

Investigating the Impact of Social Networks on Users' Political Demands (Study Comparing the Telegram and Instagram Networks)

Extended Abstract

ARTICLE INFO

Article Type

Research Article

Authors

۱. Mahmood Mojtabehi Najafi

۲. Farhad Hamzeh. PhD.*

۳. Mohamad Akhbari. PhD.

۱. PhD student Political Geography, Department of Geography, Tehran Central Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

۲. Assistant Professor, Department of Geography, Tehran Central Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

۳. Associate Professor, Department of Geography, Tehran Central Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Correspondence:*

Address: Department of Geography, Tehran Central Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Email: geofarhad۷۷@yahoo.com

Article History:

Received: ۱۲.۰۵.۲۰۲۳

Accepted: ۲۰.۱۱.۲۰۲۳

Introduction

Problem design: Political demand refers to the collective desire or request expressed by a group or society for specific actions, policies, or changes from government authorities. Internet social networks are digital platforms connecting individuals, facilitating online communication, and enabling the sharing of information, interests, and relationships.

The continuous growth of social networks, the emergence of new social groups, and the formation of new identities in the virtual space have led to diverse interpretations and requests from individuals about the surrounding world. People have different perceptions, evaluations, and aspirations for their social and political world, resulting in more varied and extensive demands.

The present study was conducted with the aim of investigating the relationship between the activities of users on Telegram and Instagram social networks and their political demands in the cities of Tehran and Qom as the political-economic and cultural-religious capitals of the country.

Research Theoretical Framework: The theoretical framework of this study is based on Giddens' theory of reflexivity and the theory of expectation confirmation. According to Giddens' theory, the modern era is characterized by a distinct feature of reflexivity, where individuals reevaluate all aspects of life, including self-reflection. Reflexivity gives rise to the emergence of novel demands, which have flourished in the realm of social networks and virtual spaces. The second theory posits that individuals, through social comparisons, assess their societal conditions against others, and the lack of confirmation of their expectations can lead to dissatisfaction and assertiveness in their demands.

Method

In this study, a combined (qualitative and quantitative) research approach has been employed. Initially, a library research method was used to gather theoretical literature on the subject, followed by a survey method in the second stage to collect field data.

The study was carried out using a combined method including library study and survey using a questionnaire tool. The validity of the questionnaire was calculated by the face validity method and its reliability by Cronbach's alpha. The statistical population of this research is all members of Telegram and Instagram social networks over ۱۵ years of age who live in Tehran and Qom, and ۷۶۸ people were selected as a sample using Cochran's sampling formula and using cluster

sampling. were selected

Findings

In order to determine a suitable statistical test, we first need to ensure the normality of the data distribution. Subsequently, relevant statistical tests will be employed. To assess the normality of the data, the Kolmogorov-Smirnov statistical test has been utilized.

The results of this research show a significant relationship between the two variables of social media activity and users' political demands, and the Spearman statistic at a ۹۵٪ significance level of ۰.۵۹, which represents a direct and moderate relationship.

Results

The research delves into the interplay between social network activity and users' political demands, underscoring the influence of social comparisons on individual preferences. It posits that political systems strive to meet these demands through conventional activism. The study discerns a direct relationship, indicating that heightened social network engagement corresponds with increased individual demands. The continuous expansion of social networks contributes to diverse interpretations and evolving demands, prompting a perpetual reassessment of individual perspectives. In response to current conditions, users recalibrate their demands, causing certain issues to gain prominence while others recede into the background. This research underscores the dynamic connection between social network dynamics and the evolving landscape of individual political demands.

Based on the characteristics of the modern era, users are constantly rethinking their political demands and their expected level, and in order to maintain political balance, it is necessary for the political system to constantly monitor these demands and provide an appropriate response to them.

Keywords: Social Network, Virtual Space, Political Demands, Reflexivity, Telegram, Instagram.

بررسی تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر مطالبات سیاسی کاربران (مطالعه مقایسه شبکه تلگرام و اینستاگرام)

محمود مجتهدی نجفی

دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی، گروه جغرافیا،
واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران،
ایران.

فرهاد حمزه*

استادیار گروه جغرافیا، واحد تهران مرکزی، دانشگاه
آزاد اسلامی، تهران، ایران.

محمد اخباری

دانشیار گروه جغرافیا، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد
اسلامی، تهران، ایران.

سیاسی کاربران و میزان آماره اسپیرمن در سطح
معناداری ۹۵ درصد ۰.۵۹ می‌باشد که نمایانگر رابطه
مستقیم و در حد متوسط می‌باشد.

کاربران براساس خاصیت دوران مدرن دائما در حال
بازاندیشی مطالبات سیاسی خود و سطح مورد انتظار
آنها می‌باشند و به منظور حفظ تعادل سیاسی لازم است
نظام سیاسی، دائما این مطالبات را رصد نماید و پاسخ
مناسبی را به آنها ارائه دهد.

کلمات کلیدی: شبکه اجتماعی، فضای مجازی،
مطالبات سیاسی، بازاندیشی، تلگرام، اینستاگرام.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۲۹

نویسنده مسئول: geofarhad@yahoo.com

مقدمه

از زمانی که متغیرهای ذهنی- ارزشی جامعه
توانسته‌اند نقش مهمی در توسعه سیاسی و اجتماعی
جامعه به‌طور عام بازی کنند و از سوی دیگر به‌طور
خاص بر رفتارهای سیاسی بازیگران تاثیرگذار باشند،
نقش ارتباطات و رسانه‌ها به‌عنوان یکی از مهمترین
عواملی که می‌تواند بر شکل‌دهی و جهت‌دهی به افکار
عمومی و باورهای سیاسی کنشگران موثر باشد،
برجسته شد و میزان تاثیرگذاری آنها به‌مرور زمان و با
پیشرفته شدن جوامع، بیش از پیش شد. این رسانه‌ها در
حال حاضر از طریق تولید محتوا توانسته‌اند افکار
عمومی را تحت کنترل و هدایت خود درآوردند و از
طریق بسیج آنها نقش مهمی در عرصه قدرت بازی
می‌کنند. به خصوص که در حال حاضر این رسانه‌ها از
نظر تعداد و کیفیت تنوع زیادی پیدا کرده‌اند و طیف
گسترده‌ای از رسانه‌های دیداری، شنیداری، مکتوب و
الکترونیکی را در برمی‌گیرند که هر یک مخاطبان
خاص خود را دارا می‌باشند.

با شکل‌گیری تحولات گسترده در زمینه اطلاع‌رسانی
و برقراری ارتباطات در فضای مجازی، این فضا
به‌عنوان یک رسانه و در نقش حلقه واسط و اتصال

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین فعالیت
کاربران در شبکه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام و
مطالبات سیاسی آنان در شهرهای تهران و قم انجام
شده است و با توجه به اینکه سطح مطالبات سیاسی
کاربران شبکه‌های اجتماعی را در دو پایتخت سیاسی-
اقتصادی و فرهنگی- مذهبی کشور مورد سنجش و
بررسی قرار داده است، به‌عنوان پژوهشی نوآورانه
می‌باشد.

