

نقش شبکه های اجتماعی در مشارکت سیاسی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان

دانشگاه فرهنگیان)

علی جعفری

استادیار هیات علمی دانشگاه فرهنگیان، تهران (نویسنده مسئول jafari.communication@gmail.com)

چکیده

هدف از تحقیق حاضر بررسی نقش شبکه های اجتماعی در مشارکت سیاسی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه فرهنگیان) بود. از لحاظ هدف تحقیق از نوع کاربردی، از لحاظ نوع روش، توصیفی و همبستگی و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات روش تحقیق مورد نظر پیمایشی می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل تمامی دانشجویان دانشگاه فرهنگیان اردبیل ۹۴-۹۵ هستند. که شامل ۵۵۳ نفر دانشجوی پسر دانشگاه فرهنگیان مرکز علامه طباطبایی اردبیل و ۳۴۰ نفر دانشجوی دختر پردیس فرهنگیان بنت الهدی صدر اردبیل می باشد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر ۲۶۹ بدست آمد. نمونه گیری این تحقیق به صورت تصادفی طبقه ای می باشد؛ به گونه ای که از پردیس علامه طباطبایی ۱۵۵ و پردیس بنت الهدی ۱۱۴ نفر دانشجو انتخاب شدند. به منظور گردآوری داده های موردنیاز از پرسشنامه محقق ساخته با استفاده از مدل میلبراث و گوئل بهره گرفته شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزار آماری SPSS و برای تحلیل فرضیات از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. یافته های تحقیق نشان می دهد که بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی و مشارکت سیاسی، انگیزه های سیاسی، مناظره های سیاسی، شرکت در فعالیت های سیاسی و دسترسی به اطلاعات سیاسی دانشجویان رابطه منفی معنی داری وجود دارد.

کلید واژه ها: حضور در شبکه های اجتماعی، مشارکت سیاسی، دانشگاه فرهنگیان، دانشجویان.

مقدمه

انسان امروز با رسانه زندگی می کند. به تعبیری رسانه ها جزء لاینفک حیات آدمیان امروز است. (ساروخانی، ۱۳۹۱: ۱۰). امروزه وجود رسانه های جدید ارتباطی به تحول ارتباطات افراد در فضای واقعی منجر شده است. یکی از این رسانه ها، شبکه های اجتماعی مجازی هستند که مخاطبان فراوانی را به خود جذب کرده اند. شبکه های اجتماعی مجازی گونه ای از رسانه های اجتماعی هستند که بیشترین شباهت را به جامعه انسانی دارند و به فرد امکان ساخت یک پروفایل را می دهند. افراد به مرور شروع به یافتن دوستان و آشنایان خود می کنند تا از این طریق فارغ از محدودیتهای زمانی، مکانی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی با آن ها ارتباط برقرار کنند و اطلاعات خود را با آن ها به اشتراک بگذارند. (موسوی به نقل از الیسون و بوید، علیمرادی: ۱۳۹۲).

امتیاز مهم این شبکه ها برای مثال شبکه ی تلگرام، تعامل هم زمان است. به این معنا که به محض به اشتراک گذاشتن مطالب توسط فرد، افرادی که در فهرست دوستان فرد قرار دارند بلافاصله مطلع می گردند و نظر دادن در باب یک مطلب، به تعامل آراء و تعامل با یکدیگر می پردازند.

شبکه های اجتماعی مجازی از با نفوذترین فناوریهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی هستند که همه ابعاد زندگی بشر را تحت تاثیر قرار داده اند. شبکه های اجتماعی اینترنتی به لحاظ عمومیت یافتن در میان کاربران و با گستره ی وسیع جغرافیایی در درون مرزهای ملی، به وسیله ای بی بدیل در عرصه ی ارتباطات تبدیل شده و زمینه های تاثیر گذاری خارج از کنترل دولت ها و نهادهای قدرت را در جوامع به وجود آورده است. در واقع، اشکال جدید رسانه های الکترونیک، به اعتقاد بسیاری از اندیشمندان، فضاهای عمومی جدیدی را برای جامعه ایجاد کرده و حتی جامعه سیاسی نیز، به شدت از این تعامل، دستخوش تحول شده است. (مسعودنیا و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۷۲).

