درصد آنان نسبت به این مسئله نگرش مثبت دارند. در رابطه با اطاعت از قانون ۵۴ درصد افراد گزینه خیلی کم، کم یا متوسط را برگزیده‌اند ۲۴ درصد افراد مورد مطالعه هم اطاعت از قانون را در حد خیلی زیاد دانسته‌اند

که نکته قابل توجهی است.

اکثر پاسخگویان در رابطه با ایجاد فضای تعاملی برای بیان نظرات در جامعه نظر موافق داشته و معتقد بودند در جامعه باید چنین فضاهایی ایجاد شود ۲۵/۵ درصد نسبت به این مسئله نظر بینابین داشته و نسبت کمی هم نظر مخالف داشته‌اند. نتایج این پژوهش در زمینه ایجاد فضای تعاملی با نظریه هابرماس در ارتباط با ایجاد حوزه‌ی عمومی همخوانی دارد. بر اساس این نظریه، از رهگذر جامعه مدنی در حوزه عمومی که حد واسط نظام سیاسی و بخش‌های خصوصی است، مسائل مختلف حل خواهند شد. در این حوزه‌ها افراد مسئولیت‌ها و حقوق خود را به عنوان شهروند پذیرفته و قادر به بیان نظرات و عقایدشان می‌شوند. در رابطه با توانایی زنان در انجام مسئولیت‌ها حدود ۶۰ درصد پاسخگویان نگرش منفی یا بینابین داشته و فقط ۱۹/۴ درصد این توانایی را در حد خیلی زیاد دانسته‌اند. نکته قابل توجه اینک که مجموع افراد بررسی شده در این پژوهش ۳۸۴ نفر بوده که ۵۰ درصد را زنان تشکیل می‌دهند و مطابق با اندیشه‌های شهروندی فمینیستی زنان همچنان آگاهی کمی نسبت به حقوق شهروندی دارند و اگر زنان بخواهند به مثابه شهروندانی عامل زندگی کنند باید آگاهی از حقوق شهروندی را معطوف به عملشان در تمام عرصه‌های (خصوصی- عمومی) زندگی نمایند. ۴۲ درصد افراد مورد مطالعه خواستار درنظر گرفتن حقوق ویژه برای برخی از افراد جامعه بوده و ۱۵ درصد نیز نظری بینابین در این زمینه داشته‌اند.

بر اساس یافته‌ها، نتایج مربوط به میزان آگاهی از حقوق اجتماعی حاکی از آن است که امکان بهره‌مندی همه افراد از امکانات و فرصت‌ها بیشترین درصد میزان آگاهی (۵۳/۵ درصد) را به خود اختصاص داده است. نتایج نشان از همخوانی با نظریه ترنر دارد که شهروندی بر دسترسی افراد و گروهها به منابع کمیاب در جامعه نظارت دارد که حاکمیت می‌بایستی فرصت‌های لازم را برای اعضای جامعه فراهم نماید. همچنین نتایج با نظریه فالكس مطابقت دارد که راه ارتقای شهروندی را تامین حقوق اجتماعی همه شهروندان از طریق فراهم نمودن نیازهای اساسی آنها می‌داند.

مشارکت داوطلبانه برای توسعه و آبادانی کمترین درصد میزان آگاهی (۳۶/۱ درصد) را در میان افراد مورد مطالعه داشته است. همچنین ۳۵/۷ درصد افراد خواستار شناسایی خود با قومیتشان بودند ۱۸/۸ درصد از آنان نظری بینابین نسبت به مسئله داشته‌اند. باید خاطر نشان کرد عضویت در طایفه‌های مختلف و تأکید بر وابستگی‌ها و تعلقات خاص‌گرایانه موجب دوری از شناخت شده و این افراد آگاهی کمتری نسبت به حقوق شهروندی خود دارند. نتایج این بخش با نظریه پارسونز همخوانی دارد، گروه‌هایی که همچنان بر ارزش‌های کهن خود تأکید دارند و دید خاص‌گرایانه نسبت به مسائل ابراز می‌نمایند و خود را با مقتضیات زمان و شرایط اجتماعی وفق نداده‌اند، آگاهی کمتری نسبت به حقوق شهروندی دارند. ۴۸/۱ درصد از افراد خواستار

آموزش حقوق شهروندی توسط نهادهای مختلف از جمله رسانه‌ها شده‌اند. همچنین نتایج مربوط به حقوق شهروندی از بعد حقوق سیاسی نشان می‌دهد ۴۶/۸ درصد پاسخگویان خواستار اعتراض و یا پرسشگری از مسئولین جامعه در ارتباط با عملکردشان هستند و ۴۵/۷ درصد افراد شرکت در احزاب و گروه‌های مختلف را سبب بالا رفتن آگاهی از حقوق سیاسی دانسته‌اند و ۱۷/۲ درصد نیز نظر بینابین نسبت به این امر داشته‌اند و ۴۲/۵ درصد افراد خواستار فراهم آوردن زمینه‌های مناسب در جامعه برای انتخاب شدن و انتخاب کردن آزادانه جهت مشارکت هرچه بیشتر در امور سیاسی شده‌اند.

