

تأثیر کارکردهای شبکه‌های اجتماعی بر سمت‌گیری‌های فرهنگ سیاسی کاربران دانشگاهی در ایران (مطالعه موردی وایبر و تلگرام) *

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۹/۵
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۱/۱۲

مهدی بیگدلو^۱*
ناصر هادیان^۲

چکیده

ایفای نقش ملموس انواع شبکه‌های اجتماعی مجازی، طی سال‌های اخیر در ایران، این احساس کلی را ایجاد کرده که با افزایش سرعت تحول فنی این رسانه‌ها، سرعت تحول اجتماعی نیز افزایش خواهد یافت چراکه ایفای کارکردهای مختلف، جایگاهی مناسب به این شبکه‌ها در جامعه ایرانی بخشیده و نادیده گرفتن آنها را به‌طور تقریبی ناممکن کرده است اما اینکه «آیا این کارکردها سمت‌گیری‌های فرهنگ سیاسی جامعه دانشگاهی را متأثر کرده یا خیر؟»، پرسشی است که تحقیق حاضر به روش آمیخته و در سطح توصیفی-تحلیلی، پاسخ آن را از استادان دانشگاه‌های هشت کلان‌شهر کشور به شیوه پیمایشی جویا شده است و با تحلیل داده‌های به‌دست آمده با استفاده از آزمون تاو کندال و همبستگی اسپیرمن، ضمن مشخص نمودن جهت و سطح رابطه دو متغیر تحقیق به این نتیجه دست یافته است که سه کارکرد «توسعه قابلیت‌های نظارتی، هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی و ارزش‌سازی وایبر و تلگرام» بر شش مؤلفه از هشت مؤلفه فرهنگ سیاسی کاربران دانشگاهی در ایران مؤثر بوده که از این میان، تأثیر این کارکردها بر نقد نظام سیاسی، «متوسط» و تأثیر بر مؤلفه‌های بی‌اعتمادی، مطلق‌گرایی فکری، بیگانه‌ستیزی، افراط‌گرایی و غالب بودن ارزش‌های دینی، «ضعیف ولی مثبت» بوده است و دو مؤلفه رفتارهای فراقانونی و خودمداری، از این کارکردها تأثیری نمی‌پذیرند.

واژگان کلیدی: رسانه، رسانه اجتماعی، فضای مجازی، فرهنگ دیجیتال، نرم‌افزارهای گوشی همراه (موبایلی).

* این مقاله برگرفته از رساله دکتری رشته جامعه‌شناسی سیاسی دانشگاه تهران است.

۱. دکتری جامعه‌شناسی سیاسی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول): bigdeloo@alumni.ut.ac.ir

۲. استادیار روابط بین‌الملل دانشگاه تهران

مقدمه

رشد ارتباطات در فضای یک فرامتن الکترونیکی منعطف و متمایل می‌تواند تأثیرهایی بنیادین روی سیاست بگذرد چراکه رسانه‌ها تشکیل دهنده اتمسفر دنیای سیاست هستند؛ به طبع، تعداد زیادی از مردم با اطلاعاتی که از رسانه‌ها می‌گیرند عقاید سیاسی‌شان را شکل می‌دهند و رفتارهایشان را براساس آن بنامی‌کنند که این اثرگذاری در اشکال و ابعاد مختلف در تحقیق‌های محققان، خود را نشان داده‌است (نانسی بایم ۲۰۱۰، میلر و اسلاتر ۲۰۰۲، بورسی ۲۰۱۳، دالگرن ۲۰۰۵)؛ اما در پاسخ به پرسش تحقیق که «آیا کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند وایبر و تلگرام می‌تواند فرهنگ سیاسی کاربران دانشگاهی را در ایران متأثر سازد؟» محققان این فرض را مطرح کرده‌اند که کارکردهای ارزش‌سازی، هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی و تکامل خط‌مشی‌های نظارتی وایبر و تلگرام، ضمن کاهش بیگانه‌ستیزی، رفتارهای فراقانونی، خودمداری، افراط‌گرایی و ارزش‌گرایی، باعث افزایش بی‌اعتمادی شده و بیشترین تأثیر را بر این سمت‌گیری فرهنگ سیاسی کاربران ایرانی داشته‌است.

