

## بررسی میزان آگاهی سیاسی نمازگزاران نماز جمعه و عوامل مؤثر بر آن مورد مطالعه: نمازگزاران شهر جهرم

منصور طبیعی<sup>۱</sup>، سعید پژوهان فرد<sup>۲</sup>، روح الله رحمانی<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز

<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز (نویسنده مسئول)

<sup>۳</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز

### چکیده

پژوهش حاضر به سنجش سطح آگاهی سیاسی نمازگزاران شهر جهرم پرداخته است. روش به کار رفته در این پژوهش پیمایش، است. جامعه آماری کلیه نمازگزاران شرکت کننده در نماز جمعه شهر جهرم هستند که ۲۲۶ نفر به عنوان نمونه تعیین، و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. ابزار تحقیق، پرسشنامه است که برای تعیین اعتبار آن از روش سازه به کمک تکنیک تحلیل عاملی برای متغیر وابسته تحقیق (آگاهی سیاسی) و از روش اعتبار صوری برای اعتبار متغیرهای مستقل تحقیق استفاده شده است. برای تعیین پایایی، از شیوه هم‌هنگ درونی به روش آلفای کرانباخ استفاده شده است. نتایج توصیفی پژوهش، بیانگر آن هستند که میانگین نمره آگاهی سیاسی نمازگزاران در سطح متوسط به بالا می‌باشد. نتایج تحلیلی پژوهش، نشان می‌دهند در بین سازه‌های تحقیق، هویت ملی، خانواده، دوستان، شبکه‌های اجتماعی مجازی و خطبه‌های نماز جمعه بر آگاهی سیاسی تأثیر دارند و در بین متغیرهای جمعیتی رابطه سن، جنسیت، تحصیلات و شغل با آگاهی سیاسی معنادار است. همچنین آگاهی سیاسی می‌تواند تغییرات مشارکت سیاسی را پیش‌بینی نماید. تبیین متغیر وابسته بر حسب مجموع متغیرهای مستقل، بیانگر آن است که شش متغیر هویت ملی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، خطبه‌های نماز جمعه، تحصیلات، دوستان و سن به ترتیب قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های آگاهی سیاسی هستند و قادرند ۶۵/۱٪ از تغییرات واریانس آگاهی سیاسی را تبیین کنند.

واژه‌های کلیدی: آگاهی سیاسی، نمازگزاران، شهر جهرم، مشارکت سیاسی

## ۱- مقدمه

برای آنکه شهروندان به نحوی مطلوب‌تر بتوانند ترجیحات خود را ابراز و نمایندگان‌شان را انتخاب نمایند، باید از حداقل آگاهی سیاسی<sup>۱</sup> در زمینه نظام سیاسی برخوردار باشند (نایمی و جون<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸، به نقل از مسعود نیا، ۱۳۸۶: ۶۱). از نظر داوسون آگاهی سیاسی یک فرد دربرگیرنده طرز تلقی‌ها و ارزیابی‌ها و از مسائلی خاص سیاسی و یا از شخصیت‌ها و حوادث سیاسی است (داوسون، ۵۰: ۱۳۸۲). همچنین آگاهی سیاسی را آگاهی افراد از اموری که به خرده نظام سیاسی مربوط می‌شود تعریف کرده اند (هاشمیان فر و دیگران، ۳۸: ۱۳۹۰). آگاهی سیاسی یک فرد دربرگیرنده طرز تلقی‌ها و ارزیابی‌های او از مسائل خاص سیاسی و یا از شخصیت‌ها و حوادث سیاسی داخلی و بین‌المللی است. دانیل لرنر، آگاهی سیاسی را این‌طور تعریف می‌کند: "یکی از عوامل پویایی اجتماعی، آگاهی مردم نسبت به حقوق و وظایف و پی بردن به علل اساسی مسائل اجتماعی و سیاسی است بدانسان که روابط و مناسبات موجود در جامعه را بتوان بررسی کرد و از راه تجزیه و تحلیل درست آن‌ها و نگرش عمیق و اصولی به بنیادهای اجتماعی، توانایی عملی و فکری را بیشتر نمود"<sup>۳</sup> (لرنر، ۴۵: ۱۹۵۸). دلی کارپینی و کیت<sup>۴</sup> استدلال می‌کنند که "احتمال مشارکت شهروندان مطلع، در سیاست بیشتر است و آن‌ها بهتر می‌توانند منافع خود را تشخیص دهند، بهتر می‌توانند نفع فردی خود را با افکار و ایده‌های خاص در ارتباط با دنیای سیاست ارتباط دهند، به احتمال زیاد دارای افکاری هستند که از انسجام کافی برخوردارند و در طول زمان ثابت باقی می‌مانند و به احتمال زیاد افکارشان را به گونه‌ای عقلانی و معنادار، به مشارکت سیاسی خود ارتباط می‌دهند. به نظر آن‌ها هر چه شهروندان مطلع باشند، به احتمال زیاد سایر شرایط و لوازم شهرداری مطلوب، نظیر مدارس سیاسی را از خود نشان می‌دهند (دل کارپینی و کیت<sup>۵</sup>، ۱۹۹۶ به نقل از مسعودنیا، ۱۳۸۷). رابرت دال معتقد است که هرگاه شخص فکر کند دانش و آگاهی او محدودتر از آن است که بتواند با داخل شدن در سیاست به کارایی کافی برسد ترجیح می‌دهد که کم‌تر در آن مشارکت کند (رابرت دال، ۸۸: ۱۹۸۵). می‌توان گفت عدم آگاهی سیاسی باعث رواج روحیه یکسان‌انگاری، عدم تساهل و مانع عمده‌ای برای رشد و گسترش اپوزسیون<sup>۶</sup> و سازمان‌های منتقد و مخالف ایجاد می‌کند و مهمتر از همه ناآگاهی سیاسی در سطح وسیعی، آموزش سیاسی و کارایی مردم در این بخش را به طور کلی تنزل می‌دهد و شاید بتوان گفت که ناآگاهی سیاسی خود تعبیر دیگری از مشروعیت حکومت است (دال<sup>۷</sup>، ۷۱: ۱۳۶۴). منظور از آگاهی سیاسی اطلاعات و آگاهی مردم از وضع موجود جهان سیاست است که دانشمندان علوم سیاسی از آن به عنوان جهت‌گیری‌های شناختی افراد نسبت به موضوعات سیاسی یاد می‌کنند. اساس جامعه مدنی<sup>۸</sup> را اعتنای اجتماعی<sup>۹</sup> و مشارکت مردمی تشکیل می‌دهد تا با استفاده از برخی نهادها و ابزارهای ارتباطی میان مردم و دولت، در روندی تعاملی از هرگونه تمرکز و دولت‌سالاری در جامعه جلوگیری شود. در آنچه امروزه "فرهنگ مشارکت" خوانده می‌شود شهروندان در فرایند تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی‌ها دخالت دارند و برای مشکلات و معضلات جامعه اهمیت قائل می‌شوند. در واقع مشارکت از افراد می‌خواهد که مسئولیت انتخاب، تاثیرگذاری هدفمند، فعال بودن و عضو به هم وابسته<sup>۱۰</sup> یک جریان متنوع را پذیرا شوند (مک لگان و نل، ۳۶: ۱۳۷۷). معنای مشارکت اجتماعی - سیاسی در نظریه لیپست، فعالیت‌های ارادی و داوطلبانه‌ای است که از طریق آن‌ها اعضای یک جامعه در امور محله، شهر و روستای خود شرکت می‌کنند و به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در شکل دادن حیات

<sup>۱</sup> Political Awareness

<sup>۲</sup> Niemi & Junn

<sup>۳</sup> dna inipraC-illeD

<sup>۴</sup> Opposition

<sup>۵</sup> Dahl

<sup>۶</sup> civil society

<sup>۷</sup> social indifference

اجتماعی-سیاسی سهمیم می‌شوند (محسنی تبریزی، ۱۸۵: ۱۳۸۱). پژوهشگران آگاهی سیاسی را پدیده‌ای چند بعدی می‌پندارند؛ به این معنا که عوامل متعددی در شکل‌گیری این آگاهی دخالت دارند. در این زمینه پژوهشگران بر عواملی همچون جامعه‌پذیری سیاسی و فرایندهایی که طی آن نگرش‌ها و جهت‌گیری‌های سیاسی آموخته می‌شود (سودارو<sup>۸</sup> و همکاران، ۲۰۰۱)، اثرات نیروند خانواده (آلموند<sup>۹</sup> و وربا<sup>۱۰</sup>، ۱۹۶۳)، محیط اطلاعاتی شامل دست‌یابی به اطلاعات و کیفیت آن‌ها، جنسیت (آلورز<sup>۱۱</sup> و مکفری<sup>۱۲</sup>، ۲۰۰۳)، (بوتلر<sup>۱۳</sup> و استوکس<sup>۱۴</sup>، ۱۹۶۹)، سرمایه اجتماعی (پوتنام<sup>۱۵</sup>، ۱۹۹۵)، پایگاه اجتماعی و اقتصادی (استوکس، ۲۰۰۰، گوردون، ۱۹۹۷، بک، ۱۹۸۲) و رسانه‌های گروهی (کاظمی، ۱۳۷۷ و گنوا، ۱۹۷۹، نوریس، ۲۰۰۰ به نقل از مسعودنیا، ۶۴: ۱۳۸۶)، تاکید می‌کنند. اما در این پژوهش به سنجش سطح آگاهی سیاسی نمازگزاران شهر جهرم و عوامل مؤثر بر آن پرداخته شده است. بدین ترتیب سوالاتی که مطرح می‌شود این است که میزان آگاهی سیاسی نمازگزاران نماز جمعه شهر جهرم به عنوان نمونه‌ای از بین نمازگزاران کشور چقدر است؟ و چه عواملی بر آگاهی سیاسی نمازگزاران تأثیرگذار است؟ این عوامل چه تأثیری بر مشارکت سیاسی نمازگزاران دارند؟ در پاسخ به سوال دوم سه دسته متغیر قابل شناسایی است: متغیرهای زمینه‌ای و جمعیتی (جنسیت، سن، تحصیلات، شغل و وضعیت تأهل)، متغیرآگاهی سیاسی (متغیر وابسته) شامل (میزان اطلاعات سیاسی، توجه به رویدادهای سیاسی و آشنایی با سیاستمداران)، متغیرهای مستقل (هویت ملی، خانواده، گروه دوستان، رسانه‌های جمعی، شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی و خطبه‌های نماز جمعه). در پاسخ به سوال سوم رابطه بین آگاهی سیاسی و مشارکت سیاسی چگونه است؟

### مروری بر پژوهش‌های پیشین

در ارتباط با موضوع تحقیق مطالعاتی انجام گرفته که ذکر کلی نتایج آنها به غنی‌تر شدن محتوای مقاله کمک خواهد کرد. آزادی (۱۳۷۳)، با تعدادی از دانشجویان دانشگاه تهران و علامه مصاحبه‌ای انجام داده است تا آگاهی سیاسی این دانشجویان را بسنجد. او در پی جواب به این سوالات بوده است: امروزه دانشجویان چگونه و با چه میزان آگاهی در امور سیاسی اجتماعی جامعه شرکت می‌کنند؟ تشکیلات دانشجویی چقدر فعال هستند؟ دانشجویان فعال چه جایگاهی در میان دانشجویان دارند؟ چه محدودیت‌هایی برای فعالیت‌های سیاسی اجتماعی در دانشگاه‌ها وجود دارد و چرا دانشجویان از انجمن‌ها و سازمان‌های دانشجویی دوری می‌کنند؟ اکثر دانشجویان اعلام کرده‌اند که از فعالیت سیاسی ترس دارند چون با این فعالیت‌ها آینده تاریکی خواهند داشت و عدم باز بودن فضای سیاسی و سر خوردگی دانشجویان منجر به پایین بودن مشارکت سیاسی آن‌ها می‌شود. فلاح و زاهدی اصل (۱۳۷۸)، در پژوهشی با عنوان "جامعه‌شناسی بررسی آگاهی سیاسی دانشجویان دانشگاه شاهد" به این نتیجه رسیدند که پاسخ‌گویان در کلیه زمینه‌های مختلف سیاسی از لحاظ میزان آگاهی در سطح متوسط قرار دارند و هیچ اختلاف معناداری بین ورودی‌های مختلف دانشگاه و فارغ‌التحصیلان آن و همچنین بین دانشکده‌های مختلف دانشگاه شاهد از لحاظ میزان آگاهی سیاسی وجود ندارد.