مطابق با نظر فالکس که اجزاء تشکیل دهنده شهروندی را حقوق، مسئولیت‌ها و مشارکت سیاسی و مهم‌ترین بستر تحقق آن را اخلاق مشارکت در یک جامعه سیاسی دموکراتیک می‌داند. حضور در عرصه‌های عمومی که با پرسش‌های متعدد مورد سنجش قرار گرفته نشان دهنده مشارکت افراد مورد مطالعه است. چنان که میزان عضویت در تشکلهای و نهادهای مدنی در سطح پایینی قرار دارد به طوری که ۵۷/۵ درصد در تشکلهای سیاسی عضویت ندارند و یا در حد خیلی کم و کم شرکت می‌کنند و فقط ۱۲/۶ درصد در حد زیاد در تشکلهای سیاسی عضویت و یا در آن شرکت می‌کنند. کمترین میزان عضویت مربوط به شرکت در گروه‌های زنان با ۱۰/۲ درصد و بیشترین میزان عضویت مربوط به فعالیت در هیئت‌های مذهبی و امور خیریه با ۳۲/۶ درصد بوده است.

در میان عضویت در سایر فعالیت‌ها، عضویت در شوراهای و امور صنفی نیز با استقبال روبرو نبوده و فقط ۱۳/۵ درصد افراد مورد مطالعه در امور مربوط به شوراهای و امور صنفی شرکت فعالانه دارند و شرکت ۵۵/۶ درصد در این گونه فعالیت‌ها در حد ضعیفی بوده و ۳۲/۵ درصد نیز در حد متوسط در این فعالیت‌ها مشارکت داشته‌اند.

به طور کلی مشارکت افراد در امور مختلف جامعه ضعیف بوده است. طبق ارقام ۵۸/۶ درصد مشارکت در حد کمی در امور آنها در مور مختلف جامعه مشارکت داشته و فقط ۱۲/۴ درصد مشارکت فعالانه در امور جامعه دارند و ۲۹ درصد در حد متوسط در امور مشارکت داشته‌اند. همانگونه که فالکس بیان می‌دارد جهت ارتقاء مشارکت افراد در امور مختلف جامعه حاکمان بایستی در تامین حقوق افراد خود کوشش نمایند و زمینه‌ها و بسترهای مناسب را جهت مشارکت شهروندان فراهم نمایند و در جهت بالا بردن آگاهی‌های لازم برای آنان تلاش کنند. چرا که شرکت در گروه‌ها و تشکلهای و همچنین تجارب انتخاب شدن و شرکت در انتخابات مختلف، سبب کسب مهارت‌های مشارکتی است و در این راستا، افرادی که در عرصه‌های اجتماعی و حوزه‌های عمومی چون انجمن‌ها، تشکلهای و نهادهای داوطلبانه حضور و همکاری بیشتری داشته باشند از میزان آگاهی بیشتر نیز نسبت به حقوق و وظایف شهروندی برخوردارند. نتایج تحقیق نیز موید نظر مطرح شده است.

جدول شماره ۷: آزمون t تک نمونه‌ای متغیرها

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	t	درجه آزادی	p
آگاهی از حقوق شهروندی از بعد سیاسی	۲/۹۲۰۵	۰/۶۵۲۴۸	-۱۰/۳۳۰	۳۸۱	۰/۰۰۰
آگاهی از حقوق شهروندی از بعد اجتماعی	۳/۱۸۳۵	۰/۷۸۴۰۹	۴/۵۱۵	۳۸۱	۰/۰۰۰
آگاهی از حقوق شهروندی از بعد مدنی	۳/۲۵۹۴	۰/۷۰۵۰۸	۷/۰۹۶	۳۸۱	۰/۰۰۰

بر اساس میانگین‌های برآورد شده، میزان آگاهی از حقوق شهروندی در ابعاد مدنی، سیاسی و اجتماعی در حد متوسط است. میانگین آگاهی از حقوق شهروندی در بعد سیاسی ۲/۹، در بعد اجتماعی ۳/۲ و در بعد مدنی نیز ۳/۲ بوده که فاصله دو بعد مدنی و اجتماعی را با بعد سیاسی نشان می‌دهد.

جدول شماره ۸: نتایج آزمون رگرسیون میزان استفاده از رادیو و تلویزیون با میزان آگاهی از

حقوق شهروندی

مدل	ضریب همبستگی چند گانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل یافته	سطح معناداری	F	درجه آزادی
رادیو	a ۵۷۸/۰	۳۳۴/۰	۳۳۲/۰	۰۰۰/۰	۱۶۳/۱۸۵	۳۸۱
تلویزیون	b ۵۹۹/۰	۳۵۹/۰	۳۵۶/۰	۰۰۰/۰	۴۱۷/۱۰۳	۳۸۱

بر اساس نتایج به دست آمده آماره F محاسبه شده برابر با ۱۰۳/۴۱۳ محاسبه شده که معناداری دو متغیر رادیو و تلویزیون و متغیر وابسته را به خوبی تبیین و همبستگی متغیرهای مستقل (میزان استفاده از برنامه‌های رادیو و تلویزیون) را با متغیر وابسته (آگاهی از حقوق شهروندی) نشان می‌دهد.

همچنین با توجه به جدول فوق می‌توان بیان کرد میزان همبستگی آگاهی از حقوق شهروندی نزد شهروندان خرم‌آباد در یک ترکیب خطی با متغیرهای وارد شده در معادله برابر با ۰/۵۵۹ است. ضریب تعیین حاصل برابر با ۰/۳۵۹ و ضریب تعیین تعدیل یافته برابر با ۰/۳۵۶ نمایانگر آن است که حدود ۳۶ درصد (۰/۳۵۹) واریانس متغیر آگاهی از حقوق شهروندی توسط متغیرهای مستقل تبیین شده است و مابقی مربوط به سایر متغیرها است که در این پژوهش

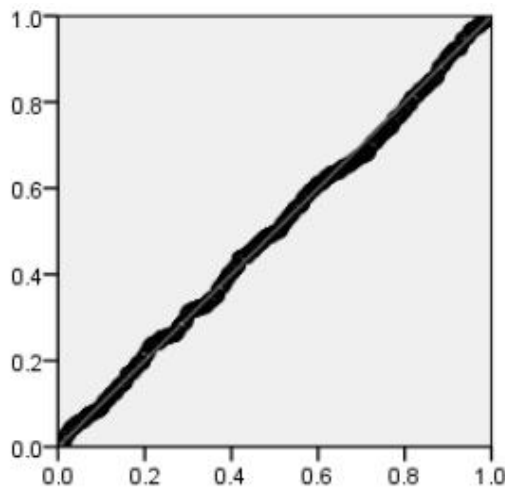
نیامده است.

