مدیریت شهری
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017
۱۶۵-۱۷۸
زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۴/۷ زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۶/۲/۱۵

بررسی رابطه میان میزان استفاده از رسانه های جمعی در شهرها و اعتماد سیاسی شهروندی؛ نمونه موردی: معلمین شهرستان سبزوار

امین کوشکی *- استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه حکیم سبزواری، ایران.

چکیده

امروزه یکی از مقولاتی که برای اداره کنندگان یک جامعه بسیار حائز اهمیت است، موضوع اعتماد سیاسی است. طبق یک تعریف، اعتماد سیاسی نگرش مثبت به نظام سیاسی، نهادهای سیاسی و کنشگران سیاسی یا متصدیان اقتدار در جامعه است. افزایش اعتماد سیاسی موجب حمایت و پشتیبانی مردم از مسئولان، رعایت قوانین و مقررات توسط آنها، افزایش مشارکت سیاسی و اجتماعی، اعتماد به سازمان ها و نهادهای دولتی و در کل موجب افزایش مشروعیت سیاسی نظام می شود. ازجمله اقشار بسیار تاثیرگذار در تمامی جوامع، قشر معلمین می باشند که سنجش دیدگاه های آنان در خصوص نظام، با توجه به ارتباطی که با دانش آموزان دارند، می تواند اثرات مهمی در جامعه پذیری آنها داشته باشد. از جمله عوامل موثر بر این اعتماد سیاسی، رسانه های جمعی می باشند. تحقیق حاضر به روش پیمایشی با نمونه ۳۹۰ نفر از شهروندان شهرستان سبزوار و با استفاده از نظریه کاشت، در پی پاسخ به این سوال بوده که اعتماد سیاسی شهروندان سبزوار به چه میزان بوده و تاثیر برخی رسانه جمعی بر اعتماد سیاسی چگونه است. نتایج حاکی از رابطه معکوس و منفی میان رسانه هایی مانند ماهواره و فیس بوک و توییتر و اعتماد سیاسی معلمان می باشد.

واژگان کلیدی: اعتماد سیاسی شهروندی، رسانه، رسانه جمعی، شبکه های اجتماعی.

A Critical Review of Tendency towards the Western Architecture in Palaces of Qajar Era

Abstract

One of the issues that are important to the administration of a community is the issue of political trust. According to one definition, political trust has a positive attitude to the political system, political institutions and political actors or operators of authority in society. Under increasing political trust and backup support from the public authorities, compliance with laws and regulations by their political and social participation, self-government institutions and political legitimacy of the total increase. Including very influential people in all societies, people are teachers. To assess their views on the system, according to communication with students, can have a profound effect on their socialization. Among the factors influencing this political trust, the mass media are. This research survey of 390 residents of the city of Sabzevar and using the idea of planting, seeks to answer this question. What was the political confidence of citizens Sabzevar. And the influence of mass media on political trust is. The results show the negative relationship between satellite and media, such as Facebook and Twitter, and political trust teachers.

Key words: political trust citizens, the media, social media, social networks.

* نویسنده مسؤل مکاتبات، شماره تماس: ۴۳۳۴۵۴۴۳ ، رایانامه: koshki-am1234@yahoo.com

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

مقدمه

اعتماد عمومی مردم از جمله مقومات مشروعیت بخش در عرصه عملی و عینی به نظام حاکم است. شاخص های اصلی چنین اعتمادی، در ابعاد اجتماعی و سیاسی قابل تحلیل می باشد. با توجه به وضعیت نظام سیاسی در ایران و تصریحات مندرج در اسناد فرادستی، چنین مقوله ای از اهمیت بیشتری برخوردار است. چرا که جمهوری اسلامی، نظامی سیاسی است که مبتنی بر اهداف مذهبی بنا شده و هدف آن مشارکت حداکثری مردم در ابعاد مختلف است. چنین مشارکتی بر مبنای اعتماد متقابل مردم و مسئولین بنا نهاده شده است. قانون اساسی حاوی گزاره ای است که بر اساس آن لازم است همه امکانات به منظور مشارکت عامه مردم در تعیین سرنوشت سیاسی و اجتماعی در حد قانون را فراهم سازد. اعتماد وضعیتی خاص تر از اطمینان یا امید است و حاکی از موقعیتی است که به نحوی فعال، افراد با یکدیگر وارد رابطه می شوند. انواع اعتماد مبتنی بر وضعیت گروهی که افراد در آن قرار دارند متعدد می شود. گاهی اعتماد به افرادی است که با آنها داراری روابط چهره به چهره هستیم. دراین گونه مواقع، عمدتا میزان اعتماد تعمیم یافته و دارای کارکردهای خاص است؛ در حالی که در روابط رسمی و سازمان یافته وضعیت اعتماد به نحوی انتزاعی و تجریدی است به گونه ای که افراد با واسطه مقولات اجتماعی است که به سازمان اعتماد می یابند. به عنوان نمونه، هنگامی که افراد به نظام قضایی در کشور اعتماد دارند، محصول نوع نگاه آنها به برابری، مساوات یا انصاف در حوزه قضایی است. ممکن است آنها هیچ گاه قاضی یا وکیلی را ندیده باشند یا عمل خلافی را از آنها نشنیده باشند، اما بر اثر انباشت خاطرات، عادات، تجربیات یا بازنمایی رسانه ها نسبت به مقولاتی مانند انصاف یا عدالت دچار بی اعتمادی شوند. وضعیت اعتماد ناشی از روابط چهره به چهره را می توان در روابط خانوادگی یا دوستی مشاهده کرد. اعتماد این افراد در این روابط ناشی از برخوردهای جزئی و خاص است. پدری که به فرزندش کمک می کند، انتظار حرف شنوی یا یاری او در سنین پیری را دارد. در این وضعیت اعتماد انضمامی و عینی تحقق یافته است. در واقع اعتماد، رضایت را جایگزین سرکوب و زور می کند و حکومتی که به نحوی اعتماد مردم را جلب کرده باشد،نیازی به کاربرد خشونت ندارد و مردم نیز اعتماد خود را نزد حکومت سرمایه گذاری می نمایند. بنابر این اعتماد یک کالای عمومی است که در صورت مخدوش شدن آن جامعه به عنوان یک کل متضرر شده و رو به اضمحلال خواهد گذاشت. بنابر این افول اعتماد یکی از مشکلات و مسائل محوری در سیاست نوین حکومت ها و دولت ها در کشورهای مختلف است. در شرایطی که روابط افراد عمدتا به صورت سازمان یافته و نظام وار درآمده است، آنچه می تواند تضمین کننده عمل هر یک از افراد متناسب با هنجارها و ارزش های کلی نظام باشد، اعتماد متقابلی است که میان آنها وجود دارد. موضوع بحث در پژوهش حاضر، از جنس چنین اعتمادی است؛ چرا که به دنبال بررسی وضعیت اعتماد سیاسی معلمین در وضعیتی هستیم که بر مبنای انقلاب اسلامی، نظام سیاسی تازه ای در دهه های اخیر شکل گرفته و به تدریج نهادها و اجزای رسمی خود را یافته و افراد درون آنها مشغول فعالیت و تبادل کنش هستند.نظام سلطه از ابتدای تشکیل نظام مقدس جمهوری اسلامی تمام توان خود را برای متوقف نمودن حرکت رو به جلو این نظام بکار گرفت. جنگ تحمیلی ۸ ساله و سپس جنگ نرم از مصادیق برجسته تلاش نظام سلطه می باشد. در این میان امروز با راه اندازی قریب به ۱۶۳ شبکه فارسی زبان و... سعی دارد اعتماد سیاسی مردم را نسبت به نظام سیاسی کم رنگ نماید. در میان اقشار خاص در بین مردم قشر معلمین، قشر بسیار مهم و تاثیر گذاری است. بالاخص با توجه به اینکه تمامی دانش آموزان، قسمت زیادی از وقت خود را با این قشر سپری می نمایند و قسمت مهمی از

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

جامعـه پذیری ایشـان در همین ایام شـکل مـی گیرد. لـذا بررسـی میـزان اعتماد سیاسـی معلمین مـی تواند در برنامـه ریـزی های آموزشـی بـرای این قشـر کمک شـایان توجهـی نمایـد. همچنیـن مدیران و مسـئولین شـهر مـی توانند با شـناخت دقیق ضعف هـای موجود در حـوزه اعتمـاد سیاسـی و در بیـن معلمان، بـا برنامه ریـزی دقیـق نسـبت بـه رفع مشـکلات اهتمام داشـته باشند.