ظهور و گسترش ارتباطات الکترونیک و به تبع آن کاربرد شبکه های اجتماعی، تعامل های اجتماعی را دچار تحول شگرفی نموده است. این شبکه ها به عنوان فراهم کننده راه جدیدی برای برقراری ارتباط و به اشتراک گذاری محتوا در اینترنت مورد توجه قرار گرفته اند و امروزه، صدها میلیون نفر از کاربران اینترنت در شبکه های مختلف اجتماعی عضویت دارند. در نتیجه چنین تحول ها، این فضای شبکه ی تا حد زیادی تعامل افراد و تعامل های گفتمانی را شکل و سمت و سو داده است. در همین ارتباط، انقلاب اطلاعات در دنیای مجازی به طور فزاینده ای نقش جنبش های اجتماعی شبکه ای افراد را گسترش داده و دیگر این کنشگران غیر دولتی هستند که عنوان طبقه جدید بر خط (آنلاین) و با گفتمانی نو، چالشی جدید را برای جوامع سنتی ایجاد کرده اند. لذا، نقش شبکه های اجتماعی را نمی توان در شکل دهی به افکار عمومی و در نتیجه تحول های سیاسی جهان

نادیده گرفت. با توجه به این واقعیت که شبکه های اجتماعی در سال های اخیر موجب تحول های اساسی سیاسی و اجتماعی در گوشه و کنار جهان شده اند، در ایران نیز، استفاده از فضای مجازی به طور اعم و به خصوص شبکه های اجتماعی به طور چشمگیری توسط مردم، احزاب و گروه های مختلف قبل و بعد از انتخابات های برگزار شده طی سال های گذشته افزایش یافته است و به نظر می رسد که استفاده از شبکه های اجتماعی تبدیل به معیار جدیدی برای تاثیر گذاری بر انتخابات در ایران و نیز فضای سیاسی کشور شده باشد. (ابراهیمی فرو همکاران، ۱۳۹۳).

اگر چه تحقیقات فراوانی در زمینه رسانه گروهی صورت گرفته است، اما تحقیق که به طور خاص به رابطه شبکه های اجتماعی مجازی و مشارکت سیاسی (با تاکید بر انتخابات) بپردازد، کمتر مورد توجه بوده است. پژوهش حاضر به دنبال این رابطه است. آمار و تحقیقات موعید افزایش روزافزون استفاده از شبکه های مجازی است حالا این سوال مطرح است که شبکه های مجازی چه نقشی در مشارکت سیاسی در میان دانشجویان دانشگاه فرهنگیان اردبیل دارد؟

پیشینه تحقیق

در ایران هر چند درباره تاثیر شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی، تحقیقات اندکی انجام شده است به چند نمونه از آنها اشاره می کنیم.

باستانی و دیگران (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «شبکه های اجتماعی و رفتار رای دهی جوانان در شهر مشهد» به مطالعه عوامل موثر بر رفتار رای دهی جوانان ۱۸-۲۹ سال شهر مشهد با تاکید بر رویکرد تحلیل شبکه های فردی پرداخته اند. نتایج پژوهش آنها نشان دهند این نکته است که ویژگی کارکردی شبکه بر رفتار رای دهی پاسخگویان تاثیر گذار است. در نهایت حاصل از این پژوهش بر نقش شبکه های فردی در تشریح و تبیین رفتار رأی دهی به طور مستقیم می گذارد.

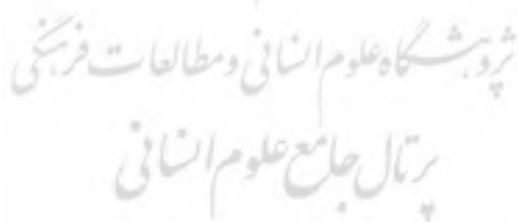
نیری (۱۳۸۹) در پایان نامه کارشناسی ارشد خود با نام شبکه های اجتماعی اینترنتی و مشارکت سیاسی، تأثیرگذاری شبکه های اجتماعی اینترنتی بر مشارکت سیاسی کاربران در انتخابات دوره دهم ریاست جمهوری در ایران را مورد بررسی قرار داده است. او در این پژوهش به این نتیجه می رسد که شرکت تعداد زیادی از او به ویژه جوانان و نوجوانان در انتخابات دوره دهم ریاست جمهوری تا حد زیادی متأثر از شبکه های اجتماعی اینترنتی مانند فیس بوک و توییتر بوده است.

مسعودنیا و همکاران (۱۳۹۰)، در تحقیق تحت عنوان «بررسی رابطه استفاده از اینترنت با رویکرد و مشارکت سیاسی» نشان دادند که میان میزان استفاده از اینترنت و شیوه استفاده از آن با میزان و نوع مشارکت سیاسی رابطه ی معنا داری وجود دارد.

یافته های تحقیق هرسیج و همکاران (۱۳۹۱)، نشان دهنده ی آن است که همبستگی معناداری میان ابعاد مصرف رسانه های جمعی یا میزان مشارکت سیاسی پاسخگویان وجود دارد. در تمام ابعاد مشارکت سیاسی، بعد رسانه های دیداری - شنیداری، پیش بینی کننده ی مهم تری است و ارتباط بیشتری با مولفه های مشارکت سیاسی دارد. مشارکت سیاسی، کمترین تاثیر را از مصرف رسانه های الکترونیک می پذیرد.