<sup>8</sup> Sodaro

<sup>9</sup> Almond

<sup>10</sup> Verba

<sup>11</sup> Alvarez

<sup>12</sup> Mc Caffery

<sup>13</sup> Butler

<sup>14</sup> Stokes

<sup>15</sup> Putnam

محمد رضا باقری احمد آبادی در تحقیقی که به روش پیمایشی انجام داده به این نتیجه رسیده که مردان بیش از زنان، مجردها بیش از متأهلان، شاغلان دولتی بیش از آزاد و افراد تحصیل کرده بیش از افراد با تحصیلات پایین در سیاست مشارکت می‌نمایند. افراد دارای حس کارایی سیاسی بالا، با اعتماد بالا به نظام سیاسی موجود و اعتماد به دیگران و دارای آگاهی سیاسی بالا، بیشتر در سیاست مشارکت می‌کنند. همچنین خانواده و دوستان فرد نیز بر کنش سیاسی افراد تأثیر بسزایی دارند (علمی، ۱۳۸۷).

باصری (۱۳۸۸) در مقاله ای با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر آگاهی‌ها و مشارکت سیاسی اجتماعی زنان خانواده های نیروهای مسلح، نشان داد که هر چه انگیزه های همبستگی، قدرت و پیشرفت افراد افزایش یابد میزان تمایل به مشارکت سیاسی اجتماعی آنان نیز افزایش می‌یابد. همچنین میان میزان آگاهی سیاسی اجتماعی افراد و مشارکت سیاسی اجتماعی رابطه مثبت و معنا داری وجود داشته یعنی کسانی که آگاهی بالاتری نسبت به مسایل سیاسی اجتماعی دارند. مشارکت بیشتری نیز در مسایل سیاسی اجتماعی خواهند داشت. اگر مشارکت افراد را به دو دسته، مشارکت فعالانه و سازنده و مشارکت پیرو و تابع، تقسیم کنیم معمولاً مشارکت های از نوع اول، آگاهانه هستند. در صد بالایی از افراد به دلیل عدم آگاهی کافی و صحیح و کامل از مسایل سیاسی اجتماعی، نمی‌توانند مشارکت فعال و تاثیر گذاری در جریانات سیاسی اجتماعی داشته باشند و در قالب مشارکت عمومی و غیر فعال در مسایل سیاسی اجتماعی شرکت می‌کنند. بنابراین در انتهای مقاله مزبور به این نتیجه دست می‌یابد که با افزایش دانش و آگاهی های زنان، می‌توان زمینه مشارکت فعالانه آنان در مسایل سیاسی اجتماعی را فراهم نمود. فرنٹ<sup>۱۶</sup> (۲۰۰۵)، در پژوهشی با عنوان " تهدید رفتار قالبی داشتن و شکاف جنسیت در آگاهی سیاسی " به این نتیجه رسید که زنان به دلیل جنسیت از میزان آگاهی سیاسی کمتری نسبت به مردان برخوردارند.<sup>۱۷</sup> گراندلند (۲۰۰۵)، در پژوهشی با عنوان " آگاهی سیاسی و اینترنت " به این نتیجه رسید که اینترنت در کسب اطلاعات سیاسی نقش موثری دارد و این امر متقابلاً در آگاهی سیاسی رأی دهندگان مؤثر است. لیزن<sup>۱۸</sup> (۲۰۰۸)، در پژوهشی با عنوان " آزادی رسانه‌ها، آگاهی سیاسی و مشارکت سیاسی " به این نتیجه رسید که کنترل رسانه‌ها توسط حکومت‌ها باعث کاهش میزان آگاهی سیاسی و مشارکت سیاسی شهروندان می‌شود، علاوه بر این، از نظر این محقق کنترل رسانه‌ها و بازار فروش آنها توسط حکومت‌ها باعث می‌شود که شهروندان از لحاظ آگاهی سیاسی نادان و بی تفاوت باشند (لیزن، ۲۰۰۸). یافته های باران<sup>۱۹</sup> و دیویس<sup>۲۰</sup> (۲۰۰۹)، نشان می دهد که رسانه های چاپی عامل مؤثری در شکل گیری آگاهی های سیاسی هستند. آنان بر اساس پژوهش های خود استدلال می کنند که افراد از طریق رسانه های چاپی با مسائل و ایده های مشترک آشنا می شوند و با عرصه های سیاسی ارتباط می یابند (باران و دیویس، ۱۳۷: ۲۰۰۹). اما در حوزه مشارکت سیاسی تقریباً تمامی مطالعات انجام شده رابطه مثبتی را میان پایگاه اجتماعی- اقتصادی و مشارکت نشان داده‌اند. در واقع، آنها که در موقعیت های بالای اجتماعی قرار دارند، نسبت بالاتری از مشارکت سیاسی را نشان می‌دهند. پژوهش وربا و نای در زمینه اثر پایگاه اجتماعی- اقتصادی افراد بر مشارکت آنان در سطح سیاست در ایالات متحده امریکا نشان داد که "هرچه افراد به لحاظ اقتصادی و اجتماعی از پایگاه بالاتری برخوردار باشند میزان مشارکت آنها در فعالیتهای اجتماعی هم بالاتر است" (مسعود نیا، ۱۵۴: ۱۳۸۰). علل مشارکت سیاسی را در موقعیت اجتماعی که با متغیرهای جمعیت شناختی از قبیل تعلیم و تربیت، درآمد، شغل، جنسیت، نژاد، قومیت، سن و نظایر آن مشخص می‌شود

<sup>16</sup> Fournet

<sup>17</sup> Gronlund

<sup>18</sup> Leeson

<sup>19</sup> Baran

<sup>20</sup> Davis

باید جستجو کرد. مثلاً افراد دارای منزلت بالا، بسیار بیش از افراد دارای منزلت پایین رأی می‌دهند (هولندر، ۳۷۹: ۱۳۷۸). آلموند و پاول (۱۳۶: ۱۳۸۰) معتقدند شهروندان از دو راه در فرایند سیاسی مشارکت می‌کنند.

### ادبیات نظری پژوهش

در نظریه‌های جامعه‌شناختی مجموعه وسیعی از دیدگاه‌ها در مورد آگاهی مطرح شده است. نظریه پدیدارشناسی، به مسئله آگاهی پرداخته و از افکار فیلسوفانی از قبیل هوسرل<sup>۲۱</sup>، برگسون<sup>۲۲</sup>، مرلوپنتی<sup>۲۳</sup>، برگر<sup>۲۴</sup> و لوکمان<sup>۲۵</sup> سرچشمه می‌گیرد. برگر و لوکمان (۶۵: ۱۳۷۵). در "رساله‌ای در جامعه‌شناسی شناخت" می‌نویسند: اندوخته دانش اجتماعی، واقعیت را بر حسب درجات آشنایی مشخص می‌سازد به این معنی که موجب می‌شود درباره آن بخش‌هایی از زندگی روزمره که باید با آن‌ها پیوسته سروکار داشته باشیم، اطلاعات پیچیده و مفصلی بدست آوریم. بلومر یکی از بزرگان نظریه‌کنش متقابل نمادین، که به بررسی رابطه فرد و جامعه، در جریان کنش متقابل بین افراد می‌پردازد (توسلی، ۲۶۱: ۱۳۸۸)، یکی از ویژگی‌های اصلی این نظریه را پرداختن به آگاهی می‌داند. توجه به ریشه‌های عملگرایانه نظریه کنش متقابل نمادین، فرض‌های اساسی این نظریه پیرامون آگاهی‌کنشگران را مشخص می‌کند. به نظر عملگرایان، حقیقت یا واقعیت به گونه‌ای آماده در جهان واقعی وجود ندارد. بلکه ضمن عملکرد ما به گونه فعالانه ساخته و پرداخته می‌شود (ریتزر، ۲۶۸: ۱۳۷۴). در نظریه مبتنی بر تضاد، کارگران به عنوان تنها طبقه و گروه اجتماعی که زیر سلطه سرمایه داران قرار دارند باید به آگاهی برسند. این آگاهی نوعی از آگاهی سیاسی است که منجر به براندازی دولت سرمایه داری خواهد شد (شهرام نیا، ۱۳۸۹: ۱۴۲؛ کوهن، ۹۶: ۱۳۸۳). آلموند که مروج نظریه فرهنگ سیاسی است<sup>۲۶</sup> (آلموند و پاول، ۷۱: ۱۳۷۷) معتقد است تصور مردم یک جامعه از قدرت و قدرت سیاسی، نوع رابطه حکومت و مردم، چگونگی تضمین و تأمین عدالت، آزادی و استقلال در یک جامعه، تعبیر و بینش افراد نسبت به سرشت انسان و نیز ساختار سیاسی حکومت‌ها، نخبه‌گرایی یا کثرت‌گرایی، میل به استبداد فردی یا گرایش به دموکراسی، توده‌گرایی همه تظاهراتی از فرهنگ سیاسی یک جامعه‌اند (کازمی، ۱۳۳: ۱۳۸۰). زمانی که از فرهنگ سیاسی بحث می‌کنیم وارد ذهن افراد شده‌ایم و با استفاده از ابزارهای روانکاوانه به بررسی دلایل جهت‌گیری و رفتارهای سیاسی آن‌ها می‌پردازیم (هایوود، ۱۸۶: ۱۹۹۷ به نقل از امینی، ۱۳۸۹). آلموند در ارزیابی سطح فرهنگ سیاسی جامعه معین ۴ ضابطه را یادآور شده است: ۱. فرد چه دانشی در مورد ملت، نظام سیاسی‌اش در اصطلاحات کلی، تاریخ آن، اندازه، موقعیت، قدرت، خصوصیات قانون اساسی و مانند آن دارد؟ ۲. از ساخت‌ها و نقش‌نخبگان سیاسی مختلف و خط‌مشی‌های سیاسی پیشنهادهایی که در جریان بسوی بالای خط‌مشی‌سازی وجود دارد چه دانشی دارد؟ احساس‌ها و عقایدش در باره آن‌ها چیست؟ ۳. درباره جریان رو به پایین اجرای خط‌مشی، ساخت‌ها، افراد، تصمیمات درگیر در این روندها چه دانشی دارد؟ ۴. چگونه خود را به عنوان عضوی از نظام سیاسی تصور می‌کنند؟ (محمدی، ۱۰۵: ۱۳۸۵). براساس نظریه آلموند، هر فرهنگ سیاسی شامل نوعی جهت‌گیری شناختی است که مربوط به شناخت و دانسته‌های مردم از امور مختلف نظام سیاسی است. بنابراین آگاهی سیاسی یکی از اجزای تشکیل‌دهنده

