

بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر کنش سیاسی کاربران

در فضای سرزمینی جمهوری اسلامی ایران

محمود مجتهدی نجفی^۱، فرهاد حمزه^۲، محمد اخباری^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۲۱

چکیده:

پژوهش حاضر باهدف بررسی رابطه بین فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام و کنشگری سیاسی آنان در شهرهای تهران به‌عنوان پایتخت سیاسی-اقتصادی و قم به‌عنوان پایتخت فرهنگی-مذهبی کشور انجام شده است. 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 به‌وسیله آلفای کرنباخ 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 ۷۳۸ نفر به‌عنوان نمونه تعیین و با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. نتایج این تحقیق نشان‌دهنده ارتباط معناداری بین دو متغیر میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و کنشگری سیاسی کاربران می‌باشد و میزان آماره اسپیرمن در سطح معناداری ۹۵ درصد ۰٫۲۴ می‌باشد. در حال حاضر و بر اساس اظهارات پاسخگویان، کاربران اقدام به کنشگری سیاسی متعارف می‌نمایند. باین‌حال در صورت بسته‌شدن مجاری قانونی به‌منظور کنشگری سیاسی، می‌توان پیش‌بینی نمود که شیوه‌های غیرمتعارف کنشگری نظیر نافرمانی مدنی، اعتراضات، اعتصابات و ... از سوی کنشگران به کار بسته شود.

واژگان اصلی: شبکه اجتماعی، فضای مجازی، کنشگری سیاسی، تلگرام، اینستاگرام.

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

۲. استادیار گروه جغرافیای سیاسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

geofarhad77@yahoo.com

۳. دانشیار گروه جغرافیای سیاسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

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 برکنشگری سیاسی بازیگران تأثیرگذار باشند، نقش ارتباطات، رسانه‌ها و به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عواملی که می‌تواند بر شکل‌دهی و جهت‌دهی به افکار عمومی و باورهای سیاسی‌کنشگران مؤثر باشد، برجسته شد و میزان تأثیرگذاری آن‌ها به مرور زمان و با پیشرفته شدن جوامع، بیش‌ازپیش شد. این رسانه‌ها در حال حاضر از طریق تولید محتوا توانسته‌اند افکار عمومی را تحت کنترل و هدایت خود درآورند و از طریق بسیج آن‌ها نقش مهمی در عرصه قدرت بازی می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی مجازی که محصول فرایند جهانی شدن به شمار می‌آیند، به‌عنوان یکی از عوامل مهمی در نظر گرفته می‌شوند که توانسته است در عصر جدید بر روی کنشگری سیاسی شهروندان تأثیر گذارد. شاید بتوان واضح‌ترین و بارزترین نمونه تأثیرگذاری این شبکه‌ها را در نا آرامی‌های سیاسی و اجتماعی دانست که از اواخر سال ۲۰۱۰ در کشورهای عرب مسلمان خاورمیانه و شمال آفریقا نظیر تونس، مصر، لیبی و یمن رخ داد و از آن با عنوان بهار عربی یاد می‌شود و در زمره اولین انقلاب‌هایی به شمار می‌روند که به‌واسطه اینترنت و رسانه‌های اجتماعی رخ دادند.

درعصر حاضر شبکه‌های اجتماعی به ابزاری حیاتی برای عملکرد مردم‌سالاری مبدل شده‌اند و این رسانه‌ها به‌طور فزاینده‌ای در میان سیاسیون و سازمان‌های سیاسی در حال تبدیل شدن به ابزاری برای انتقال پیام‌های سیاسی، شناخت نسبت به رأی‌دهندگان، شناخت نیازها، ارتباط با عموم مردم و هم‌چنین افزایش سرمایه‌ها و ایجاد شبکه‌های پشتیبان می‌باشند. این شبکه‌ها به‌مثابه مکانیسمی عمل می‌کنند که از خلال آن شهروندان نحوه ورود و همکاری در فرآیند مردم‌سالاری را یاد می‌گیرند. تبیین نظری این رابطه به دو شکل مستقیم و غیرمستقیم ممکن است. نقش مستقیمی که رسانه‌ها ایفا می‌کنند به فراهم ساختن اطلاعات و داده‌هایی بازمی‌گردد که شهروندان در فرآیند سیاسی بدان‌ها نیاز دارند. رسانه‌ها با تسهیل دریافت و تحلیل این داده‌ها و اطلاعات می‌توانند به بهبود کنش‌های سیاسی نظیر مشارکت مدد برسانند. نقش غیرمستقیم به تعمیم و تحکیم برداشتها و نگرش‌هایی هم‌چون اعتماد و احساس مؤثر بودن و مواردی از این قبیل بازمی‌گردد که تعمیم این برداشتها به افزایش مشارکت سیاسی شهروندان منجر می‌شود. این اتفاق بخصوص در جوامعی بیشتر رخ می‌دهد که رسانه‌ها و احزاب سیاسی به هر دلیلی در کارکرد خود کاملاً موفق نباشند. این امر از آن‌جا ناشی می‌شود که شبکه‌های اجتماعی مجازی با توجه به گسترش روزافزون خود، احتمالاً ظرفیت و توان شکل‌گیری حوزه عمومی مجازی را دارا

بوده و کاربران آن‌ها می‌توانند از طریق این شبکه‌های اینترنتی باعث شکل‌گیری افکار عمومی شوند. به‌عبارت‌دیگر نظرات کاربران شبکه‌های اجتماعی می‌تواند با ایجاد فضای گفتگو بین افراد و درنهایت 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؛ به‌عبارت‌دیگر، رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و رفتارهای سیاسی، عمدتاً از طریق بهبود قضاوت‌های سیاسی افراد و در نتیجه بالا رفتن سطح اثربخشی، بهتر و قوی‌تر عمل خواهد کرد. هم‌چنین اگر مصرف‌کنندگان رسانه‌های اجتماعی احساس تأثیرگذاری بیشتری بر روی فرایندهای سیاسی نمایند، در آن صورت آن‌ها انگیزه بیشتری به مباحث سیاسی پیدا خواهند کرد و این امر فضا را برای فرهنگ مشارکتی در جامعه فراهم می‌سازد.

با توجه به رابطه همه‌جانبه‌ای که امروزه میان مردم و حکومت وجود دارد، کنشگری سیاسی شهروندان از آن‌چنان جایگاهی برخوردار است که می‌توان آن را یکی از مهم‌ترین معیارهای مشروعیت و مقبولیت حکومت‌ها تلقی کرد. از آن‌جایی که شبکه‌های اجتماعی مجازی از مهم‌ترین وسایل موجود به منظور انتقال مفاهیم سیاسی محسوب می‌شوند و اهمیت آن‌ها تا بدان‌جاست که حکومت‌ها و نظام‌های سیاسی در تلاش هستند که آن‌ها را در اختیار خود گرفته و بر آن‌ها نظارت کامل داشته باشند تا دیدگاه‌های مردم با نظرات آن‌ها همسو شود، بررسی نقش این شبکه‌ها در کنشگری سیاسی شهروندان می‌تواند به‌عنوان سؤال اصلی پژوهش و نقطه آغازین این تحقیق قلمداد شود.