ابراهیمی و دیگران (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان «رابطه شبکه های اجتماعی و مشارکت سیاسی در میان دانشجویان دانشگاه اصفهان» نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد که بین برخی از ابعاد شبکه های اجتماعی با مشارکت سیاسی در دانشجویان مورد بررسی ارتباط معنی داری وجود دارد؛ هر چند ارتباط معنی داری بین متغیر کیفیات شبکه های اجتماعی با تمام ابعاد مشارکت سیاسی مشاهده شد، ولی در تمام ابعاد مشارکت سیاسی، بعد شبکه های افقی پیش بینی کننده مهم ترین است و ارتباط بیشتری با مولفه های مشارکت سیاسی دارد. در مجموع رابطه ابعاد شبکه های اجتماعی افقی و عمودی با تمام ابعاد مشارکت سیاسی معنی دار است.

عدلی پور و دیگران (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان «تأثیر استفاده از شبکه اجتماعی فیس بوک به اعتماد و مشارکت سیاسی در بین شهروندان تبریزی» نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد که بین مدت زمان عضویت و میزان استفاده از فیس بوک با اعتماد و مشارکت سیاسی در نمونه بررسی شده ارتباط معناداری وجود دارد؛ یعنی هر چقدر مدت زمان عضویت در فیس بوک و میزان استفاده فرد از فیس بوک بیشتر می شود میزان اعتماد و مشارکت سیاسی متعارف وی کمتر می شود؛ اما با افزایش مدت زمان عضویت و میزان استفاده از فیس بوک، مشارکت سیاسی غیر متعارف افراد افزایش می یابد.



چارچوب نظری تحقیق

در این تحقیق نظریات میلبراث و گوئل به عنوان چارچوب نظری تحقیق استفاده شده است و این تحقیق متغیرها را براساس نظریات میلبراث و گوئل با پنج متغیر و بیست و چهار سوال شاخص سازی گردید.

میلبراث و گوئل در تبیین مشارکت سیاسی از هفت عامل عمده نام می برند. این عوامل عبارتند از: محرک (انگیزه سیاسی)، موقعیت اجتماعی، ویژگی های شخصی، محیط سیاسی، مهارت، منابع و تعهد. منظور از محرک سیاسی عواملی از قبیل مناظره های سیاسی، تعلق خاطر نسبت به یک سازمان درگیر فعالیتهای سیاسی و دسترسی به اطلاعات درست می باشد. منظور از

ویژگی های شخصیتی عبارت از خصوصیات چگونگی اجتماعی بودن، برون گرایی و نظایر این ها. افرادی با خصوصیات مذکور هم بیشتر خود را درگیر مسایل سیاسی می کنند. پایگاه اجتماعی با شاخص هایی چون میزان تحصیلات، موقعیت محل سکونت، تعلق طبقاتی و موقعیت سنجیده می شود. محیط سیاسی عبارت است از محیطی که افراد در آن بسر می برند. به عنوان مثال فرهنگ سیاسی معینی می تواند او را نسبت به مشارکت در مسایل سیاسی تشویق کرده و یا باز دارد. منظور از مهارت، توانایی تحلیل قدرت سازماندهی، مهارت در سخنرانی ها و خطابه. منظور از منابع اشاره به منابع مالی غیر نقدی است که می تواند در قالب تماس ها و روابط افراد با دولت مردان و دبیران احزاب باشد. منظور از تعهد، تعلق خاطر نسبت به یک سازمان، گروه، حزب و یا فرد خاصی است که این پیوند و دل بستگی نسبت به موارد مذکور هم بر مشارکت سیاسی افراد تأثیر قابل ملاحظه ای دارد. برای مثال هر چه فرد بیشتر در معرض انگیزه های سیاسی به صورت بحث درباره سیاست، تعلق به سازمانی که به مشکلی به فعالیت سیاسی می پردازد یا دسترسی داشتن به اطلاعات سیاسی مربوط قرار داشته باشد، احتمال مشارکت سیاسی بیشتر است. اما مشارکت سیاسی بر طبق ویژگی های شخصی فرد فرق می کند. شخصیت های اجتماعی تر، مسلط تر و برون گرا تر، بیشتر احتمال دارد که از نظر سیاسی فعال باشند (راش، ۱۳۷۷: ۱۳۸).