تحقیقات پیشین

تحقیقـات و مطالعـات صـورت گرفتـه در ایـران، از سـیر نزولـی اعتمـاد سیاسـی از اوایـل انقـلاب تاکنون حکایـت دارد؛ بـه گونـه ای کـه اعتماد سیاسـی که در سـال هـای ۱۳۶۵ بـه ۸۱ درصد رسـیده بود، در سـال ۱۳۸۳ بـه کمتـر از نصف این میزان رسـیده اسـت. این کاهـش، هـم شـامل اعتمـاد به کنشـگران می شـود و هـم نهادهـای سیاسـی (صفـدری،۱۳۷۴، ص ۱۴۵؛ یوسـفی، ۱۳۷۹، ص ۹۷؛ ملـک پـور، ۱۳۸۱، ص ۱۳۵؛ کوثـری،۱۳۸۱: ۱۵۶ و کمالـی،۱۳۸۳، ص ۳۹۱).

تحقیقـات نظـری انجـام شـده در ایـران نشـان مـی دهـد کـه بی اعتمـادی یکی از شـاخصه هـای فرهنگ سیاسـی ایـران در ارتبـاط با نظـام های حاکـم تا پیش از انقـلاب اسـلامی بوده اسـت . گراهام فولـر، در کتاب «قبلـه عالـم، ژئوپلتیک ایـران» بی اعتمـادی را یکی از عناصـر فرهنگ سیاسـی ایرانیـان می داند (عباسـیان، ۱۳۸۷، ص ۶۲). ماروین زونیـس، بدبینـی سیاسـی و بـی اعتمادی شـخصی را از جمله ویژگـی های فرهنگ سیاسـی نخبـگان در ایـران دوره پهلوی مـی داند. وی معتقـد اسـت کـه بدبینـی و بی اعتمـادی با احسـاس بـی قدرتـی و ناتوانـی سیاسـی همـراه انـد و بـه ویـژه قـدرت و نحـوۀ عملکـرد نظام سیاسـی، تعییـن کنندۀ نگـرش بدبینانـه نسـبت بـه زندگـی سیاسـی اسـت (همـان، ص ۶۲). عباسـیان، بـی اعتمـادی و بدگمانـی را یکـی از شـاخصه هـای فرهنـگ سیاسـی تبعـی در ایـران مـی دانـد .وی در تحقیـق خـود، منابـع فرهنگ سیاسـی ایران را شـامل موقعیت طبیعـی و جغرافیایی، موقعیـت تاریخـی، دیـن و زبـان و ادبیـات فارسـی می دانـد (عباسـیان، ۱۳۸۷، صص ۷۵-۱۱۳). سـریع القلم یکـی از ویژگـی هـای فرهنـگ سیاسـی، ایـران را بـی اعتمـادی شـدید افـراد نسـبت بـه یکدیگـر مـی داند و ریشـه هـای این فرهنگ سیاسـی را در نظام عشـیره ای گذشـته جسـتجو مـی کنـد (سـریع القلـم، ۱۳۸۴، صـص ۳۴-۳۵).

شـایگان (۱۳۸۷) با بررسـی عوامل تأثیرگذار بر اعتماد سیاسـی در بیـن ۴۴۱ نفر از شـهروندان بیسـت سـال بـه بـالای تهرانی دریافـت که اعتماد سیاسـی مردم در حد متوسـطی اسـت ۵۲ درصـد) اعتماد سیاسـی بالا) و اعتمـاد بـه نظـام سیاسـی بالاتـر از اعتماد بـه نهادها و کنشـگران سیاسـی اسـت. از بیـن عوامـل تأثیرگذار، وضعیـت رفاهـی، رضایـت از ز ندگـی و نگـرش مـردم نسـبت بـه تـلاش دولـت در ایجـاد رفـاه اجتماعـی اقتصـادی مهمتریـن نقـش را در اعتمـاد سیاسـی پاسـخگویان دارد. طالبـی و همـکاران (۱۳۷۸) اعتمـاد سیاسـی را در بیـن ۳۸۰ نفـر از دانشـجویان دانشـگاه صنعتـی شـریف بررسـی کردنـد. نتایـج تحقیـق آنهـا حاکـی از ایـن اسـت کـه متغیرهای میـزان دینـداری، ارزش هـای مـادی و میـزان اسـتفاده از رسـانه هـای داخلـی بـا متغیـر وابسـته اعتمـاد سیاسـی رابطـه مسـتقیم دارنـد در حالـی کـه متغیرهـای ارزش هـای فرامـادی و میـزان اسـتفاده از رسـانه هـای خارجـی با متغیـر وابسـته اعتمـاد سیاسـی رابطه معکـوس دارند. شـفیعی (۱۳۸۹) بـا بررسـی جامعـه شـناختی تأثیـر رسـانه هـای جمعی بر اعتمـاد سیاسـی و اجتماعی در بیـن ۳۸۵ نفر از شـهروندان یـزدی دریافت کـه میزان اعتمـاد اجتماعی ۶۲ درصد بالا، ۳۷/۵ درصد متوسـط و ۰/۵ درصـد پاییـن بـود. میزان اعتماد سیاسـی ۲۴/۷ درصـد بـالا،۵۴/۴ درصـد متوسـط، و ۲۰/۸ درصـد پاییـن بود.

مبانی نظری تحقیق

تعریف اعتماد

اعتمـاد در زبان فارسـی بـه معنای تکیه کـردن، متکی شـدن بـه کسـی و کاری را بـی گمـان بـه او سـپردن و واگـذاردن کار بـه کسـی اسـت (عمیـد، ۱۳۶۹، ص

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

۲۰۱). در فرهنگ های انگلیسی زبان،اعتماد به شکل های متفاوتی تعریف شده است. در فرهنگ انگلیسی آکسفورد، اعتماد به عنوان اتکا یا اطمینان به نوعی کیفیت یا صفت یک شخص یا یک چیز یا اطمینان به حقیقت یک گفته آمده است (گیدنز، ۱۳۷۷، ص ۳۷). در فرهنگ وبستر اعتماد به عنوان اعتقاد یا اطمینان راسخ به صداقت، درستی، شوق و عدالت یک شخص، گروه یا کلیت جامعه آمده است (اسکناستر، ۱۹۸۹، ص ۱۵۲). الیسون و فایرستون اعتماد را واگذاری منابع به دیگران می دانند؛ با این انتظار آنها به گونه ای عمل خواهند کرد که نتایج منفی به حداقل ممکن کاهش یابد و دستیابی به اهداف میسر گردد (امیرکافی،۱۳۸۰، ص ۱۱). زیمل اعتماد را صورتی از ایمان و اعتقاد به افراد جامعه می داند. اعتماد از نظر زیمل بیان کننده این احساس است که بین تصور ما از یک موجود و خود آن پیوند و و حدت معینی وجود دارد و ادراک ما از آن موجود از تداوم معینی بر خوردار است (گیدنز، ۱۳۷۷، ص ۳۳). اینگلهارت معتقد است: «اعتماد این انتظار است که رفتار دیگری به طرز قابل پیش بینی دوستانه خواهد بود و عدم اعتماد این انتظار است که رفتار دیگری موذیانه یا غیر قابل اعتماد است» (اینگلهارت، ۱۳۷۳، ص ۴۴۷).