این مطالعه با استفاده از روش ترکیبی شامل مطالعه
کتابخانه‌ای و پیمایش با استفاده از ابزار پرسشنامه انجام
شده است. اعتبار پرسشنامه با روش اعتبار صوری و
پایایی آن به وسیله آلفای کرباخ (alpha cronbach)
محاسبه شده است. جامعه آماری این پژوهش، کلیه
کاربران عضو شبکه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام
بالای ۱۵ سال ساکن شهرهای تهران و قم می‌باشند
که با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران ۷۶۸ نفر
به‌عنوان نمونه تعیین و با استفاده از نمونه‌گیری خوشه-
ای انتخاب شدند.

نتایج این تحقیق نشان دهنده ارتباط معناداری بین دو
متغیر میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و مطالبات

دهنده نهادها، سازمان‌ها و گروه‌های مختلف اجتماعی در جامعه عمل می‌کند. در چنین شرایطی، افزایش کمی و کیفی تقاضای دسترسی به فناوری‌های نوین ارتباطی برای دریافت خدمات، اطلاعات و اطلاع‌رسانی و برقراری تعاملات، روش‌های ارتباطی و کار و زندگی آدمی را تحت تاثیر خود قرار داده است.

امروزه شبکه‌های اجتماعی به ابزاری حیاتی برای عملکرد مردم‌سالاری مبدل شده‌اند. در حال حاضر این رسانه‌ها به‌طور فزاینده‌ای در میان سیاسیون و سازمان‌های سیاسی در حال تبدیل شدن به ابزاری برای انتقال پیام‌های سیاسی، شناخت نسبت به رای‌دهندگان، شناخت نیازها، ارتباط با عموم مردم، توسعه و گسترش مطالبات سیاسی شهروندان می‌باشند و به‌مثابه مکانیسمی عمل می‌کنند که از خلال آن شهروندان نحوه ورود و همکاری در فرآیند مردم‌سالاری را یاد می‌گیرند. این شبکه‌ها با توجه به گسترش روزافزون خود، ظرفیت و توان شکل‌گیری حوزه عمومی مجازی را دارا بوده و کاربران آنها می‌توانند از طریق این شبکه‌های اینترنتی باعث شکل‌گیری افکار عمومی شوند. به‌عبارت دیگر نظرات کاربران شبکه‌های اجتماعی می‌تواند با ایجاد فضای گفتگو بین افراد و در نهایت شکل دادن به افکار عمومی، منجر به شکل‌گیری نهاد مدنی مجازی شود. از سوی دیگر برخی محققان معتقدند که استفاده شهروندان و مخصوصاً افراد جوان از چنین رسانه‌هایی باعث ایجاد محیط نمادین و سمبولیک می‌شود که به افراد کمک می‌کند تا آنان تجارب در حال گذار و تغییر خود را در مدل‌ها و چارچوب‌های شناختی خاصی پردازش کنند و این امر باعث می‌شود تا افراد در تصمیم‌گیری‌ها و ارزیابی‌های خود بهتر و با امیدواری بیشتری عمل کنند.

شبکه‌های اجتماعی با فراهم ساختن انبوهی از اطلاعات و داده‌ها در خصوص نظام‌های سیاسی و جوامع و فراهم ساختن امکان مقایسه بین جوامع از طریق بحث‌های گروهی کاربران، زمینه ایجاد فضای

گفتمانی را تشکیل داده‌اند که در نهایت منجر به شکل‌گیری مطالبات و تقاضاهای سیاسی جدیدی شده است و از این حیث نظام‌های سیاسی را تحت تاثیر خود قرار داده‌اند. به‌عنوان مثال آزادی‌های زنان در خصوص مسئله حجاب، نابرابری‌های موجود در اجتماع، مسائل مربوط به کودکان و خانواده، بحث‌های مربوط به محیط زیست و آزادی‌های مدنی از جمله مطالباتی است که در جامعه ایران به‌تازگی سر برآورده‌اند و در رشد این مطالبات، نقش شبکه‌های اجتماعی غیرقابل انکار است. در مطالعه حاضر با توجه به گستردگی شبکه‌های اجتماعی و تنوع آنها به سراغ شبکه‌هایی رفته‌ایم که بیشترین کاربر را در ایران به خود اختصاص داده‌اند که براساس آخرین مطالعات انجام شده دو شبکه تلگرام با ۴۹ میلیون کاربر و شبکه اینستاگرام با ۴۸ میلیون کاربر، در صدر شبکه‌های اجتماعی مورد علاقه کاربران ایرانی هستند و سوال اصلی مقاله به این صورت مطرح می‌شود که دو شبکه اجتماعی تلگرام و اینستاگرام چه تاثیری بر مطالبات سیاسی کاربران در محیط‌های جغرافیایی ناهمگن (شهرهای تهران (پایتخت سیاسی) و قم (پایتخت مذهبی)) دارند؟

در این تحقیق از روش تحقیق ترکیبی (کیفی و کمی) استفاده شده است. بدین صورت که در مرحله اول از روش کتابخانه‌ای به منظور جمع‌آوری ادبیات نظری موضوع و در مرحله دوم از روش پیمایش به منظور جمع‌آوری اطلاعات بخش میدانی استفاده شده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش حاضر، پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد که اعتبار آن از به روش صوری با استفاده از نظرات نخبگان و صاحب نظران تعیین شده است و پایایی آن از طریق آلفای کرباخ محاسبه شده است. تعداد نمونه تحقیق نیز ۷۶۸ نفر در نظر گرفته شده است که در دو شهر تهران و قم، این تعداد انتخاب شده‌اند.

تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق

*** تعریف نظری مطالبات سیاسی**

مطالبه خواسته‌ای آگاهانه است که از یک نیاز برمی‌خیزد و از سوی افراد جامعه در قبال خود، خانواده و جامعه درخواست می‌گردد. وقتی این مطالبه شکل سیاسی به خود می‌گیرد که افراد زیادی گروه‌های حقیقی، حقوقی و در سطح وسیع، طرح و با یک هویت جمعی آمیخته شود، می‌توان به آن مطالبه سیاسی

اطلاق نمود. به عبارت دیگر مطالبه سیاسی حق شهروندی است که هر فرد به‌عنوان عضوی از جامعه انتظار آن را دارد و به‌عنوان احقاق منزلت سیاسی‌اش، آن را خواهان است.

*** تعریف عملیاتی**

مطالبات سیاسی توسط گویه‌های زیر سنجیده خواهد شد:

جدول ۱: گویه‌های سنجش مطالبات سیاسی

متغیر	گویه	سطح سنجش
مطالبات سیاسی	وجود احزاب متعدد با دیدگاه‌ها و عقاید مختلف، برای کشور ما امری واجب و ضروری است.	ترتیبی
	به نظر من، حتی مخالفین نظام هم، باید حق انتخاب شدن و دخالت در سرنوشت خویش را داشته باشند.	ترتیبی
	این حق شهروندان است که بتوانند تحصن و گردهمایی‌های آرامی را در اعتراض به برخی امور برگزار کنند.	ترتیبی
	کشور ما نیازمند مطبوعات و رسانه‌های مستقل است تا بتوانند آزادانه دیدگاه‌های خود را مطرح کنند.	ترتیبی
	باید از طریق بحث‌های سیاسی و نقد دولت در زمینه‌های مختلف، عملکرد دولت را بررسی کرد.	ترتیبی
	لازم است که آزادی‌های بیشتری به زنان اعطا شود و از اعمال تبعیض و محدودیت علیه آنان خودداری کرد.	ترتیبی
	دولت باید در هر زمینه‌ای که مردم مایل باشند، حاضر به پاسخگویی باشد.	ترتیبی

*** تعریف نظری استفاده از شبکه اجتماعی**

استفاده از شبکه اجتماعی به معنای میزان درگیری و تعامل کاربران در شبکه‌های اجتماعی می‌باشد [۱].