روش تحقیق

تحقیق حاضر به صورت پیمایشی انجام گرفته و برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه دانشجویان دانشگاه فرهنگیان اردبیل ۹۴-۹۵ هستند. که شامل ۵۵۳ نفر دانشجوی پسر دانشگاه فرهنگیان مرکز علامه طباطبایی اردبیل و ۳۴۰ نفر دانشجوی دختر پردیس فرهنگیان بنت الهدی صدر اردبیل که در سال تحصیلی ۹۴-۹۵ مشغول به تحصیل هستند که مجموعاً ۸۹۳ نفر را شامل می شود. نمونه گیری این تحقیق به صورت تصادفی ساده و روش نمونه گیری طبقه ای خواهد بود؛ به گونه ای که از پردیس علامه طباطبایی ۱۶۷ و پردیس بنت الهدی ۱۰۲ نفر دانشجوی انتخاب شدند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران محاسبه شد. با قرار دادن مقادیر مورد نظر در فرمول کوکران، تعداد جامعه نمونه برابر با ۲۶۹ نفر محاسبه شد. پژوهش حاضر پس از تکمیل پرسشنامه، داده های گردآوری شده، بر اساس مقیاس های اندازه گیری متغیرها کدگذاری شده و با نرم افزار SPSS پردازش و تجزیه و تحلیل شده است. روش های مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل شامل موارد زیر می باشد: تجزیه و تحلیل توصیفی: روش های توصیفی شامل معیارهای تمایل به مرکز و پراکندگی و درصد، فراوانی می باشد که برای طبقه بندی داده ها و نمایش آنها از طریق جداول فراوانی و نمودار استفاده شد. تجزیه و تحلیل استنباطی: ابتدا با استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف نرمال بودن توزیع داده آزمون شد و با توجه به نرمال بودن برای تحلیل فرضیات از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد.

یافته های تحقیق

طبق نتایج بدست آمده از تحقیق ۵۷/۶ درصد پاسخگویان مرد هستند و ۴۲/۴ درصد نیز زن هستند. ۹۲/۹ درصد پاسخگویان مجرد هستند و ۷/۱ درصد نیز متأهل هستند. همچنین میانگین سن پاسخگویان ۲۱/۱۸ با انحراف معیار ۱/۴۰ است.

نتایج نشان می دهد که ۶/۷ درصد پاسخگویان با کمترین فراوانی بیش از پنج ساعت از شبکه اجتماعی تلگرام استفاده می کنند و ۳۹ درصد با بیشترین فراوانی کمتر از یک ساعت از شبکه اجتماعی تلگرام استفاده می کنند. ۴/۵ درصد پاسخگویان با کمترین فراوانی از شبکه اجتماعی واتساپ استفاده می کنند و ۴۶/۸ درصد با بیشترین فراوانی از شبکه اجتماعی تلگرام استفاده می کنند.

همچنین نتایج نشان می دهد که میانگین انگیزه های سیاسی ۳/۳۱، مناظره های سیاسی ۳/۰۷، تعلق خاطر نسبت به حزب ۳/۲۸، درگیری در فعالیت های سیاسی ۳/۳۸، دسترسی به اطلاعات سیاسی ۳/۷۹ و مشارکت سیاسی ۳/۳۷ است. در نهایت میانگین میزان استفاده از شبکه های اجتماعی برابر ۳/۴۹ با انحراف معیار ۰/۴۷ است.

جدول شماره ۱- نتایج آزمون کولمگروف - اسمیرنوف جهت تعیین نرمال بودن توزیع متغیر وابسته

آماره	مشارکت سیاسی
مقدار Z کولموگروف- اسمیرنوف	۱/۰۹۱
سطح معنی داری	۰/۷۶۱

طبق نتایج جدول (۱) و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون برای سطح اطمینان ۰/۹۵ بیش از ۰/۰۵ است، بنابراین می توان گفت که توزیع متغیر وابسته تحقیق نرمال است و جهت تحلیل فرضیات باید از آزمون های پارامتریک (ضریب همبستگی پیرسون) استفاده کرد.

یافته های استنباطی (تحلیل فرضیات)

فرضیه اصلی: بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی و مشارکت سیاسی دانشجویان رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۲- نتایج ضریب همبستگی پیرسون جهت تعیین رابطه همبستگی بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی

و مشارکت سیاسی

متغیر وابسته	آماره ها	متغیر مستقل
مشارکت سیاسی		
۰/۷۸۳ -	ضریب همبستگی پیرسون	میزان حضور در شبکه های اجتماعی
۰/۰۰۱	سطح معناداری	
۲۶۹	تعداد نمونه	

طبق نتایج جدول (۲) و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون در سطح اطمینان ۰/۹۹ کمتر از ۰/۰۱ است، بنابراین می توان گفت که فرضیه اصلی تایید می شود و بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی با مشارکت سیاسی دانشجویان رابطه منفی معنی داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۷۸- است.

فرضیه اول: بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی و انگیزه های سیاسی دانشجویان رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۳- نتایج ضریب همبستگی پیرسون جهت تعیین رابطه همبستگی بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی

و انگیزه های سیاسی

متغیر وابسته	آماره ها	متغیر مستقل
انگیزه های سیاسی		
۰/۶۰۲ -	ضریب همبستگی پیرسون	میزان حضور در شبکه های اجتماعی
۰/۰۰۱	سطح معناداری	
۲۶۹	تعداد نمونه	

طبق نتایج جدول (۳) و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون در سطح اطمینان ۰/۹۹ کمتر از ۰/۰۱ است، بنابراین می توان گفت که فرضیه اول تایید می شود و بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی با مشارکت سیاسی دانشجویان رابطه منفی معنی داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۶۰- است.