<sup>21</sup> Hossrel

<sup>22</sup> Bergsten

<sup>23</sup> Merleau Ponty

<sup>24</sup> Berger

<sup>25</sup> Luckmann

<sup>26</sup> Political culture theory

<sup>27</sup> Haywood

هر فرهنگ سیاسی است (آلموند، ۵۱: ۱۳۷۷). دوز و میلبراث<sup>۲۸</sup> در نظریه کانون-پیرامون سعی کرده‌اند میزان مشارکت افراد را در حوزه های حیات سیاسی مورد تحلیل قرار دهند. بنابراین نظریه میزان مشارکت در میان گروه های گوناگون اجتماعی یکسان نیست چنان که دوز در کتاب جامعه شناسی سیاسی خود میزان مشارکت بالا را به عوامل چندی مرتبط می‌کند (توسلی، ۹۲: ۱۳۸۲) که این عوامل شباهت بسیاری به نظریه لرنر دارد: تحصیلات بالاتر دانشگاهی، داشتن منشأ شهری، وسعت منطقه، عضویت در اتحادیه کارگری، مشارکت در انجمن های داوطلبانه، فقدان فشار، سابقه بالای اقامت در محل یا بومی بودن. از نظر دوز و میلبراث، این عوامل سبب می‌شوند تا افراد در کانون قرار گرفته و دسترسی بیشتر و بالاتری به مراکز حیات اجتماعی و سیاسی پیدا کنند. مطابق نظریه انگیزه ابزاری که روزنستون و هسنس ۱۹۹۳، (نقل از ربیعی، ۱۳۸۰) در کتاب خود با عنوان بسیج، مشارکت و دموکراسی در امریکا بدان اشاره کرده‌اند، انسان موجودی حسابگر و خردگرا شناخته شده و بر همین اساس زمانی تمایل به حضور و فعالیت در جامعه را از خود نشان می‌دهند که بدانند عمل آنها قادر است باعث پیدایش اثر مطلوبی در جامعه گردد. نظریه های مبتنی بر موقعیت های اقتصادی-اجتماعی<sup>۲۹</sup> نشان می‌دهند که هرگونه مشارکت و اعتنای اجتماعی در مورد موقعیت های بهتر اقتصادی-اجتماعی وضعیت بهتری را نشان می‌دهند. چنانکه دنی و دکر نشان داده‌اند که از میان مشاغل و طبقات مختلف اجتماعی، کسانی که دارای موقعیت اجتماعی بهتری هستند گرایش بیشتری به مشارکت های سیاسی دارند. در این نظریه‌ها به متغیرهای مهمی همچون سطح سواد، موقعیت های شغلی و اقتصادی، بافت جمعیتی و محیطی، اهمیت فراوانی داده می‌شود (دکر، ۹۱: ۲۰۰۱).

### چارچوب نظری تحقیق

برای تبیین چارچوب نظری از نظریات ساموئل هانتینگتون (رویکرد مدرنیزاسیون)، گابریل آلموند و سیدنی وربا و رابرت دال و نظریه اثربخشی سیاسی استفاده شده است. طبق نظر هانتینگتون، فرآیند توسعه اقتصادی و اجتماعی از دو طریق مجزا می‌تواند سرانجام به گسترش مشارکت سیاسی و اجتماعی بینجامد. یکی از این مجراها تحرک اجتماعی است. با شروع توسعه اقتصادی و اجتماعی منجر به تحرک اجتماعی و ظهور قشر جدیدی از افراد تحصیل کرده مانند متخصصان، مدیران، کارگران، تکنوکرات‌ها و روشنفکرانی می‌شود که از آگاهی سیاسی بالایی برخوردارند و این به نوبه خود در فرد احساس توانایی و تأثیر نهادن بر تصمیم گیری های اجتماعی و سیاسی را ایجاد می‌کند. این نگرش‌ها در مجموع می‌تواند زمینه کنش اجتماعی و سیاسی را فراهم کند و مشوق مشارکت در سیاست و فعالیت های اجتماعی باشد. مردمی که از قدرت تأثیرگذاری بر تصمیمات اتخاذ شده برخوردارند، آنها را به امتیاز گرفتن از قدرت سیاسی حاکم، در قالب تقاضا، برای مشارکت سیاسی سوق می‌دهد و در نهایت این چالش‌ها و چانه زنی های سیاسی بین مردم و قدرت سیاسی به انعطاف پذیری نظام سیاسی و در نتیجه تحقق بسترها و زمینه های مشارکتی منتهی می‌شود. به نظر وی از میان متغیرهای منزلتی، میزان تحصیلات فرد بیشترین تأثیر را بر مشارکت سیاسی دارد. مجرای دوم، مجاری سازمانی یعنی عضویت فرد در انواع گروه‌ها و سازمان های اجتماعی مانند اتحادیه های شغلی و صنفی، گروه های مدافع، علائق خاص و... است که احتمال مشارکت در فعالیت اجتماعی و سیاسی را بیشتر می‌کند. این عامل در جوامعی که فرصت های تحرک فردی در آنها محدودتر است، اهمیت بیشتری دارد (هانتینگتون، ۱۳۷۹، به نقل از محمود علمی، ۱۵۹: ۱۳۸۷).

<sup>28</sup>Dows & Milbrath

<sup>29</sup> socio-economic status

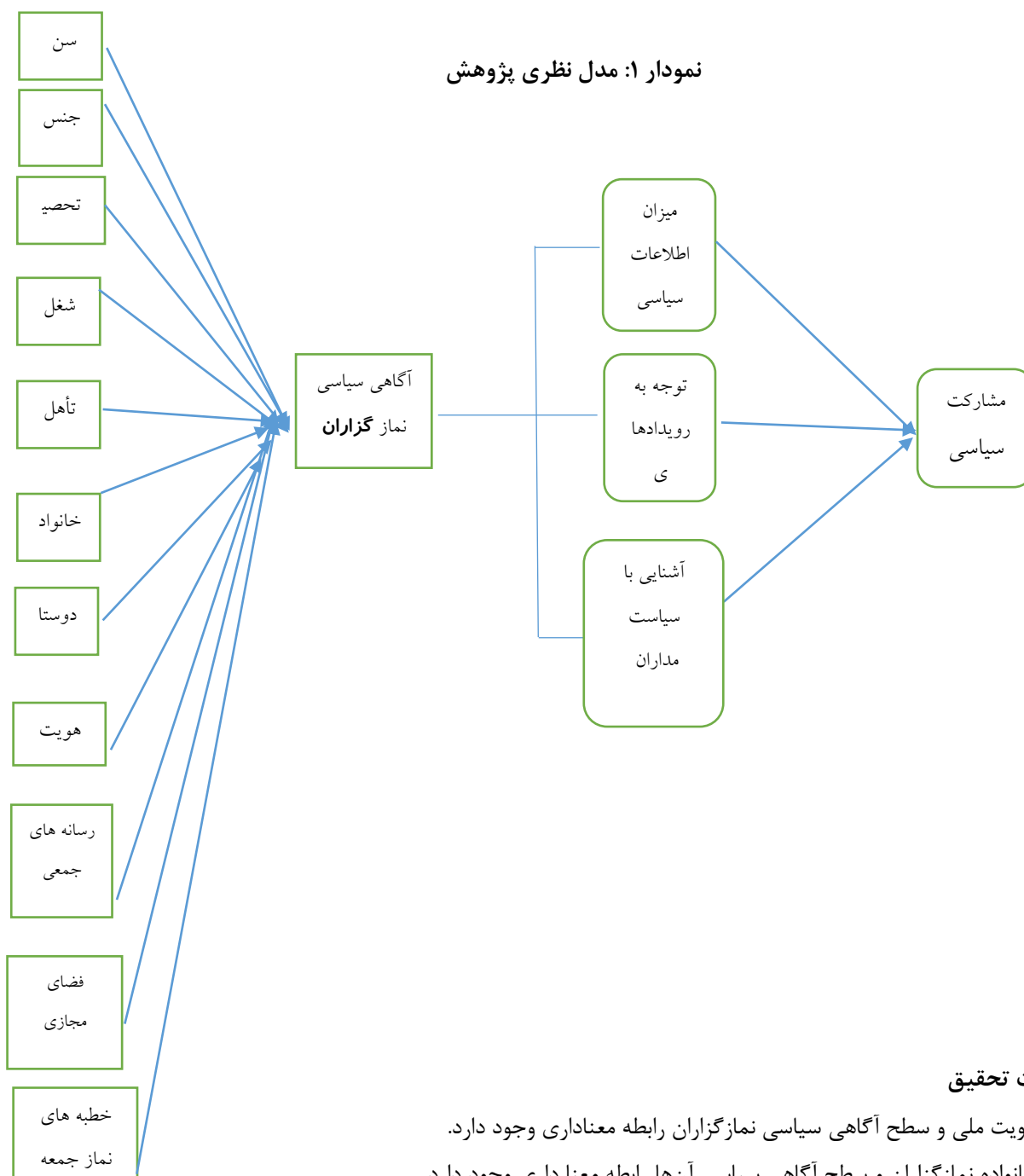
آلموند و وربا به بررسی چارچوب اجتماعی شدن سیاسی می پردازند. منظور از اجتماعی شدن سیاسی فرایندی است که بوسیله آن افراد در جامعه معین با نظام سیاسی و تعامل آن با سایر واحدهای بین المللی آشنا می شوند و تا اندازه زیاد ادراکشان از سیاست و واکنش هایشان نسبت به پدیده های سیاسی تعیین می شود. آلموند و وربا از سه نوع فرهنگ سیاسی در جوامع سخن می گویند: فرهنگ سیاسی کوتاه بینانه، فرهنگ سیاسی ذهنی و فرهنگ سیاسی مشارکتی. به عقیده آنها ویژگی فرهنگ کوتاه بینانه شناخت اندک از حکومت است و غالباً در میان اقشار و طبقات پایین جامعه به لحاظ سطح تحصیلات، شغل و درآمد و آگاهی سیاسی دیده می شود. از ویژگی های این نوع فرهنگ انتظارات ناچیز از حکومت و پایین بودن میزان مشارکت سیاسی است. اما در فرهنگ سیاسی مشارکتی هر سه ویژگی (شناخت از حکومت، انتظار از حکومت، و میزان مشارکت سیاسی) برجسته است. در این نوع فرهنگ که اغلب در میان اقشار و طبقات میانی و بالای جامعه یافت می شود، افراد به دلیل سطح بالای تحصیلات، درآمد و شغل از آگاهی سیاسی بالایی برخوردارند. و همواره خود را در معرض اطلاعات و کسب آگاهی های گوناگون قرار می دهند (Almond and Verba, 1975: 211 به نقل از دولت آبادی، ۱۳۹۴: ۱۸۴). همچنین آلموند و وربا در نظریه اجتماعی شدن سیاسی که بر نقش سه نهاد اجتماعی کننده خانواده، مدرسه و شغل تکیه دارد تاکید می کنند هرچقدر نهادهای اجتماعی کننده فوق الذکر الگوی مشارکت قوی تری را نهادینه کرده باشند و فرد در درون این سه نهاد اجتماعی کننده مشارکت بیشتری داشته باشند در مراحل بعدی زندگی مشارکت سیاسی بیشتری خواهد داشت و جامعه مربوط از نظر فرهنگ سیاسی به فرهنگ مشارکتی نزدیکتر خواهد بود. بر طبق دیدگاه های آلموند افراد هم از طریق جامعه پذیری مستقیم (انتقال ارزش ها و اطلاعات به صراحت) و هم به شیوه غیرمستقیم (تجربیات حاصل از ارتباط با محیط) امکان کسب آگاهی سیاسی را خواهند داشت و دیدگاه های آنان شکل خواهد گرفت (آلموند و بینگهام، ۱۳۷۷: ۵۱).