جدول شماره ۹: نتایج آزمون رگرسیون ضرایب استاندارد شده

سطح معناداری	t	ضرایب استاندارد	مدل رگرسیونی	سطح معناداری				
		Beta						
۰/۰۰۰	۳۳/۵۵۴		مقدار ثابت	۱				
					۰/۰۰۰	۱۳/۶۰۷	۰/۵۷۸	میزان استفاده از تلویزیون
۰/۰۰۰	۳۱/۶۳۷		مقدار ثابت	۲				
					۰/۰۰۰	۶/۹۶۴	۰/۴۱۴	میزان استفاده از تلویزیون
					۰/۰۰۰	۳/۸۴۴	۰/۲۲۹	میزان استفاده از رادیو

با توجه به جدول رگرسیون معادله استاندارد نیز به صورت زیر نوشته می‌شود:
 (میزان استفاده از رادیو ۰/۲۲۹) + (میزان استفاده از تلویزیون ۰/۴۱۴) = میزان آگاهی از حقوق شهروندی

طبق یافته‌ها، میزان استفاده از تلویزیون در مقایسه با میزان استفاده از رادیو سهم بیشتری در میزان آگاهی از حقوق شهروندی دارد و تقریباً این تأثیر دو برابر تأثیر رادیو بر میزان آگاهی از حقوق شهروندی بوده است.



نمودار شماره ۱: نمودار پراکنش خط رگرسیون: میزان آگاهی از حقوق شهروندی بدیهی است افزون بر رسانه‌ها، عوامل دیگری در سطوح فردی و ساختاری بر آگاهی از حقوق شهروندی موثرند.

جدول شماره ۱۰: ضریب همبستگی اسپیرمن رابطه سطح تحصیلات و میزان آگاهی از حقوق شهروندی

تحصیلات	آگاهی از حقوق شهروندی	
۰,۲۴۲	ضریب همبستگی اسپیرمن	
۰,۰۱۸	سطح معناداری	
۳۸۴	تعداد کل	

نتایج آزمون نشان می‌دهد با توجه به مقادیر ضریب همبستگی $0/242$ و سطح معناداری به دست آمده فرض معناداری دو متغیر پذیرفته می‌شود و حاکی از این است که سطح تحصیلات پاسخگویان بر آگاهی از حقوق شهروندی مؤثر است. با توجه به شدت همبستگی افزایش سطح تحصیلات، آگاهی از حقوق شهروندی افراد افزایش می‌دهد و رابطه مستقیم و مثبت بین دو متغیر را برقرار می‌سازد.

جدول شماره ۱۱: ضریب همبستگی اسپیرمن رابطه سن و میزان آگاهی از حقوق شهروندی

سن	آگاهی از حقوق شهروندی	
-۰,۱۸۵	ضریب همبستگی اسپیرمن	
۰,۰۲۳	سطح معناداری	
۳۸۴	تعداد کل	

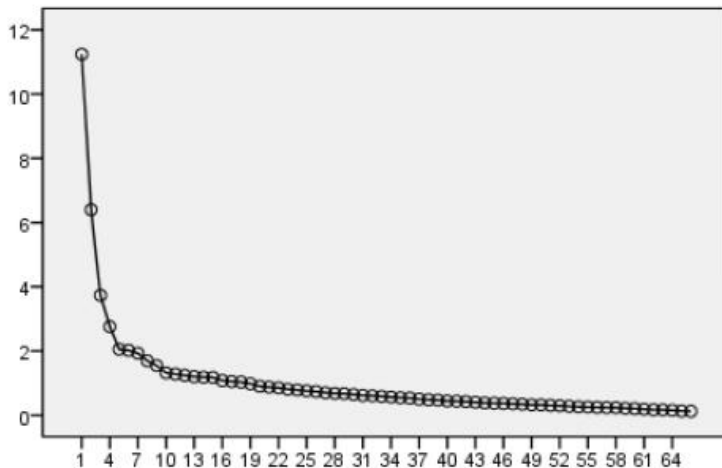
نتایج آزمون نشان می‌دهد با توجه به مقادیر ضریب همبستگی با $-0/185$ و سطح معناداری به دست آمده فرض معناداری دو متغیر پذیرفته می‌شود و حاکی از این است که سن پاسخگویان بر آگاهی از حقوق شهروندی‌شان مؤثر است. با توجه شدت همبستگی با افزایش سن، آگاهی از حقوق شهروندی کاهش می‌یابد و بین دو متغیر رابطه معکوس برقرار می‌شود.

درخصوص نتایج اولین آماره تحلیل عامل با عنوان کیزر مایر که برابر با $0/857 = KMO$ است این آزمون کفایت اندازه نمونه جهت انجام تحلیل عامل را ارزیابی می‌کند و دلالت بر تایید تحلیل عاملی دارد. با توجه به مقدار آن برابر با $0/857$ می‌توان دریافت همبستگی‌های مورد آزمون برای تحلیل عامل بسیار مناسب هستند.