اعتماد یک احتمال عقلانی است که بر اساس آن یک کنش گر در ارتباط با دیگر گروه ها و کارگزاران، رفتار آنها را قبل از وقوع آن پیش بینی و فعالیت خود را بر اساس آن طراحی می کند (لارسون ، ۲۰۰۷، ص ۲۰۲). به نظر مارچ و السن، ایده محوری اعتماد بر نوعی انتظار استوار است (مارچ و اولسون ، ۱۹۸۹، ص ۲۷). تخطی از این انتظارات، اعتماد را مخدوش می سازد. اما ضرورتا بی اعتمادی ایجاد نمی کند. به اعتقاد زاکر بی اعتمادی وقتی ایجاد می شود که بدگمانی بروز می کند و در نتیجه بی توجهی به برخی انتظارات در یک مبادله دو طرفه، احتمالا به دیگر مبادلات تعمیم داده می شود (ذاکر ، ۱۹۸۹، ص ۵۹).

انواع اعتماد

تقسیم بندی های متفاوتی از اعتماد صورت گرفته ازجمله: اعتماد بنیادی، اعتماد بین شخصی و اعتماد تعمیم یافته.

۱. اعتماد بنیادی: نگرشی است نسبت به خود و دنیای پیرامون که رفتار و اعمال ما را متاثر می سازد و موجب تقویت تفکری می گردد که افراد و امور جهان قابل اعتماد هستندو بر استمرار و ثبات آن صحه می گذارد. اریکسون معتقد است اعتماد بنیادی در مراحل اولیه زندگی انسان شکل می گیرد (امیرکافی، ۱۳۸۰، ص ۱۳).

۲. اعتماد بین شخصی: که در روابط چهره به چهره خود را نشان می دهد. این نوع از اعتماد موانع ارتباطی را مرتفع می سازد و با کاستن از حالت دفاعی بسیاری ازتعاملات موثر را موجب می شود. اعتماد بین شخصی در روابط و تعاملات اجتماعی معنا پیدا می کند، توسعه می یابد و تقویت می شود (همان، ص ۱۴).

* اعتماد تعمیم یافته یا عام، یعنی داشتن حسن ظن نسبت به افراد جامعه جدای از تعلق آنها به گروه های قومی و قبیله ای و ویژگی های آن عبارتند از: ۱. به افرادی که با هم تعامل دارند یا روابط چهره به چهره دارند محدود نمی شود. ۲. حوزه ای از کسانی را که با ما تعامل دارند یا بالقوه می توانند تعامل داشته باشند را دربرمی گیرد. ۳. مرزهای خانوادگی، قومی و محلی را در می نوردد و در سطح ملی گسترش می یابد. ۴. پدیده نسبتا جدیدی است که همراه با شکل گیری دولت های مدرن- ملت مطرح می شود. ۵. لازمه همکاری و مشارکت میلیون ها شهروندی است که جوامع پیچیده و مدرن امروزی را تشکیل می دهند.

آنتونی گیدنز علاوه بر انواع اعتماد یاد شده، یعنی اعتماد بنیادی و اعتماد بین شخصی، اعتماد انتزاعی و اعتماد فعالانه را هم مطرح می کند. وی می گوید در شرایط مدرنیت، بیشتر افراد در وضعیتی زندگی می کنند که نهادهای از جا کنده شده ای

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

کـه عملکردهـای محلـی را بـه روابط اجتماعـی جهانی مرتبـط مـی سـازند، جنبـه های عمـده زندگـی روزانه را سـازمان مـی دهنـد. به نظر وی نشـانه هـای نمادین نظیـر پـول و نظـام هـای تخصصـی عمـده تریـن نظام هـای انتزاعـی مـی باشـد. اعتمـاد فعالانه نـوع دیگری از اعتمـاد اسـت کـه خـاص جوامع پسـا سـنتی اسـت. جامعه پسـا سـنتی از نظر گیدنز جامعه ای نیسـت که در آن سـنت هـا دیگـر وجود نداشـته باشـند. بلکه در ایـن جامعـه فشـارهایی برای حفظ یا بازگشـت سـنت هـا درکارنـد با سـنت هـا در ایـن جامعه تغییـر منزلت یافتـه اند، سـنت ها پیوسـته در تماس بـا یکدیگر قرار مـی گیرنـد و ناچارنـد که خودشـان را اعـلام کنند. در ایـن عصـر مسـئله مهـم ایجـاد اعتمـاد فعالانه اسـت، یعنـی اعتمـاد بـه دیگـران یـا نهادهـا کـه بایـد آن را فعالانـه تولیـد کـرد و به بحث کشـید (گیدنـز، ۱۳۸۲، ص ۱۵۱).

اعتماد سیاسی

اسـتون اعتمـاد سیاسـی را مجموعـه ای از نگرش های مثبـت نسـبت بـه موضوعات سیاسـی می داند که هم بـه رژیم سیاسـی و متصدیـان اقتـدار در جامعه بر می گردنـد. در واقـع اعتمـاد سیاسـی شـکلی از حمایـت از رژیـم سیاسـی و صاحبـان اقتـدار سیاسـی اسـت (گابریـل، ۱۹۵۵، ص ۳۶۰). نوریـس هـم در تعریـف اعتمـاد سیاسـی به پنج شـاخصه پرداخته کـه عبارتند از:

۱- حمایت از اجتماع سیاسـی مثل ملت،کشور(حمایت از کشـور در زمان جنگ)؛

۲- حمایت از قانون اساسی کشور؛

۳- حمایـت از امـور اجرایـی رژیـم مثـل دموکراسـی و امثـال آن؛

۴- حمایـت از نهادهـای رژیـم مثـل دولـت، پارلمـان، قـوه قضائیـه، پلیس، سیسـتم احـزاب سیاسـی و غیره؛

۵- حمایـت از کنشـگران سیاسـی و اجرایـی (بریتـزر،۲۰۰۲، ص ۶).