اثر بخشی سیاسی<sup>۳۰</sup> رابرت دال نگرشی است که در اثر آن فرد احساس می کند با مشارکت سیاسی خود بر فرایندهای سیاسی اثر گذاشته و بر آنها نظارت می کند. به عقیده رابرت دال افراد وقتی تصور کنند آنچه انجام می دهند اثر قابل توجهی بر نتایج سیاسی نخواهد گذاشت (مسئولان توجهی به افرادی مانند آنها ندارند و نمی توانند در فرایند سیاسی اثر بگذارند) کمتر در امور سیاسی درگیر می شوند. بطوری که می توان گفت هرچه احساس اثر بخشی سیاسی فرد کمتر باشد مشارکت سیاسی او کمتر خواهد بود. مثلاً فرد ممکن است خیلی برای حضور یا عدم حضور خود در راهپیمایی و اعلام حمایت از برنامه هسته ای کشور نتیجه ای احساس نکند وی این احساس را "اعتماد به نفس سیاسی"<sup>۳۱</sup> نیز می نامد. بنظر دال داشتن دانش و مهارت کافی برای مشارکت در موضوع مربوط و فقدان موانع مهم برای پرداختن به فعالیت سیاسی نیز در افزایش مشارکت سیاسی اهمیت دارد. رابرت دال در کتاب «تحلیل سیاسی مدرن» به این سوال می پردازد که فرق یک انسان سیاسی و یک انسان غیرسیاسی یا بی تفاوت به لحاظ سیاسی چیست؟ و پس از تقسیم بندی افراد بر اساس سطوح مشارکت سیاسی درباره چگونگی و عوامل مشارکت سیاسی یا عدم مشارکت سیاسی قضایای را ترتیب داده است (Dahl, 1991, 96). احتمال مشارکت سیاسی افراد وقتی افزایش می یابد که: فرد ارزش زیادی برای پاداش حاصل از مشارکت قائل باشد. فرد تصور کند که مشارکت سیاسی بیشتر از سایر فعالیت ها نتیجه بخش است. فرد اطمینان داشته باشد که می تواند در تصمیمات سیاسی تاثیرگذار باشد. فرد اعتقاد داشته باشد که اگر مشارکت نکند وضعیت چندان رضایت بخش نخواهد بود. فرد تصور کند که دانش و مهارت کافی برای مشارکت در موضوع مربوط را دارد. فرد موانع مهمی در پرداختن به فعالیت سیاسی مورد نظر در پیش روی خود نبیند (Dahl, 1991, 102). جامعه ای که فرد احساس کند در عرصه سیاسی و تصمیم گیری های مسولان آن در بعد بین

<sup>30</sup> Political Efficacy

<sup>31</sup> Political Self- Confidence

المللی هیچ تاثیری ندارد و یا اینکه امکان مشارکت و اظهارنظر برای او وجود ندارد خود به خود شهروندان را به سمت انفعال سیاسی خواهد کشاند. به نحوی که هیچ انگیزه ای برای بالابردن آگاهی و دانش سیاسی افراد جامعه نخواهد داشت. هرگونه آگاهی بیشتر رنجش خاطر بیشتر برای فرد و عدم تحمل جامعه ای که در آن قرار دارد را به همراه خواهد آورد.



### فرضیات تحقیق

- بین هویت ملی و سطح آگاهی سیاسی نماز گزاران رابطه معناداری وجود دارد.
- بین خانواده نماز گزاران و سطح آگاهی سیاسی آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.
- بین دوستان نماز گزاران و سطح آگاهی سیاسی آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.
- بین استفاده از رسانه‌های جمعی و سطح آگاهی سیاسی نماز گزاران رابطه معناداری وجود دارد.



- بین استفاده از شبکه مجازی و سطح آگاهی سیاسی نمازگزاران رابطه معنا داری وجود دارد.
- بین استفاده از خطبه‌های نماز جمعه و سطح آگاهی سیاسی نمازگزاران رابطه معنا داری وجود دارد.
- بین سطح آگاهی سیاسی نمازگزاران و مشارکت سیاسی آن‌ها رابطه معنا داری وجود دارد.
- بین ویژگی‌های جمعیتی (سن، جنس، تحصیلات، شغل، تأهل) و سطح آگاهی سیاسی نمازگزاران رابطه معنا داری وجود دارد.

### روش شناسی تحقیق

روش به کار رفته در این پژوهش، پیمایش است. جامعه آماری کلیه نمازگزاران نماز جمعه شهر جهرم می‌باشد که به گزارش ستاد نماز جمعه این شهر میانگین نمازگزاران در طول سال (۱۴۰۰-۱۳۹۹) ۶۰۰۰ نفر می‌باشند. برای تعیین اندازه نمونه با استفاده از فرمول نمونه گیری کوکران، و تعیین مقادیر  $p = 0/3$  و  $q = 0/7$  بر اساس تحقیقات پیشین،  $d = 0/05$  و  $t = 1/96$  اندازه نمونه ۳۶۰ نفر به دست آمد، اما به علت بیماری کرونا و عدم برگزاری نماز جمعه در هفته‌های مختلف فقط به ۲۲۶ نفر از نمازگزاران دسترسی میسر شد. نمونه گیری به صورت ترکیبی از حضوری (به روش تصادفی در روزهای برگزاری نماز جمعه)، و در فضای مجازی می‌باشد. به این طریق که در روز جمعه به طور تصادفی پرسشنامه بین نماز گزاران توزیع شد و بدین ترتیب داده‌ها جمع آوری شدند، همچنین در گروه‌هایی که در نماز جمعه شرکت می‌کردند پرسشنامه ارسال شد و داده‌ها از طریق برنامه گوگل فرم جمع آوری شدند. ابزار سنجش، پرسشنامه‌ای مشتمل بر هشت مقیاس سطح آگاهی سیاسی (متغیر وابسته) شامل (بعد میزان اطلاعات سیاسی شش گویه، بعد توجه به رویدادهای سیاسی پنج گویه، بعد آشنایی با سیاستمداران چهار گویه)؛ هویت ملی (هفت گویه)؛ خانواده (شش گویه)؛ رسانه‌های جمعی ( نه گویه)؛ فضای مجازی ( شش گویه)؛ مشارکت سیاسی (سیزده گویه)؛ خطبه‌های نماز جمعه ( پنج گویه) که بر اساس طیف ارزیابی پنج درجه‌ای لیکرت (کاملاً موافق = ۵، موافق = ۴، متوسط و بی نظر = ۳، مخالف = ۲، کاملاً مخالف = ۱، خیلی زیاد = ۵، زیاد = ۴، کم = ۲ و خیلی کم = ۱) درجه بندی شدند. جهت پرسشنامه متغیر وابسته تحقیق (سطح آگاهی سیاسی) از پرسشنامه تحقیق واقف و همکاران (۱۳۹۷) استفاده شده است. برای متغیرهای مستقل تحقیق (هویت ملی، خانواده، دوستان، رسانه‌های جمعی، فضای مجازی، مشارکت سیاسی و خطبه‌های نماز جمعه) از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. تکنیک گردآوری اطلاعات مصاحبه حضوری می‌باشد. در روش اسنادی از تکنیک فیش برداری استفاده شده است. برای بررسی میزان دقت شاخص‌ها و گویه‌های مربوط به هر متغیر و سنجش اعتبار پرسشنامه‌ها (متغیر وابسته)، از اعتبار سازه<sup>۳۲</sup> به روش تحلیل عاملی<sup>۳۳</sup> استفاده گردید. نتایج آلفای کرونباخ و تحلیل عاملی متغیرهای تحقیق در جدول (۱ و ۲) خلاصه شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS استفاده می‌شود. همچنین از جداول توزیع فراوانی، ضریب همبستگی پیرسون، مقایسه میانگین‌ها، تحلیل واریانس، رگرسیون خطی، رگرسیون چندگانه و تحلیل مسیر جهت روابط بین متغیرها استفاده شده است.

<sup>32</sup> Face Validity

<sup>33</sup> Factor Analysis

جدول (۱) نتایج آلفای کرونباخ برای متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق

متغیر	ضریب آلفا کرونباخ	تعداد گویه	سازه و ابعاد آن
وابسته	۰/۹۰۵	۱۵	آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد)
وابسته	۰/۷۷۵	۶	بعد میزان اطلاعات سیاسی
وابسته	۰/۷۹۰	۵	بعد توجه به رویدادهای سیاسی
وابسته	۰/۸۳۰	۴	بعد آشنایی با سیاستمداران
مستقل	۰/۸۳۰	۷	هویت ملی
مستقل	۰/۶۲۰	۶	خانواده
مستقل	۰/۶۸۵	۳	گروه دوستان
مستقل	۰/۶۳۰	۷	رسانه‌های جمعی
مستقل	۰/۹۱۰	۶	شبکه‌های اجتماعی ( فضای مجازی)
مستقل و وابسته	۰/۸۴۰	۱۱	مشارکت سیاسی
مستقل	۰/۸۴۰	۵	خطبه‌های نماز جمعه

جدول (۲) تحلیل عاملی مقیاس آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد)

ضریب آلفا	واریانس تبیین شده	مقدار ویژه	عامل ها			سازه
			آشنایی با سیاستمداران	توجه به رویدادهای سیاسی	میزان اطلاعات سیاسی	
			وزن عاملی	وزن عاملی	وزن عاملی	
۰/۷۷۵	۴۳/۸۰	۶/۵۷			۰/۶۸۶	تا چه حد به کسب اخبار سیاسی علاقه دارید؟
					۰/۶۵۶	از نظر شما در حال حاضر داشتن اطلاعات و آگاهی سیاسی برای شهروندان ضروری است؟
					۰/۸۱۶	به نظر شما شرکت در انتخابات یک وظیفه شهروندی محسوب می‌شود؟
					۰/۶۸۸	آیا موافق مشارکت سیاسی همه مردم هستید؟
					۰/۳۳۱	هنگام رأی دادن تا چه میزان با برنامه های کاندیدای مورد

					نظرتان آشنا هستید؟
				۰/۷۰۴	به نظر شما نقش برنامه های سیاسی رسانه ملی در آگاهی بخشی سیاسی (انتخاب کاندید اصلح) در چه حد است؟
/۷۹۰ .	۱۳/۰۳	۱/۹۵		۰/۸۱۲	تا چه حد به رویداد های سیاسی کشور علاقه دارید و آنها را دنبال می کنید؟
				۰/۴۵۱	با دوستان نزدیک و خانواده خود به بحث و گفتگو در مورد رویداد های سیاسی می پردازید؟
				۰/۵۸۷	آیا در جامعه کنونی امکان بحث آزاد در خصوص رویداد های سیاسی وجود دارد؟
				۰/۵۱۳	آیا برنامه های مربوط به انتخابات ریاست جمهوری و نمایندگان مجلس را از تلویزیون ملی مشاهده می کردید؟
				۰/۶۲۰	تا چه اندازه درستی صحبت های ارائه شده توسط کارشناسان و سیاستمداران را قبول دارید؟
۰/۸۳۰	۸/۳۱	۱/۲۴		۰/۶۱۹	تا چه حد با سیاستمداران کشور آشنایی دارید؟
				۰/۷۶۳	چه میزان از آشنایی شما با سیاستمداران و برنامه های آنها از طریق برنامه های رسانه ملی بوده است؟
				۰/۷۵۵	از نظر شما برنامه های سیاسی رسانه ملی توانسته نقشی در جهت بالا بردن درک سیاسی شما داشته باشد؟
				۰/۷۷۳	از نظر شما برنامه های سیاسی رسانه ملی تا چه حد در تغییر دیدگاه سیاسی شما تاثیرگذار بوده است؟

