

فرهنگ و جامعه‌پذیری سیاسی در عصر اطلاعات^۱

کارینه کشیشیان سیرکی*

چکیده

جامعه‌پذیری سیاسی نوع خاصی از آموزش سیاسی است که به موجب آن مردم نگرش‌ها، ارزش‌ها، باورها، عقاید و رفتارهای خود را به نحوی توسعه می‌دهند تا برای یک شهروند خوب شدن در کشورشان مساعد باشد. همچنین جامعه‌پذیری سیاسی فرایندی است که بوسیله آن مردم به عقایدشان راجع به سیاست شکل می‌دهند. بنابراین مردم در حین فرایندی که جامعه‌پذیری سیاسی نامیده می‌شود با فرهنگ سیاسی آشنا می‌شوند. آموزش سیاسی از کودکی آغاز و در سراسر عمر شخص ادامه می‌یابد. با این وجود تحولات شگرف در فناوری اطلاعات واقعیت انکارناپذیری است که می‌تواند تغییرات اساسی در روند فرهنگ و جامعه‌پذیری سیاسی ایجاد نماید. در این مقاله نقش فناوری اطلاعات بر جامعه‌پذیری سیاسی و به تبع آن فرهنگ سیاسی در جمهوری اسلامی ایران مورد بررسی قرار خواهد گرفت. روش پژوهش در این مقاله توصیفی-تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای خواهد بود. هدف از این پژوهش بررسی تأثیر تحولات فناوری اطلاعات بر فرهنگ و جامعه‌پذیری سیاسی خواهد بود. نتیجه حاصل از این پژوهش این است که چون جامعه‌پذیری سیاسی منجر به رفتار سیاسی می‌شود؛ پس بر فرهنگ سیاسی نیز تأثیر گذار است و توسعه فناوری اطلاعات در این دگرگونی نقش اساسی را ایفا می‌نماید.

کلیدواژه‌ها: فناوری اطلاعات، رفتار سیاسی، عصر اطلاعات، آموزش سیاسی، جمهوری اسلامی ایران.

* استادیار و عضو هیئت علمی تمام وقت رشته علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب،
g.keshishyan71@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۳/۳، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۶/۲

۱. مقدمه و طرح مسئله

جامعه‌پذیری سیاسی فرآیند مستمر یادگیری است که به موجب آن افراد ضمن آشنا شدن با نظام سیاسی از طریق کسب اطلاعات و تجربیات، به وظایف، حقوق و نقش‌های خویش، خصوصاً وظایف سیاسی در جامعه پی می‌برند. در این فرآیند ارزش‌ها، ایستارها، نهادها، آداب و رسوم و اعتقادات از جمله مسائل سیاسی، از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود و امکان دارد در جریان این انتقال، تغییرات و یا تعدیل‌هایی نیز صورت پذیرد. در این راستا فناوری اطلاعات می‌تواند به عنوان یکی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر روند دگرگونی‌های اجتماعی، سیاسی و نیز جامعه‌پذیری سیاسی باشد که تأثیر مستقیمی نیز بر فرهنگ سیاسی جوامع دارد. یکی از مشکلات فرهنگی، سیاسی و اجتماعی جامعه ایران، غفلت از جامعه‌پذیری و گسست نسل‌های مختلف با آموزه‌ها و هنجارهای سیاسی متفاوت، و شکاف میان کارگزاران نظام با بخشی از جامعه (به خصوص نوجوانان و جوانان) است. عدم توجه به این امر باعث فزونی بی‌اعتنایی جوانان نسبت به سرنوشت کشور و آسیب‌پذیری آنان در برابر تبلیغات نادرست دیگران می‌شود. بر این اساس از «جامعه‌پذیری سیاسی» می‌توان با عنوان «تربیت سیاسی» نیز یاد کرد. تربیت سیاسی، مهم‌ترین نوع تربیت است که در تحقق اهداف مادی و معنوی جامعه نقش اساسی دارد. این انگاره، ضمن پرورش شهروندان وظیفه‌شناس و متعهد، آنها را با معیارها و هدفهای نظام سیاسی آشنا می‌سازد. تربیت سیاسی، برای جوانان و نوجوانان از اهمیت خاصی برخوردار است؛ زیرا آنان حامیان و پشتیبانان فعلی نظام و سیاست‌مداران و کارگزاران آینده هستند و می‌توانند نقش و تأثیر بسیاری در این زمینه داشته باشند. در فرآیند جامعه‌پذیری، فرهنگ سیاسی جامعه به عموم مردم یا گروهی از آنان منتقل می‌شود. این انتقال بایستی از دوران کودکی شخص شروع شود و تا سالهای میانی و پایانی عمر او، ادامه یابد. در این میان نوجوانان و جوانان بهترین گزینه برای انتقال فرهنگ سیاسی هستند. هر فرهنگ سیاسی، توزیع خاصی از ایستارها، ارزشها، احساسات، اطلاعات و مهارت‌های سیاسی است. همان گونه که ایستارهای افراد بر اعمال آنان تأثیر می‌گذارد، فرهنگ سیاسی یک ملت نیز بر رفتار شهروندان و رهبران آن، در سراسر نظام سیاسی تأثیر می‌گذارد. (جی مونت، ۱۳۸۱: ۷۱) مفهوم فرهنگ سیاسی به دریافت‌های موجود از نظام سیاسی و نگرش شهروندان از آن باز می‌گردد؛ در نتیجه فرهنگ سیاسی به ابعاد ذهنی بنیادهای اجتماعی نظام سیاسی اشاره می‌کند. (Pfetsch, 2007: 43)

از نگاه آلموند (Gabriel Almond) و همکارانش، فرهنگ سیاسی عبارتست از مجموعه‌ای از طرز تلقی‌های پایدار، پندارها و احساسات موجود درباره حساسیت‌های جاری جامعه (سیف زاده، ۱۳۸۸: ۷۴) بنابراین، انطباق جامعه‌پذیری سیاسی، با آرمان‌ها، اهداف و هنجارهای اجتماعی می‌تواند بیانگر هماهنگی نهادهای اجتماعی و کنترل اجتماعی مورد نظر نظام اجتماعی و نظام سیاسی باشد. یکی از ویژگی‌های فرهنگ سیاسی در ایران نگاه دو قطبی (خودی - غیرخودی) به مسائل جاری جامعه است. (بشیر، ۱۳۹۴: ۳۶)

از اینرو، در این مقاله به بررسی این موضوع پرداخته خواهد شد که نقش و تأثیر فناوری اطلاعات در روند جامعه‌پذیری سیاسی و تأثیر آن بر فرهنگ سیاسی چگونه است؟ همچنین تلاش خواهد شد که به این سئوالات پاسخگویی شود که جامعه‌پذیری سیاسی در بستر جمهوری اسلامی ایران به چه شیوه صورت می‌گیرد؟ و در آخر چگونه می‌توان از فناوری اطلاعات به نفع جامعه‌پذیری سیاسی هدفمند بخصوص در نسل جوان استفاده کرد؟

۱.۱ سئوالات تحقیق

در رابطه با این پژوهش سئوالات متعددی مطرح می‌شود که عبارتند از:

۱.۱.۱ سئوال اصلی: نقش فناوری اطلاعات در روند جامعه‌پذیری سیاسی و تأثیر آن بر فرهنگ سیاسی چگونه است؟

و یا به بیانی دیگر فناوری اطلاعات از طریق چه مکانیسم‌هایی می‌تواند بر جامعه‌پذیری سیاسی و به تبع آن بر فرهنگ سیاسی اثرگذار باشد؟

۲.۱ سئوالات فرعی

۱.۲.۱ در روند جامعه‌پذیری سیاسی؛ چه چیزهایی، در چه زمان‌هایی و چگونه آموخته می‌شوند؟

۲.۲.۱ چه رابطه‌ای میان اجتماعی شدن سیاسی و رفتار سیاسی وجود دارد؟

۳.۴.۱ برای سازماندهی جامعه‌پذیری سیاسی و نیز فرهنگ سیاسی چگونه می‌توان از فناوری اطلاعات سود جست؟

۳.۱ پاسخ

اگر به صورت فرض این تأثیر یعنی اثرگذاری فناوری اطلاعات بر جامعه‌پذیری سیاسی و سپس فرهنگ سیاسی در جمهوری اسلامی ایران به اثبات برسد، می‌توان از این مسأله در روند جامعه‌پذیری سیاسی استفاده نمود. به نظر می‌رسد که فناوری اطلاعات نقش بسیار مؤثر و تأثیر معناداری بر رفتار سیاسی، جامعه‌پذیری سیاسی و فرهنگ سیاسی داشته باشد؛ بنابراین بایستی با بهره‌گیری از این ابزار به رفتار سیاسی به ویژه در بین جوانان جهت بخشید، تا به ثبات سیاسی کشور کمک نماید.

۲. چهارچوب نظری (تعریف مفاهیم، تئوری‌های تعیین‌کننده، مدل نظری)

پیش از پرداختن به ادامه بحث ضروریست به چند تعریف از مفاهیم مورد نظر در این مقاله اشاره شود. در این راستا برخی از مفاهیم کلیدی عبارتند از:

۱.۲ جامعه‌پذیری

واژه «جامعه‌پذیری» در اوایل دهه ۱۹۴۰ مورد استفاده جامعه‌شناسان و روان‌شناسان قرار گرفت. گرچه واژه «تربیت» از نظر معنا، به لغت جدید یعنی جامعه‌پذیری شبیه بود و هر دو به نوعی بر دخالت فعال در عرصه زندگی فرد به منظور شکل بخشیدن بدان دلالت داشتند، ولی به قول کورت دانزیگر (KortDanziger) تبدیل واژه «تربیت» به واژه «جامعه‌پذیری» صرفاً تفسیری لغوی نیست و به معنای باز شدن افق جدیدی در علم سیاست است. به عبارت دیگر، ما از حیطه فلسفه اخلاق، وارد قلمرو علوم اجتماعی شده ایم. از نظر این دانشمند، واژه «تربیت» اساساً به ارزش هدفها و فنون توجه دارد، در حالی که واژه «جامعه‌پذیری» به مسأله چگونگی و اثربخشی اشاره می‌کند. در چارچوب مطالعات مربوط به جامعه‌پذیری، مسأله روابط فرد با نظام‌های اخلاقی به طور انتزاعی در نظر گرفته نمی‌شود، بلکه با توجه به هنجارهای اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی، مورد بررسی قرار می‌گیرد.

از دیدگاه جامعه‌شناسی، جامعه‌پذیری روندی است که طی آن انسان، اجتماعی شدن را می‌آموزد.

از این رو، می توان جامعه پذیری را مترادف فراگیری دانست، زیرا انسان به ویژه دوران کودکی و نوجوانی را در حال فراگیری می گذرانند. هنگامی که صحبت از فراگیری می شود به یاد تعلیم و تربیت می افتیم، در حالی که منظور از جامعه پذیری وسیعتر از آن است؛ تعلیم و تربیت مرحله ای است که آگاهانه و هدفمند برنامه ریزی می شود و قصد آن تغییر رفتار آدمی به طور دلخواه است، حال آن که جامعه پذیری، هم برنامه ریزی های خودآگاهانه و هم جریانات ناخود آگاه را در بر می گیرد (روسک، ۱۳۵۵: ۱۱).