گیدنـز اعتمـاد سیاسـی را جـزء اعتمـاد انتزاعـی بـه حسـاب مـی آورد؛ یعنی اعتماد بـه حکومت و نهادهای سیاسـی. وی مـی گوید:« امـروز جدایی کامـل از نظام حکومتـی غیـر ممکـن اسـت و اگـر افـراد بـه دلیل بی اعتمـادی و تجارب بدی که کسـب مـی کنند بخواهند از یـک نظـام سیاسـی جـدا شـوند، مجبورنـد بـه نظام سیاسـی دیگـری پناه ببرنـد. از دیـد وی حکومت های مـدرن بـه رشـته پیچیـده ای از روابـط میـان رهبـران سیاسـی و عامـه مـردم وابسـته انـد. در ایـن عصـر حکومـت ها برای نخسـتین بـار در همـان محیط های اطـلاع رسـانی قـرار دارنـد که شهروندانشـان هسـتند. شـهروندان از فسـاد معامـلات پشـت پـرده و امثال آن کـه مسـئولان حکومتـی انجـام مـی دهنـد باخبـر می شـوند و نمـی تواننـد آن را تحمل کننـد. وقتی هرکس از همـان اطلاعاتـی برخـوردار اسـت کـه حکومتـش، همـه ایـن چیزهـا کـه زمانـی قابـل قبـول بـود، اکنون دیگـر کمتـر قابل قبول اسـت. لـذا حکومت باید شـیوه رفتـار با شـهروندان را تغییر دهند (گیدنـز،۱۳۸۰، ص ۵۲). نظر کلی گیدنز درباره اعتماد سیاسـی این اسـت کـه شـرایط جامعه مـدرن با جوامع سـنتی فـرق کرده اسـت و بـه همین دلیـل دولت های مدرن برای کسـب اعتمـاد سیاسـی باید بـه گونه ای متفـاوت از قبل عمل نماینـد. دیگـر نمی تـوان اقتـدار را به وسـیله نهادهای سـنتی یا بـا گفتن اینکه«همیشـه اینگونه بوده اسـت» مشـروعیت بخشـید (گیدنـز، ۱۳۸۲، ص ۸۲).

بریتـزر بـا نقـد تعریـف نوریـس، بـه تعریـف اعتمـاد سیاسـی مـی پـردازد و آن را شـامل اعتمـاد در سـه سـطح جامعـه، اعتماد بـه نهادهـای سیاسـی و اعتماد بـه کنشـگران می دانـد (همـان، ص ۷). هثرینگتـن معتقـد اسـت اعتمـاد سیاسـی عبارتسـت از درجـه ای از انتظـارات شـهروندان از توانایـی و موفقیـت حاکمان کـه متناسـب بـا انتظـارات آنها باشـد. از نظـر او ارتباط تنگاتنگـی از یـک سـو، بین اعتمـاد اجتماعـی (اعتماد مـردم به یکدیگر) و سیاسـی (اعتماد بـه نخبگان خود) و از سـوی دیگـر بین تجارب سیاسـی افراد و برداشـت آنهـا از کارامـدی دولـت وجـود دارد. در ایـن تعریـف، عنصـر مهـم و کلیـدی در تلقـی و ادراک شـهروندان از کارامـدی دولـت نهفتـه اسـت و نـه واقعیـت مربوط

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

به موفقیت ها و موقعیت های دولت (هثرینگتون، ۱۹۹۸، ص ۷۹۸). گیدنز اعتماد سیاسی را جزء اعتماد انتزاعی به حساب می آورد؛ یعنی اعتماد به حکومت و نهادهای سیاسی. وی می گوید: «امروز جدایی کامل از نظام حکومتی غیر ممکن است و اگر افراد به دلیل بی اعتمادی و تجارب بدی که کسب می کنند بخواهند از یک نظام سیاسی جدا شوند، مجبورند به نظام سیاسی دیگری پناه ببرند. از دید وی حکومت های مدرن به رشته پیچیده ای از روابط میان رهبران سیاسی و عامه مردم وابسته اند. در این عصر حکومت ها برای نخستین بار در همان محیط های اطلاع رسانی قرار دارند که شهروندانشان هستند. شهروندان از فساد معاملات پشت پرده و امثال آن که مسئولان حکومتی انجام می دهند باخبر می شوند و نمی توانند آن را تحمل کنند. وقتی هرکس از همان اطلاعاتی برخوردار است که حکومتش، همه این چیزها که زمانی قابل قبول بود، اکنون دیگر کمتر قابل قبول است. لذا حکومت باید شیوه رفتار با شهروندان را تغییر دهند» (گیدنز، ۱۳۸۰، ص ۵۲).

میان محققان ونویسندگان داخلی هم در زمینه ابعاد اعتماد سیاسی توافق وجود ندارد. چلبی اعتماد سیاسی را به معنای تایید بازیگران یا متصدیان دولتی دانسته و برای ارزیابی آن چهار بعد شخیتی، ظرفیت اجرا، تعهد عمومی و هویت فردی را مد نظر قرار می دهد (چلبی، ۱۳۷۵، ص ۲۴۰). یوسفی هم در تحقیق مشروعیت سیاسی خود با تاسی از چلبی می نویسد: اگر نظام سیاسی را به یک میدان بازی تشبیه کنیم که قواعد ان را قانون اساسی کشور و بازیگران آن را متصدیان دولتی تشکیل می دهند، در این-صورت، مشروعیت سیاسی به معنای تایید جمعی قواعد بازی و اعتماد سیاسی در مفهوم تایید بازیگران یا متصدیان، متضمن این معناست که بازیگر خوب بازی می کند و وظایف خود را به درستی انجام می دهد (یوسفی، ۱۳۷۹، ص ۳۱).

عوامل تبیین کننده اعتماد سیاسی

زتومکا معتقد است که سه دسته از عوامل برای شکل گیری فرهنگ اعتماد در یک جامعه دخیل اند که عبارتند از :

متغیرهای زمینه‌ای (مثل سنت تاریخی اعتماد یا بی اعتمادی)؛ متغیرهای مستقل (مثل شرایط ساختاری برای تجربیات مثبت یا منفی توأم با اعتماد که شامل وحدت هنجاری، ثبات نظام سیاسی، شفافیت سازمان اجتماعی، آشنایی با محیط اجتماعی و پاسخگو بودن افراد و نهادها است)؛ متغیرهای میانی (مثل خلقیات اجتماعی که شامل انگیزه اعتمادکردن، عملگرایی، خوش بینی، گرایش به آینده، تمایل زیاد کسب موفقیت است و سرمایه اجتماعی که شامل ثروت و دارایی، امنیت شغلی، تعدد نقش ها، قدرت، تحصیلات، شبکه های روابط اجتماعی، خانواده سالم و اعتقادات دینی) است (زتومکا، ۱۳۸۴، صص ۱۵۴-۱۵۵). در نظر رنی، جامعه پذیری یکی از عوامل مؤثر بر اعتماد است وی کارگزاران جامعه پذیری را شامل، خانواده، مدرسه، گروه همسالان (دوستان و گروه های سنی، هم درسان و گروههای آموزشی)، رسانه های جمعی، گروههای قومی، جماعت ها و گروه های مذهبی، همکاران و گروه های شغلی، همسایگان، گروه های هم درآمد و طبقات اجتماعی می داند (رنی،۱۳۷۴، صص ۹۲-۹۳).