تحقیق پیش رو، کارکرد سه‌گانه این شبکه‌ها را در کنار هشت مؤلفه فرهنگ سیاسی کاربران ایرانی (مطلق‌گرایی فکری، بیگانه‌ستیزی، رفتارهای فراقانونی، خودمداری، افراط‌گرایی، برتری ارزش‌های دینی، نقد نظام سیاسی و بی‌اعتمادی) که با استفاده از روش دلفی به‌دست آمده، به‌آزمون گذاشته و با گردآوری نظریات استادان دانشکده‌های علوم انسانی دانشگاه‌های دولتی هشت کلان‌شهر کشور (که بنابر فرض محققان، به دلیل زمینه علمی و بهره‌مندی از سرمایه اجتماعی و فنی مناسب برای بهره‌گیری از فضای مجازی، آگاهی مناسبی از دو متغیر تحقیق دارند) به پرسش تحقیق پاسخ داده‌اند.

الف - مبانی نظری و روش تحقیق

تحقیق پیش رو برای بررسی تأثیر متغیر مستقل (کارکردهای شبکه‌های اجتماعی توئیتر و فیس‌بوک) بر متغیر وابسته (فرهنگ سیاسی کاربران دانشگاهی) از روش آمیخته و در سطح توصیفی - تحلیلی بهره‌می‌برد؛ در این راستا پس از احصای مؤلفه‌ها و شاخص‌های هر دو متغیر در سه مرحله به روش دلفی، از نظریات ۱۸۲ نفر از استادان دانشکده‌های علوم انسانی دانشگاه‌های دولتی هشت

- 1 . Nancy Baym
- 2 . Miller & Slater
- 3 . Borzsei
- 4 . Dahlgren

کلان‌شهر کشور برای بررسی تأثیر متغیر مستقل بر وابسته استفاده‌شده و با بهره‌گیری از ابزار پرسش‌نامه، نظریات جامعه آماری تحقیق گردآوری شده‌است. با توجه به اینکه داده‌های تحقیق در سطح سنجش ترتیبی و ناپارامتری و با استفاده از طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت اندازه‌گیری شده‌اند، برای سنجش تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته از آزمون تاو کندال ۱ و برای سنجش میزان و جهت تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شده‌است.

به منظور استفاده از چارچوبی نظری، تحقیق‌هایی مختلف در حوزه رسانه و فرهنگ سیاسی، از جمله تحقیق‌های هارل، آلام و علی، نیومن، یو، وولی و همکاران و... در کنار محققان ایرانی مانند علم، سریع‌القلم، اسماعیلی، قیصری و... بررسی شدند؛ برخی پژوهش‌ها که بیشتر روی ارتباط سیاست و فضای مجازی تمرکز داشتند نیز، مانند تحقیق‌های نانسی بیم، تامپسون، یونگ، بورسی، مؤسسه پیو و... بررسی شدند ولی نظریه‌ای که بتوان از آن برای چارچوب نظری بهره‌گرفت، حاصل نشد؛ به‌ناچار با تغییر رویکرد قیاسی به استقرایی، بر آن شدیم تا با احصای شاخص‌ها و مؤلفه‌های کارکرد شبکه‌های اجتماعی و سمت‌گیری‌های فرهنگ سیاسی به چگونگی رابطه متغیرها پس از انجام تحقیق دست‌یابیم؛ به این منظور، ابتدا در خصوص کارکرد رسانه‌ها، نظریات مختلف هارولد لاسول، چارلز رایت، دنیس مک کویل، ادوارد هرمان، نوام چامسکی، معتمدنژاد و کاستلز بررسی شدند که در نهایت با توجه به اینکه در میان همه محققان، کاستلز، کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی را مطرح کرده (که با مطالعه موردی تحقیق، بیشتر سنخیت دارد)، نظریه وی در خصوص کارکرد شبکه‌های اجتماعی، مفروض قرارگرفت تا مبنای متغیر مستقل باشد. در میان محققانی مانند بشیریه، سریع‌القلم، تاجیک و... که به شاخص‌های فرهنگ سیاسی پرداخته‌اند، نیز جمع‌بندی کاملی از سمت‌گیری‌های فرهنگ سیاسی وجود نداشت تا به عنوان فرض اولیه مدنظر قرارگیرد از این رو، جمیع این سمت‌گیری‌ها که در کتاب مصلی‌نژاد آورده شده‌است، مفروض گرفته شد.