اصطلاح جامعه پذیری را برای اولین بار، رس، (Ross) محقق آمریکایی به کار برد. دیوید رس جامعه پذیری را روندی که در آن، احساس و خواسته های افراد به گونه ای شکل می گیرد که با نیازهای گروه یا جامعه دمساز و هماهنگ باشد، تعریف می کند. همچنین اجتماعی شدن سیاسی (جامعه پذیری سیاسی) را می توان فرایندی تعریف کرد که به وسیله آن افراد در جامعه ای معین با نظام سیاسی آشنا می شوند و تا اندازه قابل توجهی ادراکشان از سیاست و واکنش هایشان نسبت به پدیده های سیاسی تعیین می شود. (راش، ۱۳۷۷: ۱۰۲). بعدها، امیل دورکیم این تعریف را به شکل کامل تری ارائه کرد.

دورکیم از درونی کردن هنجارها سخن به میان آورد و جامعه پذیری را در ارتباطی تنگاتنگ با تعلیم و تربیت مطرح کرد. وی همچنین تعلیم و تربیت را مهم ترین ابزار برای درونی کردن هنجارهای اجتماعی قلمداد کرد (استوتزل، ۱۳۶۸: ۶۵)

در دهه های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ و نیز در اواخر قرن بیستم، اصطلاح جامعه پذیری تعریف جامع و کامل تری به خود گرفت و گفته شد «جامعه پذیری در ارتباط تنگاتنگی با ساختار جامعه، هنجارهای جامعه و ساختار شخصیت انسان قرار دارد» (دویچ و کراوس، ۱۳۷۴: ۱۵۳)

بروم و سلزینک فرایند جامعه پذیری را از دو دیدگاه فرد و جامعه مورد توجه قرار داده اند. از نقطه نظر جامعه، اجتماعی شدن فرایندی است که طی آن، افراد جدید با شیوه سازمان یافته زندگی و سنت جا افتاده فرهنگی خود قرار می گیرند. این فرایند در آغاز حیات هر فرد شروع می شود و در طول زندگی او وجود خواهد داشت. هنگامی که فرد در موقعیت ها و نهادهای نوین جامعه شرکت می جوید، قواعد و مقررات جدیدی را آموخته و ارزش های تازه ای را وارد زندگی خود کرده است. از دیدگاه فرد، جامعه پذیری فرایندی است که طی آن بشر از مرحله حیوانی به مرحله انسانی می رسد و یک خویشتن

کسب می‌کند. او از طریق کنش متقابل با دیگران، در زمینه‌های فرهنگی، هویتی مستقل به دست آورده و دارای آرمان‌ها، ارزش‌ها و خواسته‌های خاص می‌شود. نتیجه اینک، جامعه‌پذیری دو فرایند مکمل را شامل می‌شود:

۱. انتقال میراث فرهنگی و اجتماعی و

۲. رشد و تکامل شخصیت افراد (بروم و سلزنیک، ۱۹۷۲: ۹۱ به نقل از علاقه بند)

جامعه‌پذیری فرایندی است که در طی آن انسان با هنجار اجتماعی به همسازی می‌رسد. هنجار اجتماعی، رفتار اجتماعی معینی است مبتنی بر ارزش اجتماعی و ارزش اجتماعی در قالب اهداف اجتماعی به هر نمودی گویند؛ که کم و بیش مورد اعتنای جامعه باشد.

هر یک از اعضای جدید جامعه به حکم جامعه‌پذیری جهت همسازی با نظام اجتماعی و ایفای نقش مورد پسند جامعه، رفتار خود را منطبق بر مقتضیات نظام اجتماعی جلوه می‌دهد. بنابراین اجتماعی شدن فراگردی است که بواسطه آن فرد دانش و مهارت لازم اجتماعی را برای مشارکت مؤثر و فعال در زندگی گروهی و اجتماعی کسب می‌کند. (Broom and Selznick, 1968:92) (به نقل از علاقه بند، ۱۳۷۹: ۹۰)

فرد در جریان جامعه‌پذیری بواسطه تماس متقابل با دیگران، از یک طرف نقش‌هایی را که تعیین‌کننده رفتار اجتماعی اوست و با پایگاه اجتماعی وی در گروه‌های اجتماعی انطباق دارد به عهده می‌گیرد و از طرف دیگر باعث تکوین شخصیت خویش می‌گردد. بدین ترتیب شخصیت تابعی است از نقش‌های مختلفی که فرد در جهت همسازی خویش با نظام اجتماعی و یا بصورت مشخص با گروه‌هایی که بدان‌ها می‌پیوندد، می‌پذیرد و همچنین نحوه ارتباط این نقش‌ها با یکدیگر است.

افراد در فرایند ایفای نقش مرتباً تحت تأثیر نحوه تعبیر خود از گرایشات و طرز تلقی دیگران قرار دارند. جیمز کولی (Cooley) این فرایند را در رابطه با کودکان به سه عنصر تجزیه نمود و برای آن اصطلاح مناسب «خویش‌آئینه‌گون» (Looking Glass Self) را وضع نمود (Cooley in Barnes, 1970: 152).

۱- پنداری که شخص از جلوه و «نمود» خود نزد سایر اشخاص دارد.

۲- پندار شخص از قضاوتی که سایرین درباره آن «نمود» و جلوه دارند.

۳- احساس شخص به خودش، از قبیل حس افتخار یا خواری.

تصورات کلی که افراد و گروه های مختلف جامعه در مورد رفتاری که مقتضی وضعیت خاصی است دارند، چشم داشت های اجتماعی هستند. چشم داشت های اجتماعی مشتمل بر هنجارهای گروهی، شیوه های قومی، رسوم اخلاقی، رفتارهای موردپسند جامعه و غیره می باشند. (روسک و وارن، ۱۳۵۵: ۴۳).

اگر چه ممکن است چشم داشت های اجتماعی با خواست های فردی همساز نبوده و باعث بروز تعارضاتی در نظام اجتماعی گردد، ولی بر اساس جامعه پذیری می توان بطور نسبی همسازی را افزایش داد تا تعارضات کاهش یابد.

مسئولیت و یا نمایندگی جامعه پذیری در هر نظام اجتماعی به عهده نهادهای اجتماعی است. اصطلاح «نهاد به هر اعتقاد، ارزش، مفهوم، سازمان یا پدیده ای اطلاق می شود که طی شرایط و فراگردهای تاریخی با مجموعه هدف ها، کنش ها، و کارکردهای معین مشخص گردیده است» (Bell, 1990: 28).

بطور کلی

نهاد را معمولاً بخش یا نظامی از ارزش ها، شیوه های قومی، آداب و رسوم و قوانینی می دانند که نقش آن استقرار رفتارهای مناسب برای ایفای کارکردهای اساسی در یک جامعه است و یا به عبارتی نهاد عبارت است از نظام سازمان یافته ای از روابط اجتماعی که در بر گیرنده برخی از ارزش ها و فرایندهای مشترک است و برای پاسخگویی به برخی از نیازهای اساسی جامعه بوجود آمده است. در این تعریف ارزش های مشترک، با اشتراک در اندیشه و هدف ها در رابطه است، فرایندهای مشترک، الگوی رفتاری استاندارد شده هستند که گروه آن ها را تعقیب می کند و نظام روابط عبارت است از شبکه نقش ها و پایگاه هائی که از طریق آن ها رفتار صورت می گیرد. (محسنی، ۱۳۸۰: ۲-۲۸۱)

بر اساس تعاریفی که از نهادهای اجتماعی و فرایند جامعه پذیری بعمل آمد، در می یابیم که آنچه در فرایند جامعه پذیری دنبال می شود همسازی فرد با هنجارها و یا روابط اجتماعی است که اساس نهادهای اجتماعی بشمار می آیند. بنابراین افراد در قالب نهادهای اجتماعی فرایند جامعه پذیری خود را دنبال می نمایند. بر این اساس نهادهای اجتماعی از قبیل خانواده، آموزش و پرورش، مذهب، حکومت، اقتصاد، تفریحات و ... - که به نحوی نیازهای اصلی، همیشگی، پایدار و همچنین نیازهای فرعی انسان ها را در طول زمان رفع می نمایند - موجب رفتارهای نهادی نیز در انسان ها می شوند. منظور از رفتارهای نهادی

وارد نمودن هنجارها و ارزش‌های اجتماعی در رفتارهای انسان‌ها می‌باشد، که آن را اصطلاحاً «نهادی گردانیدن» نیز می‌نامند.

نهادی گردانیدن، فرایندی است که انسان را از آغاز زندگی در بر می‌گیرد و نیروهای او را در مسیرهای مجاز و مختار جامعه سمت داده و هنجارهای اجتماعی را متحقق می‌سازد که این در حقیقت همان فرایند جامعه‌پذیری انسان‌ها در نظام اجتماعی است. (آریانپور، ۱۳۵۷، ۳۳۴)

بنابراین، می‌توان جامعه‌پذیری را عبارت از همسازی و هم‌نوایی فرد با ارزش‌ها، هنجارها و نگرش‌های گروهی و اجتماعی دانست یا به مفهوم دیگر،

اجتماعی شدن فراگردی است که به واسطه آن، هر فرد دانش و مهارت‌های اجتماعی لازم برای مشارکت مؤثر و فعال در زندگی گروهی و اجتماعی را کسب می‌کند (بروم و سلزینیک به نقل از علاقه‌بند، ۱۳۷۹: ۹۱-۹۰).

۲.۲ فناوری اطلاعات و ارتباطات

فناوری اطلاعات و ارتباطات تأثیرات شگرف و همه‌جانبه‌ای بر تمامی شئون جامعه دارد و به عنوان عامل اصلی باعث افزایش بهره‌وری می‌شود و سبب تغییر در نظام‌های موجود می‌گردد. برای بهتر زیستن در آینده‌آشنایی با زمینه‌های کاربرد فناوری اطلاعات ضروری است. اینترنت، اینترنت، اکسترانت، پست الکترونیکی، یادگیری الکترونیکی، مدارس مجازی، دانشگاه‌های اینترنتی، سواد اطلاعاتی، و جز آن نمونه‌هایی از کاربری فناوری اطلاعات است.