در نظر اینگلهارت اعتماد سیاسی متأثّر از عوامل متعددی شکل می گیرد. بر اساس نظریه وی توسعه اقتصادی اجتماعی می تواند بر میزان اعتماد سیاسی جوامع تأثیراتی را بگذارد. دین معنا که اینگلهارت، توسعه اقتصادی اجتماعی را در دو سطح فردی و جمعی بیان می کند. در سطح فردی میزان درآمد فرد مد نظر است و در سطح جمعی آن، پیشرفت در تکنولوژی های ارتباطی چون ماهواره و اینترنت و همچنین افزایش تحرک اجتماعی و افزایش عضویت فرد در شبکه های اجتماعی و تعاملاتی یا به عبارت کلی تر میزان سرمایه اجتماعی افراد مورد توجه است. در واقع می توان گفت که با گسترش صنعتی

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

شـدن و تکنولـوژی هـای ارتباطی چـون اینترنت که از نشـانه های توسـعه اقتصـادی اجتماعی اسـت، تحرک اجتماعـی مـردم بیشـتر مـی شـود و ایـن خودمنجـر بـه تغییـر در نـوع تعامـلات و شـبکه های ارتباطـی افـراد شـده اسـت (اینگلهـارت و ولـزل، ۲۰۱۰). مثـلاً گسـترش اسـتفاده از اینترنـت به افراد امـکان عضویت در شـبکه های اجتماعـی مجـازی را داده اسـت کـه ایـن شـبکه هـای اجتماعـی مجـازی مـی تواننـد پیام هـا و معانـی سیاسـی را بـه افـراد منتقـل کننـد که بر میـزان اعتمـاد سیاسـی آنها تأثیرگـذار اسـت. از جانب دیگـر، در نظـر اینگلهـارت عضـو یـت افـراد در ایـن شـبکه هـای اجتماعـی باعث می شـود تا افراد بـه ابراز خـود بپردازنـد و ایـن می توانـد بـر رضایتمنـدی فـرد و احسـاس خوشـبختی وی تأثیـر بگـذارد. در واقـع بـا افزایش سـرمایه اجتماعی فرد، میـزان رضایتمندی وی از زندگـی نیـز بیشـتر مـی شـود (اینگلهـارت، ۱۳۷۳، ص ۱۹۷).

نظریه کاشت

در میـان نظریاتـی کـه بـه آثـار درازمـدت رسـانه‌ها پرداخته‌انـد، حـق تقـدم بـا نظریـه کاشـت می‌باشـد. ایـن نظریـه عبارتسـت از اینکـه تلویزیـون در میـان رسـانه‌های مـدرن چنـان جایـگاه محـوری در زندگـی روزمـره مـا پیـدا کـرده اسـت کـه منجـر بـه غلبـه آن بـر «محیـط نمادیـن» شـده و پیام‌هایـش در مـورد واقعیت، جای تجربه شـخصی و سـایر وسـایل شناخت جهـان را گرفته اسـت (مک کوایـل، ۱۳۸۵، ص ۳۹۹). جـورج گربنـر (۱۹۶۹) و تعـداد دیگری از پژوهشـگران مدرسـه ارتباطـات دانشـگاه پنسـیلوانیا بـا اسـتفاده از تحقیقـی کـه احتمـالاً طولانی‌تریـن و گسـترده‌ترین برنامه پژوهش اثرهای تلویزیون اسـت، نظریه «کاشـت باورهـا» را ارائـه دادند (سـورین و تانـکارد، ۱۳۸۹، ص ۳۹۰). شـاهد اصلـی گرنبر بـرای این نظریـه، از تحلیل محتـوای سیسـتماتیک تلویزیـون آمریکا طـی چندین سـال متوالی بدسـت آمده اسـت (مک کوایـل، ۱۳۸۵، ص ۳۹۹). ایـن نظریـه یکـی از اشـکال اثر رسـانه‌ها در سـطح شـناختی بـوده و مربـوط بـه این موضوع اسـت کـه قـرار گرفتـن در معـرض رسـانه‌ها، تـا چـه حـد می‌توانـد بـه باورهـا و تلقی عمـوم از واقعیـت خارجی، شـکل دهد؟ نظریه کاشـت یا اشـاعه برای ارائه الگویی از تحلیـل، تبییـن شـده اسـت؛ تـا نشـان‌دهنده تأثیـر بلندمـدت رسـانه‌هایی باشـد، کـه اساسـاً در سـطح برداشـت اجتماعـی، عمـل می‌کننـد (گونتـر، ۱۳۸۴، ص ۳۱۰). گربنـر عقیـده دارد کـه تلویزیـون بـه لحاظ عمـق و نفـوذ قابـل ملاحظـه‌اش، نیـروی فرهنگـی قدرتمنـدی اسـت. وی تلویزیـون را ابـزاری در دسـت نظـم تثبیت‌شـده صنعتـی اجتماعـی می‌دانـد، کـه بجـای تغییـر، تهدیـد یـا تضعیف نظـام سـنتی باورها، ارزشـها و رفتارهـا، در خدمـت حفظ، تثبیـت یا تقویت آنهاسـت. او کـه اثـر اصلـی تلویزیـون را جامعه‌پذیـری یعنی اشـاعۀ ثبـات و پذیرش وضعیت موجـود می‌داند، معتقـد اسـت کـه تلویزیـون تغییـرات را بـه تنهایی به حداقـل نمی‌رسـاند؛ بلکـه ایـن امـر با هماهنگـی دیگر نهادهـای عمـدۀ فرهنگـی محقـق می‌شـود (همـان). ایـن نظریـه معتقـد اسـت کـه تلویزیـون در بلندمدت موجـب تأثیـر در جهان‌بینـی و نظام ارزشـی بینندگان پرمصـرف خـود می‌شـود و بـه آنهـا نگـرش تلویزیونی واحـد در مـورد واقعیـات می‌بخشـد. در واقـع نظریـه گربنـر بـا تفـاوت قائـل شـدن بیـن مخاطـب عـادی و پرمصـرف، تأثیـر زیـاد تلویزیـون بر مخاطـب پرمصرف را اثبـات می‌کنـد. گربنـر می‌گویـد: از نظر تماشـاگران پرمصـرف، تلویزیون عمـلاً، دیگر منابـع اطلاعات، افکار و آگاهی‌هـا را بـه انحصار درآورده و یک کاسـه می‌کند. اثـر ایـن مواجهه بـا پیام‌هـای مشـابه، چیـزی را تولید می‌کنـد کـه وی آنـرا کاشـت یـا آمـوزش جهان‌بینـی رایـج، نقش‌هـای رایـج و ارزش‌هـای رایـج، می‌نامـد (سـورین و تانـکارد، ۱۳۸۹، ص ۳۹۰). گربنـر عقیـده دارد کـه پیـام تلویزیـون از چندیـن جنبـۀ اساسـی از واقعیـات فاصلـه دارد؛ امـا بـه جهـت تکـرار دائمی‌اش، نهایتـاً بـه عنوان دیـدگاه مورد وفـاق جامعـه، پذیرفته می‌شـود و تمـاس ممتـد با جهـان تلویزیـون، می‌تواند نهایتـاً به قبـول دیدگاه تلویزیـون، که همـواره واقعیت را بـه درسـتی منعکس نمی‌کنـد، دربارۀ جهـان واقعی

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

منجـر شـود (گونتـر، ۱۳۸۴، ص ۳۱۰). هـر چنـد این نظریـه بیشـتر در خصـوص تلویزیون ارائه شـده اسـت، لیکـن بـه علـت اینکـه در زمـان ارائـه آن، رسـانه های دیگـر بـه نـدرت وجـود داشـته اسـت؛ مـی تـوان این نظریـه را بـه دیگـر رسـانه هـا نیـز تعمیـم داد. لـذا در ایـن پژوهش سـعی شـده تاثیـر بلند مدت رسـانه های مختلـف بـر اعتمـاد سیاسـی افـراد بـا توجه بـه همین نظریـه تبییـن گردد.