فرضیه دوم: بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی و مناظره های سیاسی دانشجویان رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۴- نتایج ضریب همبستگی پیرسون جهت تعیین رابطه همبستگی بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی

و مناظره های سیاسی

متغیر وابسته	آماره ها	متغیر مستقل
مناظره های سیاسی		
۰/۳۸۹ -	ضریب همبستگی پیرسون	میزان حضور در شبکه های اجتماعی
۰/۰۰۱	سطح معناداری	
۲۶۹	تعداد نمونه	

طبق نتایج جدول (۴) و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون در سطح اطمینان ۰/۹۹ کمتر از ۰/۰۱ است، بنابراین می توان گفت که فرضیه دوم تایید می شود و بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی با مناظره های سیاسی دانشجویان رابطه منفی معنی داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۳۸ - است.

فرضیه سوم: بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی و تعلق خاطر نسبت به یک حزب رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۵- نتایج ضریب همبستگی پیرسون جهت تعیین رابطه همبستگی بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی

و تعلق خاطر نسبت به یک حزب

متغیر وابسته	آماره ها	متغیر مستقل
تعلق خاطر نسبت به یک حزب		
۰/۰۵۶ -	ضریب همبستگی پیرسون	میزان حضور در شبکه های اجتماعی
۰/۳۵۹	سطح معناداری	
۲۶۹	تعداد نمونه	

طبق نتایج جدول (۵) و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون در سطح اطمینان ۰/۹۹ بیشتر از ۰/۰۱ است، بنابراین می توان گفت که فرضیه سوم تایید نمی شود و بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی با تعلق خاطر نسبت به یک حزب دانشجویان رابطه معنی داری وجود ندارد.

فرضیه چهارم: بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی و درگیری در فعالیت های سیاسی دانشجویان رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۶- نتایج ضریب همبستگی پیرسون جهت تعیین رابطه همبستگی بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی و درگیری در فعالیت های سیاسی

متغیر وابسته	آماره ها	متغیر مستقل
درگیری در فعالیت های سیاسی		
- ۰/۴۵۳	ضریب همبستگی پیرسون	میزان حضور در شبکه های اجتماعی
۰/۰۰۱	سطح معناداری	
۲۶۹	تعداد نمونه	

طبق نتایج جدول (۶) و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون در سطح اطمینان ۰/۹۹ کمتر از ۰/۰۱ است، بنابراین می توان گفت که فرضیه چهارم تایید می شود و بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی با درگیری در فعالیت های سیاسی دانشجویان رابطه منفی معنی داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۴۵- است.

فرضیه پنجم: بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی و دسترسی به اطلاعات سیاسی دانشجویان رابطه وجود دارد. جدول شماره ۷- نتایج ضریب همبستگی پیرسون جهت تعیین رابطه همبستگی بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی و دسترسی به اطلاعات سیاسی

متغیر وابسته	آماره ها	متغیر مستقل
دسترسی به اطلاعات سیاسی		
- ۰/۳۱۶	ضریب همبستگی پیرسون	میزان حضور در شبکه های اجتماعی
۰/۰۰۱	سطح معناداری	
۲۶۹	تعداد نمونه	

طبق نتایج جدول (۷) و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون در سطح اطمینان ۰/۹۹ کمتر از ۰/۰۱ است، بنابراین می توان گفت که فرضیه پنجم تایید می شود و بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی با دسترسی به اطلاعات سیاسی دانشجویان رابطه منفی معنی داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۳۱- است.

بحث و نتیجه گیری

فرضیه اصلی: بین میزان حضور در شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی دانشجویان رابطه وجود دارد.

طبق نتایج تحقیق فرضیه اصلی تایید می‌شود و بین میزان حضور در شبکه‌های اجتماعی با مشارکت سیاسی دانشجویان رابطه منفی معنی‌داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر $-0/78$ است.

یافته‌های تحقیق با نتایج تحقیق مسعودنیا و همکاران (۱۳۹۰) همخوانی دارد که نشان دادند که میان میزان استفاده از اینترنت و شیوه استفاده از آن با میزان و نوع مشارکت سیاسی رابطه معناداری وجود دارد.

یافته‌های تحقیق هرسیچ و همکاران (۱۳۹۱) همخوانی دارد که به این نتیجه رسیده‌اند که همبستگی معناداری میان ابعاد مصرف رسانه‌های جمعی با میزان مشارکت سیاسی پاسخگویان وجود دارد. در تمام ابعاد مشارکت سیاسی، بعد رسانه‌های دیداری - شنیداری، پیش‌بینی‌کننده مهم‌تری است و ارتباط بیشتری با مولفه‌های مشارکت سیاسی دارد.