۰/۸۲۳			جهت متناسب بودن اندازه نمونه KMO آزمون
sig=۰/۰۰۰	df=۱۰۵	۴۲۶/۱۴	جهت درست بودن تفکیک عاملها Bartlett آزمون
۰/۹۰۵			ضریب آلفا کرانباخ کل مقیاس آگاهی سیاسی
۶۵/۱۵			جمع کل واریانس تبیین شده آگاهی سیاسی توسط سه عامل

نتایج تحلیل عاملی متغیر وابسته در جدول (۲) خلاصه شده است. بر اساس نتایج به دست آمده مقدار KMO<sup>۳۴</sup> برای کل ابعاد سازه آگاهی سیاسی (۰/۸۲۳)، که بیانگر کفایت اندازه نمونه است. به علاوه شاخص مجذور کای برای آزمون کرویت بارتلت<sup>۳۵</sup>، ( $P < ۰/۰۰۰$ ) است که به لحاظ آماری معنی دار است و نشان می دهد بین متغیرها همبستگی وجود دارد. تحلیل عاملی مورد نظر از نوع تاییدی است، و با توجه به ابعادی که برای هر سازه تعریف شده بود تعداد عاملها نیز به همان اندازه در نظر گرفته شد که عوامل و مولفه های مربوط به هر کدام، مشخص شده است. در مقیاس آگاهی سیاسی عاملها (میزان اطلاعات سیاسی، توجه به رویدادهای سیاسی، آشنایی با سیاستمداران) در مجموع (۶۵/۱۵ درصد) از واریانس آگاهی سیاسی را تبیین می کنند. به طوری که بعد میزان اطلاعات سیاسی (۴۳/۸۰)، بعد توجه به رویدادهای سیاسی (۱۳/۰۳)، و بعد آشنایی با سیاستمداران (۸/۳۱) از واریانس آگاهی سیاسی را تعیین می کنند. مقدار آماری آلفای کرونباخ<sup>۳۶</sup> برای مقیاس آگاهی سیاسی و سایر متغیرهای مستقل در جدول (۱) نشان داده شده است. پایایی هر یک از ابعاد محاسبه شده که برای آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد)، (۰/۹۰۵) بعد میزان اطلاعات سیاسی (۰/۷۷۵)، بعد بعد توجه به رویدادهای سیاسی (۰/۷۹۰)، بعد آشنایی با سیاستمداران (۰/۸۳۰)، است.

### تعریف عملیاتی و مفهومی متغیرها

#### جدول (۳): تعریف عملیاتی و مفهومی متغیرها

ردیف	نام متغیر نقش	تعریف مفهومی	تعریف عملیاتی	طبقات سنجش
۱	آگاهی سیاسی	وابسته	آگاهی سیاسی یک فرد دربرگیرنده طرز تلقیها و ارزیابی او از مسائل خاص سیاسی و یا از شخصیتها و حوادث سیاسی است	برای سنجش آگاهی سیاسی از ۱۵ گویه در قالب طیف لیکرت دامنه نمرات از ۱۵ تا ۷۵

<sup>34</sup> Kaiser-Meyer-Olkin

<sup>35</sup> Bartlett's Test

<sup>36</sup> Cronbach's Alpha

<p>برای سنجش مشارکت سیاسی از ۱۳ گویه در قالب طیف لیکرت دامنه نمرات از ۱۳ تا ۶۵</p>	<p>مشارکت سیاسی ( شرکت در انتخابات، حمایت از جناح سیاسی، شرکت در راهپیمایی، رأی دادن، ارتباط با سیاستمداران، شرکت در مجالس سخنرانی کاندیدا، فعالیت در ستاد انتخاباتی و...)</p>	<p>مشارکت سیاسی فعالیت داوطلبانه اعضای جامعه در انتخاب رهبران و شرکت مستقیم و غیر مستقیم در سیاست گذاری عمومی است</p>	<p>مستقل وابسته</p>	<p>مشارکت سیاسی</p>	<p>۲</p>
<p>برای سنجش استفاده از رسانه‌های جمعی از ۹ گویه در قالب طیف لیکرت دامنه نمرات از ۹ تا ۴۵</p>	<p>ارتباط با وسایل ارتباطی از جمله (ماهواره، رادیو، مجلات و روزنامه‌ها، اینترنت، تلویزیون داخلی و موبایل)</p>	<p>متغیر مصر رسانه مفهومی چند بعدی است. به طور کلی، مصر رسانه به فعالیت هایی اشاره می کند که طی آن، فرد بشکلی فعالانه، هدفمند و آزادانه از وسایل ارتباط جمعی برای آگاهی پیدا کردن درباره موضوعی خاص، سرگرمی و غیره استفاده می کند.</p>	<p>مستقل</p>	<p>استفاده از رسانه</p>	<p>۳</p>
<p>برای سنجش استفاده از فضای مجازی از ۶ گویه در قالب طیف لیکرت دامنه نمرات از ۶ تا ۳۰</p>	<p>تعریف عملیاتی فضای مجازی در قالب) کسب خبر و اطلاعات سیاسی از فضای مجازی، عضویت در کانال‌های سیاسی، تبادل اخبار و اطلاعات سیاسی، شرکت در بحث و گفت و گوی سیاسی، حمایت از شخصیت یه جریان‌های سیاسی و...)</p>	<p>فضای مجازی یک مفهوم فردی و همچنین بین المللی است که یک فناوری دیجیتال گسترده و بهم پیوسته را توصیف می کند.</p>	<p>مستقل</p>	<p>فضای مجازی</p>	<p>۴</p>

برای سنجش هویت ملی از ۷ گویه در قالب طیف لیکرت دامنه نمرات از ۷ تا ۳۵	تعریف عملیاتی هویت ملی در قالب (از این که در ایران زندگی می‌کنم احساس غرور می‌کنم، به هر دلیلی به ایران توهین شود ناراحت می‌شوم، تاریخ کشورم باعث افتخار من هست، به سرود ملی کشورم احترام می‌گذارم، در برابر سرزمین‌های دیگر احساس حقارت نمی‌کنم، ایران پیشرفت‌های تکنولوژیکی خوبی داشته است.	میزان افتخار و غرور ملی افراد نسبت به ایرن	مستقل	هویت ملی	۵
برای سنجش خانواده از ۶ گویه در قالب طیف لیکرت دامنه نمرات از ۶ تا ۳۵۳۰			مستقل	خانواده	۶
برای سنجش دوستان از ۶ گویه در قالب طیف لیکرت دامنه نمرات از ۶ تا ۳۰۵			مستقل	دوستان	۷
فاصله ای	تعداد سال‌های عمر فرد	سن	مستقل	متغیرهای زمینه ای	۸
ترتیبی	دبیرستانی، سیکل و دیپلم، فوق دیپلم و لیسانس، فوق لیسانس و دکتری	تحصیلات	مستقل		
اسمی	مرد، زن	جنسیت	مستقل		
ترتیبی	شاغل در یکی از بخش‌های دولتی، غیر دولتی، خانه دار، دانشجو، طلبه، دانش آموز، بازنشسته، شغل آزاد	شغل	مستقل		

### یافته‌های توصیفی

بر اساس نتایج توصیفی متغیرهای جمعیتی، از مجموع ۲۲۶ پاسخگو، ۱۳۳ نفر (۵۸/۸ درصد) مرد و ۹۳ نفر (۴۱/۲ درصد) زن می‌باشند. ۹۲ نفر (۴۰/۷ درصد) مجرد و ۱۳۴ نفر (۵۹/۳ درصد) متأهل می‌باشند. میانگین سن پاسخگویان ۳۶ سال می‌باشد. ۴۰ نفر (۱۷/۷ درصد) دبیرستانی و دانشجو، ۴۱ نفر (۱۸/۱ درصد) سیکل و دیپلم، ۹۸ نفر (۴۳/۴ درصد) فوق دیپلم و لیسانس و ۴۷ نفر (۲۰/۸ درصد) دارای مدرک فوق لیسانس و دکتری می‌باشند. ۸۹ نفر (۳۹/۴ درصد) کارمند دولت، ۱۰ نفر (۴/۴ درصد) کارمند بخش خصوصی، ۲۹ نفر (۱۲/۸ درصد) شغل آزاد، ۲۷ نفر (۱۱/۹ درصد) زنان خانه دار، ۲۲ نفر (۹/۷ درصد) دانشجو، ۳۵ نفر (۱۵/۵ درصد) دانش آموز، ۱۱ نفر (۴/۹ درصد) کارمند بازنشسته و ۳ نفر (۱/۳ درصد) طلبه می‌باشند. اما بر اساس نتایج

توصیفی سازه‌های تحقیق، میانگین آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) ۵۱/۰۲، اطلاعات سیاسی ۲۲/۵، رویدادهای سیاسی ۱۵/۸، آشنایی با سیاستمداران ۱۲/۴، هویت ملی ۳۰/۰۶، خانواده ۱۵/۷، دوستان ۱۶/۳، رسانه‌های جمعی ۲۴/۸، شبکه‌های مجازی ۱۶/۱، مشارکت سیاسی ۳۷/۹ و خطبه‌های نماز جمعه ۵۴/۱ است.

## یافته‌های تحلیلی

## جدول (۴) بررسی ارتباط بین هویت ملی و آگاهی سیاسی

Sig	مقدار t	Sig	f	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	میانگین	
۰/۰۰۰	۱۳/۵۸	۰/۰۰۰	۱۸۴/۶۷	۰/۴۶	۰/۶۸۲	۳۰/۰۶	هویت ملی
						۵۱/۰۲	آگاهی سیاسی (کل)
۰/۰۰۰	۱۳/۱۵	۰/۰۰۰	۱۷۳/۰۵	۰/۴۷	۰/۶۶۹	۳۰/۰۶	هویت ملی
						۲۲/۵۶	اطلاعات سیاسی
۰/۰۰۰	۱۱/۵۳	۰/۰۰۰	۱۳۲/۹۷	۰/۳۸	۰/۶۱۹	۳۰/۰۶	هویت ملی
						۱۵/۸۹	رویدادهای سیاسی
۰/۰۰۰	۲۹/۹	۰/۰۰۰	۸۶/۳۱	۰/۲۸	۰/۵۳۶	۳۰/۰۶	هویت ملی
						۴۵/۱۲	آشنایی با سیاستمداران

نتایج جدول شماره ۴، نشان می‌دهد ضریب همبستگی پیرسون برابر با ۰/۶۸۲ است. ضریب تعیین برابر با ۰/۴۶ است که نشان می‌دهد هویت ملی می‌تواند تغییرات آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) را پیش بینی نماید. مقدار آمحاسبه شده نشان می‌دهد رگرسیون معنی دار است و مقدار t بیانگر آن است که ضریب رگرسیون معنی دار می‌باشد. به عبارت دیگر به ازاء یک واحد تغییر در انحراف معیار هویت ملی پاسخگویی به اندازه ۰/۴۶ در انحراف معیار آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) تغییر ایجاد می‌کند. نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که با اطمینان ۹۹ درصد بین دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد.