روش تحقیق

جامعـه آمـاری ایـن پژوهـش شـامل کلیـه معلمیـن شهرسـتان سـبزوار اسـت که این تعداد تا پایان سـال ۱۳۹۴، بـه میـزان ۴۵۰۰ نفـر بوده اسـت. حجـم نمونه بـا اسـتفاده از فرمول کوکـران و جدول نمونـه گیری با سـطح معنـاداری ۹۵% تعـداد ۳۹۵ نفر به دسـت آمد کـه در نهایـت بـرای اطمینـان بیشـتر حجـم نمونه به ۴۰۰ نفـر ارتقـا یافـت. در ایـن پژوهـش از روش نمونه گیـری تصادفـی طبقـه بنـدی شـده اسـتفاده شـده است.

تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

رسـانه های جمعـی: از نظـر پاتـر تفـاوت رسـانه هـای جمعـی و غیـر جمعی ربط چندانی به تعـداد مخاطبان نـدارد- گرچـه اغلب مـردم جمع را چنیـن تعریف می کننـد- علاوه بر ایـن با نوع تجربه مخاطبـان در هنگام دریافـت پیـام هـم ربطـی نـدارد، اگر چـه از مـدت ها پیـش این ملاک اصلـی برای تعریـف مخاطبان جمعی بـوده اسـت. در مقابل جمـع با انگیزه فرسـتنده مرتبط اسـت. رسـانه ای رسـانه جمعـی اسـت که قصـد اصلی فرسـتنده اش عـادت دادن مخاطبـان بـه روشـی ثابت بـرای عرضـه محتـوا باشـد. یعنی رسـانه هـای جمعی چنـدان تمایـل ندارنـد کـه مـردم را بـه قـرار گرفتـن در معـرض پیام های شـان ترغیـب کننـد بلکه بیشـتر مایلنـد آنهـا را در موقعیتـی قـرار دهنـد کـه بـه طـور معمـول در معـرض پیام ها باشـند. رسـانه های جمعی بـا آسـان کـردن درک پیام های شـان بـرای مخاطبان (و از ایـن رو، پاییـن نگـه داشـتن هزینـه ذهنـی) و در عیـن حـال بـا بـازده بالایـی کـه عرضـه مـی کننـد (و بـه ایـن ترتیـب ارزش مخاطـب را افزایش مـی دهند) آنهـا را شـرطی مـی کنند. وقتـی هزینه انـدک و ارزش زیاد باشـد، مخاطبـان، قرار گرفتن در معرض رسـانه را اسـتفاده کارامـد از زمـان تلقی مـی کننـد و این تلقی باعث می شـود کـه افراد بخواهند همچنـان در معرض رسـانه قـرار گیرنـد. وقتـی مخاطبـان برای ایـن که در معـرض رسـانه قـرار گیرنـد دائما بـه آن رجـوع کنند، رسـانه مخاطبانی وفادار را شـرطی کرده اسـت که می توانـد آنهـا را بـه تبلیـغ کننـدگان اجـاره دهد. رسـانه هـای جمعـی ابزارهایـی بـه وجـود مـی اورند تـا پیام خـود را از طریـق رسـانه بـه مخاطبـان مورد نظرشـان منتقـل نمایند (پاتـر، ۱۳۸۵، ص ۸).

از نظـر «کازنـو» منظـور از وسـایل ارتبـاط جمعـی، آن دسـته از وسـایلی اسـت کـه در تمدنهـای جدیـد بـه وجـود آمـده و مـورد اسـتفاده انـد و ویژگـی اصلی آنـان، قـدرت و توانایـی زیـاد و شـعاع عمـل وسـیع اسـت (کازنـو، ۱۳۸۱، ص ۴) و از نظـر بیـرو وسـایل ارتبـاط جمعـی، مجمـوع فنون، ابـزار و وسـایلی را می رسـاند کـه از توانایـی انتقـال پیامهای ارتباطی حسـی و یـا اندیشـه ای در یـک زمـان بـه شـمار بسـیاری از افـراد و مخصوصـاً در فواصـل زیـاد برخوردارنـد (بیرو، ۱۳۸۰، ص ۲۱۹). بـا توجـه بـه گسـترش رسـانه هـای جدیـد، در ایـن تحقیـق رسـانه هایی ماننـد: تلویزیون، روزنامـه و مجـلات، نرم افزارهای شـبکه اجتماعی تلفن همراه، سـایت هـای خبری داخلی، شـبکه های خبری ماهـواره ای.

اعتماد سیاسی

«برتـزر» اعتمـاد سیاسـی را نگـرش حامیانـه و مثبت مـردم نسـبت به نهـاد های سیاسـی، اجتماع سیاسـی (نظـام سیاسـی) و کنش گـران سیاسـی در جامعه می دانـد (برتـز۲۰۰۷: ۷ بـه نقـل از جهانگیـری و ابوترابی ۱۳۹۱، ص ۱۵)؛ لـذا در ایـن تحقیق با ۷ سـوال میزان اعتمـاد معلمیـن بـه نهادهـای سیاسـی نظـام مـورد سـنجش واقع شده اسـت. همچنین با ۵ سـوال اعتماد بـه کلیـت نظـام سیاسـی و با ۱۰ سـوال میـزان اعتماد بـه مسـئولین مورد سـنجش قـرار گرفته اسـت.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

جدول ۱. آمار توصیفی

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
اعتماد به نهادهای نظام	۳۹۰	۷,۰۰	۳۵,۰۰	۱۵,۶۱۶۰	۶,۳۰۷۱۱
اعتماد به کلیت نظام	۳۹۰	۵,۰۰	۲۰,۰۰	۱۱,۷۰۸۰	۳,۳۲۷۹۲
اعتماد به مسئولین	۳۹۰	۱۰,۰۰	۴۹,۰۰	۲۶,۴۳۶۰	۸,۹۴۹۰۹
اعتماد سیاسی مردم	۳۹۰	۲۲,۰۰	۹۶,۰۰	۲۵,۷۶۰۰	۱۵,۹۰۷۰۶

جدول ۲. همبستگی میان میزان استفاده از رسانه های مختلف و بعد اعتماد به نهادهای نظام

	رسانه ملی	روزنامه و مجله	نرم افزارهای تلفن همراه	سایت های خبری و تحلیلی داخل کشور	فیس بوک و توییتر	شبکه های خبری ماهواره
ضریب همبستگی	.۳۵۹	.۳۰۱	-.۰۲۹	.۲۱۹	-.۱۰۳	-.۲۱۱
ضریب تاثیر	.۰۰۰	.۰۰۰	.۳۲۳	.۰۰۰	.۰۵۲	.۰۰۰
تعداد	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰

جدول ۳. همبستگی میان میزان استفاده از رسانه های مختلف و بعد اعتماد به کلیت نظام

	رسانه ملی	روزنامه و مجله	نرم افزارهای تلفن همراه	سایت های خبری و تحلیلی داخل کشور	فیس بوک و توییتر	شبکه های خبری ماهواره
ضریب همبستگی	.۱۴۵	.۱۲۴	-.۱۶۰	.۰۰۰	-.۲۲۶	-.۲۶۵
ضریب تاثیر	.۰۱۱	.۰۲۵	.۰۰۶	.۴۹۹	.۰۰۰	.۰۰۰
تعداد	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰

داده های توصیفی

بر اساس جدول شماره ۱، و همچنین بر اساس تعداد سوالات (۲۲ سوال)، نمره اعتماد سیاسی معلمین نزدیک به ۵۳ می باشد. که با توجه به نمره کل که ۱۱۰ است؛ نمره اعتماد سیاسی متوسط ارزیابی می شود.