یافته‌های تحقیق با نتایج تحقیق ابراهیمی و دیگران (۱۳۹۲) همخوانی دارد که نشان دادند بین برخی از ابعاد شبکه‌های اجتماعی با مشارکت سیاسی در دانشجویان مورد بررسی ارتباط معنی‌داری وجود دارد؛ هر چند ارتباط معنی‌داری بین متغیر کیفیات شبکه‌های اجتماعی با تمام ابعاد مشارکت سیاسی مشاهده شد، ولی در تمام ابعاد مشارکت سیاسی، بعد شبکه‌های افقی پیش‌بینی‌کننده مهم‌ترین است و ارتباط بیشتری با مولفه‌های مشارکت سیاسی دارد. در مجموع رابطه ابعاد شبکه‌های اجتماعی افقی و عمودی با تمام ابعاد مشارکت سیاسی معنی‌دار است.

یافته‌های تحقیق با نتایج تحقیق عدلی پور و دیگران (۱۳۹۳) همخوانی دارد که در پژوهش خود نشان دادند که بین مدت زمان عضویت و میزان استفاده از فیس بوک با اعتماد و مشارکت سیاسی در نمونه بررسی شده ارتباط معناداری وجود دارد؛ یعنی هر چقدر مدت زمان عضویت در فیس بوک و میزان استفاده فرد از فیس بوک بیشتر می‌شود میزان اعتماد و مشارکت سیاسی متعارف وی کمتر می‌شود؛ اما با افزایش مدت زمان عضویت و میزان استفاده از فیس بوک، مشارکت سیاسی غیر متعارف افراد افزایش می‌یابد.

یافته‌های تحقیق با نتایج تحقیق اسکوریک و همکارانش (۲۰۰۹) بیان کرده‌اند که شواهدی وجود دارد که شبکه‌های اجتماعی با مشارکت سیاسی ارتباط زیادی دارد.

فرضیه اول: بین میزان حضور در شبکه‌های اجتماعی و انگیزه‌های سیاسی دانشجویان رابطه وجود دارد.

طبق نتایج تحقیق فرضیه اول تایید می‌شود و بین میزان حضور در شبکه‌های اجتماعی با انگیزه های سیاسی دانشجویان رابطه منفی معنی داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۶۰- است.

یافته های تحقیق با نتایج تحقیق کونیتر و همکاران (۲۰۱۱) همسو است که به این نتیجه رسیدند که در اختیار داشتن شبکه های گوناگون اجتماعی و سیاسی، مشارکت سیاسی را افزایش می دهد و این امر به نوبه خود باعث تماس های سیاسی گوناگون با دیگران می شود.

فرضیه دوم: بین میزان حضور در شبکه‌های اجتماعی و مناظره‌های سیاسی دانشجویان رابطه وجود دارد.

طبق نتایج تحقیق فرضیه دوم تایید می‌شود و بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی با مناظره‌های سیاسی دانشجویان رابطه منفی معنی داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۳۸- است.

کالندا و موسکا (۲۰۰۷) در مطالعه پیمایشی در زمینه تاثیر اینترنت بر درگیر شدگی سیاسی دانشجویان دانشگاه فلورانس نتیجه گرفتند که بیشتر دانشجویان، درگیر شدگی سیاسی چه در فضای اینترنتی و چه غیر اینترنتی تا حد قابل توجهی از اینترنت تاثیر پذیرفته اند.

فرضیه سوم: بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی و تعلق خاطر نسبت به یک حزب دانشجویان رابطه وجود دارد.

طبق نتایج تحقیق فرضیه سوم تایید نمی‌شود و بین میزان حضور در شبکه‌های اجتماعی با تعلق خاطر نسبت به یک حزب دانشجویان رابطه معنی داری وجود ندارد.

فرضیه چهارم: بین میزان حضور در شبکه‌های اجتماعی و درگیری در فعالیت‌های سیاسی دانشجویان رابطه وجود دارد.

طبق نتایج تحقیق فرضیه چهارم تایید می‌شود و بین میزان حضور در شبکه های اجتماعی با درگیری در فعالیت های سیاسی دانشجویان رابطه منفی معنی داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۴۵- است.

باستانی و دیگران (۱۳۸۸) نشان دادند که ویژگی کارکردی شبکه بر رفتار رای دهی پاسخگویان تاثیر گذار است. در نهایت حاصل از این پژوهش بر نقش شبکه های فردی در تشریح و تبیین رفتار رای دهی به طور مستقیم می گذارد.

نیری (۱۳۸۹) به این نتیجه می‌رسد که شرکت تعداد زیادی از او به ویژه جوانان و نوجوانان در انتخابات دوره دهم ریاست جمهوری تا حد زیادی متأثر از شبکه های اجتماعی اینترنتی مانند فیس بوک و توئیتر بوده است.