در ادامه برای تکمیل یا اصلاح مؤلفه‌ها و شاخص‌های به‌دست‌آمده هر دو متغیر (کارکرد شبکه‌های اجتماعی و سمت‌گیری‌های فرهنگ سیاسی) از روش دلفی استفاده شد؛ به این منظور با بهره‌گیری از یک پرسش‌نامه باز از نظریات اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های کشور استفاده شد و با استفاده از ادبیات به‌دست‌آمده، پرسش‌نامه‌ای بسته طراحی شد که ۱۰۶ نفر از اعضای هیئت علمی شش دانشگاه کشور (خرم‌آباد، کرمانشاه، آزاد تهران، علامه و چمران اهواز)، آن را ارزش‌گذاری کردند. با احصای

مؤلفه‌ها و شاخص‌های هر دو متغیر، دو مؤلفه (مطلق‌گرایی فکری و نقد نظام سیاسی) نیز به سمت‌گیری‌های فرهنگ سیاسی افزوده شدند؛ در مرحله آخر، اصلی‌ترین مؤلفه‌ها و شاخص‌های هر دو متغیر در میز نخبگی که با استفاده از محققان مجمع تشخیص مصلحت نظام تشکیل شد، تعیین و پرسش‌نامه اصلی برای آزمون تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته با شش پرسش زمینه‌ای و چهل پرسش اصلی برگرفته از سه کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی (ارزش‌سازش، هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی یا خودارتباطات توده‌ای و تکامل خط‌مشی‌های نظارتی) و هشت مؤلفه سمت‌گیری‌های فرهنگ سیاسی (مطلق‌گرایی فکری، نقد نظام سیاسی، بی‌اعتمادی، بیگانه‌ستیزی، رفتارهای فرافانونی، خودمداری، افراط‌گرایی و ارزش‌گرایی) طراحی شد.

برای سنجش روایی پرسش‌نامه محتوا مدنظر قرار گرفته‌است؛ به همین دلیل در زمان ساختن ابزار تحقیق (طراحی پرسش‌نامه) از نظریات استادان صاحب‌نظر بهره‌گرفته شده تا پرسش‌نامه به گونه‌ای طراحی شود که معرف متغیرهای تحقیق بوده، آنها را بسنجد.

از آنجاکه پرسش‌نامه این تحقیق به صورت طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت طراحی شده برای محاسبه میزان پایایی ۱ آن از آلفای کرونباخ استفاده شده‌است. دامنه ضریب پایایی در آلفای کرونباخ از ۰ (عدم ارتباط) تا ۱ (ارتباط کامل) است و هرچه ضریب به دست آمده به عدد ۱ (یک) نزدیک‌تر باشد، پرسش‌نامه، پایایی (اعتبار) بیشتری دارد. پس از محاسبه آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه تحقیق حاضر، ضریب $0/82$ به دست آمده که از اعتبار بالای پرسش‌نامه نشان‌دارد.