با توجه به اینکه شبکه‌های اجتماعی در حال حاضر جزء جدایی‌ناپذیر زندگی ما به شمار می‌آیند و بر اساس نتایج تحقیقات صورت گرفته توسط موسسه پژوهشی پیو^۱ 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 نشان‌دهنده نقش بالای آن‌ها در تأثیرگذاری بر کنش‌های سیاسی کاربران می‌باشد. از سوی دیگر با توجه به آن‌که شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر اطلاع‌رسانی گسترده و انتشار اخبار متعدد ملی را، می‌توان مهم‌ترین مبنای همبستگی ملی و در نتیجه کنش جمعی ملت دانست، چالش‌های پیش روی آن، به‌ویژه در کشورهای

¹ Piuo

متنوع مانند ایران، می‌تواند بحران‌های جدی به بار آورد و زمینه تفرق و جدایی گروه‌های مختلف باشد. از سوی دیگر تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر بروز رفتارهای اعتراضی و کنشگری سیاسی نیز مسئله مهمی تلقی می‌شود که می‌تواند به‌عنوان یک ضرورت پژوهشی تلقی شود. در کشور ایران نیز که در دهه اخیر رفتارهای اعتراضی و خشونت باری نظیر اعتراضات دی‌ماه ۱۳۹۶ و وقایع آبان ۱۳۹۸ رخ داده است و فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در بروز و تشدید این رفتارها داشته‌اند، بررسی تأثیرات این شبکه‌ها بر کنشگری سیاسی کاربران در حکم نوعی ضرورت در نظر گرفته می‌شود. همچنین سایر ضرورت‌های پژوهشی مقاله حاضر را می‌توان به شرح زیر برشمرد: (۱) رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی با نگرش ژئوپلیتیکی از جمله مهم‌ترین مؤلفه‌های قدرت، درصحنه روابط بین الملل هستند. این عامل به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر قدرت نرم، نقش مهمی در میزان گمراه‌سازی دیگران در تحقق اهداف و منافع ملی کشورها دارد و لاجرم باید اهمیت این موضوع مورد توجه جدی قرار گیرد. (۲) در کشور ایران در اثر رشد شتابناک تکنولوژی‌های ارتباطی و در نتیجه ارتباط فزاینده امر سیاسی و فضای مجازی، رسانه‌های اجتماعی بستری برای طرح مطالبات متنوع اقشار مختلف مردم و حتی زمینه‌ای برای سازمان‌دهی تجمعات و اعتراضات خیابانی شده‌اند. (۳) با توجه به این‌که در حال حاضر در یک فضای پیچیده اطلاعاتی قرار داریم که بر روی شهروندان و کنشگران سیاسی تأثیر زیادی به‌جای می‌گذارد و می‌تواند سرنوشت سیاسی و اجتماعی کشور را دچار تغییرات اساسی نماید، شناخت این فضا و تأثیرات آن بر روی کاربران در حکم نوعی ضرورت پژوهشی تلقی می‌شود که این پژوهش به آن می‌پردازد. (۴) انجام چنین مطالعاتی سیاست‌گذاری در زمینه شبکه‌های اجتماعی مجازی را برحسب سطح توسعه‌یافتگی مناطق مختلف جغرافیایی کشور فراهم خواهد آورد. این مطالعه با شناسایی و مقایسه کنشگری سیاسی کاربران در دو منطقه جغرافیایی، می‌تواند مسیر تحولات این پدیده را برای تصمیم‌گیری بهتر سیاست‌گذاران محلی فراهم آورد.

بر این اساس با توجه به گستردگی شبکه‌های اجتماعی و تنوع آن‌ها به سراغ شبکه‌هایی رفته‌ایم که بیشترین کاربر را در ایران به خود اختصاص داده‌اند که بر اساس آخرین مطالعات انجام‌شده دو شبکه تلگرام با ۴۹ میلیون کاربر و شبکه اینستاگرام با ۴۸ میلیون کاربر، در صدر شبکه‌های اجتماعی مورد علاقه کاربران ایرانی هستند و سؤال اصلی تحقیق به این صورت مطرح می‌شود که دو شبکه اجتماعی تلگرام و اینستاگرام چه تأثیری بر کنشگری سیاسی کاربران در محیط‌های جغرافیایی ناهمگن شهرهای تهران (پایتخت سیاسی) و قم (پایتخت مذهبی) دارند؟ فرضیه تحقیق به این شکل بیان شده است: «بین

استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام و کنشگری سیاسی آن‌ها در شهرهای تهران و قم رابطه معناداری وجود دارد». به‌منظور بررسی سؤال و فرضیه مورد اشاره مفهوم پیشینه پژوهش بیان شده، سپس مفاهیم عملیاتی و روش‌شناسی مطرح شده و در ادامه فرضیه‌ها مورد بحث و بررسی قرار گرفته و یافته‌ها بیان شده است.

(۱) پیشینه پژوهش

اهمیت موضوع تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر کنش سیاسی در تحقیقات متعددی نشان داده شده است. به‌عنوان مثال ارتباط بین فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و کنشگری سیاسی (محموداوغلی، ۱۳۹۵: ۱۴۵). تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر کنشگری سیاسی از طریق برجسته نمودن مسائل سیاسی در این شبکه‌ها (نوری و قلی‌پور، ۱۳۹۷: ۳۳)، تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر آگاهی سیاسی و کنشگری کاربران (کیبری، ۱۳۹۸: ۲۶۱)، ارتباط میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و رفتار سیاسی کاربران (ابولی و همکاران، ۱۴۰۱: ۷۱۳) نمونه‌ای از تأثیرات این شبکه‌ها بر کنشگری و رفتار سیاسی کاربران می‌باشد که در تحقیقات داخلی نشان داده شده است.

مطالعات انجام شده در خارج از کشور نیز برجسته‌های خاصی از این موضوع تأکید کرده‌اند که نشان‌دهنده اهمیت توجه به این موضوع می‌باشد. به‌عنوان مثال گیسون^۱ با تأکید بر میزان زمان اختصاص داده شده در شبکه‌های اجتماعی، تفکیکی بین کنش‌های سیاسی افراد قائل می‌شود و فضای این شبکه‌ها را نوعی یادگیری سیاسی در نظر می‌گیرد (Gibson et al., 2005: 561). شاه^۲ و همکاران فضای این شبکه‌ها را موجب گسترش بحث سیاسی و افزایش گفتگو و کنشگری مطلوب‌تر تلقی می‌کنند (Shah et al., 2009: 211). کیتزمان^۳ و همکاران بر تغییرات گسترده و فراگیر شبکه‌های اجتماعی در رابطه بین افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها ایجاد کرده و اختیارات افراد، مشارکت مدنی، آزادی بیان و کنش‌های جمعی را افزایش داده است (Kietzmann et al., 2011: 241).

بوده^۴ و همکاران، شبکه‌های اجتماعی مجازی را موجب ترغیب مردم به اظهار نظر سیاسی می‌دانند که مسیر جدیدی از مشارکت را برای آنان باز نموده است (Bode et al., 2014: 414). روبن

1 Gibson

2 Shah

3 Kietzmann

4 Bode

اینکولوپوف^۱ و همکاران، رسانه‌های اجتماعی را مؤثر بر فعالیت معترضان و میزان مشارکت آن‌ها می‌دانند (Enikolopov et al., 2016: 22). از دیدگاه جوست^۲ و همکاران، شبکه‌های اجتماعی از طریق تسهیل در تبادل اطلاعاتی، موجب هماهنگی فعالیت‌های اعتراضی و کنشگری سیاسی غیرمعارف کاربران می‌شوند (Jost John et al., 2018: 85). احمد و اتفاق^۳ نقش آگاهی بخشی و اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی را در کنشگری سیاسی کاربران مؤثر می‌دانند (Taufiq & Ittefaq, 2019: 5). اسپینوسا^۴ اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی را در میل به اعتراض سیاسی کاربران مؤثر می‌داند (Espinosa, 2020: 79). کیم و کیم^۵ استفاده از شبکه‌های اجتماعی را به صورت غیرمستقیم بر قصد رأی دادن افراد مؤثر قلمداد می‌کنند (Kim & Kim, 2021: 313).