مک کامبزو شاو در پژوهشی به بررسی اثرات رسانه ها بر انتخابات پرداخته‌اند. نتایج پژوهش آنان نشان داده است که رسانه ها با پوشش خبری ویژه و اغراق آمیز؛ تأثیر عمیقی بر رأی دهندگان می گذارند و آنان را بر می‌انگیزند تا ضمن شرکت در انتخابات به نامزد معینی رای دهند. (به نقل بهنوئی گدنه و همکاران، ۹۲).

کارتر (۲۰۰۶) در مطالعه خود درباره اینترنت و مشارکت شهروندان، بیان می‌دارد آن دسته از شهروندان ایالات متحده که در منزل به اینترنت دسترسی دارند (۵۵ درصد شهروندان)، ۱۲ درصد بیشتر از بقیه رأی می‌دهند. هر چه میزان اعتماد افراد به سایت مورد نظر بیشتر باشد، احتمال رأی دادن و شرکت در نظر خواهی کار بر اینترنتی بیشتر خواهد بود.

فرضیه پنجم: بین میزان حضور در شبکه‌های اجتماعی و دسترسی به اطلاعات سیاسی دانشجویان رابطه وجود دارد.

طبق نتایج تحقیق فرضیه پنجم تایید می‌شود و بین میزان حضور در شبکه‌های اجتماعی با دسترسی به اطلاعات سیاسی دانشجویان رابطه منفی معنی‌داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۳۱- است.

یافته‌های آرتز و سمتکو (۲۰۰۳) نشان می‌دهد افرادی که نسبت به مسائل سیاسی آگاه‌ترند و اطلاعات وسیع‌تری دارند، هنگامی که در معرض رسانه‌های جمعی قرار می‌گیرند، مشارکت بیشتری از خود نشان می‌دهند و در همه این زمینه‌ها تقویت می‌شوند و در مقابل، افراد نا مطلع نسبت به مسائل سیاسی بدبین و هر چه بیشتر در معرض پیام‌های سیاسی رسانه‌ها قرار می‌گیرند، روحیه مشارکت‌گریزی آن تشدید می‌شود.

بیکر (۲۰۰۶) و گرونلون (۲۰۰۵) در مطالعه خود درباره تأثیر اینترنت بر مشارکت سیاسی جوانان به این نتیجه رسیدند که استفاده هدفمند سیاسی از اینترنت، عامل تأثیرگذار و مهم بر مشارکت سیاسی پاسخگویان بوده و به ویژه بر پیگیری اخبار و رویدادهای سیاسی تأثیر قابل توجهی داشته است.

پیشنهاد‌های تحقیق

با توجه به یافته‌های تحقیق، بین میزان حضور در شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی دانشجویان رابطه منفی معنی‌داری وجود دارد. همچنین بین میزان حضور در شبکه‌های اجتماعی و انگیزه‌های سیاسی، مناظره‌های سیاسی، درگیری در فعالیت‌های سیاسی و دسترسی به اطلاعات سیاسی دانشجویان رابطه منفی معنی‌داری وجود دارد. بنابراین موارد زیر جهت بهبود مشارکت سیاسی دانشجویان پیشنهاد می‌شود:

- کرسی‌های آزاد اندیشی در فضای دانشگاه برگزار شود تا دانشجویان از مباحثه‌های سیاسی در شبکه‌های اجتماعی اجتناب کنند.
- خبرهای انتشار یافته در شبکه‌های اجتماعی در مورد مسائل انتخابات، توسط دانشجویان پی‌گیری شود و صحت و سقم آنها بررسی شود.
- شیوه‌های صحیح استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای پیشگیری از آسیب به مشارکت سیاسی در مورد شبکه‌های اجتماعی به دانشجویان آموزش داده شود.

- پیشنهاد می شود محتوای شبکه های اجتماعی توسط سیستم های کنترل برای پیشگیری از آسیب های احتمالی آن کنترل شود.
- بروشورها و ویژه نامه های مخصوص اثرات استفاده از شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی توسط دانشگاه چاپ و در اختیار دانشجویان قرار گیرد.
- اثرات مخرب شبکه های اجتماعی بر کاستن از میزان مشارکت اجتماعی توسط اساتید دانشگاه در کلاسهای درسی مورد مباحثه قرار گیرد
- کانال های مخصوص انتشار اخبار سیاسی بخصوص اخبار انتخاباتی در شبکه های اجتماعی ایجاد شود.
- اخبار سیاسی پخش شده از سوی شبکه های داخلی با صداقت بیشتری به نشر اخبار روی آورند تا دانشجویان برای کسب اخبار به شبکه های اجتماعی مراجعه نکنند.
- مناظره ها و مباحثه های سیاسی بیشتری از شبکه های داخلی پخش شود تا زوایای پنهان امور سیاسی از طریق شبکه های داخلی مشخص شود.