## جدول (۵) بررسی ارتباط بین خانواده و آگاهی سیاسی

Sig	مقدار t	Sig	f	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	میانگین	
۰/۰۰۰	۲۲/۹۴۲	۰/۰۰۰	۱۸/۹۸۲	۰/۰۸۳	۰/۲۸۸	۱۵/۷۱	خانواده
						۵۱/۰۲	آگاهی سیاسی (کل)
۰/۰۰۰	۲۳/۳۸۱	۰/۰۰۰	۲۱/۵۱۸	۰/۰۹۲	۰/۳۰۴	۱۵/۷۱	خانواده
						۲۲/۵۶	اطلاعات سیاسی
۰/۰۰۰	۲۱/۴۵۷	۰/۰۰۰	۲۳/۳۰۴	۰/۰۹۹	۰/۳۱۵	۱۵/۷۱	خانواده
						۱۵/۸۹	رویدادهای سیاسی
۰/۰۴۸	۱۶/۶۰۷	۰/۰۴۸	۳/۹۴۱	۰/۰۱۸	۰/۱۳۵	۱۵/۷۱	خانواده
						۱۲/۴۵	آشنایی با سیاستمداران

نتایج جدول شماره ۵، نشان می‌دهد ضریب همبستگی پیرسون برابر با ۰/۲۸۸ است. ضریب تعیین برابر با ۰/۰۸۳ است که نشان می‌دهد خانواده می‌تواند تغییرات آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) را پیش بینی نماید. مقدار آماره محاسبه شده نشان می‌دهد رگرسیون معنی دار است و مقدار t بیانگر آن است که ضریب رگرسیون معنی دار می‌باشد. به عبارت دیگر به ازاء یک واحد تغییر در انحراف معیار خانواده پاسخگویی به اندازه ۰/۰۸۳ در انحراف معیار آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) تغییر ایجاد می‌کند. نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که با اطمینان ۹۹ درصد بین دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد.

## جدول (۶) بررسی ارتباط بین دوستان و آگاهی سیاسی

Sig	مقدار t	Sig	f	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	میانگین	
/۰۰۱ .	۳/۴۱۹	۰/۰۰۱	۱۱/۶۸۸	۰/۰۵۴	۰/۲۳۲	۱۶/۳۴	دوستان
						۵۱/۰۲	آگاهی سیاسی (کل)
/۰۱۲ .	۲/۵۲۴	۰/۰۱۲	۶/۳۷۱	۰/۰۳۰	۰/۱۷۲	۱۶/۳۴	دوستان
						۲۲/۵۶	اطلاعات سیاسی
/۰۰۴ .	۲/۸۹۰	۰/۰۰۴	۸/۳۵۱	۰/۰۳۹	۰/۱۹۶	۱۶/۳۴	دوستان
						۱۵/۸۹	رویدادهای سیاسی
/۰۰۰ .	۳/۸۹۲	۰/۰۰۰	۱۵/۱۴۶	۰/۰۶۸	۰/۲۶۱	۱۶/۳۴	دوستان
						۱۲/۴۵	آشنایی با سیاستمداران



نتایج جدول شماره ۶، نشان می‌دهد ضریب همبستگی پیرسون برابر با  $0/232$  است. ضریب تعیین برابر با  $0/054$  است که نشان می‌دهد گروه دوستان می‌تواند تغییرات آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) را پیش بینی نماید. مقدار  $f$  محاسبه شده نشان می‌دهد رگرسیون معنی دار است و مقدار  $t$  بیانگر آن است که ضریب رگرسیون معنی دار می‌باشد. به عبارت دیگر به ازاء یک واحد تغییر در انحراف معیار دوستان پاسخگویی به اندازه  $0/054$  در انحراف معیار آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) تغییر ایجاد می‌کند. نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که با اطمینان ۹۹ درصد بین دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد.

#### جدول (۷) بررسی ارتباط بین استفاده از رسانه‌های جمعی و آگاهی سیاسی

Sig	مقدار t	Sig	f	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	میانگین	
0/067	-1/844	0/067	3/399	0/016	0/128	24/84	استفاده از رسانه‌های جمعی
						51/02	آگاهی سیاسی (کل)
0/036	-2/107	0/036	4/440	0/021	0/145	24/84	استفاده از رسانه‌های جمعی
						22/56	اطلاعات سیاسی
0/007	-2/747	0/007	7/545	0/035	0/188	24/84	استفاده از رسانه‌های جمعی
						15/89	رویدادهای سیاسی
0/999	0/001	0/999	0/000	0/000	0/000	24/84	استفاده از رسانه‌های جمعی
						12/45	آشنایی با سیاستمداران

نتایج جدول شماره ۷، نشان می‌دهد ضریب همبستگی پیرسون برابر با  $0/128$  است. ضریب تعیین برابر با  $0/016$  است که نشان می‌دهد رسانه‌های جمعی نمی‌تواند تغییرات آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) را پیش بینی نماید. مقدار  $f$  محاسبه شده نشان می‌دهد رگرسیون معنی دار نیست و مقدار  $t$  بیانگر آن است که ضریب رگرسیون معنی دار نمی‌باشد.

#### جدول (۸) بررسی ارتباط بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و آگاهی سیاسی

Sig	مقدار t	Sig	f	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	میانگین	
0/000	9/225	0/000	85/103	29/1	0/540	16/18	استفاده از شبکه‌های مجازی
						51/02	آگاهی سیاسی (کل)

استفاده از شبکه‌های مجازی	۱۶/۱۸	۰/۴۸۲	۲۳/۳	۶۳/۴۱۶	۰/۰۰۰	۷/۹۶۳	۰/۰۰۰
	۲۲/۵۶						
استفاده از شبکه‌های مجازی	۱۶/۱۸	۰/۵۷۷	۳۳/۲	۱۵۵۵ ۱۰۴	۰/۰۰۰	۱/۲۲۵ ۱۰	۰/۰۰۰
	۱۵/۸۹						
استفاده از شبکه‌های مجازی	۱۶/۱۸	۰/۴۰۸	۱۶/۶	۴۱/۴۶۶	۰/۰۰۰	۶/۴۳۹	۰/۰۰۰
	۱۲/۴۵						

نتایج جدول شماره ۸، نشان می‌دهد ضریب همبستگی پیرسون برابر با ۰/۵۴۰ است. ضریب تعیین برابر با ۲۹/۱ است که نشان می‌دهد شبکه‌های مجازی می‌تواند تغییرات آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) را پیش بینی نماید. مقدار  $f$  محاسبه شده نشان می‌دهد رگرسیون معنی دار است و مقدار  $t$  بیانگر آن است که ضریب رگرسیون معنی دار می‌باشد. به عبارت دیگر به ازاء یک واحد تغییر در انحراف معیار شبکه‌های مجازی پاسخگویی به اندازه ۲۹/۱ در انحراف معیار آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) تغییر ایجاد می‌کند. نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که با اطمینان ۹۹ درصد بین دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد.

#### جدول (۹) بررسی ارتباط بین آگاهی سیاسی و مشارکت سیاسی

میانگین	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	f	Sig	مقدار t	Sig
۵۱/۰۲	۰/۶۲۵	۳۹/۱	۳۱۷	۰/۰۰۰	۳۲۸	۰/۰۰۰
			۱۲۸		۱۱	
۳۷/۹۴	۰/۵۶۲	۳۱/۵	۹۳/۵۳۸	۰/۰۰۰	۹/۶۷۲	۰/۰۰۰
۱۵/۸۹	۰/۵۹۳	۳۵/۱	۱۰۰۰	۰/۰۰۰	۱/۴۸۸	۰/۰۰۰
			۱۱۰		۱۰	
۱۲/۴۵	۰/۵۲۷	۲۷/۸	۷۷/۵۹۵	۰/۰۰۰	۸/۸۰۹	۰/۰۰۰

نتایج جدول شماره ۹، نشان می‌دهد ضریب همبستگی پیرسون برابر با ۰/۶۲۵ است. ضریب تعیین برابر با ۳۹/۱ است که نشان می‌دهد آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) می‌تواند تغییرات مشارکت سیاسی را پیش بینی نماید. مقدار  $f$  محاسبه شده نشان می‌دهد رگرسیون معنی دار است و مقدار  $t$  بیانگر آن است که ضریب رگرسیون معنی دار می‌باشد. به عبارت دیگر به ازاء یک واحد

تغییر در انحراف معیار آگاهی سیاسی پاسخگویی به اندازه ۳۹/۱ در انحراف معیار مشارکت سیاسی تغییر ایجاد می‌کند. نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که با اطمینان ۹۹ درصد بین دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد.

#### جدول (۱۰) بررسی ارتباط بین استفاده از خطبه‌های نماز جمعه و آگاهی سیاسی

Sig	مقدار t	Sig	f	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	میانگین	
.۰/۰۰۰	۱۵۰۷ ۱۰	.۰/۰۰۰	۱۲۹/۱۴	۳۹	۰/۶۲۵	۱۷/۵۴	استفاده از خطبه‌های نماز جمعه
						۵۱/۰۲	آگاهی سیاسی (کل)
.۰/۰۰۰	۱۸۹۷ ۱۰	.۰/۰۰۰	۹۳/۳۹۴	۳۱/۴	۰/۵۶۰	۱۷/۵۴	استفاده از خطبه‌های نماز جمعه
						۲۲/۵۶	اطلاعات سیاسی
.۰/۰۰۰	۸/۸۶۶	.۰/۰۰۰	۸۸/۲۶۰	۳۰/۲	۰/۵۵۰	۱۷/۵۴	استفاده از خطبه‌های نماز جمعه
						۱۵/۸۹	رویدادهای سیاسی
.۰/۰۰۰	۱۷۶۶ ۱۰	.۰/۰۰۰	۱۹۰۳ ۱۱۵	۳۶/۲	۰/۶۰۲	۱۷/۵۴	استفاده از خطبه‌های نماز جمعه
						۱۲/۴۵	آشنایی با سیاستمداران

نتایج جدول شماره ۱۰، نشان می‌دهد ضریب همبستگی پیرسون برابر با ۰/۶۲۵ است. ضریب تعیین برابر با ۰/۳۹ است که نشان می‌دهد خطبه‌های نماز جمعه می‌تواند تغییرات آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) را پیش بینی نماید. مقدار  $F$  محاسبه شده نشان می‌دهد رگرسیون معنی دار است و مقدار  $t$  بیانگر آن است که ضریب رگرسیون معنی دار می‌باشد. به عبارت دیگر به ازاء یک واحد تغییر در انحراف معیار خطبه‌های نماز جمعه پاسخگویی به اندازه ۳۹ در انحراف معیار آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) تغییر ایجاد می‌کند. نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که با اطمینان ۹۹ درصد بین دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد.

#### ارتباط متغیرهای جمعیتی و سطح آگاهی سیاسی نمازگزاران

##### جدول (۱۱) بررسی ارتباط بین سن و آگاهی سیاسی نمازگزاران (مجموع ابعاد)

Sig	مقدار t	Sig	F	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	میانگین	متغیرهای جمعیتی شناختی و ابعاد آن
.۰/۰۴۸	۱/۹۸۶	.۰/۰۴۸	۳/۹۴۳	.۰/۰۱۸	.۰/۱۳۴	۵۱/۰۲	آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد)

سن	۳۶
----	----

نتایج جدول شماره ۱۱، نشان می‌دهد ضریب همبستگی پیرسون برابر با ۰/۱۳۴ است. ضریب تعیین برابر با ۰/۰۴۸ است که نشان می‌دهد سن می‌تواند تغییرات آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) را پیش بینی نماید.