*** تعریف عملیاتی**

استفاده از شبکه اجتماعی مجازی از طریق گویه‌های زیر سنجیده شده است:

- مدت استفاده از شبکه اجتماعی: آن گویه بر حسب تعداد سال‌هایی که از عضویت فرد در شبکه اجتماعی می‌گذرد، سنجیده می‌شود.
- میزان استفاده از شبکه اجتماعی در شبانه‌روز: این گویه بر حسب تعداد ساعات شبانه‌روز که کاربر به فعالیت در شبکه اجتماعی اختصاص می‌دهد، سنجیده می‌شود [۲].
- میزان فعالیت در شبکه اجتماعی در شبانه‌روز: میزان فعالیت کاربر در شبکه اجتماعی شامل موارد ذیل خواهد بود:

۱. تعداد پست ارسالی کاربر در شبکه اجتماعی.
۲. تعداد پست‌های هدایت شده برای دیگر کاربران.

پیشینه تحقیق

با توجه به اینکه شبکه‌های اجتماعی در حال حاضر جز جدایی‌ناپذیر زندگی ما به شمار می‌آیند و براساس نتایج تحقیقات صورت گرفته توسط موسسه پژوهشی پیو (Piuo) ۷۳ درصد کاربران اینترنت در جهان، از شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده‌اند، می‌توان گفت که عمومیت یافتن این شبکه‌ها و میزان استفاده زیاد از آنها توسط کاربران، نگاه‌ها را به سمت این شبکه‌ها معطوف می‌کند که نشان دهنده نقش بالای آنها در تاثیرگذاری بر مطالبات و تقاضاهای سیاسی کاربران می‌باشد.

بوده (Bode) و همکاران (۲۰۱۴) شبکه‌های اجتماعی مجازی را موجب ترغیب مردم به اظهار نظر سیاسی می‌دانند که مسیر جدیدی از طرح مطالبات

مورد استفاده در این پژوهش به متغیر مطالبات و نیاز به‌عنوان مفهوم نزدیک به آن پرداخته شده است. واژه نیاز (Needs) و ایده آن ابتدا به ترتیب در مباحث روان‌شناسی اوایل دهه ۱۹۳۰ و در روان‌شناسی تجربی برای سازماندهی مطالعات انگیزش به‌کار گرفته شد. در حقیقت، منظور از آن متغیری بود که رفتار خاصی را در فرد برمی‌انگیخت. در این مطالعات، نیاز در محیط فرهنگی، اجتماعی و اقلیمی به‌صورت نیازهای معنایی یا خواست متجلی می‌شود. به همین دلیل در پاره‌ای از نوشته‌ها نیاز را با انگیزه (Motivation)، خواست، تمایل و آرزو مترادف دانسته‌اند.

در نظر عامه، نیاز به معنای هر نوع کمبودی است، که برای انسان به وجود می‌آید. معانی موجود در منابع مرجع روان‌شناسی، نیاز را به مفاهیمی چون خواسته، آرزو و آرمان، توقعات، میل و انتظارات، اطلاق کرده‌اند. نیاز، به‌عنوان عیب و نقص نیز تعریف شده است و نیز حالتی است که در کلیه مراحل یادگیری وجود دارد. در فرهنگ‌های اقتصادی، "نیاز" را معادل خواست، تمایل، احتیاج، تقاضا و مصرف بیان کرده‌اند و عموماً نیاز، عاملی برای استفاده بیشتر از کالا در جامعه است. در اصطلاح فنی مدیریت، نیاز به معنی نوعی کسر و کمبود روانی و فیزیولوژیکی است؛ که می‌تواند دستاورد خاصی را جذاب نماید [۱۰]. می‌توان گفت: «نیاز کمبودی است که توسط فرد احساس می‌شود و وجود نیاز موجب می‌شود فرد درصدد پیدا کردن راهی جهت رفع آن برآید.

موجود زنده به‌عنوان یک سیستم، دارای خصلت تعادل حیاتی است. این مفهوم، بدین معنی است که موجود زنده تمایل دارد، بر ناپایداری درونی خود که به هر ترتیبی عارض شود، چیره گشته و بار دیگر تعادل حیاتی را به خویشتن بازگرداند. به هم خوردن تعادل بین برخی از مواد موجود، مکانیسم‌هایی مانند گرسنگی و تشنگی را موجب می‌شود و هرگونه دور شدن حالت فیزیولوژیک موجود زنده از وضع بهینه و کنش در جهت رسیدن به آن، با مفهوم نیاز معرفی می‌شود. غیر از

سیاسی را برای آنان باز نموده است [۳]. روبن اینکولوپوف (Ruben Enikolopov) و همکاران (۲۰۱۶) رسانه‌های اجتماعی را موثر بر فعالیت معترضان و طرح تقاضاهای آنان می‌دانند [۴]. از دیدگاه جوست (Jost) و همکاران (۲۰۱۸) شبکه‌های اجتماعی از طریق تسهیل در تبادل اطلاعاتی، موجب هماهنگی فعالیت‌های اعتراضی، مطرح نمودن مطالبات و تقاضاهای جدید و کنشگری سیاسی غیرمترعارف کاربران می‌شوند [۵]. احمد و اتفاق (Ahmad and ittefaq) (۲۰۱۹) نقش آگاهی بخشی و اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی را در رفتارهای سیاسی جدید و نوظهور کاربران موثر می‌دانند [۶]. اسپینوسا (Espinosa) (۲۰۲۰) اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی را در میل به اعتراض سیاسی و طرح مطالبات و خواسته‌های سیاسی کاربران موثر می‌داند [۷]. کیم و کیم (Kim and kim) (۲۰۲۱) استفاده از شبکه‌های اجتماعی را به صورت غیرمستقیم بر قصد رای دادن افراد موثر قلمداد می‌کنند [۸]. زومر (Zomer) (۲۰۲۲) استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی را موجب درگیری بیشتر کاربران با فضای سیاسی کشور و ظهور مطالبات جدید قلمداد نموده است [۹].

چارچوب نظری

چارچوب نظری این پژوهش براساس نظریه بازاندیشی‌گیدنز و نظریه عدم تأیید انتظار می‌باشد. مطابق نظریه‌گیدنز، دوران مدرن با خاصیت بازاندیشی مشخص می‌شود و افراد در تمامی ابعاد زندگی و از جمله در خود بازاندیشی، بازاندیشی می‌کنند. بازاندیشی سرچشمه ظهور مطالبات نوین می‌باشد که در سایه شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی سر برآورده‌اند. نظریه دوم، معتقد است که افراد با انجام مقایسه‌های اجتماعی، شرایط جامعه خود را با سایرین مقایسه می‌کنند و عدم تأیید انتظارات آنها می‌تواند به ناراضایتی و مطالبه‌گری آنها منجر شود. قبل از طرح نظریات

با ترجیحات، خواسته، قدرت نیاز و قدرت انگیزش قلمداد می‌کند.