جدول ۱: پایایی پرسشنامه

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	146	80.2
	Excludeda	36	19.8
	Total	182	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

ب- پیشینه تحقیق

در بررسی فرهنگ سیاسی ایران، پژوهش‌هایی مختلف انجام شده‌است که برخی پژوهشگران بر شاخص‌های مثبت این فرهنگ، بیشتر تأکید داشته‌اند؛ از نظر لیمبرت (۱۳۹۱)، ایرانیان برای پذیرش اصول و روش‌های خارجی‌ها در دین، سیاست و رسوم اجتماعی فرهنگی باز داشته‌اند و از دیرباز این رسوم را می‌پذیرفته‌اند و سپس با قرارداد این اسلوب در شکل و قالب ایرانی، آنها را تحت کنترل خود درمی‌آوردند (لیمبرت، ۱۳۹۱: ۸۹). شعبانی به سعه‌صدر و گشادگی نظر ایرانیان و خالی‌نبودن عرصه‌های ذهن ایرانی از اندیشه و کار که موجب شده به هیچ پدیده تازه‌ای به‌صورت چشم‌بسته و تسلیم بی‌قید و شرط ننگرد (شعبانی، ۱۳۸۶: ۷۹ و ۸۰)، اشاره دارد.

آزاد/رمکی، فرهنگ ایرانی را با صفاتی مانند دین‌داری، خانواده‌گرایی، دولت‌ایرانی، فرهنگ شیعی، انطباق‌پذیری با شرایط جدید، قابل‌تعریف می‌داند (۱۳۸۶: ۱۰۵) و به گمان رجایی، سنت غالب در حوزه تمدنی ایرانی، دو میراث برای ما ایرانیان به‌جا گذاشته‌است که یکی، اعتدال و میانه‌روی و دیگری، جوانمردی و فتوت است (رجایی، ۱۳۸۶: ۱۴۳).

قیصری نیز عمده‌ترین ارزش‌های سیاسی در فرهنگ سیاسی ایران را نفوذ، اعتبار (پرستیژ) و احترام اجتماعی، استقلال‌طلبی (در برابر سلطه بیگانگان به‌صورت جمعی و در مقیاس فردی برای استقلال از حکومت)، مساوات‌خواهی، امنیت، وطن‌پرستی (چه در شکل محله‌گرایانه و چه در شکل جغرافیای سیاسی ملی) و ظلم‌ستیزی و ضدیت با ظلم (قیصری، ۱۳۸۸: ۱۹۸ تا ۲۰۱) می‌داند.

اما در کنار شاخص‌هایی مثبت که برای فرهنگ سیاسی ایران برشمرده‌اند، برخی بر شاخص‌های منفی، بیشتر تأکید داشته‌اند؛ از نظر شریف، ساخت پاتریمونیالی حاکم بر ایران، هویت سیاسی خاصی به ایرانیان می‌بخشد که مهم‌ترین ویژگی‌های آن، فرصت‌طلبی سیاسی، انفعال، اعتراض پنهان، ترس و تسلیم، سکوت، فردگرایی منفی و... (شریف، ۱۳۸۱: ۴۰) است.

مصطفی ملکیان با اعتقاد به اولویت فرهنگ بر سیاست، عوامل عقب‌ماندگی ایرانیان را نوزده عامل «پیش‌داوری، جزمیت و جمود، خرافه‌پرستی، تلقین‌پذیری، القاء‌پذیری، تقلید، پذیرش به‌طور صرف تعبدی، شخصیت‌پرستی، تعصب، اعتقاد به برگزیدگی، تجربه نیندوختن از گذشته، جدی‌نگرفتن زندگی، نسبت‌سنجی در امور، دیدگاه مبتدل نسبت به کار، قایل‌نبودن به ریاضت، ازدست‌رفتن قوه تمیز میان خوشایند و مصلحت، زیاده‌گویی، زبان‌پریشی و ظاهرنگری» می‌داند (اخوان کاظمی، ۱۳۸۶: ۱۷ تا ۱۹). امینی و خسروی، فرهنگ آمریت- تابعیت، عدم تساهل و

سعه‌صدر، خشونت و سیاست‌گریزی (بهار ۱۳۸۹: ۱۳۷ تا ۱۳۹) را مؤلفه‌های فرهنگ سیاسی ایران برمی‌شمرند.