می‌توان گفت که در هزاره سوم میلادی، اطلاعات به عنوان رکن اصلی قدرت مطرح است. بصورتی گذرا باید اشاره نمود که انسان در گذر تاریخی خویش سه مرحله اساسی را طی نموده، که هر یک از این مراحل نمایانگر قدرت در آن دوره بوده است. در دوره اول با توسعه کشاورزی و وسعت زمین‌های مزروعی، نظام‌های قومی و عشیره‌ای به رشد و بالندگی رسیدند و جوامع روستایی و هسته‌های اولیه مدنیت شکل گرفتند. همچنین یک سلسله نهادهای اجتماعی به خصوص آموزش به وجود آمدند. از ویژگی‌های مهم این دوره این بوده که سرعت تولید علم - یعنی شناخت روابط بین هستی - از به کارگیری علم بیشتر بوده است. افراد تربیت شده در این مدارس که محصول تمدن روستایی اند افراد

چند وجهی و علامه بوده اند همانند خیام، ابوریحان، ابن سینا که منجم، ریاضیدان، طبیب، فیلسوف و ... بوده اند و حتی در مغرب زمین این ویژگی را در اندیشمندانی چون سقراط، افلاطون، ارسطو و دیگران می توان یافت. از دیگر ویژگی های مهم این دوره تعامل انسان با طبیعت، تزریق مستقیم انرژی انسان به طبیعت و تأمین نیازهای اولیه بود، سپس این دوره با تمام فراز و نشیب ها و زمان طولانی آن طبیعت را وداع گفته و انسان پای در دوره یا عصر ماشین نهاد. با ظهور انقلاب صنعتی حاکمیت ماشین به شکل فراگیر تمامی شئون جامعه بشری را در حیطه خویش گرفت و نتیجه آن تولید انبوه با استفاده از انرژی های مهار شده بود. در کارخانه ها، صدای ادوات آهنین، ماشین های کارت زنی، تراموا، سیل اتومبیل ها، آلودگی های زیست محیطی، الیناسیون، ساختارهای بوروکراتیک و جز آن دستاوردهایی بود که انقلاب صنعتی با خود به ارمغان آورد. در این دوره فناوری - به فعلیت رسیدن علم - در همه ابعاد زندگی بشر رسوخ کرد و از تولید علم پیشی گرفت و علم را در اختیار خود در آورد، علم پاسخگوی فناوری و نیازهای به وجود آمده این دوران شد. به تبع آن گرایش های مهندسی به شدت رشد کرد. (Castells, 1994: 234)

در بطن عصر ماشین، سیل مهاجرت به شهرها و انباشت اطلاعات حرکتی در حال تکوین بود که تولد نسل های رایانه ای را به دنبال داشت و سبب پای نهادن انسان به دوره سوم یعنی عصر اطلاعات بود. در سراسر جهان اطلاعات و فناوری آن در حال ایجاد انقلابی نوین است که اهمیت آن کمتر از انقلاب صنعتی نیست. توسعه فناوری اطلاعات در جامعه زندگی بهتر و رفاه بیشتر را به دنبال دارد. اینترنت، تجارت الکترونیک، یادگیری الکترونیکی، مدارس مجازی، دانشگاه های اینترنتی، دولت و سازمان های الکترونیکی و جز آن نمونه هایی از کاربری فناوری اطلاعات می باشد. همچنین عناصر مهم این فناوری عبارتند از: رشد پردازش اطلاعات، بالا بردن انعطاف پذیری، کار مجازی، مجازی کردن سازمان ها، فرسایش مرزها از طریق تجارت و مانند آن ها. در دنیای کنونی اطلاعات به عنوان خمیرمایه توسعه در جامعه ایفای نقش نموده اما نکته قابل تأمل این است که این فناوری اطلاعات قبل از این که سیستمی سخت افزاری و مجموعه ای از الگوها باشد، نظام فکری و فرهنگی تولید اطلاعات است که بدون داشتن یا ایجاد این فرهنگ نظام فناوری اطلاعات نمی تواند دوام و بقا داشته باشد. بنابراین آنچه در این نظام مهم است تفکر اطلاعات گرا است. بی گمان زمینه سازی مناسب فرهنگی و آموزش عمومی یکی از مهمترین ارکان توسعه اطلاعاتی است، این نکته از نگاه بسیاری از فن سالاران مغفول مانده

و مهمترین دلیل عدم استفاده مناسب از پدیده‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات نیز در همین نکته نهفته است.

«رشد سریع فناوری اطلاعات در مقایسه با دیگر انقلاب‌های دو هزاره گذشته تأثیرات شگرف و همه‌جانبه‌ای بر جوامع دارد و در تمام شئون جامعه رسوخ می‌کند و به عنوان عامل اصلی باعث افزایش بهره‌وری می‌شود و سبب تغییر در نظام‌های موجود می‌شود. این تأثیرات شامل حوزه اقتصاد، فرهنگ، سیاست، مسایل اجتماعی، نظامی و امنیتی می‌شود. (کاستلز، ۱۳۸۰: ۸۷)

همان‌طور که گذشت در عصر صنعتی پدیده‌ها صرفاً بر اساس نگرش کلاسیک مورد مطالعه قرار می‌گرفتند. طبق این نگرش پدیده‌ها به اجزاء کوچکتر تقسیم می‌شدند و این اجزاء به صورت مستقل مورد بررسی قرار می‌گرفتند. تجربه نشان داد که نگرش کلاسیک کارآیی لازم را در تحلیل کامل و صحیح پدیده‌ها ندارد و نمی‌تواند پاسخگوی شرایط کنونی جوامع باشد. تغییر در نگرش برای گذر از موانع و مشکلات امری ضروری و حیاتی است. در این راستا درک و پذیرش نگرش سیستمی تنها رویکرد مناسب در برخورد با مسائل کشور است. حتی روابط انسان‌ها نیز از صورت ستونی باید به سمت روابط شبکه‌ای سوق پیدا کند. اصولاً نهادها و ارگان‌های کشور که متولی امور مختلف از قبیل فرهنگ، صنعت، سیاست، آموزش، کشاورزی، تحقیقات و جز آن است باید در یک کلیت واحد و سیستم مدار که اهداف مشترکی را دنبال می‌کنند، نگریسته شود. به عبارت دیگر، عملکرد این نهادها و ارگان‌ها باید به گونه‌ای تنظیم و هماهنگ شود که برآیند تلاش‌ها و اقدامات آنها مکمل یکدیگر بوده و حداکثر بهره‌وری را برای کل نظام عاید سازد. به عنوان یک اصل، تمام نهادها و ارگان‌های کشور باید در جهت اهداف اولویت‌بندی شده عمل نمایند و هیچ عملی نه تنها در مغایرت با اهداف اولویت‌دار، بلکه حتی بدون توجه به سمت و سوی آنها انجام نگیرد.

«ویلیام مارتین (William Martin) و فرانک وبستر (Frank Webster) از اندیشمندانی هستند که هر یک پنج معیار را برای جوامع اطلاعاتی مشخص نموده‌اند که ویژگی‌هایی مشابه را می‌توان برای آنها در نظر گرفت. مارتین به معیارهای زیر تأکید می‌ورزد:

۱.۲.۲ تکنولوژی اطلاعات

اطلاعات منبع و پایه اساس جامعه می‌باشد که نقش تقویت‌کننده و استحکام‌بخش برای سایر عناصر و مؤلفه‌های جامعه دارد.

۲.۲.۲ بعد اجتماعی

پرداختن به ساختار اجتماعی جوامعی که اطلاعات در آن نقش اساسی را ایفا می کند منجر به تغییراتی در کیفیت و سطح زندگی می شود و بنابراین جریان اطلاعات در فعالیت های مختلف اجتماعی سبب ارتقای آگاهی جامعه در زمینه های بهداشتی، آموزشی و اجتماعی می شود.

۳.۲.۲ بعد اقتصادی

توجه به جایگاه اطلاعات در نهاد اقتصادی و ساختار اقتصادی جوامع تا جایی پیش رفت که اقتصاد مبتنی بر اطلاعات مطرح گردید. از نشانه های آشکار این تحول می توان به خدماتی چون تجارب و فعالیت های اقتصاد الکترونیکی اشاره نمود.

۴.۲.۲ بعد سیاسی

در معیار سیاسی بر نقش اطلاعات بر ساختار سیاسی گروه های سیاسی از لحاظ درون گروهی و برون گروهی توجه شده است. افزایش مشارکت مردم در تصمیم گیری ها مثل انتخابات و ارتقای گروهی آگاهی سیاسی آنها و پیشبرد خدمات دولتی در سطح ملی و بین المللی از ویژگی های معیار سیاسی است.

۵.۲.۲ بعد فرهنگی

نظام فرهنگی جوامع نیز دستخوش تغییر و تحولاتی مبتنی بر اطلاعات شده است. افکار عمومی، نگرش ها، تعامل افراد با یکدیگر و احترام به عقاید متفاوت صاحب نظران در قالب یک چارچوب ارزشی متحول شده اند و مرزهای فرهنگی به واسطه تکنولوژی اطلاعات کمرنگ شده است. وبستر نیز اگر چه به معیار تکنولوژیک پیش از بقیه موارد توجه دارد در عین حال به غیر از معیار تکنولوژی به معیار اقتصادی، شغلی و حرفه ای، فضایی و فرهنگی نیز تأکید می ورزد. «فتحی و دیگران، ۱۳۸۹، ۸۴» فرانک وبستر تعاریف مشابهی از «جامعه ی اطلاعاتی» که بر نوآوری وسیع فناوری های اطلاعاتی مبتنی است به دست می دهد. به نظر او در وهله ی اول

کاربرد فناوری های اطلاعاتی که تقریباً در گوشه و کنار جوامع گسترش یافته و استفاده از رایانه ها همگانی شده است. سپس تحول دیگری در زمینه مخابرات صورت گرفته

و به توزیع گسترده اطلاعات در سطح جامعه، منجر شده که مردم جهان را هر چه بیشتر در بزرگراه‌های اطلاعاتی و در معرض بهره‌گیری از اطلاعات قرار می‌دهد. آثار فرهنگی این وضعیت را در جاها و موارد مختلف می‌توان مشاهده کرد. لباس‌هایی که می‌پوشیم، سبک آرایش مو و صورت، غذاهایی که می‌خوریم، آداب معاشرت و معماری منازل نیز در همین زمینه، قابل ذکر است. فرهنگ معاصر به شکلی عجیب، اطلاعات و ارزش‌های قبل از خود و فرهنگ‌های دیگر را در خود نهفته دارد و از آنها استفاده می‌کند. (ویستر، ۱۳۸۲، ۵۲).

جان فیدر (John Fider) از انقلابی‌یاد می‌کند که در زمینه اطلاعات و ارتباطات در جهان روی داده و زندگی همه انسان‌های روی کره زمین را تحت تأثیر قرار داده است.

انقلابی که مبتنی بر رایانه و دارای آثار گسترده اقتصادی، سیاسی و فرهنگی است. یعنی از سویی، اطلاعات را به کالایی تجاری و سودآور بدل کرده که تملک آن باعث قدرت می‌شود. از سوی دیگر، اثرات ماندگاری بر شخصیت و هویت انسان‌ها بر جای می‌گذارد. (فیدر، ۱۳۸۰، ۴-۵)

یورگن هابرماس (Jurgen Habermas) به عنوان یکی از مهمترین نظریه پردازان انتقادی به ظهور فناوری‌های ماهواره‌ای و اطلاعات دیجیتال و تأثیر آن در فرایند جهانی شدن تأکید کرده است. به نظر وی

نه تنها در عرصه فرهنگی نوعی همسانی ایجاد شده و فرهنگ آمریکایی نه تنها خود را بر سرزمین‌های دور تحمیل می‌کند، بلکه حتی در غرب نیز معنادارترین تفاوت‌ها را کم‌رنگ و ریشه دارترین سنت‌های محلی را سست بنیان کرده است. (هابرماس، ۱۳۸۴، ۱۰۲)

یان رابرتسون، معتقد است که از اوایل قرن بیستم رشد و گسترش تدریجی رسانه‌های جمعی و وسایل ارتباطی چنان بر زندگی بشر سایه افکند که اثرات مثبت و منفی فراوانی بر زندگی بشر گذاشته است. از همه مهمتر این که در عصر کنونی با ظهور اینترنت و تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات و به ویژه اینترنت فضای ارتباطات و تأثیرگذاری آنها، توسعه زیادی یافته است. به طوری که ما هم اکنون، تحت تأثیر رسانه‌های نوین دهکده جهانی به سر می‌بریم. به عبارتی مخاطبان جهانی رسانه‌ها و نسل‌های کنونی در معرض انتشار و نمایش پیام‌های متنوع رسانه‌ای قرار دارند و پیام‌هایی را دریافت می‌کنند که می‌تواند سنت‌ها و الگوهای فرهنگی و اجتماعی و