فردریک هرزبرگ (Frederick Irving Herzberg) نیازها را به دو دسته تقسیم می‌کند: نیازهای زیستی که اجتناب از درد و محرومیت است و نیازهای انسانی که برای رشد روانی لازم است.

الکساندر (Alexander) نظریه‌پرداز دیگری است که نیازهای معنایی را در تئوری خود بیان می‌کند و آن را براساس آزمودن نظریه مازلو شکل داده است. به زعم وی نیازهای انسان‌ها دو دسته هستند: حفظ کننده (Conservative needs systems) و سازنده (Constructive needs systems). او بر این باور است که هدف از تعادل حیاتی که در نتیجه رفع نیازهای حفظ کننده حاصل می‌شود، حفظ موجود زنده است و زندگی حیوانی را تأمین می‌کند. انسان برخلاف حیوان به وضع موجود قانع نیست، بلکه در زندگی خواه و ناخواه برای خود نیازهای تازه که سازنده نیز هستند، ایجاد می‌کند. در این حالت دچار تنیدگی می‌شود و آن گاه برای رفع آن تنیدگی به کوشش و تکاپو می‌پردازد. بنا بر نظریه فوق، نیازهای سازنده همواره انسان را دچار تنیدگی می‌کنند و اگر این تنیدگی در انسان بیش از حد باشد، در زندگی او نه تنها سازندگی پیش نمی‌آید، بلکه تخریب نیز صورت می‌گیرد.

به نظر روانشناسان تعریف کامل نیازها، بیان هنری الکساندر ماری (Henry Alexander Murray) است. وی نیاز را این گونه تعریف می‌کند:

نیروی که از ذهنیات و ادراک آدمی سرچشمه می‌گیرد و اندیشه و عمل را چنان تنظیم می‌کند که فرد به انجام رفتاری می‌پردازد تا وضع نامطلوبی را در جهتی معین تغییر دهد و حالت نارضایتی را به رضایت و ارضای نیاز تبدیل نماید. در اینجا نیز به خوبی مشهود است که تعریف نیاز از دید روان‌شناسان، به تعبیری آمیزه‌ای از مفهوم خواست و نیاز است و هر دو مفاهیم خواست و نیاز را با هم دربردارد. بنابراین شاید بتوان چنین ذکر کرد که در تمام مسیر علم روانشناسی،

نیازهای فیزیولوژیکی، نیازهای دیگر از جمله نیازهای روان‌شناختی، توجه نظریه‌پردازان را به خود معطوف داشته و الگوهای آنان بحث گسترده‌ای در نوشتارهای انگیزش را به خود اختصاص داده است.

پس از بررسی مفاهیم نیاز در علوم روان‌شناسی، در تئوری خود تصمیمی (Self Determination Theory)، نیازهای معنایی در قالب مفهوم نیاز در علم بیان شد. از دیدگاه این تئوری، بین هدف‌ها یا دستاوردها و روند نظارتی، که دستاوردها دنبال می‌کنند، تفاوت وجود دارد و تمایز محتوا و روش، مهم قلمداد می‌شود. یعنی انگیزش یا همان روش با خواست و نیاز متفاوت است. براساس تئوری خود تصمیمی، نیازها نیز با خواست‌ها تفاوت دارند. این تئوری مبتنی بر این باور است که اگر نیازهای فیزیولوژیکی ارضا نشوند، انسان هر راه دیگری را برای ارضای آن دنبال می‌کند، اما اگر خواست ارضا نشود، شخص اصرار دارد تا به همان صورتی که می‌خواهد آن را به دست آورد. بنابراین، خطر برآورده نشدن خواست بسیار بیشتر از نیاز است. در این نظریه اذعان می‌دارند که گرچه بسیاری از رفتارها برای ارضای نیازهای اساسی است، اما بدان معنا نیست که تجربیات انسان‌ها تنها برای ارضای نیازهای معقولشان باشد، بلکه آنها ممکن است کاری را انجام دهند که برایشان جالب و یا ارزشمند است.

نظریه پردازانی نیز در علم روانشناسی مفهوم نیازهای معنایی یا خواست را یک حقیقت علمی شناخته و سعی کرده‌اند آن را تعریف و تبیین کنند. چنانچه اسکینر (Skinner) نیازهای روحی را بازساخت و اذعان داشت که عملکرد انگیزه‌های روحی به تشویق بستگی ندارد، زیرا انجام آن کار به خودی خود برای فرد جایزه محسوب می‌شود و او این انگیزش‌ها را همان نیازهای روحی- روانی می‌داند.

آلدرفر (Alderfer) نظریه‌پرداز دیگری است که خواست را مفهومی علمی در ساختار پژوهشی خود معرفی و بیان می‌کند. او در تحقیق خود، نیازهای معنایی را با واژه‌ای بیان می‌دارد. او این واژه را مترادف

افراد انتظار دارند دولت همانند سایر دولت‌ها این حقوق را محترم شمرده و به مطالبات آنها پاسخ مثبت دهد.

بنابراین در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت مطالبه، خواسته‌ای آگاهانه است که از یک نیاز برمی‌خیزد و از سوی افراد جامعه در قبال خود، خانواده و جامعه درخواست می‌گردد. وقتی این مطالبه شکل سیاسی به خود می‌گیرد که افراد زیادی، گروه‌های حقیقی، حقوقی و در سطح وسیع، طرح و با یک هویت جمعی آمیخته شود، می‌توان به آن مطالبه سیاسی اطلاق نمود. به عبارت دیگر مطالبه سیاسی حق شهروندی است که هر فرد به‌عنوان عضوی از جامعه انتظار آن را دارد و به‌عنوان احقاق منزلت سیاسی‌اش، آن را خواهان است. همان چیزی که در باور کالینز (Collins) نمودار است و معتقد است زندگی اجتماعی از افرادی تشکیل شده است که به دنبال ارضای نیازها و خواسته‌هایشان هستند [۱۳].

ظهور گروه‌های اجتماعی جدید و شکل‌گیری هویت‌های تازه در فضای مجازی و به واسطه فناوری اطلاعات باعث شده تا تفسیر و درخواست‌های افراد از دنیای اطراف در قالب‌های متفاوتی شکل گیرد [۱۴]. در فضای جدید افراد تصور متفاوتی درباره جهان اجتماعی و سیاسی خود دارند با معیارها و خط‌مشی‌های متفاوتی آن را ارزیابی می‌کنند، خواسته‌ها و آرزوهای دیگری دارند و در مجموع نوع مطالبات آنها متنوع‌تر و گسترده‌تر می‌باشد. به باور گیدنز (Giddens) فرد در این فضا مدام شاهد پویایی و تحرک بی‌سابقه است و دنیای خود را مورد بازاندیشی (reflexivity) قرار می‌دهد و یکی از پیامدهای همین بازاندیشی، شکل‌گیری مطالبات جدید در حوزه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است. پس از آنکه خواسته‌ها و مطالبات افراد متراکم شد، دولت‌ها دو رویکرد کلی در پیش رو دارند: اول آنکه از کنار خواسته‌ها و مطالبات بگذرند و توجه خاصی به آنها نداشته باشند. رویکرد دوم این است که برای مطالبات و خواسته‌ها اصالت قائل شده و تلاش کنند که به صورت

مفهوم خواست در دل تعریف نیاز نهفته بوده است [۱۱].