آماره بارتلت مناسب بودن داده‌ها را برای تحلیل عامل نشان می‌دهد که نتایج آن برابر با $BT = 11400/633$ است و سطح معناداری حاصل بسیار مطلوب است ($sig = 0/000$). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که داده‌ها از تناسب مورد قبولی جهت آزمون تحلیل عامل برخوردارند.

جدول شماره ۱۲: نتایج آزمون کیزر مایر و بارتلت در تحلیل عاملی

	KMO	۰/۸۵۷
	آزمون	۱۱۴۰۰/۶۳۳
BT	درجه آزادی	۲۱۴۵
	Sig.	۰/۰۰۰



نمودار شماره ۲: نمودار سنگ ریزه بر اساس مقادیر ویژه

در این تحلیل جهت گزینش تعداد عامل‌ها از مقدار ویژه کمک گرفته شده به طوری که بر مبنای این معیار حداقل مقدار ویژه جهت انتخاب عامل بزرگ‌تر از ۱ است از این رو در مجموع با استفاده از چرخش متعامد از نوع واریماکس پنج عامل مورد نظر ما تایید شده‌اند. نمودار سنگ ریزه نیز به خوبی این عوامل را نشان داده شده است. مطابق دیگر نتایج میزان درصد تبیین شده برابر با ۳۹/۶۷۳ درصد برآورد شده است. در جدول زیر سهم هر عامل مشخص و متغیرهای مربوطه گزارش شده، عامل‌های تایید شده عبارتند از:

- ۱- آگاهی از حقوق شهروندی
- ۲- میزان استفاده از تلویزیون
- ۳- میزان استفاده از رادیو
- ۴- میزان استفاده از ماهواره
- ۵- میزان استفاده از اینترنت

جدول شماره ۱۳: نتایج آزمون تحلیل عامل بر حسب عامل‌های تایید شده

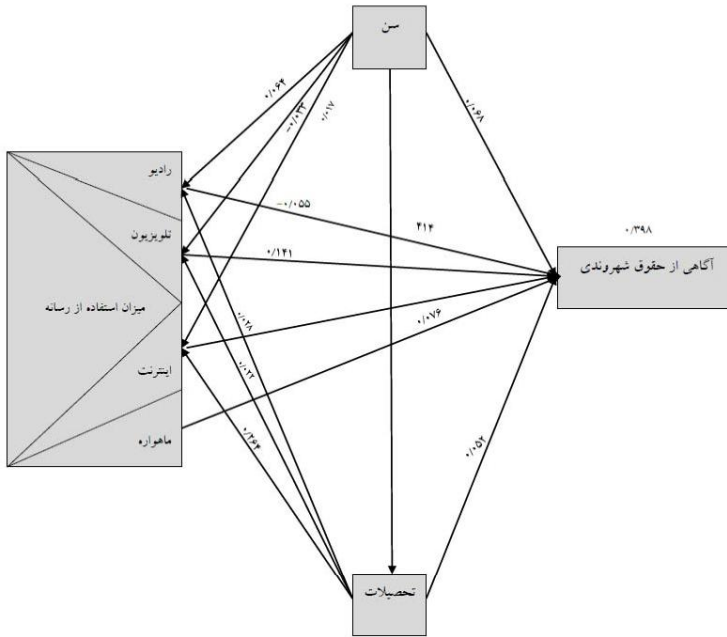
متغیرها					متغیرها
عامل اول	عامل دوم	عامل سوم	عامل چهارم	عامل پنجم	
۱۶/۳۵۵	۹/۶۵۰	۵/۷۲۱	۴/۴۷۸	۴/۴۷۸	درصد واریانس تبیین شده
۱۶/۳۵۵	۲۶/۰۰۶	۳۱/۷۲۷	۳۶/۲۰۴	۳۹/۶۷۳	درصد تراکمی واریانس تبیین شده

شایان ذکر است نتایج حاصل از آزمون تحلیل عامل تاییدی به روش حداکثر درست‌نمایی صورت گرفته است و در نهایت پنج عامل مورد نظر (آگاهی از حقوق شهروندی، میزان استفاده از تلویزیون، میزان استفاده از رادیو، میزان استفاده از ماهواره و میزان استفاده از اینترنت) مورد تایید قرار گرفته است.

نقش واسطه‌ای سن و سطح تحصیلات بین آگاهی از حقوق شهروندی، میزان استفاده از تلویزیون، میزان استفاده از رادیو، میزان استفاده از ماهواره و میزان استفاده از اینترنت نشان دهنده‌ی تاثیر عوامل فردی در کنار رسانه‌های جمعی است که بر میزان و نحوه استفاده از رسانه‌ها نیز تأثیر می‌گذارد.

تحلیل مسیر

تحلیل مسیر تکنیکی است که همبستگی میان متغیرهای مستقل و متغیر وابسته را در قالب تأثیر مستقیم و غیرمستقیم نشان می‌دهد. تحلیل مسیر بر پایه مجموعه‌ای از تحلیل رگرسیون چندگانه و بر اساس فرض ارتباط بین متغیرهای مستقل و وابسته استوار است. در پژوهش حاضر این تفکیک بر اساس مدل تحلیلی برآمده از چارچوب نظری تحقیق بوده است، که به صورت زیر به تصویر کشیده شده است. در جدول ۱۴ اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها آورده شده است.