نسلی جوامع و هم چنین روابط نسلی آنها را دستخوش چالش و دگرگونی کند.
(شکوری، ۱۳۹۰، ۳۶)

همچنین جیمز لال معتقد است فرهنگ سازی از طریق فناوری های رسانه ای به شیوه ای صورت می پذیرد که ارزش ها، ایده ها، سنت ها و سبک های شاخص به عنوان بنیادهای فرهنگ؛ تداوم، استمرار و تثبیت یابند. وی در عین حال بر این باور است که

رسانه های جمعی به ویژه تلویزیون با توجه به برش های متغیر زمانی و مکانی موجبات تغییر در پوسته فرهنگ از جمله الگوهای تماس، نحوه صحبت، خوابیدن، تفریحات، آماده سازی غذا، الگوهای مصرف و شیوه های ارتباطات عمومی را فراهم می آورند. (دهشیری، ۱۳۸۸، ۱۸۱)

۳. مدل نظری

الگوی نظری برای جامعه پذیری سیاسی که کلیه فرایندها، عوامل، مراحل و متغیرهای دخیل در آن را به تصویر کشد، مفید به نظر می رسد. نموداری که در ادامه می آید الگویی از جامعه پذیری سیاسی را به تصویر می کشد. این الگو تا حدود زیادی برگرفته از الگوی ارائه شده توسط مایکل راش (۱۳۷۷: ۱۰۸) است، هر چند تغییرات و اضافاتی نیز در آن صورت گرفته است. در الگوی راش چهار تغییر داده شده است. اول این که، در بخش عوامل جامعه پذیری سیاسی، دو عامل «رویدادهای سیاسی» و «احزاب و جنبش های سیاسی و اجتماعی» اضافه شده است و این کار به علت اهمیت این دو عامل صورت گرفته است. همچنین، دو عامل «گروه های همسالان» و «گروه های فراغت» در هم ترکیب شده و با عنوان «گروه دوستان و همسالان» به آنها اشاره شده است. دوم این که، پس از عوامل وسایل، متغیر «ویژگی های فردی» جای داده شده است. ویژگی های فردی همچون فیلتری عمل می کند که شیوه ها یا وسایل و همچنین میزان تأثیرگذاری محیط و عوامل جامعه پذیری سیاسی را تحت تأثیر قرار می دهند. سوم این که، در الگوی وی، ذکری از دوره جوانی به میان نیامده است، در صورتی که دوره جوانی دوره ای بسیار طولانی از زندگی افراد است که در شکل گیری شخصیت و جهت گیری های آینده افراد نقش بسیار مؤثری دارد. چهارم این که به جای سرند ادراکی موجود در الگوی وی، که شامل سه عنصر ارزش ها، نگرش ها و معرفت می شود، مجموعه ای با عنوان انگیزه ها (عقاید، افکار،

ارزش‌ها، منافع، نگرش‌ها) آورده شده است که مبنای رفتار سیاسی را تشکیل می‌دهند (جامعه‌پذیری سیاسی جوانان).

الگویی که در این پژوهش برای جامعه‌پذیری سیاسی ارائه می‌شود، علاوه بر جامعه‌پذیری سیاسی، عناصر تبیینی سایر رهیافت‌های مورد استفاده برای تبیین رفتار سیاسی (رهیافت «شرایط محیطی»، رهیافت «ابزاری»، رهیافت «ویژگی‌های فردی» و رهیافت «شخصیت») را نیز در خود جای داده است. براساس این الگو، عوامل مختلف با استفاده از شیوه‌ها یا وسایل گوناگون بر فرایند جامعه‌پذیری افراد تأثیر می‌گذارند، اما میزان تأثیر این عوامل و شیوه‌های به کار گرفته شده از سوی آنها تحت الشعاع ویژگی‌های فردی قرار دارد و باید از فیلتر آنها بگذرد. این فرایند دارای مراحل گوناگونی است که از بدو تولد تا آخر عمر را در بر می‌گیرد. محصول تأثیر عوامل جامعه‌پذیری سیاسی که فیلتر ویژگی‌ها را در افراد ایجاد می‌کند که مبنای رفتار سیاسی را تشکیل می‌دهد. پس از این توضیح مختصر در مورد الگوی پیشنهادی برای جامعه‌پذیری سیاسی، اکنون به طور مفصل به تشریح اجزای مختلف این الگو خواهیم پرداخت.

۴. عوامل جامعه‌پذیری سیاسی

در فرایند جامعه‌پذیری سیاسی عوامل متعددی ایفای نقش می‌کنند که ما در اینجا به توضیح مهم‌ترین عوامل آن می‌پردازیم. از میان این عوامل، برخی به صورت آشکار به این امر مبادرت می‌ورزند و برخی نیز به صورت پنهان و ناخودآگاه، اما می‌توان گفت که در اکثر موارد، عوامل مختلف این دو شیوه را به طور توأمان به کار می‌گیرند، ولی نحوه به کارگیری آنها دارای شدت و ضعف است. البته ممکن است این عوامل با یکدیگر در تضاد باشند و اثر یکدیگر را خنثی سازند. نکته دیگر این که نباید اهمیت این عوامل را یکسان پنداشت، زیرا علاوه بر این که درجه تأثیرپذیری فرد از هر یک از این عوامل به علل مختلف فرق می‌کند، در دوره‌های زمانی مختلف از زندگی فرد نیز اهمیت و نقش این عوامل ممکن است متفاوت باشد.

۱.۴ خانواده

در میان عوامل مختلف جامعه‌پذیری سیاسی، نقش خانواده از برجستگی خاصی برخوردار است. علت این امر را می‌توان در این واقعیت جست که اولاً، شکل‌گیری شخصیت

کودکان تا حدود زیادی در خانواده صورت می‌گیرد و فرزندان عمدتاً ویژگی‌های رفتاری والدین خود را کسب می‌کنند؛ و ثانیاً این نقش خانواده بیشتر در هنگامی انجام می‌شود که فرد در سال‌های اولیه زندگی خود قرار دارد و از یک سو تماس چندانی با سایر عوامل ندارد و از سوی دیگر، شخصیت وی همچون لوح سفیدی برای اولین بار در حال شکل‌گیری است. سایر عوامل از این مزیت برخوردار نیستند، زیرا از یک طرف باید با چند عامل دیگر به رقابت بپردازند و از سوی دیگر، شخصیت فرد را قبلاً خانواده و سایر عوامل تا حدودی شکل داده‌اند و در صورت مخالف بودن جهت جامعه‌پذیری سیاسی آنها با جهت عوامل پیشین، به نیروی بیشتری نیاز است.

خانواده، اولین جایی است که کودک مفاهیم اقتدار، سلطه، فرمانروایی، مشارکت، احساس وفاداری و تعلق و غیره را تجربه می‌کند. ممکن است جو خانواده مملو از پدرسالاری یا مادرسالاری باشد و فرصت ابراز وجود به فرزند داده نشود و یا این که مملو از همدلی، مشارکت و مشورت باشد و فرزند، پایه‌های دموکراسی را در مراحل اولیه زندگی تجربه کند. خانواده مجموعه‌ای از ارزش‌ها و هنجارهای سیاسی را به فرد القا می‌کند و میزانی از دانش و آگاهی سیاسی را نیز در اختیار وی می‌نهد. بخش بزرگی از جامعه‌پذیری سیاسی در درون خانواده به صورت غیر رسمی و ناخودآگاه صورت می‌گیرد. زمانی که پدر قانون وضع می‌کند، اعتراض را نشنیده می‌گیرد، کودک را به علت تخلف از قانون وضع شده توسط وی، تنبیه می‌کند، به شکایت‌های مادر در مورد سنگینی کار توجه نمی‌کند یا اینکه برعکس، نظر اعضای خانواده را جویا می‌شود (و با آنان مشورت می‌کند)... رفتار سیاسی کودک شکل می‌گیرد. هنگامی که اعضای بزرگ‌تر خانواده در مورد رویدادها، نهادها و چهره‌های سیاسی بحث و گفتگو می‌کنند و دیدگاه‌های خود را ابراز می‌دارند، کودک آگاهی‌هایی را کسب می‌کند و با دیدگاه‌های مختلف آشنا می‌شود و ممکن است خود او نیز از این میان دیدگاهی را برگزیند. (فتیحی آشتیانی، ۱۳۷۷: ۴۸-۴۷)

تأثیر والدین بر رشد ارزش‌های سیاسی فرزندان با چندین عامل در ارتباط است. تشابه ارزش‌های سیاسی بین والدین و فرزندان به چند عامل بستگی دارد: الف) ابراز ارزش‌ها توسط والدین؛ ب) درجه دقت و شفافیت ارزش‌ها یا عقاید در داخل خانواده؛ ج) درجه برداشت صحیح فرزندان از ارزش‌های والدین؛ د) تشابه وضعیت پایگاه اجتماعی والدین و فرزندان. (فتیحی آشتیانی، ۱۳۷۷: ۵۷)

البته امروزه نقش خانواده به عنوان یکی از عوامل جامعه‌پذیری سیاسی دچار تغییر شده است و برخلاف گذشته، اکنون فرزندان و به ویژه جوانان برای مدت زمان بیشتری در معرض تأثیر سایر عوامل قرار دارند. برخی از مهم‌ترین این تغییرات عبارتند از: مطرح شدن آموزش اجباری و تمام وقت و محول شدن کارکرد آموزشی از خانواده به نظام آموزشی؛ افزایش اوقات فراغت و در نتیجه، افزایش اهمیت گروه دوستان و همسالان؛ گسترش آموزش متوسطه و آموزش عالی و در اکثر موارد، جدا شدن جوانان از خانواده برای تحصیل؛ تغییر در اشکال خانوار (برای مثال، افزایش خانواده‌های تک‌والدی و همچنین، خانواده‌هایی که هر دوی والدین شاغل هستند)؛ و گسترش پوشش رسانه‌ها و اختصاص دادن بخش مهمی از اوقات فراغت کودکان و نوجوانان به خود. (ریتزر در فتیحی آشتیانی، ۱۳۷۷: ۶۵) همچنین پس از رشد و گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات نقش خانواده در جامعه‌پذیری سیاسی کم رنگ‌تر شده است.

در زمینه تأثیر خانواده بر جامعه‌پذیری سیاسی در ایران مطالعات زیادی صورت نگرفته است و حوزه‌هایی همچون تشابه یا تضاد ارزش‌های سیاسی بین والدین و فرزندان، تأثیر انواع مختلف خانواده (تک‌سرپرست، نابسامان، متعادل و ...) بر فرایند جامعه‌پذیری سیاسی، میزان اقتدارگرایی و در نقطه مقابل آن، میزان همکاری و مشورت در خانواده‌های ایرانی و تأثیر آن بر فرایند مزبور، تأثیر انواع خانواده‌های متعلق به قشرهای مختلف اجتماعی (خانواده‌های شهدا، جانبازان، رزمندگان و ایثارگران؛ خانواده‌های کارمندان دولت و شاغلین در بخش غیر دولتی؛ خانواده‌های روستایی و شهری؛ خانواده‌های مرفه و غیر مرفه؛ خانواده‌های روحانیون و ...) بر گرایش‌های سیاسی فرزندان، از جمله حوزه‌هایی است که نیازمند پژوهش هر چه بیشتر است، ولی موضوعی که به صورت آشکار می‌توان به آن اشاره کرد این است که با گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات و نیز با گسترش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، نقش خانواده، مذهب و ... عوامل جامعه‌پذیری سیاسی روزانه کمتر و کمتر می‌شود.