براساس تعاریف ارائه شده در بالا مشخص می‌شود که مفهوم مطالبه، با خواسته مترادف است و معنای واحدی از آنها به ذهن متبادر می‌شود. مبنای خواسته‌ها نیز در عصر حاضر تا حد زیادی ناشی از تبلیغات و رسانه‌های نوین هستند که به ذهنیات افراد شکل می‌دهند و تمایل دارند آنها را به شکل واحد و یکسانی درآورند. برخی از این مطالبات نیز ناشی از مقایسه‌های اجتماعی است که توسط افراد صورت می‌گیرد و بر اثر این مقایسه‌ها، مطالبه آنها شکل می‌گیرد. در واقع رسانه‌ها با استناد به حقوق سیاسی افراد، خواسته‌های سیاسی را در افراد شکل می‌دهند و ممکن است آنها برای رسیدن به این مطالبات به اقدام عملی و حتی خشونت نیز دست بزنند.

حقوق سیاسی، بخشی از حقوق بشر است که به حقوق انسان‌ها در حوزه سیاست می‌پردازد و اموری از قبیل حق تعیین سرنوشت و مقدرات سیاسی و حق آزادی‌های سیاسی را شامل می‌شود. حق تعیین سرنوشت و مقدرات سیاسی مهمترین حقوق سیاسی است. اسلام به‌عنوان یک نظام مردم سالار، حقوق سیاسی متقابل مردم و حکومت را به رسمیت شناخته و آن را به اشکال مختلف پذیرفته است. مهمترین حقوق سیاسی شامل حق تعیین سرنوشت، حق شرکت مردم در انتخابات و همه‌پرسی‌ها، حق شرکت در انتخابات، حق دسترسی شهروندان به مناصب دولتی، حق انتقاد و اعتراض، حق عزل، حق انتخاب رهبران و شرکت مستقیم و غیرمستقیم در سیاست‌گذاری عمومی و حق برخوردار از آزادی‌های سیاسی، حق برخورداری از آزادی بیان و آزادی احزاب می‌باشد. هر یک از این حقوق در صورت تامین از سوی دولت، ابزار اعمال نظارت مردم بر دولت نیز می‌باشند [۱۲]. این حقوق به‌مرور زمان با افزایش دانش و آگاهی افراد، فعالیت رسانه‌ها، تبلیغات، ارتباطات و تعامل با سایر کشورها و ... تبدیل به خواسته‌ها و مطالبات مردمی شده است و

منطقی به آنها پاسخ بدهند. این پاسخ منطقی به رسمیت شناختن خواسته‌ها و پیدا کردن راه‌حل و سازوکار منطقی برای تحقق آنها است.

نظریه بازاندیشی گیدنز

دیویی (Dewey) به‌عنوان اولین کسی که مفهوم بازاندیشی را مطرح ساخته است، بازاندیشی را ملاحظه دقیق، فعال و مداوم هر عقیده یا شکل مفروض دانش می‌داند [۱۵]. سایر پژوهشگران حوزه بازاندیشی نیز بازاندیشی را یک فرایند تفکر خاص و در قالب پرسشگری، تفکر، آزمایش و امتحان، بررسی و سنجش، پردازش ذهنی یا تجزیه و تحلیل تعریف کرده‌اند که البته تمام این موارد جز فعالیت‌های شناختی هستند [۱۶]. در دوران اخیر گیدنز از جمله متفکرینی می‌باشند که به نقش بازاندیشی و تامل و معرفت در زندگی مدرن پرداخته است. گیدنز مشخصه کلیدی جوامع جدید را بازاندیشی می‌داند. در جوامع پیشامدرن غالباً سنت رفتار روزمره را هدایت می‌کرد. یعنی، مرجعیت اعمال پیشین تعیین‌کننده رفتار بود. در حالی که در جوامع مدرن اعمال اجتماعی پیوسته در پرتو اطلاعات جدید مورد بازبینی قرار می‌گیرد [۱۷]. فرد در جهان کنونی به کمک تکنیک‌های گوناگون فرصت‌های متنوعی برای توسعه شخصیت خود فراهم می‌کند. در چنین شرایطی است که خود به پروژه‌ای بازاندیشانه تبدیل می‌شود؛ پروژه‌ای که از آن طریق، خود در سطح فرد، بازاندیشانه و تغییردهنده می‌شود. گیدنز معتقد است که بازاندیشی در زندگی اجتماعی دربرگیرنده این واقعیت است که کارکردهای افراد پیوسته بازسنجی می‌شوند؛ یعنی با اصلاح به وسیله داده‌های تازه، ویژگی‌های آن به‌گونه‌ای اساسی دگرگون می‌شود. گیدنز بر این باور است که در جامعه مدرن، انسان‌ها با آفرینش و اصلاح هویت خود، چه‌بودن و چگونه این‌شدن خود را پیوسته بازنگری می‌کنند. همه صورت‌های زندگی، کم و بیش با دانشی

که کنشگران از این صورت‌ها دارند، ساخته می‌شود و از دید گیدنز، بازاندیشی مدرنیت با تولید پیوسته خودشناسی پی‌درپی ارتباطی مستقیم دارد. از نظر گیدنز ویژگی مدرنیته نه اشتها برای چیزهای نو، بلکه فرض بازاندیشی درباره همه‌چیز است که البته خود بازاندیشی را نیز دربر می‌گیرد. این بازاندیشی تحت تاثیر چهار عامل قرار می‌گیرد: نخست، قدرت است. قدرت، محقق دانش را در خدمت منافع گروهی قرار می‌دهد؛ دوم، به نقش ارزش‌ها باز می‌گردد. ارزش‌ها مبنای عقلانی ندارند و هر تغییری مبتنی بر بازاندیشی، تحت تاثیر ارزش‌ها نیز قرار می‌گیرد؛ سوم، پیامدهای ناخواسته است. بازاندیشی جهان مدرن، امکان مسدود شدن پیامدهای ناخواسته را از بین برده و هر زمان احتمال وقوع آنها وجود دارد؛ چهارم، گردش دانش اجتماعی است. دانشی که به گونه‌ای بازاندیشانه در شرایط بازتولید نظام به کار بسته می‌شود [۱۸].

گسترش شبکه‌های اجتماعی، پست الکترونیکی و اینترنت بر دگرگون‌شدن دیدگاه‌ها و ارزش‌های افراد اثر گذاشته‌اند. تعامل بین جهانی شدن فرهنگی و جهانی شدن فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی موجب تحول در ارکان فرهنگی جوامع و بازاندیشی در آنها توسط اعضای جوامع مختلف شده است. بسیاری از ایده‌های جهانی همچون برابری، حقوق بشر، سوسیالیسم، دموکراسی و مانند آنها از این طریق وارد جوامع گوناگون می‌شوند. این بازاندیشی موجب تحول در ابعاد هویت اجتماعی مردم گردیده است به نحوی که افراد به بازسازی هویت خویش (به طریق بازاندیشانه) دست‌زده و هویت سنتی آنها به فراخور تاثیرات جریانات جهانی شدن و میزان نفوذ در جوامع مختلف دگرگون گشته است. امروزه ما با پدیده جدیدی روبه‌رو هستیم که از آن تحت عنوان هویت‌های فرهنگی چندگانه یاد می‌شود. با جهانی شدن فرهنگی ارزش‌ها، سنت‌ها و هنجارهای پایدار متعلق به یک یا چند فرهنگ رفته‌رفته به صورت شبکه واحدی از روابط اجتماعی درمی‌آید و در نتیجه روابط اجتماعی که در گذشته به

باشد، فرد عدم تأیید مثبت انتظارات را تجربه خواهد کرد.