ماروین زونیس،^۱ فرهنگ سیاسی نخبگان ایران را در چهار ویژگی «بدبینی سیاسی، بی‌اعتمادی شخصی، احساس عدم امنیت آشکار و سوءاستفاده‌های فردی» خلاصه می‌کند؛ ویژگی‌هایی که رفتار سیاسی را در جامعه شکل می‌دهند (جعفرپور کلوری، ۱۳۸۹: ۱۷).

بر اساس پژوهش آردی،^۲ گاستیل،^۳ فرهنگ سیاسی ایران، زمینه‌ای مساعد برای مشارکت و رقابت سیاسی ایجاد نمی‌کند؛ وی در پژوهش خود نشان داده که ایرانیان معتقدند، آدمیان به‌طبع، شرور و قدرت‌طلب‌اند (بشیریه، ۱۳۸۴: ۱۵۹).

حسین بشیریه، ویژگی‌های فرهنگ سیاسی ایران با فرهنگ تابعیتی را شامل نگرش نامساعد نخبگان حاکم نسبت به مشارکت و رقابت؛ رابطه عمودی قدرت عمومی، برتر و قهرمان‌گونه و بی‌هم‌تادانستن حاکم، انتظار انجام همه کارها از حکومت، بی‌اعتمادی به وعده‌های حاکم، اعتراض ناگهانی و عصبی؛ نگرش منفی به قدرت سیاسی، اطاعت و تابعیت محض، عزلت‌گزینی، کناره‌جویی و انفعال کامل سیاسی؛ بی‌اعتمادی نسبت به یکدیگر؛ عدم همکاری و ضعف روحیه همکاری جمعی، تقدس حاکمان، جلب رضایت حاکم به هر نحو و رواج فرصت‌طلبی و چاپلوسی، ترس از اعمال حکومت، ادعای مالکیت جان و مال مردم از سوی حکومت و اعتراض از موضع اخلاقی ضد فرصت‌طلبی و قدرت‌پرستی (خان‌محمدی، ۱۳۹۲: ۴۱ تا ۴۵) می‌داند.

صنیع/جلال، برخی شاخص‌های فرهنگ سیاسی ایران را شامل ضعف هویت جمعی و فقدان تعهدهای تعمیم‌یافته، نارضایتی عمومی و احساس محرومیت نسبی و ضعف اعتماد یا بی‌اعتمادی اجتماعی و مواردی مانند تقدم مصالح فردی بر مصالح جمعی، ضعف در سازوکارهای مشارکتی (مشارکت فرد در جامعه)، نقصان و کاهش تعلق اجتماعی و تعهدهای مشترک، اختلال در روابط و کاهش روابط اجتماعی گرم، سطح نازل همکاری و تعامل اجتماعی و افزایش میزان بیگانگی و بی‌هویتی اجتماعی به‌ویژه نزد جوانان و نوجوانان برمی‌شمرد (۱۳۸۴: ۱۱۷ تا ۱۱۹).

گراهام فولر،^۳ ویژگی‌های فرهنگ سیاسی ایران را در چند محور اصلی «بدبینی و بی‌اعتمادی (نظریه توطئه)، پنهان‌کاری، افراط و تفریط، آرمان‌گرایی، دولت‌مداری و قیامت‌نگری» جمع‌بندی می‌کند

.....
1 . Marvin Zonis
2 . R. D. Gastil
3 . Graham E. Fuller

و ماروین زونیس در کتاب *روان‌شناسی نخبگان* سیاسی ایران، چهار خصوصیت «بدبینی سیاسی، بی‌اعتمادی شخصی، احساس عدم امنیت آشکار و بهره‌کشی میان‌فردی (سوءاستفاده)» را ویژگی‌های فرهنگ سیاسی ایرانیان به‌خصوص نخبگان سیاسی می‌داند (خان‌محمدی، ۱۳۹۲: ۴۵ تا ۵۱).