۲) چارچوب نظری پژوهش

چارچوب نظری این مقاله براساس نظریه صدا و گروه خاموش می‌باشد که فضای اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی را به عنوان فرصتی برای شنیده شدن صدای گروه‌های خاموش و به حاشیه رانده شده در نظر می‌گیرد و معتقد است افراد در این فضا، می‌توانند از صدا برخوردار باشند و به این واسطه به کنشگری سیاسی مشغول می‌شوند.

۲-۱) نظریه گروه خاموش

نظریه گروه خاموش ابزاری جامعه‌شناختی است که به مطالعه و تحلیل تعاملات بین گروه‌های مسلط و حاشیه‌ای کمک می‌کند. این نظریه هم‌چنین می‌تواند به کسانی کمک کند که از پویایی روابط بین قدرتمندان و افراد به حاشیه رانده شده آگاه شده‌اند، اما چارچوب روشنی برای بیان این آگاهی ندارند. سرچشمه‌های نظری این رویکرد، در رشته انسان‌شناسی است. ادوین و شرلی آردنر در سال ۱۹۷۵ اصطلاح نظریه گروه‌خاموش را ابداع کردند. آن‌ها در جستجوی توضیحی بودند که نشان دهد چرا دیدگاه‌ها و صدای زنان در مطالعات انسان‌شناسی غایب است و متوجه شد که زنان نسبت به مردان قادر نیستند صدای خود را به گوش جامعه برسانند. وی این‌چنین استدلال کرد که زنان در بیان مسائل

¹Ruben Enikolopov

² Jost

³ Ahmad and ittefaq

⁴ Espinosa

⁵ Kim and kim

نگران‌کننده، در تنگنا و مضیقه هستند، مگر این‌که نظراتشان به شکل قابل قبولی برای مردان ارائه شود (Smith & Linda, 2018: 85). آن‌ها ادعا کردند حتی زمانی که انسان‌شناسان تلاش نموده‌اند تا صدای زنان را جدی بگیرند، باز در اظهارات خود زنان را نادیده گرفته و آن‌ها را بر اساس ارجاع به شوهران و یا پدرانشان شناسایی نموده‌اند. یعنی زنان به‌تنهایی موجودیتی مستقل نداشته و همیشه براساس ارتباط با سایر گروه‌ها تعریف شده‌اند. همین مسئله نیز باعث شده است که آن‌ها گروهی خاموش تلقی شوند که صدای آنان به گوش جامعه نمی‌رسد.

در بافتی جدیدتر و در دوران حاضر نیز این رویکرد غالب است و می‌توان از گروه‌های خاموش یادکرد. هم‌چنان که مارشال مک لوهان معتقد بود که رسانه پیام است، گروه‌هایی که به این رسانه‌ها دسترسی نداشته باشند، فاقد صدا و در نتیجه خاموش می‌باشند. دلیل اصلی این بی-صدایی نیز آن است که تسلط در گروه‌های خاص، دیگران را از برقراری ارتباط مؤثر محروم می‌کند فاندربک^۱ و آن‌ها مطابق این تئوری، خاموش می‌شوند. لذا می‌توان ادعا کرد که نظریه گروه خاموش، نمونه خوبی از مطالعات انتقادی در ارتباطات میان فرهنگی است. این نظریه بر تجربه خاصی در جامعه تأکید می‌کند (Funderburke, 2012: 56). ساختارهای زیربنایی راه، که باعث تعدی و ستم می‌شود، آشکار می‌کند و جهت‌های تغییر مثبت را، پیشنهاد می‌نماید (لیتل، ۱۳۸۴: ۵۴۳). ادوین آرتر و شرلی آردنر، نظریه گروه خاموش را پایه‌گذاری کردند. آن‌ها بر این عقیده‌اند که در هر جامعه‌ای، یک سلسله‌مراتب اجتماعی وجود دارد که در نتیجه آن، برخی گروه‌ها، بر گروه‌های دیگر، برتری می‌یابند. گروه‌هایی که در بالای سلسله‌مراتب اجتماعی قرار دارند، سیستم ارتباطات و اطلاعات کل جامعه را مشخص می‌کنند. در این سیستم، یک‌گروه، تمام جایگاه‌های قدرت را تصاحب می‌کند و مستقیم و غیرمستقیم، باعث قدرت‌دهی به گروه‌های غالب می‌گردد (منتظر قائم و تاتار، ۱۳۸۴: ۲۲۳). این فرایند باعث می‌شود که، افراد بیرون از گروه غالب، دیده نشوند، چرا که آن‌ها توسط ساختارهای ارتباطی غالب، که دیدگاه‌های گروه خاموش را بازنمایی نمی‌کنند، محدود می‌شوند. برخی تا آن‌جا پیش می‌روند که معتقدند، تفاوت بین گروه‌های غالب و وابسته در اساس، در نوع دسترسی آن‌ها به وسایل ارتباطی است. بنابر آنچه گفته شد، جایگاه گروه‌های خاموش، به‌گونه‌ای نیست که بتوانند در تصمیم‌گیری‌ها، دخالت کنند و در نتیجه دسترسی به رسانه‌ها و دیگر انواع قدرت، از آن‌ها سلب می‌گردد. در نتیجه این محرومیت از رسانه-

^۱ Funderburke

ها، آنان نمی‌توانند خود را متجلی سازند و هویت‌شان ناشناخته باقی می‌ماند (شیراوند و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۴۱).

براساس نظریه گروه‌خاموش، دسترسی گروه‌های ضعیف و حاشیه‌ای به رسانه‌های رسمی و تحت کنترل دولت محدود است و با رشد شبکه‌های اجتماعی و اینترنت، آن‌ها به‌سادگی می‌توانند از طریق گوشی‌های هوشمند به این فضا دسترسی داشته باشند و در آن به اظهار نظرات خود بپردازند. فضایی که تا پیش‌ازاین برای آنان مهیا نبود و به‌واسطه رشد فناوری و تکنولوژی ارتباطی، آن‌ها می‌تواند در فضای مجازی به ارتباط و تعامل با دیگران بپردازند و ایده‌ها و اندیشه‌های خود را در معرض نقد و قضاوت دیگران قرار دهند و صدای خود را به گوش دیگران برسانند. این رسانه می‌تواند برای آن‌ها صدا فراهم سازد و وضعیت آن‌ها را از حالت یک گروه خاموش و منفعل به یک گروه صدادار و صاحب رسانه تغییر دهد. تغییر صورت‌گرفته در دسترسی این گروه‌ها به منابع قدرت، باعث می‌شود که شرایط سیاسی و اجتماعی جامعه دچار تغییرات جدی شود (خورشیدی آزاد و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۸۷).