۲.۴ رسانه‌های جمعی

عامل دیگری که در فرایند جامعه‌پذیری سیاسی باید مورد توجه قرار گیرد، رسانه‌های گروهی است. هوستن رانی (Hosten Rany) بر این باور است که در همه کشورهای دارای

تکنولوژی ارتباطات جمعی، رسانه‌ها در شکل دادن به سمت گیری‌های اصلی و نیز افکار خاص بیشتر مردم نقش مستقیمی دارند.

لوسین پای (Lucian Pye) معتقد است که رسانه‌های جمعی مناسب‌ترین روش موجود برای جامعه‌پذیری هستند و عامل قاطع‌نوسازی به شمار می‌روند (عالم، ۱۳۷۶: ۱۲۲). رسانه‌های گروهی محصول جامعه‌مدرن و پیشرفت تکنولوژی هستند و باید این پدیده را انقلابی در شیوه کسب اطلاعات توسط افراد در مورد جهان اطراف آنان به شمار آورد. شروع تأثیرگذاری این عامل به هنگام انتشار اولین نشریات و روزنامه‌ها بر می‌گردد. در مراحل بعدی و هنگامی که رادیو در دهه ۱۹۲۰ پا به عرصه وجود گذاشت، این تأثیرگذاری بسیار گسترده‌تر شد. پس از رادیو نوبت به تلویزیون رسید که همه اشکال رسانه‌ها را تحت الشعاع خود قرار داد. امروزه انواع مختلف رسانه‌های گروهی (روزنامه‌ها و مجلات، رادیو، تلویزیون، فیلم، ماهواره، اینترنت و ...) افراد بشر را تحت سیطره خود قرار داده‌اند. سؤالی که در این مورد مطرح می‌شود این است که نقش رسانه‌های گروهی در جامعه‌پذیری سیاسی چیست؟ به نظر می‌رسد که عمده نقش رسانه‌های گروهی در زمینه ارتقای آگاهی و اطلاعات سیاسی افراد باشد. البته این مطلب بیشتر در مورد مطبوعات و رسانه‌های خبری صادق است. بیشتر افراد در جوامع مدرن، در مورد کسب اطلاعات در زمینه پدیده‌های سیاسی و تفسیر و تحلیل آنها به رسانه‌های گروهی متکی هستند (استریت، ۱۳۸۴: ۵۱).

رسانه‌های گروهی با راهیابی فرایند مدرنیزاسیون به جامعه ایران به یکی از عوامل مهم جامعه‌پذیری سیاسی تبدیل شدند و در حال حاضر نیز تأثیر آنها روز به روز به افزایش است. رادیو و تلویزیون، مطبوعات، ماهواره، اینترنت و سایر وسایل ارتباط جمعی در جامعه کنونی ایران رابطه تنگاتنگی با فرایند مزبور دارند. رسانه‌های مختلف از طریق دادن اطلاعات و اخبار سیاسی به افراد، شکل دادن به افکار عمومی و در سطحی بالاتر، شکل دادن به نگرش‌های سیاسی افراد جامعه، تأثیر عمیقی را بر رفتار سیاسی آنان می‌گذارند. در حال حاضر، تلویزیون بخش عظیمی از اوقات فراغت جوانان و نوجوانان را پر می‌کند و این مطلب در مورد اقشار پایین‌تر جامعه که دسترسی کم‌تری به سایر موارد پرکننده اوقات فراغت دارند، بیشتر صادق است. (شکوری، ۱۳۹۰: ۲۷) ماهواره در سال‌های اخیر پا به عرصه فرهنگی کشورمان نهاده است و همچون سایر رسانه‌ها، بحث و جنجال‌های زیادی را با خود به همراه داشته است. با گسترش بسیار سریع فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات،

اینترنت نیز در حال حاضر به یکی از عوامل تأثیر گذار، به ویژه در ارتباط با جوانان تبدیل گشته است و از این رو، موضوع کنترل محتوای اخلاقی و سیاسی آن در دستور کار محافل ذی ربط قرار گرفته است.

رسانه دیگری که تأثیر زیادی بر فرایند جامعه‌پذیری سیاسی دارد، مطبوعات است. مطبوعات نیز در زمینه اطلاع‌رسانی سیاسی و شکل دادن به افکار، نگرش‌ها و جهت‌گیری‌های سیاسی نقش بسیار مهمی را بر عهده دارند. مطبوعات آزاد، مستقل و پر محتوا رکن اساسی جامعه مدنی هستند. در میان مطبوعات موجود نیز در درجه اول مطبوعات ورزشی، سینمایی، خانوادگی، حوادث و غیره و در رتبه‌های آخر مطبوعات سیاسی و اجتماعی مورد اقبال عامه و به ویژه جوانان قرار دارد. همچنین با گسترش شبکه‌های اجتماعی و استفاده نوجوانان و جوانان از این شبکه‌ها، اطلاع‌رسانی و تأثیرگذاری آنها نیز به شکل روزافزون قابل مشاهده است.

۳.۴ گروه‌های کار

یکی دیگر از عواملی که می‌تواند بر نگرش‌ها و رفتار سیاسی افراد تأثیرگذار باشد تجربه‌های آنان در محیط کاری است. شیوه تعامل کارفرمایان با کارگران برای تأثیرگذاری بر تصمیم‌مقامات ذی ربط (نظیر تظاهرات و اعتصاب‌ها) همگی می‌تواند بر رفتار افراد تأثیر بگذارد. هر چند هنگامی که فرد پا به عرصه کار می‌گذارد - به ویژه در زمان حاضر که طولانی شدن دوره آموزش و کارآموزی و مشکل عمومی بیکاری جوانان، زمان اشتغال به کار را به تعویق انداخته است - تا حدود زیادی شخصیت وی شکل گرفته است، اما باید توجه داشت که جامعه‌پذیری فرایندی است که در تمام طول عمر انسان با وی همراه است، اگر چه ممکن است شدت و ضعف داشته باشد. (پل لازارسفلد، ۱۳۸۲: ۴۹) البته سختگیری‌های محیط‌های کاری در بسیاری از موارد منجر به رفتار دوگانه در جامعه می‌شود. مشاهده رفتار کارکنان دولت در داخل سیستم و خارج از آن در محیط خانوادگی و غیر رسمی و مقایسه این دو با یکدیگر و همچنین، بررسی رفتار و گرایش‌های خانواده و فرزندان جوان آنها در این زمینه مفید خواهد بود. به نظر می‌رسد که در این رابطه تحقیق‌های میدانی خاصی صورت نگرفته است و این موضوع بایستی با طراحی پرسشنامه‌های باز و جهت دار مورد مطالعه قرار گیرد؛ تا بتوان با تحلیل محتوا و استفاده از

ابزارهای مختلف پژوهشی به وضعیت تأثیرگذاری گروه های کار در جامعه ایران به طور
اخص و در هر جامعه ای بطور کلی پی برد.

۴.۴ نظام آموزشی

چهارمین عامل جامعه پذیری سیاسی که مخصوصاً در سال های اخیر اهمیتی دو چندان
یافته است، نظام آموزشی یا آموزش است. برخلاف خانواده که بیشتر نقش آن در زمینه
جامعه پذیری سیاسی به صورت غیر رسمی و ناخودآگاه است، نقش نظام آموزشی در این
خصوص بیشتر رسمی و آگاهانه است. منظور از واژه نظام آموزشی کلیه سطوح آموزش
است که از دوران ابتدایی تا دانشگاه را در بر می گیرد. مدارس (و به طور کلی، نظام
آموزشی) از جمله مهم ترین عوامل جامعه پذیری سیاسی برای تبدیل افراد و گروه های
متشکلت به یک ملت هستند، زیرا قادرند در آن واحد به تعداد بسیار زیادی از افراد دسترسی
داشته باشند و به آنها بیاموزند که به یک اجتماع خاص تعلق دارند. در اینجاست که نقش
ممتاز نظام آموزشی مشخص می شود. (روسکین، ۱۹۸۸: ۱۴۴ در علاقه بند ۱۳۷۹).

روشنفکران به آموزش به عنوان وسیله ای برای ایجاد یک آگاهی ملی ارج می نهند و
در نتیجه، آموزش همیشه جایگاهی خاص و ارجمند داشته است (والاس و کوچوا، ۸۲ در
علاقه بند ۱۳۷۹). بهره گیری از نظام آموزشی برای تثبیت یک هویت ملی در کشورهای
مهاجرپذیر از اهمیت خاصی برخوردار است. برای مثال، نظام آموزشی کشورهای همچون
ایالات متحده که مهاجرینی از سراسر جهان را با ارزش های سیاسی، اجتماعی و مذهبی
متفاوت و از نژادهای مختلف به خود جذب کرده است، در القای هویت ملی یکپارچه
بسیار مؤثر بوده است.

یکی از نکات حائز اهمیت درباره نظام آموزشی، چگونگی رابطه آنان با دیگر عامل مهم
جامعه پذیری سیاسی، یعنی خانواده است. در کشورهایی که دولت کاملاً باثبات و از
پشتیبانی مردمی برخوردار است، جامعه پذیری سیاسی توسط نظام آموزشی غالباً با
آموزه های خانواده همنوا و همراه است و باعث تقویت آن می گردد. در مواردی که
خانواده ها با نظام سیاسی همنوا نیستند، به نظر می رسد که نظام آموزشی در القای
ارزش های سیاسی و ایفای نقش خود توفیق چندانی کسب نکند و مغلوب گردد، البته نباید
از نقش سایر عوامل مغفول ماند. علاوه بر کل نظام آموزشی، بخش های مختلف آن نیز
می توانند گونه های متفاوتی از جامعه پذیری سیاسی را اعمال نمایند. تحصیل در مدرسه یا

دانشگاهی خاص ممکن است باعث شکل‌گیری نگرش‌ها و ارزش‌های خاصی در افراد گردد. همچنین، ممکن است مدارس و یا دانشگاه‌های خاصی تأسیس گردد که نوع خاصی از هنجارها یا نگرش‌ها را به دانش‌آموزان یا دانشجویان القا کند. «آلموند معتقد است که تحصیلکردگان آگاه از تأثیر حکومت بر زندگی خود، بیشتر به سیاست توجه دارند، درباره‌ی روندهای سیاسی اطلاعات بیشتری دارند و شایستگی سیاسی بالاتری از خود نشان می‌دهند. لیپست (S. Martin Lipset)

بر این باور است که تأثیر دانشگاه بر ارزش‌های سیاسی پیچیده است و ممکن است محیط آن صرفاً آگاهی سیاسی را بیشتر کند، بدون آن که بر نگرش‌های عمده‌ی سیاسی اثر بگذارد.» (عالم، ۱۳۷۶: ۱۲۱) نکته‌ی دیگری که در مورد نظام آموزشی باید یاد آور شد این است که نظام آموزشی لزوماً همیشه در جهت خواست نظام سیاسی به ایفای نقش نمی‌پردازد، هر چند برای این منظور طراحی شده باشد. این امکان وجود دارد که افراد مؤثر در نظام آموزشی (معلمان در مدارس و استادان در دانشگاه‌ها) مخالف نظام و ایدئولوژی حاکم باشند و در نتیجه، دانشگاه یا مدرسه محل ترویج افکار و نگرش‌های مخالف شود و جامعه‌پذیری سیاسی در جهت عکس صورت پذیرد. این مطلب به خوبی از جنبش‌های دانشجویی دهه‌ی ۱۹۶۰ و اوایل دهه‌ی ۱۹۷۰ و همچنین، فعال‌گرایی دانشجویی در دانشگاه‌های ایران قبل از انقلاب مشخص است.