در گذشته تصور بر آن بود که رضایت حاصل انتظارات و عدم تأیید آن است، یعنی جهت مثبت و منفی آن مورد نظر بوده است. تحقیقات انجام شده اخیر نشان داده است که عدم تأیید می‌تواند تابعی منفی از انتظارات و تابعی مثبت از عملکرد استنباط شده باشد و عملکرد استنباط شده به‌طور مثبت متأثر از انتظار است. از جهت دیگر، سطح انتظارات در بین افراد مختلف متفاوت است، زیرا انتظارات می‌توانند ماهیت هنجاری داشته باشند، یعنی هر فرد، انتظارات خاصی داشته باشد. مطابق این رویکرد نظری، افراد در فضای شبکه‌های اجتماعی با ویژگی‌ها، ارزش‌ها و آرمان‌های متفاوتی از نظام‌های سیاسی مواجه می‌شوند و در صورتی که در مقایسه بین شرایط موجود و شرایط سایر جوامع، تفاوت قابل توجهی احساس کنند، منبعی از نارضایتی برای آنها حاصل و مطالبات آنها نیز انباشته می‌شود. وجود این مقایسه‌ها به‌عنوان منبعی دائمی از بازتولید مطالبات و تلاش به منظور برآورده شدن آنها در افراد شکل می‌گیرد.

یافته‌ها

در این بخش مهمترین یافته‌های تحقیق ارائه می‌شوند. توزیع وضعیت پاسخگویان بر حسب میزان مطالبات سیاسی آنها در جدول زیر نشان داده شده است:

جدول ۲: توزیع درصد فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان مطالبات سیاسی

میزان مطالبات سیاسی کاربران	فراوانی	درصد
متوسط	۳۸	۴۹
زیاد	۲۱۸	۲۸.۴
خیلی زیاد	۵۱۲	۶۶.۷
جمع کل	۷۶۸	۱۰۰

زمان و مکان خاصی مربوط می‌شد با گذشتن از مرزها و محدودیت‌ها، ابعاد تازه‌تری پیدا می‌کند. فرهنگ جهانی که در این فضا متبلور می‌شود، فرهنگی متمایز از فرهنگ‌های خاص است که به هویت تاریخی تعلق ندارد و فرهنگی التقاطی، عام و بی‌زمان است. در واقع جهانی شدن فرهنگی موجب تغییرات بنیادین در نظام فرهنگی و شخصیتی و همچنین در روابط اجتماعی می‌شود. به‌طور کلی جهانی شدن فرهنگ، پیامد فرایند نوگرایی به شمار می‌آید و یکی از ویژگی‌های اساسی این پدیده که پایه تحرک و پویایی آن به شمار می‌آید، بازاندیشی در ابعاد گوناگون زندگی اجتماعی است. بر پایه بازاندیشی، مطالبات سیاسی افراد دائماً مورد بازاندیشی قرار می‌گیرد و نوع پاسخگویی و مواجهه دولت‌ها با این مطالبات، می‌تواند سرنوشت جامعه را دچار تغییر نماید.

تئوری عدم تأیید انتظار

نظریه عدم تأیید انتظارات از چهار جز اصلی برخوردار است: انتظارات، عملکرد استنباط شده، عدم تأیید و رضایت افراد [۱۹]. فرض اصلی این نظریه آن است که رضایت حاصل شده برای افراد، حاصل مقایسه انتظارات و ادراک از عملکرد است و به اندازه و جهت عدم تأیید آن بستگی دارد. در این الگو، اگر عملکرد متناظر با سطح انتظارات باشد، تجربه فرد تأییدکننده انتظارات است، اما اگر عملکرد کمتر از سطح انتظارات باشد، فرد عدم تأیید منفی انتظارات را تجربه می‌کند. سرانجام در صورتی که عملکرد بالاتر از سطح انتظارات

میزان مطالبات سیاسی ۴.۹ درصد از پاسخگویان در حد متوسط، ۲۸.۴ درصد در حد زیاد و ۶۶.۷ درصد در حد خیلی زیاد می‌باشد. بنابراین بیشتر پاسخگویان (نما) دارای مطالبات سیاسی خیلی زیاد می‌باشند. توزیع درصد فراوانی پاسخگویان به گویه‌های شاخص مطالبات سیاسی در جدول زیر نشان داده شده است:

جدول ۳: توزیع درصد فراوانی پاسخگویان به گویه‌های شاخص مطالبات سیاسی

گویه	کاملاً موافق	موافق	تا حدی موافق	مخالف	کاملاً مخالف
۱. وجود احزاب متعدد با دیدگاه‌ها و عقاید مختلف، برای کشور ما امری واجب و ضروری است.	۶۸	۲۱.۱	۰	۱۰.۹	۰
۲. به نظر من، حتی مخالفین نظام هم، باید حق انتخاب شدن و دخالت در سرنوشت خویش را داشته باشند.	۳۲.۸	۱۶	۳۵.۴	۱۵.۸	۰
۳. این حق شهروندان است که بتوانند تحسن و گردهمایی‌های آرامی را در اعتراض به برخی امور، برگزار کنند.	۴۵.۲	۲۶.۶	۱۹.۵	۸.۷	۰
۴. کشور ما نیازمند مطبوعات و رسانه‌های مستقل از دولت است تا بتوانند آزادانه دیدگاه‌های خود را مطرح کنند.	۵۳.۳	۱۵.۸	۲۵.۵	۵.۵	۰
۵. باید از طریق بحث‌های سیاسی و نقد دولت در زمینه‌های مختلف، عملکرد دولت را بررسی کرد.	۵۳.۶	۳۱.۱	۹.۸	۵.۵	۰
۶. لازم است که آزادی‌های بیشتری به زنان اعطا شود و از اعمال تبعیض و محدودیت علیه آنان خودداری کرد.	۳۴.۶	۲۷.۲	۲۵.۹	۳.۳	۹
۷. دولت باید در هر زمینه‌ای که مردم مایل باشند، حاضر به پاسخگویی باشد.	۶۳.۹	۲۰.۸	۴.۸	۱۰.۴	۰

توزیع درصد فراوانی پاسخگویان، بر حسب میزان فعالیت آنها در شبکه‌های اجتماعی، در جدول زیر نشان داده شده است:

جدول ۴: توزیع درصد فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی

میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی	فراوانی	درصد
کم	۴۳۸	۵۷
متوسط	۳۲۱	۴۱.۸
زیاد	۹	۱.۲
جمع کل	۷۶۸	۱۰۰

میزان فعالیت ۵۷ درصد از پاسخگویان در شبکه‌های اجتماعی در حد کم، ۴۱.۸ درصد در حد متوسط و ۱.۲ درصد در حد زیاد می‌باشد. بنابراین میزان فعالیت بیشتر پاسخگویان در شبکه‌های اجتماعی در حد کم می‌کنند. به منظور تعیین آزمون آماری مناسب، ابتدا در خصوص نرمال بودن توزیع داده‌ها بایستی اطمینان حاصل کرده و سپس از آزمون‌های آماری مقتضی استفاده نماییم. به منظور بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون آماری کالماگروف-اسمیرنوف استفاده شده است که نتایج آن در جدول زیر گزارش شده است:

آزمون فرضیه تحقیق

جدول ۵: بررسی نرمال بودن داده‌ها با استفاده از آزمون کالماگروف-اسمیرنوف

متغیر	میزان آماره k-s	سطح معناداری
مطالبات سیاسی	۰.۱۴۴	۰.۰۰۰
استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۰.۱۲۴	۰.۰۰۰

سطح سنجش ترتیبی اندازه‌گیری شده‌اند، از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده می‌کنیم. فرضیه: بین استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام و مطالبات سیاسی آنها در شهرهای تهران و قم رابطه معناداری وجود دارد.