۲-۲) نظریه صدا

میترا و واتس،^۱ در مقاله‌ای که با عنوان «تئوریزه کردن فضای سایبر: کاربرد ایده صدا درگفتمان اینترنت» منتشر کردند، کوشیدند از زاویه آن‌چه که خود لنز تئوریکی صدا نامیدند، به بررسی رابطه اینترنت و صدای گروه‌های اجتماعی بپردازند. نظریه صدا، بر این واقعیت تأکید دارد که گروه‌های خاموش، وسیله‌ای ندارند که صدای خود را به خارج از گروه برسانند، اما اینترنت توانسته است این امکان را برای تمامی افراد فراهم نماید تا، صدا داشته باشند. نویسندگان مزبور اذعان دارند که فضای مجازی را می‌توان با استفاده از ایده صدا به‌عنوان یک فضای گفتگومانی مفهوم سازی کرد. البته باید ذکر کرد که مفاهیم صدا و خاموشی درواقع دو روی یک سکه هستند و نباید آن‌ها را دو چیز جدا از هم در نظر گرفت. اما مشکلی که وجود دارد این است که نیروهای مسلط می‌توانند این صدا را خاموش کنند و این همان‌جایی است که گروه‌های خاموش به آن اعتراض دارند و خواستار شنیده شدن صدای خود هستند (منتظر قائم و تاتار، ۱۳۸۴: ۲۲۳). تئوری‌پردازان نظریه صدا، دو نگرش متفاوت از صدا را توضیح می‌دهند:

۱. صدا، به‌عنوان توانایی انسان، که به عاملیت وی بازمی‌گردد.

^۱ Mitra & Watts

۲. کارکرد زبان‌شناختی، که جزء گفتمانی صداست (Mitra & Watts, 2002: 95).

صدا در معنای دوم، به تجربه شناختی بشر، مربوط می‌گردد و بنابراین صدای فرد، رابطه بلافصل یک فرد با جهان خارج و دیگر افراد را نشان می‌دهد. خطری که در مورد صدا وجود دارد این است که صدای هرکسی، به دلیل اتکای شدید جامعه به گفتمان رسمی و نیز تأکید بر روابط، بسیار عقلانی شده و در معرض خطر خاموش شدن است. صدا در واقع، مترادف با "آزادی از نژاد، جنسیت و قومیت" است. اما با وجود روابط قدرت سنتی موجود و دیدگاه‌های سلطه‌گرایانه، امکان شنیده شدن برای هرکسی، به‌ویژه با رسانه‌های سنتی وجود ندارد. بنابراین یک گروه خاموش، همیشه در پی رسانه‌ای است که بتواند "صدا" داشته باشد (Mitra & Watts, 2002: 95). شاید به وجود آمدن اینترنت، پاسخی به این خواست تاریخی آنان بوده باشد و تا حدودی توانسته است این آرمان را به واقعیت تبدیل نماید. در واقع اینترنت را می‌توان ابزاری برای توانمندشدن گروه‌های به‌حاشیه رانده‌شده دانست که آنان را قادر می‌سازد تا از محرومیت تاریخی خود از دسترسی به گفتمان رسانه‌ای، حداقل به‌صورت نمادین اندکی فاصله بگیرند. این نوع توانمندسازی ذهنی، نتایج خود را در دنیای بیرونی نیز نشان می‌دهد و به رشد و شکوفایی آن‌ها می‌انجامد. این توانمندسازی به‌عنوان محرکی برای ادامه راه آنان عمل می‌کند و در افراد و گروه‌ها این حس ایجاد می‌شود که قدرت بیشتری پیدا کرده‌اند و دیگر این توانایی را دارند که ناگفته‌ها و مشکلات خود را از یک رسانه جهانی و نه ملی بازتاب نمایند.

این توانایی جدید می‌تواند تا حدی ناشی از ویژگی اینترنت و فضای آن باشد که در آن کاربران می‌توانند به‌صورت گمنام به فعالیت بپردازند. امتیازی که تولیدکنندگان اطلاعات و محتوا و به‌ویژه فعالان سیاسی دارند این است که می‌توانند هویت شخصی خود را پنهان نگه‌دارند و بدون ترس از محدودیت‌های موجود در رسانه‌های سنتی به فعالیت بپردازند. گمنامی بر خط به اشخاص کمک می‌کند که بر محدودیت‌های هویتی فائق آیند و آزادانه‌تر و آسان‌تر ارتباط برقرار کنند که خود به یک تبادل عقاید روشن‌گرانه منتهی می‌شود. این گمنامی باعث می‌شود که فرد بیشتر در مباحث سیاسی شرکت نماید و مشارکت بیشتری در امور شهروندی داشته باشد. بیان عقاید به‌صورت برخط به فرد این احساس را منتقل می‌کند که قدرت یافته است و می‌تواند صدای خود را از طریق شبکه‌های اجتماعی و در فضای اینترنت به سایرین برساند.

۳) تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای پژوهش

در این قسمت به بررسی تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای پژوهش پرداخته می‌شود.

۳-۱) کنشگری سیاسی

۳-۱-۱) تعریف مفهومی

فعالیت‌هایی که کاربران با تکیه بر مهارت‌های خود در استفاده از ابزارهای ارتباطی اینترنت، برای ایجاد ارتباط، مبادله و نشان‌دادن واکنش درخور به دیگران، در راستای هدف‌های سیاسی خود در فضای سایبر انجام می‌دهند، کنشگری سیاسی محسوب می‌شود (خانیک و بصیریان جهرمی، ۱۳۹۲: ۴۵).

کنش اجتماعی یکی از محورهای اصلی نظریه و تحقیق در علوم اجتماعی است. روشه^۱ تأکید می‌کند که کنش اجتماعی، کنش انسانی در محیط اجتماعی است (روش، ۱۳۹۴: ۱۳). از نظر کاستلز^۲، «مفهوم کنشگر به گستره‌ای از موضوعات مرتبط با کنش چون کنشگران فردی، کنشگران گروهی، سازمان‌ها، نهادها و شبکه‌ها اشاره دارد. حتی اگر این عملکرد به واسطه فرایندهایی در گذشته، نهادینه یا سازمان‌دهی شده باشد، آنچه مهم تلقی می‌شود این است که در نهایت همه سازمان‌ها، نهادها و شبکه‌ها به‌گونه‌ای بر عملکرد کنشگران انسانی دلالت می‌کنند (Castells, 2009: 11)». از دیدگاه خانیک، کاربرانی که به‌عنوان یک فعال اجتماعی یا هوادار در یک شبکه اجتماعی عضو می‌شوند و در آن شبکه به تولید محتوای رسانه‌ای مشغول هستند، کنشگر محسوب می‌شوند (خانیک و بابایی، ۱۳۹۱: ۷۳). «کنشگری توانایی و برخورداری از اراده و قابلیت‌های کنش اجتماعی و به‌کارگیری ابزارها، نمادها و نشانه‌ها در چارچوب ارزش‌های اجتماعی و سازوکارهای موجود در فناوری‌ها، برای انجام ارتباط متقابل است. از این رو، فعالیت‌هایی که کاربران با تکیه بر مهارت‌های خود در استفاده از ابزارهای ارتباطی اینترنت، برای ایجاد ارتباط و مبادله و نشان‌دادن واکنش درخور به دیگران، در راستای اهداف خود در فضای سایبر انجام می‌دهند، کنشگری محسوب می‌شود» (محموداوغلی، ۱۳۹۵: ۱۴۵).

«کنشگری به فعالیت‌های گوناگون در عرصه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و غیره معطوف می‌شود که باهدف ایجاد تغییر در این سامانه‌ها انجام می‌گیرد. فعالیت‌های مرتبط باکنشگری گستره وسیعی دارند و از نوشتن‌نامه‌های سرگشاده به‌مسئولان و رسانه‌ها، تا برگزاری

¹ Rocher

² Manuel Castells

کارزارهای سیاسی، بایکوت اقتصادی، راهپیمایی خیابانی، اعتصاب، تحصن و اعتصاب غذا را در برمی‌گیرند. برخی از کنشگران تلاش می‌کنند تا به‌جای اعمال فشار بر دولت‌ها، برای تغییر و بازنگری در قوانین، مردم را نیز به تغییر رفتارشان ترغیب کنند. «هم‌چنین، توانایی و برخورداری از اراده و قابلیت‌های کنش اجتماعی و به‌کارگیری ابزارها، نمادها و نشانه‌ها در چارچوب ارزش‌های اجتماعی و سازوکارهای موجود در فناوری‌ها، برای انجام ارتباط متقابل است. از این‌رو، فعالیت‌هایی که کاربران با تکیه بر مهارت‌های خود در استفاده از ابزارهای ارتباطی اینترنت، برای ایجاد ارتباط، مبادله و نشان دادن واکنش درخور به دیگران، در راستای هدف‌های خود در فضای سایبر انجام می‌دهند، کنشگری محسوب می‌شود. به همین دلیل تعاریف دایره کنشگری در حوزه رسانه‌های اجتماعی وسیع‌تر و متنوع‌تر از گذشته به شمار می‌آید» (خانیک‌کی و بصیریان جهرمی، ۱۳۹۲: ۴۵).