۵.۴ گروه همسالان و دوستان

عامل پنجم، گروه همسالان و دوستان می‌باشد. این عامل در کنار خانواده و نظام آموزشی از اهمیت بالایی برخوردار است و اهمیت آن نیز پیوسته افزایش می‌یابد. در برخی از نوشته‌های فارسی برای اشاره به این گروه از واژه‌های «گروه‌های هم‌تا»، «گروه‌های دلبسته»، «همالان» و غیره نیز استفاده شده است. صرف نظر از لفظ، گروه همسالان و دوستان به مجموعه‌ای از افراد با جایگاه اجتماعی مشابه و اغلب با علایق مشترک اطلاق می‌شود که در برگیرنده‌ی پیوندهای شخصی قوی است و افراد عضو این گروه‌ها همدیگر را کاملاً می‌شناسند و به هم ارج می‌نهند و تقریباً هم سن و سال هستند (ویتتر و بیلوز، ۱۹۸۵: ۱۳۰ در نش ۱۳۸۲)

برخی از صاحب‌نظران از «گروه‌های فراغت» به عنوان عامل جامعه‌پذیری سیاسی نام می‌برند (راش، ۱۳۷۷: ۱۱۵)، ولی به نظر می‌رسد بیش از آن که بین «گروه‌های دوستان و

همسالان» و «گروه های فراغت»، تمایز و تفاوت وجود داشته باشد - تا بتوان آنها را به طور جداگانه به کار برد - بین آنها تداخل و همپوشانی وجود دارد. افراد غالباً اوقات فراغت خود را با دوستان و همسالان هستند. اهمیت اوقات فراغت و گروه های فراغت (دوستان و همسالان) تا بدانجاست که برخی ادعا کرده اند که در حقیقت، در عرصه اوقات فراغت است که هویت جوانان شکل می گیرد. اوقات فراغت زمانی است که می توان سبک های مختلف زندگی را در آن آزمود و مبادله کرد. فعالیت های ویژه اوقات فراغت، زمینه را برای معاشرت و در آمیختن با همسالان و بزرگ ترها، در محیط بیرون از خانواده فراهم می سازد. در این هنگام است که هویت خود و هویت گروهی کاویده و تعیین می شود. (هندری و دیگران، ۱۳۸۱: ۲)

چند مطالعه درباره رفتار سیاسی رأی دادن آشکار کرده است که از لحاظ سیاسی، همگن ترین گروه های آمریکایی، ابتدا زن و شوهرها، بعد از آن دوستان و سپس گروه های کار هستند.

جیمز کلمن (James Samuel Coleman) معتقد است که در جوامع پیشرفته ای همچون آمریکا و سوئد، تأثیر جامعه پذیر کننده والدین و آموزگاران در دوره اولیه جوانی رو به کاهش می گذارد و در مقابل، گروه های همسالان و دوستان بر نگرش ها و رفتار سیاسی تأثیرات مهم فزاینده ای بر جا می گذارند (عالم، ۱۳۷۶: ۱۲۱). از آنجا که فرد در سنین نوجوانی و جوانی به دنبال استقلال هر چه بیشتر از خانواده است، بیشتر به گروه همسالان روی می آورد و بیشتر احتمال دارد که برای حفظ جایگاه خود در گروه با آنان هممنوا شود. البته میزان این تأثیر پذیری به عوامل مختلفی بستگی دارد که از جمله آنها می توان به شخصیت نوجوان و جوان (این که فعال و اثرگذار باشد یا منفعل و تأثیر پذیر)، نظارت خانواده بر دوستان انتخابی وی، چگونگی رابطه او با خانواده و مدت زمان صرف شده با گروه دوستان و همسالان اشاره کرد.

برخی معتقدند که به علت وجود سه تفاوت عمده بین خانواده و گروه همسالان در فرایند جامعه پذیری، تأثیر گروه همسالان تقویت کننده عقاید، نگرش ها و گرایش های افراد است تا تجدید کننده و تغییر دهنده آن. این تفاوت ها شامل موارد زیر می شود:

۱. روابط پایدار با همسالان به طور کلی و با دوستان به طور خاص، بسیار دیرتر از روابط با والدین صورت می گیرد. کودک، عقاید و معیارهایی را در رابطه با همسالان خود به کار می گیرد که غالباً تحت تأثیر حرکات و احساسات والدینش شکل داده شده است؛

۲. رابطه فرد با همسالان و دوستان خود رابطه‌ای برابر خواهانه است؛ بدین معنی که فرد می‌تواند آزادانه در یک رفتار متقابل و تحت هیچ گونه اجباری عقاید همتایان خود را برگزیند. در مقابل، رابطه با والدین و برخی از «دیگر افراد مهم»، معمولاً رابطه‌ای «اقتدارگرایانه» است و کودک تا حد زیادی مجبور به پذیرش است؛

۳. رابطه با همسالان را می‌توان به آزادی برقرار کرد و یا ترک نمود. لذا افراد بیشتر با همسالان مشابه خود رابطه‌ی دوستی نزدیک برقرار می‌کنند تا با کسانی که با آنان متفاوتند (فتحی آشتیانی، ۱۳۷۷: ۵۲-۵۱) همان‌طور که گفته شد، برخی عقیده دارند که این سه ویژگی رابطه با همسالان، باعث می‌شود که نفوذ آنان، غالباً عقاید فرد را تقویت کند تا این که عقاید جدیدی به وی القا نمایند. هر چند موارد فوق تا حدودی صادق است، اما باید توجه داشت که مورد اول، بیشتر در خصوص دوره‌ی اولیه‌ی روی آوردن فرد به گروه دوستان و همسالان صادق است و در مراحل بعدی ممکن است صرفاً معیارها و هنجارهای والدینش را در انتخاب دوستان به کار نگیرد و در همین مراحل بعد از نوجوانی است که گروه دوستان به لحاظ سیاسی اهمیت می‌یابد. در مورد دوم نیز می‌توان گفت که ممکن است رابطه با همسالان و دوستان شامل میزانی از اجبار نیز باشد، زیرا نیاز به پذیرفته شدن در گروه باعث می‌شود که فرد با میزانی از فشار برای هم‌نوایی مواجه شود. به‌طور کلی، در دو مورد می‌توان انتظار داشت که دوستان و همسالان عقاید سیاسی جدیدی را به فرد القا کنند: اول این که، همسالان و دوستان به اندازه‌ی کافی از شخص متفاوت باشند که شخص نتواند به راحتی از نفوذ آنان بگریزد؛ دوم این که، شخص هنوز عقایدش کاملاً مشابه والدین یا سایر بزرگسالانش نشده باشد (همان منبع) البته از این نکته نیز نباید غافل بود که در برخی موارد نوجوانان و جوانان به دلیل لجاجت و مخالفت با خانواده به عقاید دوستان و همسالانی روی می‌آورند که دیدگاه‌ها و عقایدشان مخالف عقاید خانواده فرد مورد نظر است و چه بسا تأثیر بسزایی نیز داشته باشند. همچنین در مواردی که جامعه‌ای شاهد شکاف و تضاد بین نسل‌ها باشد یا نسل‌های مختلف تجربیات شدیداً متفاوتی داشته باشند، گروه همسالان و دوستان اهمیت فراینده‌ای می‌یابد. در این زمان است که گروه‌های همسالان و دوستان مهم‌ترین و شدیدترین چالش را برای نقش خانواده و حکومت ایجاد می‌کنند. شدیدترین جلوه‌ی این وضعیت را می‌توان در مبحث «گروه‌های غیر رسمی» در جامعه‌ی شوروی پیش از فروپاشی مشاهده کرد.

در مورد میزان تأثیر گروه همسالان و دوستان بر جامعه پذیری سیاسی در ایران تحقیق خاصی صورت نگرفته است و داده های پراکنده موجود نیز عمدتاً مربوط به میزان اهمیت این گروه به طور عام است. در یک بررسی پیرامون مشارکت اجتماعی و مسئولیت پذیری نوجوانان و جوانان مشخص شد که بیش از ۹۰ درصد از افراد نمونه به نحوی در فعالیت های گروه دوستان مشارکت داشته و ۶۴/۵ درصد نیز به طور منظم در این فعالیت ها شرکت جسته اند. از این میان، ۴۵/۷ درصد در فعالیت های گروه دوستان همکلاسی، ۲۳/۱ درصد در فعالیت های گروه دوستان هم محل، ۱۳/۸ درصد در فعالیت های گروه دوستان خویشاوند و ۶/۷ درصد نیز در فعالیت های گروه دوستان همکار فعالیت داشتند. از بین سطوح مختلف مشارکت در گروه (پیشنهاد، تصمیم گیری، برنامه ریزی، اجرا و نظارت) بیشترین میزان تمایل به سطح اجرا - و آن هم از نوع منفعلانه - بود. (بنی جمالی، ۱۳۷۸: ۵۶ - ۴۸)

۶.۴ احزاب و جنبش های سیاسی و اجتماعی

عضویت در احزاب سیاسی یا جنبش های سیاسی و اجتماعی می تواند عاملی بسیار قوی در جامعه پذیری سیاسی، به ویژه در دوران جوانی باشد. احزاب سیاسی از طریق برگزاری سخنرانی ها، دوره های آموزشی، جلسات بحث و گفتگو، تبلیغات، مبارزه و فعالیت های انتخاباتی، منتشر کردن نشریه و ارائه دیدگاه ها و مطالب سیاسی در آن و همچنین از طریق سازماندهی تعداد زیادی از افراد با علایق مشترک می توانند عامل مهمی در جامعه پذیری سیاسی باشند. همچنین، حزب ممکن است از طرفداران خود جهت تبلیغ برای حزب و نامزدهای آن کمک داوطلبانه بگیرد.

فردی که به علت عضویت در حزب یا عضویت والدین و نزدیکان خود در یک حزب از نزدیک با نخبگان سیاسی در ارتباط است، مسلماً از این امر تأثیر خواهد پذیرفت. بسیاری از احزاب سیاسی دارای «شاخه جوانان» هستند که این بخش از حزب به جلب اعضا و هواداران جوان، برگزاری جلسات برای آنان و سایر اقدامات می پردازد. میزان حضور جوانان در فعالیت های حزبی، بی تردید نقش مهمی در جامعه پذیری سیاسی آنان دارد.