ربانی و شایگان‌فر نیز، مؤلفه‌های فرهنگ سیاسی ایران را «ضعف اعتماد سیاسی، تمرکزگرایی و نظام سلسله‌مراتبی، کاریزما و منجی‌گرایی، رفتارهای دوگانه، فرهنگ عشیره‌ای-قبیله‌ای، مقاومت و مبارزه، شهادت‌طلبی، بیگانگی‌ستیزی، اصلاح‌طلبی و آرمان‌خواهی» (۱۳۸۹: ۱۲۹ تا ۱۳۷) می‌دانند.

ج- شاخص‌های سمت‌گیری‌های فرهنگ سیاسی

تنوع نظریات درخصوص سمت‌گیری‌های فرهنگ سیاسی ایرانیان، بسیار زیاد است ازاین‌رو مهم‌ترین مؤلفه‌ها و شاخص‌های فرهنگ سیاسی در سه مرحله به روش دلفی احصا شدند؛ در گام نخست، پرسش‌نامه باز برای ۳۸۳ نفر از استادان رشته‌های علوم سیاسی، جامعه‌شناسی و تاریخ و ادبیات دانشگاه‌های سراسر کشور ارسال شد که در نتیجه آن، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها مشخص شدند؛ در مرحله دوم، این مؤلفه‌ها و شاخص‌ها در قالب پرسش‌نامه بسته برای ۱۰۶ نفر از استادان و دانشجویان دکتری رشته‌های علوم انسانی دو دانشگاه در تهران (دانشگاه آزاد مرکز و دانشگاه علامه) و سه دانشگاه در شهرستان‌ها (اهواز، کرمانشاه و خرم‌آباد) ارسال و از آنها درخواست شد تا هر عنوان را با استفاده از مقیاس لیکرت، رتبه‌بندی و به عبارتی کمیت‌پذیر کنند.

در گام سوم با استفاده از نظریات ده نفر از محققان مرکز تحقیقات مجمع تشخیص مصلحت نظام، شاخص‌های احصاشده بررسی و در نهایت برای مطلق‌گرایی فکری شاخص‌های به‌طور صرف درست‌پنداشتن اندیشه خود در مباحث سیاسی، اعتقادداشتن به فرصت برابر بروز فکر و اندیشه همه مردم با هر گرایش سیاسی و باور به حذف اندیشه‌های مخالف؛ برای مؤلفه نقد نظام سیاسی، شاخص‌های انتقاد از افراد شاخص سیاسی در قدرت، انتشار کلیپ‌های فعالان سیاسی مخالف دولت و نقد سیاست‌های دولت؛ برای مؤلفه بی‌اعتمادی، شاخص‌های توجه بیشتر به انگیزه‌های منفی کنش‌گران اجتماعی، فقدان احساس امنیت اجتماعی و محدودکردن ارتباط عاطفی به حلقه‌ای بسته و درونی (خانواده، دوستان یا آشنایان خود)؛ برای مؤلفه بیگانگی‌ستیزی، شاخص‌های نپذیرفتن تفاوت فکری و فرهنگی بیگانگان، ضرورت رصد دائمی فعالیت‌های بیگانگان و بیگانگان عامل تهدید و ناامنی؛ برای مؤلفه رفتارهای فرافقانونی، شاخص‌های باورداشتن به حل‌وفصل مسائل با استفاده از