آنجلای آگوآیو^۱ معتقد است: «کنشگری را مفهومی برآمده از رسانه‌های جدید است که اغلب با محتوای تولیدشده توسط کاربران و دروازه‌بانی از سوی آن‌ها، ده‌ها میلیون بیننده و خواننده را به مشارکت و تعامل در زمینه محتوای به اشتراک گذاشته‌شده، فرامی‌خواند. کنشگری در مصادیق خود از رسانه‌های اجتماعی پرتعدادمانند فیس‌بوک و توئیتر تا وبلاگ‌های شخصی، سوبه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و... کسب می‌کند. این امر موجب تسریع حرکت‌های شهروندی و بسیج اجتماعی افراد یا کاربران این سایت‌ها می‌شود» (Aguayo, 2011: 363).

مفهوم کنشگری جهانی یکی از ویژگی‌های ذاتی و مؤثر دنیای جهانی شده است و دو ایده اصلی را یادآور می‌شود. از یک‌سو، این مفهوم می‌تواند به ظهور اعتراض‌ها و جنبش‌های اجتماعی اشاره کند که در کشورهای مختلف و حتی قاره‌های گوناگون طی دهه گذشته و اخیراً پس از اقدامات ریاضتی که بحران مالی منجر شده است، روی داده‌اند. از سوی دیگر، این مفهوم به معنای کنش هماهنگ کنشگران در بسیاری از مواقع به‌واسطه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی است که وقوع رویدادها را، گاهی به‌شکل هم‌زمان در سرتاسر جهان تعیین می‌بخشند و آرمان سیاسی مشابهی را دنبال می‌کنند. کنشگری جهانی با ابزارهای دیجیتال و با رسانه‌های جدید پیوند قدرتمندی دارد. رسانه‌های جدید کنشگری را تسهیل می‌کنند و حتی به شیوه‌ای متنوع و غنی‌تر همه انواع گوناگون انتخاب‌های فردی را میسر می‌نمایند (رومرو، ۱۳۹۴: ۱۳۷).

به این ترتیب، کنشگری اینترنتی نوعی کنشگری اجتماعی است که در فضای واقعی نیز امکان

¹ Angela J Aguayo

انعکاس می‌یابد. برای مصادیق کنشگری سیاسی اینترنتی، موارد زیر را می‌توان برشمرد:

ارسال پیام‌نگار به مقامات حکومتی، فعالان سیاسی و سازمان‌های بین‌المللی غیردولتی؛ عضویت در انجمن‌ها، احزاب و گروه‌های سیاسی برخط؛ نوشتن مقاله و یادداشت در وب‌سایت‌ها؛ طراحی وب-سایت‌ها و وبلاگ‌های سیاسی شخصی و گروهی؛ امضای طومارها؛ شرکت در تریبون‌های بحث برخط؛ شرکت در نظرسنجی‌های اینترنتی؛ رأی‌دهی اینترنتی؛ سازمان‌های اعتراضات و پیوند دادن فعالان سیاسی در زمینه یک موضوع سیاسی - اجتماعی خاص چون زندانیان سیاسی، حقوق بشر و محیط‌زیست؛ ارتباطات دوسویه با مقامات حکومتی و فعالان سیاسی و.... (آرایی، ۱۴۰۰: ۱۴۷).

«در سال‌های اخیر با گسترش ابزارهای جدید ارتباطی، شکل جدیدی از تفکر و کنش سیاسی - اجتماعی در حال پیدایش است. در این راستا ابزارهایی مانند اینترنت، موبایل و شبکه‌های ماهواره‌ای فضای مناسبی برای ایجاد ارتباط دوسویه و بعضاً چند سویه ایجاد کرده‌اند. رسانه‌ها که در ابتدا به‌عنوان ابزاری ساده برای انتقال معانی تلقی می‌شدند، در عصر حاضر دارای چنان جایگاهی شده‌اند که با تأسیس شاهره‌های اطلاعاتی، کل حیات انسان را تحت تأثیر قرار داده و معانی و کنش‌های متفاوتی را در زندگی پدید آورده‌اند. تحول در حوزه ارتباطات و توسعه فن‌آوری‌های نوین ارتباطی، منشأ تحولات عظیم در عرصه قدرت سیاسی و اقتصادی در جهان شده است» (اشرف نظری و قلی پور، ۱۳۹۷: ۱۵۱).

ژان بودریار^۱ اندیشمند فرانسوی بر این باور است که «جامعه مدرن شاهد گذار از مرحله مادی به مرحله وانمودگی است و در جامعه جدید اصالت با نشانه‌ها و نمادها می‌باشد. واسطه‌های الکترونیک، فرهنگ عصر اطلاعات را در چارچوب انتقال نمادها شکل می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان جماعت‌های مجازی در فضای سایر از طریق گروه‌های ایمیل، وبلاگ‌ها، چت‌روم‌ها و سایت‌های دوست‌یابی، محیطی را برای تعامل و تبادل آراء به وجود می‌آورند. ظهور جامعه شبکه‌ای، پیامدهایی از جمله ارائه واقعیت مجازی، سیاست بر بال رسانه، زمان بی‌زمانی و جنگ مجازی و تهدید نرم را هم‌زمان با انقلاب اطلاعاتی همراه خود آورده است. از این منظر جیمز روزنا در کتاب آشوب در سیاست جهان می‌نویسد: فناوری الکترونیک جدید مدت‌زمان لازم برای بسیج سازمان‌ها و جنبش‌ها را چنان فشرده ساخته است که شهروندان عملاً می‌توانند برهم انباشت شدن مهارت‌ها و سمت‌گیری‌های خود را در قالب بزرگ-تری ببینند که برای رویدادها پیامدهایی دارند و توانایی بسیج مهارت‌ها و سمت‌گیری‌های شهروندان به-حدی در مقایسه با گذشته بیشتر و وسیع‌تر شده است که اثر عملی آن افزایش توانایی تشخیص و بیان

^۱ Jean Baudrillard

آشکار مشارکت مدنی مؤثر در اقدام جمعی است» (اشرف نظری و قلی پور، ۱۳۹۷: ۱۵۱).

«کنشگری در قالب نهادهای هم‌چون سندیکاها، شوراهای انجمن‌ها، کانون‌ها و تشکل‌های برآمده از شهروندان می‌تواند به‌عنوان مجرایی برای پیشبردگفت‌و‌گمان خود وارد صحنه شود. لذا اعتراض، تحصن، اعتصاب، تظاهرات و در صورت لزوم سایر کنش‌های جمعی، قدرت سیاسی را وادار به واکنش می‌نماید (Castells, 2009: 47). در این خصوص می‌توان مابه‌ازای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی فعالیت‌های شبکه‌وندان (شهروندان مجازی) را به‌عنوان مصادیقی عینی از کنشگری و یا به‌بیانی دیگر مجرای برای پیشبرد گفت‌و‌گمان خود در شبکه‌های اجتماعی برشمرد. در واقع کنشگران سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، هنری و ادبی مجرای مقاومت در شبکه‌های مجازی اینترنتی را میزان مشارکت فعالانه خود در این فضا یافته‌اند» (خانیک‌ی و بصیریان جهرمی، ۱۳۹۲: ۴۵).