براساس اطلاعات جدول فوق با توجه به اینکه سطح معناداری مشاهده شده کمتر از ۰.۰۵ می‌باشد با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که توزیع داده‌ها نرمال نمی‌باشد. به همین دلیل، جهت آزمون فرضیه تحقیق از آزمون‌های ناپارامتریک بایستی استفاده نماییم. با توجه به اینکه متغیر وابسته و مستقل در

جدول ۶: جدول همبستگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی با مطالبات سیاسی آنها

مطالبات سیاسی		متغیر مستقل
سطح معناداری	r_s	
۰.۰۰۰	۰.۵۹	استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی

در حد متوسط می‌باشد. به عبارت دیگر، هر چه میزان استفاده افراد از شبکه‌های اجتماعی بیشتر باشد، میزان مطالبات سیاسی آنها نیز بیشتر خواهد بود و برعکس.

بین میزان استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی در طول شبانه‌روز و مطالبات سیاسی آنها رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد و میزان r_s (اسپیرمن) ۰.۵۹ می‌باشد که نمایانگر رابطه مستقیم و

جدول ۷: ؟

میانگین	متغیر مستقل	
۳.۵	تهران	مطالبات سیاسی
۰.۴۴	انحراف معیار	
۲.۷۳	قم	
۰.۷۶	انحراف معیار	

در این مطالعه نشان داده شد که بین فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی و سطح مطالبات سیاسی آنان رابطه معناداری وجود دارد و سطح این مطالبات در دو پایتخت مورد بررسی از تفاوت معناداری برخوردار است و کاربران تهرانی از درجه بالاتری از مطالبات سیاسی

میانگین مطالبات سیاسی شهر تهران ۳.۵ و شهر قم ۲.۷۳ می‌باشد که نشان می‌دهد میزان مطالبات سیاسی در شهر تهران بیشتر از شهر قم می‌باشد.

تجزیه و تحلیل

سیاستگذاران تلاش می‌نمایند تا از طریق نظارت بر شبکه‌های اجتماعی و هدایت محتوای آنها، به مطالبات جامعه سمت و سوی خاص بخشند و آنها را در کانال‌های مشخصی هدایت نمایند.

رشد روزافزون شبکه‌های اجتماعی، سر برآوردن گروه‌های اجتماعی جدید و شکل‌گیری هویت‌های تازه در فضای مجازی، باعث شده تا تفسیر و درخواست‌های افراد از دنیای اطراف در قالب‌های متفاوتی شکل بگیرد و افراد تصور متفاوتی از جهان اجتماعی و سیاسی خود داشته باشند. با معیارها و خط‌مشی‌های متفاوتی آن را ارزیابی می‌کنند، خواسته‌ها و آرزوهای دیگری را مدنظر داشته باشند و در مجموع نوع مطالبات آنها متنوع‌تر و گسترده‌تر شود. شاید بتوان آن را به تعبیر گیدنز، همان بازاندیشی در مطالبات و خواسته‌های افراد دانست که مدام صورت می‌گیرد و می‌تواند نوع کنش‌های سیاسی افراد را تعیین نماید. طرح مطالب متنوع و گوناگون در شبکه‌های اجتماعی، انتشار اخبار متعدد سیاسی و اجتماعی، بازنشر اخبار در خصوص مسئولین و مقامات سیاسی و ... از جمله عواملی هستند که به بازاندیشی کاربران کمک می‌نمایند و در پاسخ به شرایط پیش رو، آنها مطالبات خود را بازاندیشی می‌نمایند. به همین دلیل است که در مقاطعی خاص، برخی مطالبات برجسته می‌شود و برخی مطالبات به حاشیه رانده می‌شود. در واقع ارتباط تنگاتنگ فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و سطح مطالبات افراد کاملاً مشخص است و این پژوهش نیز نشان داد که با افزایش سطح فعالیت افراد در شبکه‌های اجتماعی، میزان مطالبات آنها نیز افزایش پیدا می‌کند.

پیشنهادها و راهکارها

- وزارت کشور لازم است نسبت به تشکیل احزاب و گروه‌های سیاسی با سعه‌صدر رفتار نماید و مجوزهای لازم را در این خصوص اعطا نماید.

برخوردار هستند. در تبیین این موضوع می‌توان به دو نکته اشاره کرد. اولاً میزان استفاده کاربران تهرانی از شبکه‌های اجتماعی بیشتر از کاربران شهر قم می‌باشد و هر چه کاربران بیشتر در معرض شبکه‌های اجتماعی باشند، تاثیرپذیری بیشتری از این شبکه‌ها خواهند داشت و نوع مطالبات آنها و سطح آن نیز از تفاوت معناداری برخوردار خواهد شد. از سوی دیگر شبکه اجتماعی تلگرام در بین کاربران تهرانی پرتعدادتر می‌باشد و از آنجایی که مطالبات سیاسی کاربران تلگرام بیشتر از مطالبات سیاسی کاربران شبکه اجتماعی اینستاگرام است، می‌توان به این نتیجه رسید که سطح مطالبات سیاسی شهروندان تهرانی بیشتر از شهروندان قم می‌باشد.

نتیجه‌گیری

این پژوهش رابطه بین فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و مطالبات سیاسی کاربران مورد بررسی قرار گرفت. شبکه‌های اجتماعی از طریق در اختیار گذاشتن انبوهی از اطلاعات برای افراد، آنها را بر سر دوره‌های متفاوتی قرار می‌دهند که می‌تواند نظام سیاسی جوامع را با چالش‌های جدی مواجه نماید. از طرفی به واسطه مقایسه‌های اجتماعی بین جوامع محلی و سایر جوامع، بخش قابل توجهی از مطالبات در افراد شکل می‌گیرد که نظام سیاسی مسئول پاسخگویی به نیازها و مطالبات افراد می‌باشد و از سوی دیگر افراد به منظور یافتن پاسخی برای این مطالبات، اقدام به کنشگری سیاسی می‌نمایند که می‌تواند به دو صورت کنشگری متعارف و غیرمتعارف باشد و نوع دوم آن برای هر نظام سیاسی دارای هزینه‌های فراوانی می‌باشد و تمامی تلاش سیستم‌ها آن است که مطالبات افراد از طریق کنشگری متعارف دنبال شود. میزان رضایت حاصل شده در افراد که بر اثر رفع نیازها و مطالبات آنها شکل می‌گیرد، آینده نظام‌های سیاسی را می‌تواند دچار تغییر نماید و به همین دلیل رهبران سیاسی و