فهرست منابع

- ۱) باستانی، سوسن و زمان، لیلا. (۱۳۹۲). تاثیر استفاده از اینترنت و ماهواره بر رفتار اجتماعی جوانان: مقایسه کاربران و غیر کاربران در شهر اصفهان. مجله جامعه شناسی ایران، ۱(۴)، صص ۱۵۸-۱۸۴.
- ۲) راش، مایکل. (۱۳۹۱). جامعه و سیاست، مقدمه ای بر جامعه شناسی سیاسی. مترجم، منوچهر صبوری، چاپ یازدهم، تهران، سمت.
- ۳) ساروخانی، باقر. (۱۳۹۱). جامعه شناسی ارتباطات. تهران، نشر اطلاعات.
- ۴) سیلان اردستانی، حسن. (۱۳۸۴). نقش رسانه ها در فرآیند جلب مشارکت سیاسی. پژوهشنامه علوم سیاسی، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- ۵) ضیایی پرور، حمید و عقیلی، سید وحید. (۱۳۸۸). بررسی نفوذ شبکه های اجتماعی مجازی در میان کاربران ایرانی. نشریه رسانه، ۸۰(۴)، صص ۱۵-۳۵.
- ۶) عدلی پور، صمد و پیرنیا، زهرا. (۱۳۹۳). مطالعه آثار و پیامدهای سیاسی شبکه های اجتماعی مجازی. (۴)۱، صص ۸۷-۱۰۶.
- ۷) لیپست، مارتین و روز، رابرت. (۱۳۷۳). جامعه شناسی سیاسی. ترجمه: محمدحسین فرجاد، تهران، انتشارات توس .
- ۸) مسعودنیا، حسین؛ محموداوغلی، رضا؛ رهبرقازی، محمودرضا و فروغی، عاطفه. (۱۳۹۰). بررسی رابطه استفاده از اینترنت با رویکرد و مشارکت سیاسی. نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی تبریز، ۳۵(۶)، صص ۱۷۱-۱۹۲.
- ۹) معمار، ثریا؛ عدلی پور، صمد و خاکسار، فائزه. (۱۳۹۱). شبکه های اجتماعی مجازی و بحران هویت. مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران.
- ۱۰) موسوی، مرضیه؛ شیخی، محمدتقی و عطائی نژاد، نجمه. (۱۳۹۲). کاربری فیس بوک و سرمایه اجتماعی، مقایسه دانشجویان کاربر و غیر کاربر در دانشگاه تهران. مجله جامعه شناسی ایران، ۲(۴)، صص ۱۵۳-۱۷۹.
- ۱۱) نیری، هومن. (۱۳۸۹). شبکه های اجتماعی اینترنتی و مشارکت سیاسی. رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشگاه حقوق و علوم سیاسی.
- ۱۲) -هرسیچ، حسین؛ محموداوغلی، رضا؛ رهبرقازی، محمودرضا و عباس زاده، هادی. (۱۳۹۱). بررسی رابطه ای مصرف رسانه ای با مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه اصفهان. فصلنامه پژوهش های ارتباطی، ۳(۲)، صص ۳۵-۵۹.

- 13) Baker, A. (2006). Young people, online communication & political participation. Retrieved from: www.kuleuven.be/citizenship/bruges/PDF.
- 14) Gibson, R. K., Howard, P.E.N. & Ward, S. (2000). Social capital, internet connectedness & political participation: A four-country study. Paper prepared for the 2000 international political science association meeting, Quebec, Canada.
- 15) Norris, P. (2000). A virtuous circle: political communication in postindustrial societies. Cambridge: Cambridge University Press.
- 16) Pempek, T., Yermolayeva, Y. & Calvert, S. (2009). College student's social networking experiences on Facebook. Journal of applied developmental psychology, 30, 227- 238

The Role of Social Networks in Students' Political Participation (A Case Study: Farhangian University Students)

Ali Jafari

Assistant Professor, Faculty of Farhangian University, Tehran (corresponding author: jafari.communication@gmail.com)

Abstract

The purpose of this study was to investigate the role of social networks in students' political participation (Case study: Farhangian University students). In term of the object, the research was applicational, in term of kind of method was descriptive and correlational, and in term of data gathering method, desired reaserch method was surveying. The study population included all students in Farhangian University, in Academic year 94-95. Which included 553 male students of Allame Tabatabaei University and 340 students of Bento-I-Hoda Sadr University in Ardabil. The sample size using by Kokaran formula was 269. This reaserch is stratified random sampling, so that from center of compus Bentol Hoda 114 students and from Pardis Allame Tabatabaei 155 students were selected. To collect the required data, researcher questionnaire using by Milborath and goel model was used. For data Analysis, the SPSS statical software and for analyze the assumptions, Pearson's correlation coefficient were used. The results show that between presence in social networks and political participation, political motives, political debates, association in political activites and political information available to students, there is a significant negative relationship.

Keywords: presence in social networks, political participation, Forhangian University.