شاید نقطه کانونی و تحولی در فضای رسانه‌ای ایران و شبکه‌های اجتماعی را بتوان به دو دوره قبل و بعد از انتخابات سال ۱۳۸۸ تقسیم نمود که به‌صورت عجیبی این شبکه‌ها در کانون توجه قرار گرفتند. فعالیت‌های اینترنتی و به‌طور خاص شبکه‌های اجتماعی در ساماندهی بسیاری از اعتراضات انتخاباتی سال ۱۳۸۸ در ایران مؤثر بوده است و شبکه اجتماعی توئیتر برای ساماندهی اعتراضات و تظاهرات بعد از انتخابات به‌طور گسترده مورد استفاده قرار گرفت. به نحوی که این شبکه به مکانی کلیدی و کانونی جهت اطلاع‌رسانی و رصد اخبار در اعتراض‌ها فعالیت کرد. رسانه‌های اجتماعی نیز به‌مثابه ابزاری برای ساماندهی اعتراضات بکارگرفته شدند. این رسانه‌ها ابزار مؤثری بودند که مردم را برای کنش جمعی به خیابان‌ها بکشاند. از این حیث می‌توان گفت فعالیت‌هایی که کاربران ایرانی با تکیه بر مهارت‌های خود در استفاده از ابزارهای ارتباطی اینترنت و فضای مجازی برای ایجاد ارتباط، مبادله و نشان دادن واکنش مناسب به دیگران، در راستای اهداف خود در فضای سایبر انجام می‌دهند، کنشگری جمعی محسوب می‌شود و تا حد زیادی منطبق بر تعریف «کنش عقلانی معطوف به هدف» ماکس وبر است؛ یعنی آن نوع از عقلانیت که فرد با توجه به هدف معین، ابزار ممکن را برای کسب آن هدف به کار می‌گیرد. اگرچه تحولات سال ۸۸ نقطه عطفی در خصوص ارتباط میان رسانه‌های جدید و کنش جمعی در ایران است و تحلیل‌گران مدعی هستند که این موضوع نقطه شروع کاربرد رسانه‌های جدید در فضای سیاسی ایران است (نوری و قلی‌پور، ۱۳۹۷: ۳۳)، اما به نظر می‌رسد که تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر تحولات سیاسی و اجتماعی جامعه ایران هم‌چنان در سال‌های اخیر تداوم داشته است و در این سال‌ها شاهد پیدایش کمپین‌ها و کارزارهای مجازی متعددی در کشور بوده‌ایم که

باهداف‌های گوناگون همچون محیط‌زیست، مبارزه با بحران آب، کمک به بیماران خاص، خرید کالای ایرانی و مبارزه با کالاهای بی‌کیفیت و... شکل گرفت و هواداران و کنش‌های جمعی را برانگیخت.

۳-۱-۱) تعریف عملیاتی

کنشگری سیاسی شامل دو نوع متعارف و غیرمتعارف است که هر یک از طریق گویه‌های زیر سنجیده شده است:

الف) فعالیت کنشگری سیاسی متعارف شامل: (۱) رأی‌دهی (۲) مطالعه مطالب و اخبار سیاسی (۳) صحبت کردن درباره مسائل سیاسی (۴) پیوستن به یک گروه سیاسی قانونی مانند سازمان داوطلبانه، حزب و جنبش‌های اجتماعی جدید (۵) حضور در جلسات، راهپیمایی‌ها، گردهمایی‌ها و اجتماعات، می‌شود. ب) کنشگری سیاسی غیرمتعارف، شامل اعتصابات، تحصن، اعتراضات، راهپیمایی‌های غیرقانونی، نافرمانی مدنی می‌شود (محموداوغلی، ۱۳۹۵: ۱۴۵).

۳-۲) استفاده از شبکه اجتماعی

۳-۲-۱) تعریف مفهومی

استفاده از شبکه اجتماعی به معنای میزان درگیری و تعامل کاربران در شبکه‌های اجتماعی می‌باشد (عباسی قادی و خلیلی کاشانی، ۱۳۹۰: ۱۰۰).

۳-۲-۲) تعریف عملیاتی

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

الف) مدت استفاده از شبکه اجتماعی: این گویه برحسب تعداد سال‌هایی که از عضویت فرد در شبکه اجتماعی می‌گذرد، سنجیده می‌شود. ب) میزان استفاده از شبکه اجتماعی در شبانه‌روز: این گویه برحسب تعداد ساعات شبانه‌روز که کاربر به فعالیت در شبکه اجتماعی اختصاص می‌دهد، سنجیده می‌شود (خوش‌فر و میرزاخان، ۱۳۹۷: ۵).

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 فرورارد شده برای دیگر کاربران (۳) تعداد مطالعه یا تماشای پست در طول شبانه‌روز (۴) تعداد کامنت‌های فرد یا پاسخ‌های فرد در شبکه اجتماعی در طول شبانه‌روز (۵) میانگین تعداد ارسال تأیید و عدم‌تأیید به پست‌های منتشرشده در شبکه اجتماعی در طول شبانه‌روز.

۴) روش شناسی پژوهش

در این تحقیق از روش تحقیق ترکیبی استفاده شده است. بدین صورت که از روش کتابخانه‌ای به منظور جمع‌آوری ادبیات نظری موضوع و از روش پیمایش برخط و غیربرخط (حضور میدانی) به منظور جمع‌آوری اطلاعات بخش استفاده شده است. از زمانی که اینترنت به ضرورت زندگی تبدیل شد، اساس استفاده از آن در تحقیقات آغاز شد و تا سال ۲۰۱۵ پیمایش‌های برخط به یکی از محبوب‌ترین روش‌های جمع‌آوری داده‌های تحقیق تبدیل شد (Gupta, 2021: 39). و در حال حاضر این تحقیقات از طرق مختلفی مانند ایمیل، وبسایت‌ها و رسانه‌های اجتماعی انجام می‌شود. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش حاضر، پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد که اعتبار آن از به روش صوری با استفاده از نظرات نخبگان و صاحب‌نظران تعیین شده است و پایایی آن از طریق آلفای کربناخ محاسبه شده است. این پرسشنامه بعد از نهایی شدن، توسط ۷۶۸ نفر از کاربران ساکن در شهر تهران و قم تکمیل شد.