جدول (۱۲) بررسی ارتباط بین جنسیت، تحصیلات، شغل و تأهل با آگاهی سیاسی نمازگزاران (مجموع ابعاد)

Sig	Df	مقدار t	میانگین آگاهی سیاسی	تعداد	متغیرهای جمعیت شناختی و ابعاد آن	
۰/۰۰۲	۲۱۶	۳/۱۴۵	۵۳/۱۲	۱۲۷	جنسیت	
			۴۸/۰۹	۹۱	مرد	
۰/۰۵۴	۲۱۶	-۱/۹۳۴	۴۹/۰۹	۸۵	وضعیت	
			۵۲/۲۶	۱۳۳	متأهل	
sig	Df	مقدار f	میانگین آگاهی سیاسی	تعداد		
۰/۰۴۴	۳	۲/۷۴۹	۵۰/۹۷	۳۸	تحصیلات	
			۴۶/۶۵	۴۰	دبیرستانی و دانشجو	
			۵۱/۵۶	۹۳	سیکل و دیپلم	
			۵۳/۷۲	۴۷	فوق دیپلم و لیسانس	
۰/۰۱۹	۷	۲/۴۵۴	۵۱/۵۰	۸۷	شغل	
			۵۴/۷۰	۱۰	کارمند دولتی	
			۵۱/۷۵	۲۹	کارمند خصوصی	
			۴۳/۲۳	۲۶	آزاد	
			۵۰/۶۳	۲۲	خانه دار	
			۵۲/۱۵	۳۳	دانشجو	
			۵۷/۵۰	۱۰	دانش آموز	
			۶۱	۱	بازنشسته	
					طلبه	

نتایج جدول شماره ۱۲، نشان می‌دهد بین جنسیت، تحصیلات و شغل با آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) رابطه معناداری وجود دارد اما طی آن آگاهی سیاسی مردان و افراد متأهل بیشتر و با افزایش تحصیلات آگاهی سیاسی افزایش می‌یابد. اما بین وضعیت تأهل و آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) رابطه معناداری وجود ندارد

تبیین رگرسیون چند گانه آگاهی سیاسی نمازگزاران بر حسب مجموع متغیرهای مستقل (به روش همزمان) رگرسیون به روش همزمان، روشی است که در آن کلیه متغیرهای مستقل همزمان وارد تحلیل شده و اثرات کلیه متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته بررسی می‌گردد. به منظور بررسی رابطه مجموع متغیرهای مستقل شامل هویت ملی، خانواده، دوستان، رسانه‌های جمعی، شبکه‌های مجازی، خطبه‌های نماز جمعه، سن، جنس شغل، تحصیلات و وضعیت تأهل با متغیر وابسته سطح آگاهی سیاسی و تعیین این که متغیرهای مستقل در مجموع تا چه اندازه قادر به تبیین سطح آگاهی سیاسی هستند و کدام یک از آن‌ها پیش‌بینی کننده قوی‌تری است از روش تحلیل رگرسیون چند گانه توأم استفاده گردیده که نتایج آن به شرح زیر است:

جدول (۱۳) نتایج رگرسیون چند متغیره تبیین سطح آگاهی سیاسی نمازگزاران

Sig (کل)	F (کل)	ضریب تعیین اصلاح شده (کل)	ضریب تعیین (کل)	ضریب همبستگی (کل)	sig	t	بتا	پیش بینی کننده ها (متغیرهای مستقل)
۰/۰۰۰	۳۰/۹۱۵	۰/۶۳	۶۵/۱	۰/۸۰۷	۰/۰۰۰	۷/۶۳۰	۰/۴۴۰	هویت ملی
					۰/۰۰۰	۴/۹۸۱	۰/۲۷۳	فضای مجازی
					۰/۰۰۰	۴/۵۲۰	۰/۲۴۷	خطبه‌های نماز جمعه
					۰/۱۳۸	۱/۴۹۱	۰/۰۸۹	تحصیلات
					۰/۳۴۶	۰/۹۴۵	۰/۰۵۱	دوستان
					۰/۸۱۵	۰/۲۳۴	۰/۰۲۱	سن

همان طور که در جدول شماره ۱۳، مشاهده می‌شود، ضریب همبستگی متغیرهای مستقل برای تعیین (سطح آگاهی سیاسی) ۰/۸۰۷ می‌باشد. مقدار  $R^2$  متغیر وابسته (ضریب تعیین) برابر با ۶۵/۱ می‌باشد، یعنی ۶۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل تبیین می‌گردند. اگر  $R^2$  بدست آمده در این مرحله را با  $R^2$  رگرسیون ساده مقایسه کنیم می‌بینیم که با افزایش متغیرهای جدید دقت پیش بینی رگرسیون نیز افزایش می‌یابد. رابطه خطی بین متغیرها در سطح ۹۹ درصد معنی دار)

می‌باشد. مقدار  $t$  تک تک ضرایب رگرسیون نیز محاسبه شده و سطح معنی داری آن‌ها در جدول آمده است. همانطوری که سطح معناداری نشان می‌دهد، اثرات متغیرهای هویت ملی، فضای مجازی و خطبه‌های نماز جمعه معنی دار شده است و اثرات سایر متغیرها معنی دار نمی‌باشد و آن‌ها تأثیر ضعیفی در پیشگویی متغیر وابسته دارند. اما در مورد اهمیت و نقش متغیرهای مستقل در پیشگویی معادله رگرسیون باید از مقادیر بتا استفاده کرد. از آنجه که مقادیر بتا استاندارد می‌باشند بنابراین از طریق آن می‌توان در مورد اهمیت نسبی متغیرها قضاوت کرد. بزرگ بودن مقدار بتا نشان دهنده اهمیت نسبی و نقش آن در پیشگویی متغیر وابسته می‌باشد. در اینجا می‌توان قضاوت کرد که متغیر هویت ملی به مراتب سهم بیشتری در مقایسه با سایر متغیرها در پیشگویی متغیر وابسته دارد، زیرا یک واحد تغییر در انحراف معیار آن باعث می‌شود تا انحراف معیار متغیر وابسته (سطح آگاهی سیاسی) به اندازه ۰/۴۴۰ تغییر کند. متغیر فضای مجازی در مرتبه بعدی قرار دارند زیرا یک واحد تغییر در انحراف معیار (فضای مجازی) انحراف معیار متغیر وابسته ۰/۲۷۳ تغییر می‌کند. در مرتبه سوم متغیر خطبه‌های نماز جمعه قرار دارد، زیرا که یک واحد تغییر در انحراف معیار (خطبه‌های نماز جمعه) انحراف معیار متغیر وابسته ۰/۲۴۷ تغییر می‌کند. در حالی که متغیر تحصیلات به اندازه ۰/۰۸۹، متغیر دوستان به اندازه ۰/۰۵۱ و متغیر سن به اندازه ۰/۰۲۱ باعث تغییر انحراف معیار متغیر وابسته می‌شوند. اما سایر متغیرها تأثیر ضعیفی در انحراف معیار متغیر وابسته دارند.

### بحث و نتیجه گیری

بر اساس یافته‌های تحقیق، میانگین آگاهی سیاسی (مجموع ابعاد) در بین نمازگزاران بر روی مقیاسی با دامنه ۷۵-۱۵ و میانگین واقعی ۴۵ برابر با ۵۱/۰۲ درصد است. به علاوه در ابعاد آگاهی سیاسی، بعد اطلاعات سیاسی بر روی مقیاسی با دامنه ۳۰-۶ برابر با ۲۲/۵۶ درصد، بعد رویدادهای سیاسی بر روی مقیاسی با دامنه ۲۵-۵ برابر با ۱۵/۸۹ درصد و بعد آشنایی با سیاستمداران بر روی مقیاسی با دامنه ۲۰-۴ برابر با ۱۲/۴۵ درصد است. این امر بیانگر این است که میانگین آگاهی سیاسی در بین نمازگزاران و همه ابعاد آن در سطح متوسط رو به بالا است. این یافته تحقیق با نتایج پژوهش فلاح و زاهدی اصل (۱۳۷۸)، که به این نتیجه رسیدند که پاسخ گویان در کلیه زمینه‌های مختلف سیاسی از لحاظ میزان آگاهی در سطح متوسط قرار دارند و آذین و عزیزی (۱۳۹۰) که معتقدند ۲۹ درصد جوانان آگاهی سیاسی کم دارند، و باقری دولت آبادی (۱۳۹۴) که معتقد است سطح آگاهی سیاسی دانشجویان در سطح متوسط قرار دارد، منطبق نیست.

نتایج استنباطی حاکی از آن بود که، داشتن هویت ملی بالا، آگاهی سیاسی نمازگزاران را افزایش می‌دهد. به عبارت دیگر بین هویت ملی و آگاهی سیاسی نمازگزاران (کل و همه ابعاد) رابطه معنی داری وجود دارد. این بدان معناست که هویت ملی ببرای پاسخگویان حائز اهمیت است و منطبق با نظریه رابرت دال در چارچوب نظری تحقیق است.

همچنین نتایج حاکی از آن است که رابطه خانواده و سطح آگاهی سیاسی نمازگزاران مثبت و معنادار است. این یافته پژوهش با نتایج تحقیق محمد رضا باقری احمد آبادی به نقل از علیخواه (۱۳۸۳) که معتقد است خانواده بر آگاهی سیاسی تأثیر گذار است و سخامهر (۱۳۸۴) که معتقد است خانواده از متغیرهای تأثیر گذار بر آگاهی سیاسی دانشجویان است همسو است اما با نتایج تحقیق باقری دولت آبادی (۱۳۹۴) همسو نمی‌باشد. این یافته با چارچوب نظریه تحقیق، نظریه آلموند و وربا منطبق است. دوستان بر میزان آگاهی سیاسی نمازگزاران تأثیر دارند. این یافته تحقیق با نتایج تحقیق محمد رضا باقری احمد آبادی (۱۳۸۳)، به نقل از علیخواه) و سخا مهر (۱۳۸۴) انطباق دارد و همسو می‌باشد.

رسانه‌های جمعی بر آگاهی سیاسی نماز گزاران تأثیر ندارد. این یافته تحقیق با نتایج تحقیق، هرسیچ (۱۳۹۳) که معتقد است رابطه میزان مصرف رسانه‌ای با تمامی ابعاد آگاهی سیاسی معنادار و مثبت است و واقف (۱۳۹۷) که بر این باور است رسانه‌های جمعی بر تمام ابعاد آگاهی سیاسی زنان تأثیر دارد، منطبق و همسو نمی‌باشد.

شبکه‌های اجتماعی مجازی بر آگاهی سیاسی نماز گزاران تأثیر دارد. این یافته تحقیق، با نتایج تحقیق گرانلند<sup>۳۷</sup> (۲۰۰۵) در پژوهشی با عنوان " آگاهی سیاسی و اینترنت و شبکه مجازی " به این نتیجه رسید که اینترنت در کسب اطلاعات سیاسی نقش موثری دارد و این امر متقابلاً در آگاهی سیاسی رأی دهندگان تأثیر دارد منطبق و همسو می‌باشد.

آگاهی سیاسی بر مشارکت سیاسی افراد تأثیر دارد. یعنی هر چه افراد آگاهی سیاسی بیشتری داشته باشند بیشتر در فعالیت‌های سیاسی مشارکت خواهند کرد. این یافته تحقیق، با نتایج تحقیق محمد رضا باقری به نقل از علیخواه (۱۳۸۳)، که معتقد است افراد دارای آگاهی سیاسی بالا، بیشتر در سیاست مشارکت می‌کنند، نتایج تحقیق علمی (۱۳۸۷) که معتقد است بین مشارکت سیاسی دانشجویان و میزان آگاهی سیاسی آنان نیز رابطه معنی دار وجود دارد، نتایج تحقیق پالیزبان (۱۳۸۷) که معتقد است بین میزان تمایل به مشارکت سیاسی با آگاهی سیاسی رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد، سخا مهر (۱۳۸۴) که معتقد است بین دو متغیر آگاهی سیاسی و مشارکت سیاسی دانشجویان ارتباط معنادار و مستقیمی مشاهده شد، همسو می‌باشد و آن‌ها را تأیید می‌کند.