شکل شماره ۳: تحلیل مسیر

جدول شماره ۱۴: نتایج تحلیل مسیر

انواع تأثیر			متغیرها
کل	غیرمستقیم	مستقیم	
۰/۳۹۸	۰	۰/۳۹۸	میزان استفاده از تلویزیون
۰/۵۴۳	۰/۲۹	۰/۲۵۳	میزان استفاده از رادیو
۰/۱۱۷	-۰/۰۲۴	۰/۱۴۱	سطح تحصیلات
۰/۱۰۵	۰/۰۳۷	۰/۰۶۸	میزان استفاده از اینترنت
۰/۰۶۳	۰/۰۱۱	۰/۰۵۲	میزان استفاده از ماهواره
-۰/۰۹۵	-۰/۰۰۴	-۰/۰۵۵	سن

به این ترتیب، متغیر میزان استفاده از تلویزیون بیشترین اثر مستقیم، بر میزان آگاهی از حقوق شهروندی داشته و متغیر میزان استفاده از رادیو بیشترین اثر غیرمستقیم را بر میزان آگاهی از حقوق شهروندی نشان داده است. بنابراین برنامه‌های رادیو و تلویزیون نقش تعیین کننده‌ای در افزایش آگاهی از حقوق شهروندی داشته‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

زندگی در محیط‌های شهری مستلزم پذیرش و نهادینه کردن انواع هنجارهای قانونی و حقوقی است که بتواند به گونه‌ای پایدار ضمن تأمین نیازهای مختلف افراد، روابط پایدار اجتماعی را موجب شود. کسب اطلاعات تنها با آموزش نظری در مدارس یا خود به خود به دست نمی‌آید، بلکه نیازمند اخبار و اطلاعات محیط زندگی، افکار، عقاید و رفتارهای عمومی به موازات آموزش رسمی برای تمام سنین و اقشار است.

به منظور رشد و گسترش شهروندی، جامعه نیازمند شهروندانی آگاه و آشنا به حقوق و وظایف است و برای رسیدن به این امر مهم باید به آگاه‌سازی و آموزش افراد بپردازد و در آنها مهارت‌ها و دانش‌های مورد نیاز را به وجود آورد. در هر جامعه‌ای با توجه به زمینه‌های فرهنگی وجود شهروندانی آگاه که بتوانند در قالب حقوق و وظایف تعیین شده در چارچوب فضای سیاسی- اجتماعی فعالیت کنند، ضرورتی تام دارد. بدیهی است رسیدن به چنین هدفی مستلزم تدابیر لازم و ایجاد زمینه‌هایی برای آگاه‌سازی اعضای جامعه است.

در این میان وسایل ارتباط جمعی نقش مهمی بر عهده دارند. به خصوص برنامه‌های صدا و سیمای ملی و محلی از جمله صدا و سیمای مرکز لرستان می‌تواند جهت رشد آگاهی‌های شهروندی تهیه و در معرض نمایش قرار گیرد. به عبارت دیگر رسانه‌ها می‌توانند نقش مؤثری در رشد و گسترش آگاهی از حقوق شهروندی داشته باشند. نتایج به دست آمده از پژوهش نشانگر برخی نکات جالب و درخور تأمل بوده است.

نتایج به دست آمده از پژوهش نشان می‌دهد اعضای جامعه مورد مطالعه از آگاهی متوسط رو به پایین نسبت به حقوق شهروندی خود برخوردارند. این در حالی است که رادیو و تلویزیون نقش بسیار مهمی در افزایش آگاهی افراد از حقوق شهروندی برعهده دارد. رسانه‌ای که از یک طرف افراد را با شیوه‌های مختلف در برنامه‌های خود می‌تواند نسبت به حقوق و تکالیف خود آگاه کند و از طرف دیگر شیوه‌های تأمین این حقوق و مسئولیت‌ها را آموزش دهد.

طبق یافته‌ها در در میان ابعاد مختلف حقوق شهروندی، آگاهی کمتری نسبت به بعد سیاسی حقوق شهروندی وجود دارد و در بعد مدنی افراد آگاهی بیشتری داشته‌اند؛ این نتیجه نشان از آن دارد که می‌بایستی از طرف گرداندگان جامعه بسترها و فرصت‌های مناسب برای مشارکت هر چه بیشتر افراد در امور مختلف به ویژه انتخاب شدن و انتخاب کردن و شرکت هر چه بیشتر افراد در گروه‌ها، انجمن‌ها و احزاب سیاسی فراهم شود. همچنین آگاهی جامعه در بعد مدنی نشان می‌دهد گرایش افراد به قانون‌مداری، آزادی بیان و عدم تبعیض بر اساس جنسیت، عقیده و... بیشتر شده و بایستی متناسب‌سازی بیشتری در نهادهای فرهنگی، ارگان‌ها، دستگاه‌های دولتی، وسایل ارتباط جمعی با روند بینشی افراد جامعه صورت گیرد. از این رو

طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی از سوی صدا و سیما برای تقویت نگرش به مشارکت، ارزش‌های دموکراتیک و میزان پایبندی افراد به قوم‌گرایی و ترغیب هر چه بیشتر برای فعالیت‌های گروهی و جمعی ضرورت می‌یابد تا سبب افزایش مشارکت اعضای جامعه در عرصه‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و به تبع آن رشد حقوق و تکالیف مدنی افراد فراهم شود که خود آگاهی و مشارکت هر چه بیشتر را به دنبال می‌آورد.