تجزیه و تحلیل داده ها

بررسی همبستگی میزان استفاده از رسانه های مختلف و ابعاد اعتماد سیاسی شهروندان

بر اساس جدول شماره ۲ میان میزان استفاده از همه رسانه ها به غیر از نرم افزارهای شبکه اجتماعی تلفن همراه با اعتماد به نهادهای سیاسی همبستگی

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

جدول ۴. همبستگی میان میزان استفاده از رسانه های مختلف و بعد اعتماد به مسئولین نظام

	رسانه ملی	روزنامه و مجله	نرم افزارهای تلفن همراه	سایت های خبری و تحلیلی داخل کشور	فیس بوک و توییتر	شبکه های خبری ماهواره
ضریب همبستگی	.۱۲۷	.۱۵۲	-.۰۷۷	.۰۴۷	-.۱۰۶	-.۱۲۹
ضریب تاثیر	.۰۲۲	.۰۰۸	.۱۱۴	.۲۲۹	.۰۴۷	.۰۲۱
تعداد	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰

جدول ۵. همبستگی میان میزان استفاده از رسانه های مختلف و اعتماد سیاسی

	رسانه ملی	روزنامه و مجله	نرم افزارهای تلفن همراه	سایت های خبری و تحلیلی داخل کشور	فیس بوک و توییتر	شبکه های خبری ماهواره
ضریب همبستگی	.۲۴۴	.۲۳۱	-.۰۸۸	.۱۱۴	-.۱۴۸	-.۲۱۲
ضریب تاثیر	.۰۰۰	.۰۰۰	.۰۸۲	.۰۳۶	.۰۱۰	.۰۰۰
تعداد	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

وجـود دارد. در ایـن میان این همبسـتگی بـرای فیس بـوک و توییتـر و شـبکه هـای خبـری ماهـواره ای بـه صـورت منفـی و بـرای رسـانه هـای دیگر مثبت اسـت. یعنـی اعتمـاد بـه نهادهـای سیاسـی در میـان افرادی کـه بیشـتر از فیس بـوک، توییتر و شـبکه های خبری ماهـواره ای اسـتفاده مـی نمایند پایین تر اسـت.

بـر اسـاس جـدول شـماره ۳ میـان میـزان اسـتفاده از همـه رسـانه ها به غیر از سـایت های خبـری و تحلیلی داخـل کشـور بـا اعتمـاد بـه کلیـت نظـام همبسـتگی وجـود دارد. در ایـن میـان ایـن همبسـتگی بـرای نرم افزارهـای تلفـن همـراه، فیـس بـوک و توییتر و شـبکه هـای خبـری ماهواره ای به صورت منفی و برای رسـانه هـای دیگر مثبت اسـت. یعنـی اعتماد بـه کلیت نظام در میـان افـرادی کـه بیشـتر از نـرم افزارهـای تلفـن همـراه، فیـس بـوک، توییتـر و شـبکه هـای خبـری ماهـواره ای اسـتفاده مـی نماینـد پاییـن تر اسـت.

بـر اسـاس جـدول شـماره ۴ میـان میـزان اسـتفاده از همـه رسـانه هـا بـه غیـر از سـایت هـای خبـری و تحلیلـی داخـل کشـور و نـرم افزارهـای تلفن همـراه با اعتمـاد به مسـئولین نظام همبسـتگی وجـود دارد. در ایـن میـان این همبسـتگی بـرای فیس بـوک و توییتر و شـبکه هـای خبـری ماهـواره ای بـه صـورت منفی و برای رسـانه هـای دیگر مثبت اسـت. یعنـی اعتماد به مسـئولین نظـام در میـان افـرادی کـه بیشـتر از فیس بـوک، توییتر و شـبکه های خبری ماهواره ای اسـتفاده مـی نماینـد؛ پایین تر اسـت.

بـر اسـاس جـدول شـماره ۵ میـان میـزان اسـتفاده از همـه رسـانه ها بـه غیـر از نـرم افزارهای تلفـن همراه بـا اعتمـاد سیاسـی بـه صورت کلـی همبسـتگی وجود دارد. در ایـن میـان ایـن همبسـتگی بـرای فیس بوک و توییتـر و شـبکه هـای خبری ماهـواره ای بـه صورت منفـی و بـرای رسـانه هـای دیگـر مثبـت اسـت. یعنی اعتمـاد سیاسـی مـردم در میـان افرادی که بیشـتر از فیـس بـوک، توییتر و شـبکه هـای خبری ماهـواره ای

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

استفاده می نمایند؛ پایین تر است.

نتیجه گیری و جمعبندی

در دنیای امروزی رسانه های متعدد، نقش بسیار مهمی در جهت دادن به عقاید و دیدگاه های مردم در موضوعات مختلف دارند. این نقش ها می تواند مثبت یا منفی باشد. بالاخص با توجه به زیرساخت ها و سرمایه گذاری فراوانی که کشورهای بزرگی مانند امریکا در این خصوص داشته اند؛ روند تاثیر گذاری بیشتر یک سویه و در راستای تاثیر گذاری بیشتر رسانه های غربی بر فرهنگ مردم در کشورهای در حال توسعه می باشد. امروزه بر اساس بسیاری از تحقیقات جهان سوم با مسئله امپریالیسم رسانه ای مواجه است که مراد از ان همان جریان یک سویه اطلاعات به سمت کشورهای جهان سوم است. همچنین امروزه در ایران با گسترش فزاینده استفاده از رسانه های جمعی مواجه هستیم که در برخی موارد به صورت سازماندهی شده مبانی انقلاب و اسلام به چالش کشیده می شود. در این تحقیق سعی شد همبستگی میان میزان استفاده از رسانه های جمعی معلمین شهرستان سبزوار را بررسی نماییم. بر اساس داده ها، فرضیه تحقیق اثبات شد که بین استفاده از رسانه های مختلف و اعتماد سیاسی معلمین رابطه وجود دارد. به این ترتیب، جهت رابطه در رسانه هایی مانند فیس بوک و توییتر و شبکه های ماهواره ای در تمامی ابعاد اعتماد سیاسی، منفی است. یعنی به هر میزان افراد بیشتر از این رسانه ها استفاده نموده اند اعتماد سیاسی پایین تری داشته اند. همچنین افرادی که بیشتر از رسانه ملی و نشریات و مجلات داخلی استفاده می کرده اند؛ اعتماد سیاسی بیشتری داشته اند. به نظر می رسد با توجه به تاثیر گذاری زیاد قشر معلمین در بین دانش آموزان. سطح اعتماد متوسط معلمین شهرستان سبزوار، می تواند تاثیرات نامطلوبی هم بر تدریس و هم بر جامعه پذیری دانش آموزان داشته باشد. این سطح اعتماد می تواند هم ناشی از عملکرد ضعیف برخی مدیران و هم ناشی از بزرگ نمایی برخی ضعف ها و کاستی های کشور توسط رسانه ها باشد. لذا مسئولین و مدیران شهر و کشور می بایست با رصد دقیق میزان اعتماد معلمین در راستای رفع مشکلات و کاستی ها اقدام نمایند. همچنین یکی از وظایف مدیریت شهری افزایش سطح سواد رسانه ای معلمین می باشد که به این طریق سطح تاثیر گذاری رسانه های مختلف کاهش یابد و این رسانه ها نتوانند با بزرگ نمایی صرف مشکلات و نپرداختن به موفقیت ها و دستاوردهای نظام بر میزان اعتماد این قشر بسیار مهم و تاثیر گذار جامعه، تاثیر بگذارند.