خطبه‌های نماز جمعه بر آگاهی سیاسی نماز گزاران تأثیر دارد. فریضه "نماز جمعه" یکی از جلوه‌های سیاسی- اجتماعی دین مبین اسلام است که فرصتی برای اجتماع هفتگی مردم و پایداری برای طرح مسائل اجتماعی- سیاسی و اقتصادی جامعه اسلامی است. در ایران اسلامی پیوسته بین نماز جمعه و خطبه‌های آن و مسائل و دگرگونی‌های سیاسی و اجتماعی جامعه ارتباط تنگاتنگی وجود داشته است. این فریضه عبادی سیاسی نقشی کارکردی و سازنده در فضای سیاسی و اجتماعی جامعه می‌بخشد.

سن بر آگاهی سیاسی نماز گزاران تأثیر می‌گذارد و طی آن با افزایش سن آگاهی سیاسی نماز گزاران افزایش می‌یابد. این یافته تحقیق، با نتایج تحقیق باقری دولت آبادی (۱۳۹۴)، سخا مهر (۱۳۸۴)، سراج زاده (۱۳۷۸)، مسعودنیا (۱۳۸۶) فرننت (۲۰۰۵) و نگارستانی (۱۳۸۰) همسو است.

جنسیت بر آگاهی سیاسی تأثیر دارد به طوری که آگاهی سیاسی مردان بیشتر از زنان است. این یافته تحقیق با نتایج تحقیق علمی (۱۳۸۷) که معتقد است سطح آگاهی سیاسی پسران بیشتر از دختران است، باقری دولت آبادی (۱۳۹۴) که معتقد است آگاهی سیاسی دانشجویان پسر بیش از دانشجویان دختر است، فرننت<sup>۳۸</sup> (۲۰۰۵) که می‌گوید زنان به دلیل جنسیت از میزان آگاهی سیاسی کمتری برخوردارند، سراج زاده (۱۳۷۸)، مسعودنیا (۱۳۸۶)، و نگارستانی (۱۳۸۰) همسو است.

وضع تأهل بر آگاهی سیاسی تأثیر ندارد. این یافته تحقیق با نتایج تحقیق لیپست و دوزه (۱۳۷۳) که معتقدند است متأهلان بیش از مجردان در سیاست مشارکت می‌کنند، منطبق نیست. اما با تحقیق علیخواه (۱۳۸۳) که معتقد است مجردها بیش از متأهلان در سیاست مشارکت می‌کنند منطبق است.

تحصیلات بر آگاهی سیاسی نماز گزاران تأثیر دارد. به طوری که افراد تحصیل کرده بیش از افراد با تحصیلات پایین در سیاست مشارکت می‌نمایند. این یافته تحقیق با نتایج تحقیق لیپست و دوزه (۱۳۷۳)، علیخواه (۱۳۸۳)، باقری دولت آبادی (۱۳۹۴)،

<sup>37</sup> Gronlund

<sup>38</sup> Fournet

سخامهر (۱۳۸۴)، سراج زاده (۱۳۷۸)، مسعودنیا (۱۳۸۶) فرنٹ (۲۰۰۵)، و نگارستانی (۱۳۸۰) همسو است. همچنین این یافته با نظریه هانتینگتون که چارچوب نظری تحقیق را تشکیل می‌دهد منطبق است. شغل بر آگاهی سیاسی نمازگزاران تأثیر دارد. این یافته تحقیق با نتایج تحقیق لیپست و دوزه (۱۳۷۳)، علیخواه (۱۳۸۳) و باقری دولت آبادی (۱۳۹۴) منطبق است. این یافته تحقیق نیز با نظریه هانتینگتون و آلموند و وربا که چارچوب نظری تحقیق را تشکیل می‌دهند همسو می‌باشد. تبیین آگاهی سیاسی در حالت کلی، بر حسب مجموع متغیرهای مستقل، بیانگر آن است که شش متغیرهویت ملی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، خطبه‌های نماز جمعه، تحصیلات، دوستان و سن به ترتیب قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های آگاهی سیاسی هستند و قادرند ۶۵/۱ از تغییرات واریانس آگاهی سیاسی را تبیین کنند.



## منابع:

۱. آذین، احمد و یوسف عزیزی (۱۳۹۰)، " بررسی عوامل مؤثر بر نگرش سیاسی - اجتماعی جوانان (۱۵ الی ۲۹ ساله) در شهر بروجن " فصلنامه تحقیقات سیاسی و بین المللی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرضا، شماره نهم، صص ۱۰۸-۱۰۱.
۲. آزادی ( ۱۳۷۳)، " چرا شما درباره مسائل و مشکلات سیاسی سوال می‌کنید "، ایران فردا، سال دوم.
۳. آلموند، جی. آ؛ پاول، جی، بی (۱۳۸۰)، " مشارکت و حضور سیاسی شهروندان. " ترجمه علیرضا طیب. فصلنامه اطلاعات سیاسی-اقتصادی. سال پانزدهم، شماره ۳ و ۸.
۴. آلموند، گابریل و پاول جی بینگهام ( ۱۳۷۷) چارچوب نظری برای بررسی سیاست تطبیقی. ترجمه علیرضا طیب. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۵. باصری، حسین (۱۳۸۸)، " جامعه شناسی سیاسی، نقش نیروهای اجتماعی در زندگی سیاسی "، تهران، انتشارات نی، موسسه مطالعات انسانی و فرهنگی.
۶. باقری دولت آبادی، علی (۱۳۹۴)، " آگاهی سیاسی دانشجویان دانشگاه یاسوج در خصوص موضوعات روابط بین الملل و عوامل مؤثر بر آن " فصلنامه پژوهش‌های روابط بین الملل، دوره نخست، شماره نوزدهم، صص ۲۱۱-۱۷۷.
۷. پالیزبان، محسن (۱۳۸۷)، " بررسی میزان تمایل به مشارکت سیاسی دانشجویان و عوامل مؤثر بر آن، فصلنامه سیاست، دوره ۴۱، شماره ۲، صص ۴۹-۳۳.
۸. دال، ا. رابرت ( ۱۳۶۴)، تجزیه و تحلیل جدید سیاست، ترجمه حسین مظفریان، تهران، دانشگاه تهران.
۹. سخامهر، مینا، صدقاتی فرد، مجتبی (۱۳۸۴)، " سنجش آگاهی سیاسی دانشجویان و عوامل مؤثر بر آن با تأکید بر مشارکت سیاسی " کنفرانس بین المللی علوم انسانی و روان شناسی و علوم اجتماعی، ۲۱ آبان ۱۳۹۴، تهران مرکز همایش‌های بین المللی صدا و سیما.
۱۰. علمی، محمود (۱۳۸۷)، " جنسیت، آگاهی سیاسی و مشارکت سیاسی دانشجویان "، زن و مطالعات خانواده، سال اول، شماره اول، صص: ۱۷۶-۱۵۳.
۱۱. فلاح، مجید (۱۳۷۶)، " بررسی میزان آگاهی سیاسی دانشجویان دانشگاه شاهد، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی دانشگاه شاهد.
۱۲. لیپست، م. و دوز، ر.، ( ۱۳۷۳ )، " جامعه شناسی سیاسی " ترجمه محمدحسین فرجاد، چاپ اول، تهران، انتشارات توس.
۱۳. محسنی تبریزی، علیرضا (۱۳۸۱)، " بیگانگی؛ مانعی برای مشارکت و توسعه ملی: بررسی رابطه میان بیگانگی و مشارکت اجتماعی - سیاسی. نامه پژوهش. شماره ۱.
۱۴. مک لگان، پاتریشیا و کریستونل ( ۱۳۷۷)، " عصر مشارکت " ترجمه مصطفی اسلامیه. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۵. هاشمیان فر، سیدعلی، مینا جلالی و سید ضیاء هاشمی ( ۱۳۹۰)، " تأملی بر چیستی غرور ملی و برخی عوامل مؤثر بر آن، مورد مطالعه: شهر اصفهان " دانش نامه علوم اجتماعی، ۲۳-۵۰.
۱۶. هانتینگتون و واینر (۱۳۷۹)، درک توسعه سیاسی، چاپ اول، انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۱۷. هرسیچ، حسین؛ نوعی باغبان، سید مرتضی و زهرا صادقی (۱۳۹۳)، " بررسی رابطه مصرف رسانه‌ای و آگاهی سیاسی در میان دانشجویان دانشگاه اصفهان "، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال بیست و یکم، شماره ۳، صص ۵۴-۳۳.
۱۸. هولندر، ادوین پی و همکاران (۱۳۷۸)، " روان شناسی اجتماعی " ترجمه احمد رضوانی. تهران: آستان قدس رضوی.
۱۹. واقف، مریم و سید علی رحمان زاده (۱۳۹۷)، " بررسی رابطه استفاده از اخبار رسانه ملی با سطح آگاهی سیاسی زنان، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال دهم شماره دوم.

۲۰. مسعودنیا، ابراهیم (۱۳۸۷)، مقایسه آگاهی سیاسی دانش آموزان شاهد و غیرشاهد دوره دبیرستان در استان اصفهان. فصلنامه تعلیم و تربیت.

21. Almond, G. & Verba, S. (1963). *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton, N. J, Princeton University Press.
22. Alvarez, R. M. & Mc Caffery, E. J. (2003). Are there Sex Differences in Fiscal Political Preferences?. *Political Research Quarterly*, Vol. 56, No. 1, pp. 5-17.
23. August 2005).
24. Baran, S. J. & Davis, D. K. (2009). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future (Fifth Edition)*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
25. Beck, P. A and Jennings, M. K. (1982). Pathways to Participation. *The American*
26. Butler, D. & Stokes, D. (1969). *Political Change in Britain*. London: Macmillan.
27. Dahl, Robert Alan (1985). *Modern political analysis*. Hossein Zafarian.
28. Fournet, M. (2005), "Stereotype Threat and the Gender Gap in Political Knowledge", *Paper Presented at the 2005 Rice Undergraduate Conference*, (Houston: Texas, January 14-16, 2005).
29. Genova, B and Greenberge, N. (1979). Internets in News and the Knowledge Gap,
30. Gronlund, K. , "Political knowledge and the Internet", Paper Prepared for Presentation at
31. Leeson, T. , Peter(2008), "Media Freedom, Political Knowledge and Participation", *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 22, No. 2, 2008, pp. 16-155.
32. Lerner, D. (1985). *The Passing of Traditional Society*. London: The Free Press of Glencoe, Collier – Mac Millan. Ltd.
33. Norris, P. (2000). *A virtuous Circle: Political Communications in Post Industrial*
34. *Political Science Review*, 76 (1), pp. 94-108.
35. *Public Opinion Quarterly*, 43, pp. 79-91.
36. Putnam, R. ( 1995). Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America. *PS: Political Science & Politics*. ? Vol. 7, No. 4, pp. 664-683.
37. *Societies*. Cambridge University Press.
38. Sodaro, M. ; Collinwoo, D. W. ; Dickson, B. j. ; Klesner, J. L. & Sick, T. D. (2001). *Comparative Politics: A Global Introduction*. New York: Mc Graw-Hill Press.
39. Stokes, S. C. (2000). Rethinking Clientalism. Paper Presented at the XXII International Congress of the Latin America Studies Association, Miami, March 16-18.
40. the XIV Tri-annual Conference of the Nordic Political Association (NOPA0, Reykjavik 11-13.