۵) یافته‌های تحقیق

در این بخش مهم‌ترین یافته‌های تحقیق ارائه می‌شوند:

کنشگری سیاسی

توزیع وضعیت پاسخگویان برحسب میزان کنشگری سیاسی آن‌ها در (جدول ۱) نشان داده شده است:

جدول ۱. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان کنشگری سیاسی

درصد	فراوانی	میزان کنشگری سیاسی کاربران
۱۶	۱۲۳	کم
۲۷/۱	۲۰/۸	متوسط
۵۱/۴	۳۹۵	زیاد
۵/۵	۴۲	خیلی زیاد
۱۰۰	۷۶۸	جمع کل

میزان کنشگری سیاسی ۱۶ درصد از پاسخگویان در حد کم، ۲۷/۱ درصد در حد متوسط، ۵۱/۴ درصد زیاد و ۵/۵ درصد در حد زیاد می‌باشد. بنابراین بیشتر پاسخگویان (نما) دارای کنشگری سیاسی زیاد می‌باشند. توزیع درصد فراوانی پاسخگویان به گویه‌های شاخص کنشگری سیاسی در (جدول ۲) نشان داده شده است:

جدول ۲. توزیع فراوانی نظرات پاسخگویان به گویه‌های شاخص کنشگری سیاسی

گویه	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلاً
۱. تا چه اندازه به مطالعه مطالب و اخبار سیاسی اقدام می‌کنید؟	۴۰/۶	۳۸/۲	۱۵/۸	۰	۵/۵
۲. تا چه اندازه در درباره مسائل سیاسی با اطرافیان صحبت می‌کنید؟	۳۱/۹	۳۶/۲	۱۶/۲	۱۰/۴	۵/۳
۳. تا چه اندازه حاضر هستید به یک گروه سیاسی قانونی مانند سازمان داوطلبانه و حزب جدید بپیوندید؟	۱۵/۵	۱۹/۹	۱۶/۱	۱۰/۵	۳۷/۹
۴. تا چه اندازه حاضر هستید در جلسات، راهپیمایی‌ها، گردهمایی‌ها و اجتماعات سیاسی شرکت کنید؟	۵/۵	۹/۸	۳۶/۴	۲۰/۸	۳۷/۵
۵. تا چه اندازه در اعتصابات، تحصن، اعتراضات، راهپیمایی‌های غیرقانونی و ... شرکت کرده‌اید؟	۰	۰	۵/۳	۰	۹۴/۷

میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی

توزیع درصد فراوانی پاسخگویان، برحسب میزان مطالعه فعالیت آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی، در (جدول ۳) نشان داده شده است:

جدول ۳. توزیع پاسخگویان برحسب 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.

آزمون فرضیه تحقیق

به‌منظور تعیین آزمون آماری مناسب، ابتدا درخصوص نرمال بودن توزیع داده‌ها بایستی اطمینان حاصل نماییم و سپس از آزمون‌های آماری مقتضی استفاده نماییم. به‌منظور بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون آماری کالماگروف-اسمیرنوف استفاده شده است که نتایج آن در (جدول ۴) گزارش شده است:

جدول ۴. آزمون نرمال بودن داده‌های تحقیق

متغیر	میزان آماره k-s	سطح معناداری
کنشگری سیاسی	۰/۲۷۳	۰/۰۰۰
استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۰/۱۲۷	۰/۰۰۰

بر اساس اطلاعات جدول فوق، با توجه به این که 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 این که متغیر وابسته و مستقل در سطح سنجش ترتیبی اندازه‌گیری شده‌اند، از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده می‌کنیم (ساعی، ۱۳۷۷: ۲۴) و (دواس، ۱۳۸۱: ۹۸).

فرضیه: بین استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام و کنشگری سیاسی آن‌ها در شهرهای تهران و قم رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۵. همبستگی میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و کنشگری سیاسی

کنشگری سیاسی		متغیر مستقل
سطح معناداری	r_s	
۰/۰۰۰	۰/۲۴	استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی

بین میزان استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی در طول شبانه‌روز و کنشگری سیاسی آن‌ها رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد و میزان r_s (اسپیرمن) ۰/۲۴ می‌باشد که نمایانگر رابطه مستقیم و در حد ضعیف می‌باشد. به عبارت دیگر، هر چه میزان استفاده افراد از شبکه‌های اجتماعی بیشتر باشد، میزان کنشگری سیاسی آن‌ها نیز بیشتر خواهد بود و برعکس (جدول ۵).

نتیجه‌گیری

بررسی رابطه فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی و کنشگری سیاسی آن‌ها در این مقاله مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که هرچقدر افراد در شبکه‌های اجتماعی فعالیت بیشتری داشته باشند، سطح کنشگری سیاسی آن‌ها بیشتر خواهد بود و برعکس. حضور افراد در شبکه‌های اجتماعی، کاربران را در معرض انبوهی از اطلاعات درست و نادرست در خصوص مسائل سیاسی و پیرامونی قرار می‌دهد که می‌تواند منجر به کنشگری متعارف و نامتعارف سیاسی منجر شود. بروز و ظهور رفتارهای

سیاسی متعارف در قالب مطالعه کتاب و مسائل سیاسی، گفتگوی با سایرین در خصوص مسائل سیاسی، پیوستن به گروه‌ها و احزاب سیاسی و ... و شکل نامتعارف آن در قالب شرکت در اعتصابات، تحصن، اعتراضات، نافرمانی مدنی و ... می‌باشد که در این پژوهش به هر دو شکل این رفتارها پرداخته شد.

شبکه‌های اجتماعی و فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، به‌عنوان منبعی برای تسهیل کنشگری سیاسی شناخته می‌شوند و انتخاب‌های فردی متنوعی را پیش روی کنشگران قرار می‌دهند. این شبکه‌ها برحسب سلاطین و علائق مدیران آن‌ها، تلاش می‌کنند تا کاربران را در راستای اهداف سیاسی خود به سمت وسوی آرمان‌های سیاسی مشابهی هدایت نمایند. به همین دلیل است که در سال‌های اخیر برخی جنبش‌های اعتراضی و انقلاب‌های شکل گرفته در سطح جهان مانند بهار عربی، با تأکید بر قدرت شبکه‌های اجتماعی تحلیل شده است و نقش اصلی در بروز این انقلاب‌ها به شبکه‌های اجتماعی داده شده است.

در شبکه‌های اجتماعی مجازی، سیاست کمتر به‌منزله یک فرایند عقلانی، تجزیه و تحلیل می‌شود، بلکه بیشتر به‌مثابه یک سری حرکت‌های نمادین که افراد به آن‌ها واکنش نشان می‌دهند، عمل می‌کند. افراد تحت تأثیر این شبکه‌های اجتماعی، بیش‌ازپیش رسانه‌ای شده و به انسان‌های معترض تبدیل می‌شوند و این‌گونه به نظر می‌رسد که منطق شبکه‌های اجتماعی، پس راندن انواع گفتمان‌های حاکم بر نظام سیاسی است.

نتایج این تحقیق نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی که برحسب مدت استفاده، میزان استفاده و نوع استفاده از این شبکه‌ها سنجیده شده است با کنشگری سیاسی ارتباط معناداری دارد و حضور در فضای شبکه‌های اجتماعی افراد را به کنشگری وادار می‌نماید. شکل‌گیری روحیه انتقادی و پرسشگری در انسان‌ها، مطالبه شفافیت و پاسخگویی نهادهای حاکم، افزایش مطالبات سیاسی و اجتماعی کاربران و ... به‌عنوان بخشی از تغییرات حاصل شده توسط شبکه‌های اجتماعی در افراد می‌باشد که نتیجه و پیامد آن، کنشگری افراد در فضای مجازی و واقعی می‌باشد.

راهکارها و پیشنهادها

۱. لازم است در انتخابات نمایندگانی از تمامی گروه‌ها و اقشار جامعه، به‌منظور رقابت انتخاباتی حضور پیدا کند.
۲. حذف فیلترینگ و به‌جای آن تقویت حضور نیروهای موافق نظام در شبکه‌های اجتماعی به‌منظور جهاد تبیین مدنظر مقام معظم رهبری

۳. آزادی مطبوعات و اجازه دادن به آن‌ها به منظور نقد فضای سیاسی کشور،
۴. توجه به حقوق زنان و مسائل آنان
۵. بررسی عملکرد دولت و نقد منصفانه سیاست‌های دولت از طریق برگزاری میزگرد در رسانه ملی و حضور از صاحب‌نظران و اندیشمندان مختلف
۶. اعطای مجوز از سوی وزارت کشور به گروه‌هایی‌های آرام به منظور بیان دیدگاه‌ها و انتقال پیام‌های اقشار مختلف جامعه به دولت
۷. رصد اخبار و اطلاعات منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی و تهیه پاسخ مطلوب و مناسب از سوی دولت به اخباری که دامنه تأثیرگذاری بالایی دارند.
۸. عدم ایجاد محدودیت برای شبکه‌های اجتماعی خارجی و تلاش برای سوق دادن افراد به استفاده از شبکه‌های اجتماعی داخلی.