منابع و ماخذ

امیرکافی، مهدی (۱۳۸۰). «اعتماد اجتماعی و عوامل موثر بر آن»، مجله نمایه پژوهش، سال پنجم.

اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳)، «تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی»، ترجمه مریم وتر، تهران، انتشارات روزنه

چلبی، مسعود (۱۳۷۵)،«جامعه شناسی نظم»، تهران، نشر نی

جهانگیری،جهانگیر و ابوترابی زارچی، فاطمه (۱۳۹۱)، «تحلیل عوامل مرتبط با اعتماد سیاسی دانشجویان:پیمایش در میان دانشجویان دانشگاه شیراز»، فصلنامه دانش سیاسی، شماره ۱۶، ص ۵ تا ۲۶

رنی، آستین (۱۳۷۴)، «حکومت،آشنایی با علم سیاست»، ترجمه لیلا سازگار، تهران، مرکز نشر دانشگاهی

زتومکا، پیوتر (۱۳۸۴)، «اعتماد یک نظریه جامعه شناختی»، ترجمه فاطمه گلابی، تبریز، انتشارات متر جم

دانایی فرد حسن و سیدمهدی الوانی(۱۳۸۰). «مدیریت دولتی و اعتماد عمومی»، فصلنامه دانش مدیریت، شماره ۵۵، ص ۲۲-۵

سردار نیا، خلیل اله و قدرتی، حسین، و اسلام، علیرضا(۱۳۸۸)، «تاثیر حکمرانی خوب و سرمایه اجتماعی بر اعتماد سیاسی: مطالعه موردی،

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

شـهرهای مشـهد و سـبزوار»، مجلـه پژوهشـنامه علوم سیاسـی، سـال ۵، شـماره۱
سـریع القلـم، محمـود(۱۳۸۴) «فرهنـگ سیاسـی ایران»،تهـران، پژوهشـکده مطالعـات فرهنگـی و اجتماعـی
شـایگان، فریبـا(۱۳۸۷) «بررسـی عوامـل تاثیرگـذار بر اعتماد سیاسـی»، فصلنامه دانش سیاسـی، سـال۴، ش ۱
شـفیعی، سـمیه(۱۳۸۹) «بررسی جامعه شـناختیتاثیر رسـانه هـای جمعـی بـر اعتمـاد سیاسـی و اجتماعـی: مطالعـه مـوردی شـهر یزد»،پایـان نامـه کارشناسـی ارشـد، دانشـگاه یزد
صفـدری، سـلمان(۱۳۷۴) «رضایت اجتماعـی و عوامل موثـر بـر آن»، پایـان نامه کارشناسـی ارشـد، دانشـگاه شـهید بهشتی.
عباسـیان، علـی اکبـر(۱۳۸۷)، «فرهنـگ سیاسـی در امثـال و حکـم فارسـی: مولفـه هـای فرهنگ سیاسـی مـردم ایـران در آینـه امثـال و حکم»،تهـران، اختـران
عمیـد، حسـن (۱۳۵۹).«فرهنـگ فارسـی عمیـد»، تهـران، چـاپ چهاردهـم، انتشـارات امیرکبیـر
طالبـی، ابوتـراب و حیـدری، سـیامک و فاطمـی نیـا، سـیاوش (۱۳۸۷)، «عوامـل موثـر در اعتمـاد سیاسـی: پیمایشـی میان دانشـجویان دانشـگاه صنعتی شریف»، مجلـه پژوهشـنامه علوم سیاسـی، سـال ۳، شـماره ۴
کمالی،افسـانه(۱۳۸۳). مطالعـه تطبیقـی اعتمـاد اجتماعـی در دو حـوزه فرهنگی و سیاسـی». پایان نامه دوره دکتـری جامعـه شناسـی، دانشـگاه تهـران.
کوثـری، مسـعود (۱۳۸۱). بررسـی عوامـل موثـر بـر احسـاس بی هنجاری سیاسـی در شـهروندان تهرانی»، پایـان نامـه دوره دکتـری جامعـه شناسـی، دانشـگاه تربیت مـدرس.
گیدنـز، انتونـی (۱۳۸۰). «۱۹۸۹ پایـان قـرن بیسـتم بـود»، گفتگـو با آنتونـی گیدنز،ترجمه نیکو سـرخوش، کتـاب مـاه علـوم اجتماعی، شـماره ۴۷-۴۸
گیدنـز، انتونـی (۱۳۸۲)، «تجـدد و تشـخص»، ترجمه ناصـر موفقیـان، تهـران چاپ دوم، نشـر نی
گیدنز،آنتونـی (۱۳۷۷). «پیامدهـای مدرنیـت»، ترجمـه محسـن ثلاثـی، تهـران، نشـر مرکـز
گونتـر، بـری (۱۳۸۴)، «روش‌هـای تحقیق رسـانه‌ای»، ترجمـه مینـو نیکـو، تهـران، اداره کل پژوهش‌هـای سیما
مصلـی نـژاد، عبـاس(۱۳۸۶)، «فرهنـگ سیاسـی در ایـران»، تهـران، فرهنـگ صبـا
ملـک پـور، علـی (۱۳۸۱) «تعـارض فرهنگـی دولت و مـردم در ایـران»، تهران، نشـر ازاندیشـان.
مک‌کوایـل، دنیـس (۱۳۸۵) «نظریـه ارتباطـات جمعـی»، ترجمـه پرویز اجلالی، تهـران، دفتر مطالعات و توسـعه رسـانه‌ها.
یوسـفی، علـی (۱۳۷۹). بررسـی تطبیقـی مشـروعیت سیاسـی جمهوری اسـلامی در سه شـهر تهران، مشهد و یـزد»، پایـان نامـه دکتـرا جامعـه شناسـی، دانشـگاه تربیـت مدرس.
Alesina, Alberto, and Romain Wacziarg, (2000), The Economics of Civic Trust, In Disaffected Democracies. What's Troubling the Trilateral Countries? Edited by S. J. Pharr and R. D. Putnam. New Jersey: Princeton University Press
Almond, Gabriel and Sidney, Verba, (1963), The Civic culture: Political Attitude and Democracy in Five Nations, Newbury Park: Sage Publication
Anderson, Christopher J., and Christine A. Guillory. (1997), Political Institutions and Satisfaction with Democracy: A Cross-National Analysis of Consensus and Majoritarian Systems. American Political Science Review 91 (1): 66-81
Bretzer,Ylva Noren(2002)."How Can institutions better explain political trust than social capital do?www.google.com
Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. Psychometrika. 16, 297-334.
Gabial O.W(1955). Political Efficacy&Trust.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

Oxford:Oxford University Press
Inglehart, Ronald & Welzel, Christian (2010), "Changing mass priorities: the link between modernization and democracy", perspectives on politics,Vol. 8, Issue. 2
Larson,larsake(2007). Public Trust in The PR Industry and Its Actors,Jurnal of Comminicatian Management, Vol. 11, No. 3,pp 224-234
March,J.G&J.P Olson(1989). Rediscovering Institution: the Organization Basis of Politics, New York: Free Press
Sabine T. Kkoeszegi(2004). trust-building Strategies in Interorganization Negotiation Jornal of Managerial Psychology, Vol.19, pp640-660
Zucker.L.G(1989). Production of Trust: Institutional Resources of Economic Structure, research in organization Behavior,8, 53-111

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]