References

۱. Abbasi Ghadi, M, Khalili Kashani, M. The Effect of the Internet on National Identity. Tehran: Strategic Studies Research Institute, ۱۰۰, ۲۰۱۲. [In Persian]
۲. Khoshfar, G, Mirzakhani, S. How to Use Social Networks, Contexts and Agents. Media Quarterly, ۲۹th year, No. ۴, ۱۶, ۲۰۱۷. [In Persian]
۳. Bode, L. Facebooking it to the Polls: A Study iIn Online Social Networking and Political Behavior. Journal of Information Technology and Politics, No. ۹, ۳۵۲-۳۶۹, ۲۰۱۲.
۴. Enikolopov, Ruben, Korovkin, Vasily, Petrova, Maria, Sonin, Konstantin and Zakharov, Alexei. Electoral Fraud in Russian Parliamentary Elections in December ۲۰۱۱: Evidence from a Field Experiment. Proceedings of the National Academy of Sciences, ۱۱۰ (۲), ۴۴۸-۵۲, ۲۰۱۳.
۵. Jost, John T; Barberá, Pablo; Bonneau, Richard and Langer, Melanie. How Social Media Facilitates Political Protest: Information, Motivation, and Social Networks: Social Media and Political Protest. Political Psychology ۳۹(۱۱), February, ۸۵-۱۱۸, ۲۰۱۸. DOI: ۱۰.۱۱۱۱/pops.۱۲۴۷۸.
۶. Ahmad ,Taufiq and Ittefaq, Muhammad. The Use of Social Media on Political Participation Among University Students. An Analysis of Survey Results From Rural Pakistan, July, SAGE Open ۹(۳), ۱-۹, ۲۰۱۹.
۷. Zumárraga-Espinosa, M. Social Network Sites and Political Protest:

- در انتخابات مختلف، لازم است نمایندگان گروه‌های مختلف مردم حضور داشته باشند تا مردم به مشارکت بیشتر ترغیب شوند.
- اعطای مجوز به منظور برگزاری گردهمایی‌های آرام یکی از حقوق اساسی شهروندان است که وزارت کشور بایستی در خصوص اعطای مجوز و در نظر گرفتن مکانی خاص برای این نوع گردهمایی‌ها، اقدامات لازم را انجام دهد.
- رسانه ملی لازم است نسبت به برگزاری هم‌اندیشی، میزگرد و بحث‌های گروهی در خصوص مسائل روز جامعه اقدام نماید تا شهروندان بتوانند نسبت به پاسخگویی دولت امیدوارتر باشند.
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و قوه قضاییه بایستی در خصوص روزنامه‌های منتقد بازنگری نمایند و از طریق اجازه دادن به این روزنامه‌ها، زمینه نقد سازنده را در جامعه فراهم سازند.
- تلاش دولت به منظور اعطای آزادی‌های لازم به زنان یکی از مطالبات آنها می‌باشد که لازم است از طریق تدوین منشور حقوق زنان به برخی از مهمترین این مطالبات پاسخ داده شود.
- در نظر گرفتن سخنگو برای هر یک از وزارتخانه‌ها به منظور پاسخگویی به ابهامات و سوالات شهروندان، می‌تواند شهروندان را نسبت به پاسخگویی دولت امیدوار نماید و رضایت آنها را افزایش دهد.
- پرهیز از فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی و تلاش به منظور رفع فیلتر این شبکه‌ها.

تشکر و قدردانی: موردی توسط نویسندگان گزارش نشده است.

تاییدیه‌های اخلاقی، تعارض منافع: پژوهش با منافع شخص یا سازمانی منافات ندارد.

سهام نویسندگان و منابع مالی / حمایت‌ها: موردی توسط نویسندگان گزارش نشده است.

۱۴. Mir Hosseini, B, Aghajani, H, Habibpour Ketabi, K. Women's Social Demands and the Relationship of Social Capital and Lifestyle with Them. *Women and Family Studies Quarterly*, Vol. ۷, No. ۱, Spring and Summer, ۷۹, ۲۰۱۸. [In Persian]
۱۵. Rahimi, M, Haqqani, F. Rethinking in Medical Education: a Review of the Concepts, Models, Principles and Teaching Methods of Rethinking. *Research Quarterly in Medical Sciences Education*, Vol. ۹, No. ۲, summer, ۱۶, ۲۰۱۶. [In Persian]
۱۶. Nguyen, QD, Fernandez, N, Karsenti, T, Charlin, B. What is Reflection? A Conceptual Analysis of Major Definitions and A Proposal of A Five-component Model. *Medical Education*; ۴۸ (۱۲), ۱۱۷۶-۸۹, ۲۰۱۴. DOI: ۱۰.۱۱۱۱/medu.۱۲۵۸۳.
۱۷. Seidman, S. *Conflict of Votes in Sociology*. Translated by Jalili H, ۳th edition, Tehran: Nei Publishers House, ۱۹۳, ۲۰۱۵. [In Persian]
۱۸. Afrasiabi, H, Khorrampour, Y. A Study of Social Rethinking Among the Youth of Yazd city. *Journal of Applied Sociology*, Year ۲۶, No. ۵۹, Fall, ۲۸, ۲۰۱۴. [In Persian]
۱۹. Ranjbaran, B, Zahedi, M. Investigating the Effects of Repeated Trips to Isfahan on the Level of Satisfaction of Foreign Tourists. *Journal of Geography and Regional Development*, No. ۹, Fall and Winter, ۶۷, ۲۰۰۷. [In Persian]
- An Analysis of the Moderating Role of Socioeconomic Status and Political Group Membership. *Doxa Communication*, ۳۰, ۵۵-۷۷, ۲۰۲۰.
۸. Kim, J. and Kim, Y. What Publics Do Online Matters: Internet Use and Political Information Behaviors. *Online Information Review*, Vol. ahead-of-print, No. ahead-of-print, ۲۰۲۱. <https://doi.org/10.1108/OIR-07-2020-0312>.
۹. Zomer, Fleur Lonneke. *The Influence of Using the Internet on Citizens Participation in Politics, Management, Society and Technology (BSc)*. University of Twente Enschede, The Netherlands. ۲۰۲۲.
۱۰. Robbins, S. *Fundamentals of Organizational Behavior*. Translated By Ali P and Seyed Mohammad A. Tehran: Cultural Research Office, ۲۰۲۱. [In Persian]
۱۱. Ekhtiyari, M. Examining the Concepts of Human Wants and Needs in Psychology and Their Influence on Architecture. *Safeh Journal, Faculty of Art and Architecture, Shiraz University*, No. ۵۷, ۲۰۱۱. [In Persian]
۱۲. Kazemzadeh, A. *The Political Rights of the People in the Exercise of Monitoring the Government*. *Specialized Quarterly of Political Science*, year ۱۳, No. ۴۱, winter, ۱۵۸, ۲۰۱۶. [In Persian]
۱۳. Seidman, S. *Conflict of Votes in Sociology*. translated by Jalili H, ۳th edition, Tehran: Nei Publishers House, ۱۲۱, ۲۰۱۵. [In Persian]