۷.۴ گروه‌های مذهبی

مذهب در کلیه مناطق جهان حضور دارد و مسأله مورد توجه در این زمینه، میزان حضور و رابطه آن با جهان سیاست است. در بسیاری از کشورها دین از سیاست جداست و سکولاریسم در کشور حاکم است. اما کشورهایی همچون ایران نیز وجود دارند که دین و سیاست در آنها به هم گره خورده است. در کشورهایی که مذهب حضور فعال داشته باشد، گروه‌های مذهبی نیز وجود دارند و همانند سایر گروه‌ها - و شاید در برخی موارد بیش از گروه‌های دیگر - امکان تأثیرگذاری بر روند جامعه‌پذیری سیاسی اعضای خود دارند. حتی در کشورهای غربی نیز که روح سکولاریسم بر آنها حاکم است، گروه‌های مذهبی وجود دارند و فعال هستند. اهمیت گروه‌های مذهبی به عنوان یکی از عوامل جامعه‌پذیری سیاسی در جامعه‌ای همچون ایران که دین و سیاست در آن با یکدیگر پیوند خورده‌اند، امری نیست که بر کسی پوشیده باشد. نقش علمای مذهبی در تاریخ معاصر ایران در شکل دهی به رفتار سیاسی مردم در برهه‌های زمانی خاص بسیار برجسته بوده است. نهادهای سنتی مذهبی نظیر مساجد در دوران پس از انقلاب اسلامی عمدتاً در جهت حمایت از نظام سیاسی حاکم عمل کرده‌اند و ائمه جمعه و جماعات، وعاظ و مداحان عمدتاً در جهت تبلیغ ارزش‌های سیاسی نظام ایفای نقش نموده‌اند. (رفیع پور، ۱۳۷۷: ۱۶۹-۱۵۹) البته قابل ذکر است که در دهه اخیر با گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات، نقش مذهب و گروه‌های مذهبی نیز در امر جامعه‌پذیری سیاسی کمرنگ‌تر شده و اگر این گروه‌ها بخواهند مانند سالیان گذشته تأثیرگذاری داشته باشند؛ بایستی از شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزار اطلاع‌رسانی و تأثیرگذاری استفاده نمایند.

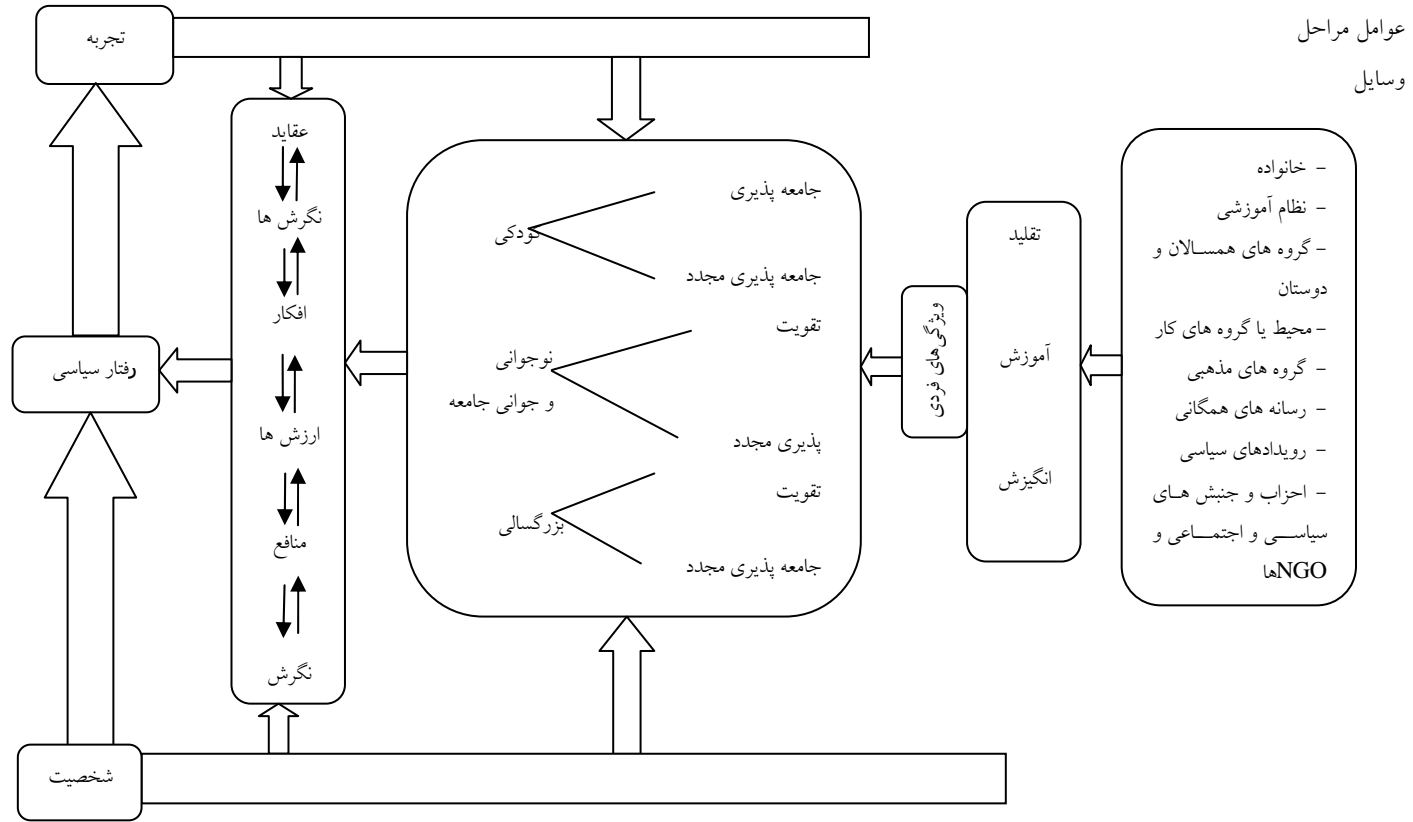
۸.۴ رخدادهای سیاسی

وقایع و رویدادهای سیاسی را نیز باید عامل مهمی در جامعه‌پذیری سیاسی دانست. درست است که بسیاری از افکار و عقاید سیاسی افراد حاصل تأثیر خانواده، معلمان، کتاب‌های درسی، گروه‌های دوستان و همسالان و رسانه‌های گروهی است، اما همه افکار سیاسی آنان دست دوم نیست و ممکن است مستقیماً متأثر از جهان سیاست باشد. به طور کلی، می‌توان گفت که این نوع از جامعه‌پذیری سیاسی کم‌تر در دوره‌های ثبات و صلح اتفاق می‌افتد و بیشتر مربوط به دوره‌هایی است که جامعه در حال تغییر و تحول سیاسی و یا

مشاهده رویدادهای بزرگ سیاسی از جمله انقلاب، کودتا، شورش، جنگ، درگیری داخلی، تروریسم، تحریم و ... است.

در حالی که تأثیر محیط زندگی و سایر عوامل جامعه پذیری سیاسی ممکن است تدریجی و آرام باشد، یک رویداد خاص می تواند به عنوان یک عامل ناگهانی و قدرتمند در فرایند جامعه پذیری سیاسی عمل کند و رفتار افراد را تغییر دهد. برای مثال، بیشتر رهبران گروه هایی که برای کنترل دسترسی افراد به اسلحه مبارزه می کنند، معمولاً کسانی هستند که هر چند قبلاً در سیاست فعال نبوده اند، اما در اثر حادثه مرگ یکی از عزیزان خود به علت شلیک گلوله، به حوزه فعالیت سیاسی کشیده شده اند. همچنین، اقدام تجاوزکارانه یک کشور در حمله به کشوری دیگر می تواند حس وطن دوستی کسی را که قبلاً بی تفاوت بوده است، برانگیزد (دانزیگر در علاقه بند، ۱۳۷۹: ۵۳). رخ دادن مجموعه ای از حوادث در خلال دوره ای خاص می تواند بر جهت گیری های سیاسی افراد، به ویژه جوانانی که تازه به سن رأی می رسند تأثیر عمیقی داشته باشد. پژوهشگران بسیاری به مسأله تأثیر بحران های سیاسی بر شیوه تفسیر حوادث سیاسی توسط جوانان در مراحل بعدی و همچنین انتخاب های آنان در رأی دهی و انتخابات توجه نموده اند. (کیوبستو، ۱۳۸۰: ۴۸)

جنگ نیز یکی از رویدادهای سیاسی مهم است که بر رفتار افراد تأثیر زیادی بر جای می گذارد. افرادی که در جنگ شرکت می کنند، یا از جنگ متأثر می شوند - به ویژه اگر این امر در دوران کودکی، نوجوانی و جوانی آنان باشد - تأثیرات آن را تا مدت ها در زندگی خود و حتی تا پایان آن با خویش به همراه دارند. به طور کلی، شاید بتوان گفت که تأثیر رویدادهای سیاسی بیش از همه در جوامع در حال گذار مشاهده می شود، زیرا در این گونه جوامع است که رویدادهای مهم تاریخی اتفاق می افتد و خودآگاهی یک نسل از افراد را تحت تأثیر قرار می دهد. جوانان در هنگام بروز تحولات عمیق سیاسی، میزان کم تری از فرایند جامعه پذیری سیاسی را نسبت به بزرگسالان پشت سر گذاشته اند و لذا امکان تأثیر پذیری آنان بیشتر است. پیروزی انقلاب اسلامی، جنگ تحمیلی، تحریم و توافق هسته ای ایران و گروه ۵+۱ از جمله مهم ترین رویدادهای سیاسی هستند که بر فرایند جامعه پذیری سیاسی جوانان ایرانی تأثیر گذاشته است.



نمودار. الگوی پیشنهادی برای جامعه‌پذیری سیاسی - برگرفته از جامعه‌پذیری سیاسی جوانان

۵. نتیجه گیری

ظهور فناوری های پیشرفته و گسترده ارتباطی و اطلاعاتی از قرن بیستم به این سوء توانسته است بر عوامل فضا، زمان و مکان غلبه کند. به دنبال این فرایند، اطلاعات به عنوان نماد و دستمایه توسعه همه جانبه و پایدار جوامع مدرن شناخته شده و دیگر بدون دسترسی به آن هیچ گونه تحول چشمگیری قابل پیش بینی و میسر نیست. جهان وارد عصر تازه ای شده است که در آن رسانه های الکترونیک جدید حاکمیت پیدا کرده اند. این رسانه ها مرزها را شکسته و هر جا که بخواهند وارد می شوند. مهمترین کالای این رسانه ها چیزی جز کالای فرهنگی و اطلاعاتی نیست. به نقل از چونگ قدرت در عصر اطلاعات دارای سه چهره کاملا متفاوت است؛ چونگ به استناد استدلال جوزف نای بیان می کند که در عصر اطلاعات «قدرت نظامی»، «قدرت اقتصادی» و «قدرت نرم» سه چهره متفاوت قدرت هستند که مهم ترین آنها قدرت نرم با تأثیرگذاری بر فرهنگ سیاسی نمود پیدا می کنند. در این راستا، جامعه پذیری سیاسی مسئول انتقال فرهنگ سیاسی از نسلی به نسل دیگر است. فرهنگ سیاسی؛ نظامی از نگرش ها، ارزش ها و دانش است که به طور گسترده در یک جامعه به اشتراک گذاشته شده است. همچنین درک مشترک در مورد آداب و رسوم و سنت ها و فرهنگ عامه و قهرمان های یک جامعه و همچنین ماهیت و عملکرد دولت همه و همه مسائلی است که در روند جامعه پذیری به وجود می آید. البته باید دانست که جامعه پذیری روندی مستمر است که نوع عملکرد آن نسبت به سن، تحصیلات و تجربه افراد متفاوت است حال با توجه به تمرکز ما بر فناوری اطلاعات، جامعه پذیری سیاسی و فرهنگ سیاسی، گزاره های ذیل منتج می شوند.