در مورد استفاده از وسایل ارتباط جمعی نتایج نشان می‌دهد میزان استفاده از تلویزیون بیشترین سهم را به با میانگین (۳/۱۲) به خود اختصاص داده و کمترین میزان متعلق به ماهواره با میانگین (۲/۰۳) بوده است. اگر چه باید سهم انکار یا پنهان نمودن را در مورد این رسانه در نظر گرفت. میزان استفاده از رسانه‌ها کمتر از یک ساعت در شبانه‌روز را رادیو به خود اختصاص داده با (۶۲/۴) درصد و میزان استفاده از رسانه‌ها بیش از ۴ روز در هفته را تلویزیون با (۲۳/۱) درصد داشته و بالاترین میزان استفاده از رسانه در یک روز متعلق به رادیو با (۵۷/۵) درصد بوده است. بنابراین با توجه به میانگین‌ها و درصد‌های مطرح شده در یافته‌ها می‌توان به اهمیت هر یک از وسایل ارتباطی به ویژه رادیو و تلویزیون در جهت رشد و گسترش آگاهی از حقوق شهروندی با توجه به تنوع برنامه‌ها و گستردگی حجم مخاطبان و فراگیری در سطح جامعه پی برد و اذعان داشت رسانه‌های جمعی به عنوان یکی از عوامل گسترش آگاهی در کنار خانواده، محیط آموزشی و دوستان، نقش مهمی در رشد جنبه‌های گوناگون حقوق شهروندی داشته، چنان که بر اساس پژوهش‌های صورت گرفته افراد، آموزه‌ها و اطلاعات متنوعی از طریق رسانه‌ها به ویژه رادیو و تلویزیون دریافت می‌کنند.

با توجه به اینکه پژوهش نشان داد استفاده از رسانه (رادیو و تلویزیون) بر آگاهی از حقوق شهروندی مؤثر است، دست‌اندرکاران رسانه‌ها می‌توانند با ایجاد تنوع، جذابیت در برنامه‌ها و تولید انواع برنامه‌ها از جمله برنامه‌های سرگرم کننده، میزگردها، انیمیشن، فیلم، سریال و ... متناسب با مؤلفه‌های مختلف شهروندی جهت آموزش افراد جامعه و آگاه‌سازی آنان نسبت به حقوق و تکالیف‌شان اقدام نمایند.

همان طور که فمینیست‌ها نیز مطرح کرده‌اند محدودیت‌های اجتماعی و روندهای تاریخی و سایر محدودیت‌های عرفی، دست یافتن زنان را به حقوق شهروندی خود با مشکل روبرو کرده، بنابراین حمایت از تنوع با توجه به حقوق و مسئولیت‌های همه افراد و بدون محوریت هویت‌های خاص به جامعه اجازه می‌دهد تا حقوق و مسئولیت‌ها را فراتر از مسئله جنسیتی گسترش داده و بستر لازم را برای آگاهی زنان از حقوق شهروندی فراهم آورد. همچنین با توجه به یافته‌های پژوهش در رابطه بین سن و سطح تحصیلات افراد و آگاهی از حقوق شهروندی آشکار گردید با افزایش سن آگاهی شهروندان کاهش و با افزایش سطح تحصیلات افراد، آگاهی

افزایش می‌یابد، بنابراین می‌توان برنامه‌های متنوعی از سوی متولیان امر صدا و سیما جهت آگاهی همه افراد در سنین و سطوح مختلف تحصیلات تدارک دیده شود تا زمینه و بستر لازم را برای آگاهی‌های مورد نیاز همه اقشار جامعه متناسب با سن و تحصیلات آنها در زمینه حقوق و تکالیف شهروندی فراهم آورد.

در مجموع، نتایج با مباحث نظری و دیدگاه‌های صاحب‌نظران و یافته‌های پژوهشی سایر محققان پیرامون رابطه استفاده از رسانه با میزان آگاهی از حقوق شهروندی همخوانی دارد. همسو با مطالعات بال روکیچ، دی فلور درباره رسانه‌ها، یافته‌ها نشان داد در جامعه جدید شهری و صنعتی افراد جامعه به اطلاعات ارائه شده در زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و... رسانه‌های جمعی وابستگی دارند چرا که در سطح اجتماعی، رسانه‌ها جزء جدایی‌ناپذیر نهادهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و آموزشی هستند و می‌توانند افراد جامعه اطلاعات را در مورد هر کدام از اجزاء و نهادهای جامعه به دست آورند و در سطح فردی نیز مخاطبان به طرز وسیعی از اطلاعات وسایل ارتباط جمعی در انجام زندگی روزمره سود می‌برند.

متفکر دیگری که در این خصوص نظرهای تأیید شده تجربی ارائه کرده مارو پورتو است. وی بر مبنای مفهوم جهت‌دهی نقش تلویزیون در آموزش مفهوم شهروندی را مورد واکاوی قرار داده، در نظریه خود مشخص می‌کند که چگونه اعضاء و شهروندان یک جامعه با کسب آگاهی‌ها و اطلاعات و چارچوب‌های مفهومی که از طریق رسانه‌ها به ویژه تلویزیون به دست می‌آورند، به نگرش‌های اجتماعی، سیاسی و مدنی خود شکل می‌دهند حتی اگر اطلاعات چندانی در مورد مسائل اجتماعی و سیاسی نداشته باشند، این نظر هم در جامعه مورد مطالعه مصداق دارد.

از سوی دیگر می‌توان با همسویی این یافته‌ها با نتایج مطالعه هابرماس اشاره کرد. یافته‌ها نشان داد که رادیو می‌تواند در جهت گسترش فضای تعاملی، بیان نظرات، گسترش مشارکت افراد در امور مختلف جامعه و به تبع آن افزایش آگاهی‌های مختلف افراد در زمینه حقوق شهروندی گام‌های اساسی بردارد.