کتابنامه

- ابولی، عابدین؛ حقیقی، محمدعلی و زارعی، غفار(۱۴۰۱). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر رفتار سیاسی شهروندان ایران از سال ۹۷-۸۷، جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۲(۲): ۷۱۳-۷۳۲.
- آزایی، وحید(۱۴۰۰). مبانی سیاستگذاری نظارت بر اعمال دولت در نظام جمهوری اسلامی ایران. جامعه‌شناسی سیاسی انقلاب اسلامی، ۲(۲): ۱۴۷-۱۶۲.
- خانیک، هادی و بابایی، محمود(۱۳۹۱). تأثیر سازوکارهای ارتباطی اینترنت بر الگوهای تعامل کنشگران فضای سایبر ایران، علوم اجتماعی، ۱۹(۵۶): ۷۳-۱۱۶.
- خانیک، هادی و بصیریان جهرمی، حسین(۱۳۹۲). کنشگری و قدرت در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه کارکردهای فیس بوک در فضای واقعی)، علوم اجتماعی، ۲۰(۶۱): ۴۵-۸۰.
- خورشیدی آزاد، مهدی؛ حضرتی صومعه، زهرا و ودیعه، ساسان(۱۴۰۰). شناسایی مولفه‌های اثر گذار بر عدم تحقق توسعه اقتصادی در جمهوری اسلامی ایران. جامعه‌شناسی سیاسی انقلاب اسلامی، ۲(۲): ۱۸۷-۲۰۵.
- خوش‌فر، غلامرضا و میرزاخانی، شهربانو(۱۳۹۷). چگونگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی (زمینه‌ها و عوامل)، رسانه، ۲۹(۴): ۵-۲۴.
- دواس، دی‌ای(۱۳۸۱). پیمایش در تحقیقات اجتماعی، چاپ اول، ترجمه هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.
- روشه، گی(۱۳۹۴). جامعه‌شناسی تالکوت پارسونز، چاپ اول، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: نشر نی.
- رومرو، لئوسادیا دیا (۱۳۹۴). درآمدی بر کنشگری برخط و جنبش‌های اجتماعی معاصر، ترجمه حسین حسینی، مطالعات ماهواره و رسانه‌های جدید، ۳(۱۲): ۱۳۷-۱۶۰.
- ساعی، علی(۱۳۷۷). آمار در علوم اجتماعی با کاربرد نرم‌افزار SPSS، چاپ اول، تهران: موسسه نشر جهاد دانشگاهی.
- شیراوند، صارم؛ عمرانی، ابوذر؛ معبودی نژاد، فرشته و دیده‌دورا، ذوالفقار(۱۳۹۹). تأثیر راهبرد اقتصاد مقاومتی بر امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران. جامعه‌شناسی سیاسی انقلاب اسلامی، ۱(۴): ۱۴۱-۱۶۷.

- عباسی قادی، مجتبی و خلیلی کاشانی، مرتضی (۱۳۹۰). تأثیر اینترنت بر هویت ملی، چاپ اول، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- کبیری، افشار؛ سعادت، موسی و قاسمی، الناز (۱۳۹۸). بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تبیین آگاهی سیاسی دانشجویان، مطالعات رسانه‌های نوین، ۵(۱۹): ۲۶۱-۲۸۹.
- لیتل جان، استیفن (۱۳۸۴). نظریه‌های ارتباطات، چاپ دوم، ترجمه مرتضی نوربخش، تهران: انتشارات جنگل.
- محموداوغلی، رضا (۱۳۹۵). بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر کنشگری سیاسی دانشجویان دانشگاه اصفهان. مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی، ۴(۴): ۱۴۵-۱۶۸.
- منتظر قائم، مهدی و تاتار، عبدالعزیز (۱۳۸۴). اینترنت سرمایه اجتماعی و گروه‌های خاموش، انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱(۴): ۲۲۳-۲۴۵.
- نظری، علی اشرف و قلی پور، مجتبی (۱۳۹۷). اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و جنبش اشغال وال استریت: چگونه اینترنت علیه صاحبانش به کار گرفته می‌شود؟ (مجموعه مقالات جنبش وال استریت)، چاپ اول، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه.
- نوری، مختار و قلی پور، مجتبی (۱۳۹۷). رسانه‌های جدید و کنش جمعی در جامعه سیاسی ایران. جستارهای سیاسی معاصر، ۹(۲): ۳۳-۵۳.

- Gibson, R. & Lusoli W. & Ward S. (2005). "Online participation in the UK: Testing a context tualized model of Internet effects". Policy Studies Association. 7(4): 561-583.
- Shah DV. & Rojas H. & Cho J. (2009). Media and civic participation On understanding and misunderstanding communication effects. (Advances in theory and research). 3rd edition New York: Routledge.
- Kietzmann JH. & Hermkens K. & McCarthy IP. & Silvestre BS. (2011). "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media". Business Horizons, 54(3): 241-251.
- Bode L. & Emily K. & Porismita Borah V. & Dhavan V. (2014). A New Space for Political Behavior: Political Social Networking and its Democratic Consequences. Journal of Computer-Mediated Communication, 19(3): 414-429,
- Enikolopov R. & Korovkin V. & Petrova M. & Sonin K. & Zakharov A. (2016). Electoral Fraud in Russian Parliamentary Elections in December 2011 Evidence from a Field Experiment. Russia: Proceedings of the National Academy of Sciences.

- Jost John T. & Barberá P. & Bonneau R. & Melanie L. (2018). "How Social Media Facilitates Political Protest Information Motivation and Social Networks". *Social Media and Political Protest Political Psychology*, 39(11): 85-118.
- Taufiq A. & Ittefaq M. (2019). "The Use of Social Media on Political Participation Among University Students". *An Analysis of Survey Results from Rural Pakistan*, 9(3): 1-9.
- Espinosa M. (2020). *Social network sites and political protest an analysis of the moderating role of socioeconomic status and political group membership*. out of place: Doxa Comunicación.
- Kim J. & Kim Y. (2021). "What publics do online matters: Internet use and political information behaviors". *Online Information Review*, 6(1): 313-320.
- Smith B. & Linda L. (2018). "Muted Group Theory: A Tool for Hearing Marginalized Voices". *The academic journal of CBE international*, 34(3): 85-120.
- Funderburke S. (2012). "Operating the Silencer Muted Group Theory in The Great Gatsby". A thesis submitted to the faculty of the School of Communication in partial fulfillment of the requirements for the Master of Arts degree. Lynchburg- Virginia.
- Mitra A. & Watts E. (2002). "Theorising Cyberspace: The Idia of Voice Applied to Internet discourse". *Jornal of new media and society*, 44(2): 95-115.
- Castells M. (2009). *Communication Power*. UK: Oxford University.
- Aguayo AJ. (2011). *New Media and Activism* John D. H. Downing (Encyclopedia of social movement media). UK: Sage.
- Gupta S. (2021). *Challenges of Online Surveys* (in book *Digital Transformation for Sustainability*). Fifth Edition. Publisher ABS Books.