- ۱- جنس جامعه پذیری سیاسی دانش، باور و ارزش است.
- ۲- جامعه پذیری سیاسی منجر به رفتار سیاسی می شود که بر فرهنگ سیاسی تأثیرگذار است.
- ۳- جامعه پذیری سیاسی مسئولیت انتقال فرهنگ سیاسی از نسلی به نسل دیگر را عهده دار است. پس فرآیندی بین نسلی است.
- ۴- فرهنگ سیاسی خاصیت به اشتراک گذاشته شده دارد، یعنی حاصل به اشتراک گذاشته شدن گزاره ها، پیام ها، باور ها و... است که در میان عامه مردم صورت می گیرد و سامان می یابد. پس محل عینیت یافتن آن نیز میان عامه مردم است.

۵- جامعه‌پذیری سیاسی همچنان روندی تصادفی در نظر گرفته می‌شود که مجموعه بسیار زیادی از عوامل مختلف بر آن اثر دارد.

۶- جامعه‌پذیری همچنان روندی یکسویه از مرجع ایجاد یا آموزش جامعه‌پذیری به سوژه (فرد) تعریف می‌شود و ما را با فضای گفتمانی روبرو می‌کند که می‌توان گزاره‌های داخل آن را بررسی نمود و شاید با کاری میدانی بتوان میزان، وزن و اثر گزاره‌ها را سنجید.

۷- جوانان میل به شخصی سازی روابط سیاسی با حاکمیت و دولت دارند ولی افرادی که بالغ تر هستند و شخصیت ایشان صورت کاملتری به خود گرفته است فهم و برداشت شان از واقعیت تأثیر بیشتری بر جهت گیری سیاسی شان می‌گذارد. بنابراین فناوری اطلاعات به عنوان منبعی از اطلاعات، ارتباط گسترده و پیچیده‌ای با موضوع جامعه‌پذیری می‌یابد؛ یعنی فناوری اطلاعات اولاً به عنوان عاملی در جهت آشنایی با امر سیاسی و ساختار سیاسی، ثانیاً عاملی در ایجاد و بازنمایی واقعیت و امر واقع در عرصه اجتماعی نمود پیدا می‌کند. به نظر می‌رسد آنچه از طریق فناوری اطلاعات وارد فضای عمومی می‌شود حجم عظیمی از اطلاعات و «پیام‌ها» است که تأثیر مستقیمی بر فرهنگ سیاسی جامعه دارد. با پذیرش این فرض فضای ۴ دهه بعد از انقلاب اسلامی ایران را می‌توان به چهار دوره از حضور فناوری اطلاعات تقسیم نمود که البته در همه دوره‌ها عوامل دیگر نیز مؤثر بوده و هستند ولی تکیه در اینجا بر مؤثرترین عامل و سیل اقبال مردم نسبت به آن‌هاست. همچنین بدیهی است که دوره‌های زمانی نیز به طور نسبی انتخاب شده و قطعیتی در آن‌ها نیست:

۱- سال ۱۳۵۷ تا سال ۱۳۶۸:

رادیو و تلویزیون ملی ایران که عامل اصلی ارسال پیام به مردم است.

۲- سال ۱۳۶۸ تا سال ۱۳۷۸:

مطبوعات جایگاهی ویژه برای خود در فضای ایران ایجاد می‌نماید.

۳- سال ۱۳۷۸ تا سال ۱۳۸۸:

ماهواره و شبکه‌های فارسی زبان آن در ایران جایگاه پیدا می‌نمایند البته حضور اینترنت نیز بسیار پررنگ می‌شود.

۴- سال ۱۳۸۸ تا سال ۱۳۹۴:

در این دوره شبکه‌های اجتماعی و اینترنت نقش برجسته‌تری به خود می‌گیرد. تمامی این عوامل در روند جامعه‌پذیری سیاسی و به تبع آن بر فرهنگ سیاسی در جمهوری

اسلامی ایران مؤثر بوده اند. این تقسیم بندی می تواند به عنوان یک الگو در نظر گرفته شود و می توان تقسیم بندی های دیگری در همین راستا ارائه کرد؛ ولی در هر صورت نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در هر برهه از زمان کاملاً قابل لمس است و هر چه این فناوری ها توسعه پیدا می کنند، نقش آنان توسط رسانه ها در جامعه پذیری و جامعه پذیری سیاسی بیشتر شده و در نتیجه از نقش و تأثیر سایر عوامل از جمله خانواده، گروه های همسالان، آموزش، گروه های مذهبی و ... کاسته می شود. نتیجه دیگری که حاصل می شود این است که هر کدام از عوامل تأثیرگذار بر جامعه پذیری سیاسی که بتواند از فناوری اطلاعات استفاده بهینه کند، می تواند نقش و تأثیر خود را در امر جامعه پذیری سیاسی و در نتیجه رفتار سیاسی افزایش دهد و به تبدیل این روند به فرهنگ سیاسی کمک نماید.

پی نوشت

۱. این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی نویسنده تحت عنوان «نقش فناوری اطلاعات بر جامعه پذیری سیاسی در جمهوری اسلامی ایران» است که برای دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب تدوین شده است.

کتاب نامه

آریاپور کاشانی، عباس (۱۳۵۷) فرهنگ لغت، تهران، معاصر
استریت، جان (۱۳۸۴) رسانه های فراگیر سیاست و دموکراسی، حبیب ا... فقیهی نژاد، تهران، موسسه انتشاراتی روزنامه ایران
استوتزل، ژان (۱۳۶۱) روانشناسی اجتماعی، علی محمد کاردان، چ چهارم، تهران، دانشگاه تهران
بشیر، حسن و دیگران «مذاکره بین المللی به عنوان ارتباطی میان فرهنگی»، مطالعات میان فرهنگی، سال دهم، ش ۲۴، بهار ۱۳۹۴، تهران، ۴۱-۹
بنی جمالی، شکوه السادات و حسن اسدی، (۱۳۷۸)، روانشناسی رشد، چ ششم، تهران، چاپخانه بنیاد پل لازار اسفلد و دیگران (۱۳۸۲) انتخاب مردم، محمدرضا رستمی، چ دوم، تهران، انتشارات تبلور
جی مونت، رابرت و گابریل آلموند (۱۳۸۱) چارچوبی نظری برای بررسی سیاست تطبیقی، علیرضا طیب، تهران، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی
چونگ آلن، (۱۳۹۱) قدرت نرم در سیاست خارجی؛ با تأکید بر فضای جهانی اطلاعات، مهدی ذوالفقاری، چ اول، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)

۲۰۲ فرهنگ و جامعه‌پذیری سیاسی در عصر اطلاعات

- دویدج، مورتون و رابرت کراوس (۱۳۷۴) نظریه‌ها در روانشناسی اجتماعی، مرتضی کتبی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۸) بازتاب مفهومی و نظری انقلاب اسلامی ایران در روابط بین‌الملل، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی
- راش، مایکل (۱۳۷۷) جامعه و سیاست: مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی، منوچهر صبوری، تهران، نشر سمت
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۷) کند و کاوها و پنداشته‌ها: مقدمه‌ای بر روش‌های شناخت جامعه و تحقیقات اجتماعی، تهران، شرکت سهامی انتشار
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۷۷) تحلیل انقلاب اسلامی و مسائل اجتماعی ایران، چ سوم، تهران، شرکت سهامی انتشار
- روسک جوزف و وارن رولند (۱۳۵۵) مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی، بهروز نبوی و احمد کریمی، تهران، کتابخانه فروردین
- ریتزر، جورج (۱۳۷۷) نظریه‌های جامعه‌شناسی در دنیای معاصر، محسن ثلاثی، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی
- سیف زاده، حسین (۱۳۸۸) پانزده مدل نوسازی، توسعه و دگرگونی سیاسی، تهران، نشر قومس
- شکوری، علی و مریم رفعت‌جاه (۱۳۹۰) اینترنت و هویت اجتماعی، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- عالم، عبدالرحمن (۱۳۷۶) بنیادهای علم سیاست، تهران، نشر نی
- علاقه بند، علی (۱۳۷۹) جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، تهران، انتشارات روان
- فتحی آشتیانی، علی (۱۳۷۷) مقدمه‌ای بر روانشناسی سیاسی، چ اول، تهران، انتشارات بعثت
- فتحی و دیگران، «نقش آمادگی برای یادگیری خود-رهبر و نگرش تفکر انتقادی در پیش‌بینی عملکرد تحصیلی دانشجویان دانشگاه تبریز»، فصلنامه علمی - پژوهشی روانشناسی دانشگاه تبریز، سال پنجم، ش ۱۷، بهار ۱۳۸۹، ۱۰۰-۷۹
- فیدر، جان (۱۳۸۰) جامعه‌اطلاعاتی، علی رادباوه و عباس گیلوردی، تهران، نشر کتابدار
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰) عصر اطلاعات، ظهور جامعه شبکه‌ای، عقیلان و خاکباز، چ اول، تهران، طرح نو
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰) عصر اطلاعات، قدرت هویت، حسن چاوشیان، چ دوم، تهران، طرح نو
- کیویستو، پ. (۱۳۸۰) اندیشه‌های بنیادی در جامعه‌شناسی، منوچهر صبوری، تهران، نشر نی
- محسنی، منوچهر (۱۳۷۸) مقدمات جامعه‌شناسی، تهران، نشر دوران
- محسنی، منوچهر (۱۳۸۰) جامعه‌شناسی جامعه‌اطلاعاتی، تهران، نشر دیدار
- نای، جوزف (۱۳۹۰) آینده قدرت، رضا مراد صحرایی، چ اول، تهران، انتشارات حروفیه

گزینه کشیشیان سبرکی ۲۰۳

نش، کیت (۱۳۸۲) جامعه شناسی سیاسی معاصر، جهانی شدن، سیاست، قدرت، محمدتقی دلفروز، تهران، کویر

وبستر، فرانک (۱۳۸۲) نظریه های جامعه اطلاعاتی، مهدی داودی، تهران، انتشارات وزارت امور خارجه

وبستر، فرانک. (۱۳۸۳) نظریه های جامعه اطلاعاتی، اسماعیل قدیمی، چ دوم، تهران، نشر آگه

هابرماس، یورگن (۱۳۸۰) جهانی شدن و آینده دموکراسی، کمال پولادی، تهران، نشر مرکز

هابرماس، یورگن (۱۳۸۴) دگرگونی ساختاری حوزه عمومی، جمال محمدی، تهران، نشر نی

هابرماس، یورگن (۱۳۸۴) نظریه کنش ارتباطی، کمال پولادی، تهران، موسسه انتشاراتی ایران

هندری و دیگران، (۱۳۸۱) اوقات فراغت و سبک های زندگی جوانان، مرتضی ملانظر و فرامرز ککولی، چ اول، تهران، نسل سوم.

Barnes, Harry E (1970) an Introduction to the History of Sociology) Chapter XLIII, Charles Horton Cooley, Chicago: University of Chicago Press

Bell, Daniel (1990) "Resolving the Contradictions of Modernity and Modernism", Society, 27(3) March-April: 43-50; 27(4) May-June: 66-75

Castells, Manuel (1994) "European Cities, the Informational Society, and the Global Economy", New Left Review, 204 (March-April):18-32

Habermas, Jurgen, (1970) Legitimation Crisis, (trans.McCarthy,) Heinemann

Pfetsch, F.R. (2007) Negotiating Political Conflicts.PALGRAVE MACMILLAN