گرینر نیز در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده بود که بین میزان تماشای تلویزیون و میزان برآورد واقعیت‌های اجتماعی، رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد و تلویزیون می‌تواند از مهمترین منابع تأمین آگاهی و جهت‌دهی به افکار افراد تلقی شود.

در این پژوهش مشاهده شد که شهروندی موقعیتی است که به همه اعضاء یک جامعه اعطا می‌شود و همان طور که مارشال بیان می‌کند همه افراد جامعه دارای حقوق و وظایفی هستند که مهمترین این حقوق و وظایف شامل حقوق مدنی، حقوق سیاسی و حقوق اجتماعی می‌باشند. فالكس ارتقای شهروندی را مستلزم رسمیت بخشیدن به حقوق و مسئولیت‌های

شهروندان فعال و جامعه سیاسی نسبت به یکدیگر می‌داند لذا رسانه‌ها به ویژه تلویزیون می‌تواند به اشکال مختلف در برنامه‌های تولیدی خود بستر مناسب را برای آگاهی شهروندان از حقوق و وظایف فراهم آورند. متفکر دیگری که در این خصوص نظرهای تأیید شده تجربی ارائه کرده پارسونز است. وی شهروندی کامل را به دور از هر گونه تبعیض اجتماعی به معنای برخوردار بودن همه اقشار و گروه‌های اجتماعی از حقوق و تعهدات شهروندی و آگاهی آنان از حقوق خود می‌داند بنابراین آگاهی از حقوق شهروندی نیازمند تأمین انواع مختلف منابع و ایجاد فرصت‌های مناسب و بازتولید ارزش‌های عام از یک طرف و نگرش مناسب به این حقوق از سوی دیگر است. با توجه به نتایج پژوهشی می‌توان به نکات زیر نیز اشاره شود:

وجود ظرفیت‌ها و کارکردهای ویژه‌ای که در وسیله‌ی ارتباطی چون رادیو و تلویزیون وجود دارد از جمله ظرفیت‌ها و کارکردهایی چون: حجم زیاد مخاطبان، پوشش گسترده رسانه‌ای، سرعت اطلاع‌رسانی، نوع برنامه، جذاب بودن برنامه‌های آن، شنیداری و دیداری بودن آنها، در دسترس بودن، انتخابی کردن ارتباطات و برنامه‌ریزی برای ارتباطات، پوشش گسترده آموزشی آنها و... می‌تواند به عنوان ابزاری کارآمد به شمار آید که در زمینه آگاهی شهروندان نسبت به حقوق و تکالیف خود و نیز مسئولیت‌های متقابل نهادها و شهروندان و ایجاد یک رابطه دوسویه و مشارکت شهروندان در این زمینه نقش بسزایی ایفاء کند و به عنوان بخشی از بستر اجتماعی، در شکل‌گیری آگاهی افراد از واقعیت‌های اجتماعی موثر باشد.

رادیو و تلویزیون به دلیل تعامل و ارتباط گسترده با مردم از توان شناسایی نیازها و خلأهای فرهنگی و آگاهی‌های مورد نیاز با توجه به وضعیت موجود جامعه برخوردار است و در عین حال با توجه به امکانات عمده برای ترویج فرهنگ حقوق شهروندی و سرعت انتقال اطلاعات می‌تواند همگام با سیاست‌گذاران جامعه، بیشترین نقش را در عرصه آگاه‌سازی و فرهنگ‌سازی ایفا کند و در عین حال با ارتقای انگیزه‌های اجتماعی برای این موضوع، کار ویژه تعلیمی خود را در زمینه آگاهی بخشی به افراد جامعه در زمینه حقوق شهروندی تحقق بخشد.

در پژوهش حاضر استفاده از رادیو و تلویزیون در رشد آگاهی شهروندان نقش داشته است، پایین بودن سطح آگاهی از حقوق شهروندی ارتقاء برنامه‌های آن را ضروری می‌سازد. نکته قابل توجه دیگر درباره پیش‌بینی میزان آگاهی شهروندان از حقوق شهروندی و ابعاد آن در رابطه با میزان استفاده از رادیو و تلویزیون، این است که رادیو و تلویزیون در مقایسه با سایر رسانه‌ها و دیگر وسایل ارتباط جمعی از قدرت نسبتاً خوبی در این زمینه برخوردار است. یافته‌های به دست آمده با توجه به فراگیر بودن دسترسی آسان به رادیو و تلویزیون و در نتیجه استفاده بیشتر از آنها، در مقایسه با سایر رسانه‌ها، دور از انتظار نیست؛ استفاده بیشتر از این رسانه‌ها یکی از دلایل مهم تأثیرگذاری آنها بر آگاهی شهروندان از حقوق شهروندی خود است که

بی‌توجهی به برنامه‌های آن می‌تواند تاثیرات معکوس بر مخاطبان داشته باشد. با توجه به اینکه هرگونه موفقیت در تولید و برنامه‌سازی با هدف تقویت آگاهی شهروندان از حقوق شهروندی، مستلزم شناخت و آگاهی از ویژگی‌ها، علایق، نیازها و ظرفیت‌های ذهنی و عاطفی آنان است. استفاده از دیدگاه‌های صاحب نظران و کارشناسان حوزه حقوق شهروندی و رسانه در زمینه شناخت این مخاطبان ضرورت می‌یابد. نمایش و اجرای برنامه‌هایی در قالب حقوق شهروندی با قالب‌ها و موضوعات جذاب و پربیننده در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی از جمله راهکارهای مهم انتقال مفاهیم و آگاهی‌های مورد نیاز در زمینه حقوق شهروندی به اعضای جامعه است.

به یقین، تدوین و برنامه‌ریزی جامع آگاه‌سازی در زمینه حقوق شهروندی از طریق رسانه با استفاده از برنامه‌های متنوع و متعدد، معرفی تشکله‌ها و انجمن‌هایی که در زمینه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، مدنی و فرهنگی فعالیت دارند از طریق رادیو و تلویزیون همچنین ایجاد شبکه شهروندی یا ایجاد شبکه توسعه اجتماعی در جهت دادن آگاهی‌های لازم به افراد در زمینه مؤلفه‌های شهروندی و یا با ایجاد شبکه‌های محلی رادیویی و تلویزیونی فرهنگی- اجتماعی در جهت توسعه فرهنگ شهروندی در بین مردم مناطق مختلف با توجه به فرهنگ بومی آن مناطق، در جهت بالا بردن آگاهی‌های مردم جامعه در زمینه حقوق شهروندی بسیار موثر خواهد بود.

منابع

- اداره کل تحقیق و توسعه صدای جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷۹) در آمدی بر الگوی تحقیق و توسعه صدا در ایران ۱۴۰۰، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- انصاری، منصور (۱۳۸۴) *دموکراسی گفتگو*، تهران: نشر مرکز.
- آزاد ارمکی، تقی و یحیی امامی (۱۳۸۳) «تکوین حوزه عمومی و گفتگوی عقلانی»، *مجله جامعه‌شناسان ایران*، دوره پنجم، شماره پیاپی، شماره ۱، ص ۸۹.
- آقابخشی، علی (۱۳۷۶) *فرهنگ علوم سیاسی*، تهران: مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران.
- حسام، فرحناز (۱۳۸۱) «هویت شهروندی»، *اندیشه و پژوهش*، سال پنجم، شماره ۵۱.
- دهقان، علیرضا (۱۳۸۶) «بررسی تأثیر رسانهها بر افکار عمومی»، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۱۳، ص ۴۵-۶۰.
- رضایی بایندر، محمدرضا (۱۳۸۲) «بررسی نقش رسانهها در آموزش مهارت‌های شهروندی و رفتارهای مدنی»، *فصلنامه پژوهش سنجش*، سال دهم، شماره ۳۳، ص ۱۴۲.
- شایان مهر، علیرضا (۱۳۷۷) *دایرةالمعارف تطبیقی علوم اجتماعی*، تهران: انتشارات کیهان، کتاب اول.
- شیانی، ملیحه (۱۳۸۱) «شهروندی و رفاه اجتماعی»، *فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی*، سال اول، شماره ۴، ص ۲۴.
- (۱۳۸۲) «وضعیت شهروندی و موانع تحقق آن در ایران»، *پایان‌نامه کتری*، دانشگاه علامه طباطبایی.
- (۱۳۸۴) «شهروندی و مشارکت در نظام جامع رفاه و تأمین اجتماعی»، *فصلنامه حقوق و تأمین اجتماعی*، سال اول، شماره ۱، ص ۱۲۱.
- (۱۳۸۴) «فقر، محرومیت و شهروندی در ایران»، *فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی*، شماره ۱۸، ص ۶۴.
- فالكس، کیت (۱۳۸۱) *شهروندی*، ترجمه محمدتقی دل‌افروز، تهران: کویر.
- فتیز پتربیک، تونی (۱۳۸۱) *نظریه رفاه*، ترجمه هرمز همایون‌پور، تهران: مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی و گام نو.
- فروتن‌کیا، شهروز و همکاران (۱۳۹۰) «بررسی نقش رسانه (رادیو و تلویزیون) در شکل‌دهی نگرش‌ها و رفتارهای زیست محیطی شهروندان»، ارائه شده به همایش شهروندی در شهرداری تهران ص ۱۵-۱.
- قربانی‌نژاد، محمد (۱۳۹۰) «نقش رادیو در توسعه اجتماعی، افق رسانه»، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- قمیوانی، عباس (۱۳۸۶) «بررسی رابطه استفاده از وسایل ارتباط جمعی (با تأکید بر تلویزیون) و روحیه شهروندی»، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۹) *جامعه‌شناسی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، نشر نی.
- گیل، دیوید بریجت رادفر (۱۳۸۴) *الفبای ارتباطات*، ترجمه رامین کریمی‌ان و همکاران، تهران: مرکز

مطالعات و تحقیقات رسانه‌های.

لال. ج (۱۳۷۸) رسانه‌ها، ارتباطات، فرهنگ رهیافتی جهانی، مترجم: مجید نکودست، تهران: انتشارات مؤسسه ایران.

مهدی‌زاده، م (۱۳۸۷) رسانه‌ها و بازنمایی، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

میرفخرایی، تژا (۱۳۸۵) « زبان، رسانه و بازنمایی هویت»، *فصلنامه پژوهش و سنجش*، شماره ۱۳، ۴۸، ص ۸۴-۶۹.

نش، کیت (۱۳۸۰) *جامعه‌شناسی سیاسی معاصر*، ترجمه محمدتقی دل‌افروز، تهران: کویر.

Devine- Wright. P., Lyons, E. (1997). "Remembering Pasts and Representing Places". *Journal of Environmental Psychology*, 77, 33-45.

Habermas, J. (1994). *Citizenship and National Identity*. Some Reflection on the Upropy, Condition of Citizenship Edited by Bartvan Streenbergen, Sage. Publication Ltd, New York,usa.

Lister, R. (2003). *Citizenship; Feminist Perspectives*, New York; New York Univercity press.