ضوابط قانونی، توجه به گوینده به جای گفته، برتری تملق بر استدلال و برتری جنبه‌های عاطفی و احساسی نسبت به عقل و تفکر منطقی و استدلالی؛ برای مؤلفه خودمداری، شاخص‌های تأثیرپذیرفتن از تصمیم‌ها، اعمال و کنش‌های دیگران، باورنداشتن به مشارکت و مساعی گروهی، ترجیح مصالح فردی بر مصالح جمعی و یکی‌دانستن فردیت با منیت؛ برای مؤلفه افراط‌گرایی، شاخص‌های باارزش‌شمردن اندیشه‌ها، باورها و آرمان‌های باثبات و بدون تغییر، استفاده از پرخاش به جای دلیل و امور را سیاه و سفید دیدن و برای مؤلفه غالب‌بودن ارزش‌های دینی، شاخص‌های برتری تعهد دینی نسبت به تخصص برای مسئولان، ارزش‌های اجتماعی برگرفته از ارزش‌های دینی و نیروهای مذهبی عامل شکل‌گیری همه حوادث تاریخی، به‌عنوان مهم‌ترین و دقیق‌ترین شاخص‌ها احصا شدند.

د- تأثیرپذیری فرهنگ سیاسی

فرهنگ سیاسی به‌عنوان نوعی رهیافت بینابینی تلاش می‌کند تا میان تفاسیر جامعه‌شناسانه (تحلیل کلان) و تفاسیر روان‌شناسانه (تحلیل خرد) ارتباط برقرار کند (شریف، ۱۳۸۱: ۱۰) و از آنجاکه رشته‌هایی از تار و پود فرهنگ کلی جامعه است، براساس نوع رابطه با فرهنگ، قوانین حاکم بر فرهنگ بر آن نیز حاکم است و کشف قوانین موجود در فرهنگ به کشف قوانین فرهنگ سیاسی می‌انجامد (اسماعیلی، ۱۳۹۰: ۱۹)؛ برای نمونه، فرهنگ سیاسی نیز مانند فرهنگ رفتاری که انسان‌ها با خود چه آگاهانه و چه ناآگاهانه حمل می‌کنند، تحت تأثیر ساختارهایی است که در آن زندگی می‌کنند (سریع‌القلم، ۱۳۸۶: ۱۶) و ساختار سیاسی موجب‌شده برخی ویژگی‌های ثابت در افراد متفاوتی که در آن موقعیت قرار می‌گیرند، به‌صورت فرهنگی سیاسی تجلی‌کند (اسماعیلی، ۱۳۹۰: ۳۳۰).

به‌واسطه این ارتباط، دگرگونی فرهنگ سیاسی به‌عنوان بازتاب نظام سیاسی، فکری، عقیدتی و تاریخی افراد جامعه‌ای که آنان را به‌وجودآورده و از آن تغذیه می‌کنند (رضایی و زهره‌ای، ۱۳۹۰: ۴۵)، جزئی از فرایند کلی‌تر دگرگونی فرهنگی است و شناخت قواعد دگرگونی فرهنگی به ما کمک می‌کند تا قواعد تحول فرهنگ سیاسی را بشناسیم (شریف، ۱۳۸۱: ۱۶)؛ البته این نکته را نیز باید در نظر داشت، از آنجاکه فرهنگ سیاسی در فصل مشترک سیاست و فرهنگ قرار دارد، ضمن تأثیرپذیری از یکدیگر در شکل‌دهی به یکدیگر نیز نقش دارند (حسینی، بهار ۱۳۹۱: ۱۵۲).

فرهنگ سیاسی، محصول تاریخ جمعی یک نظام سیاسی و تاریخ زندگی افرادی است که آن نظام را می‌سازند و به همین دلیل به‌طوریکسان در حوادث و تجربه‌های شخصی ریشه‌دار (علم، ۱۳۸۷:

۵۸). از آنجاکه فرهنگ سیاسی، به‌طور عمده در بخش نهفته علم سیاست جای دارد و قسمت ناخودآگاه ذهن را دربرمی‌گیرد، طی سال‌ها حتی از دوره کودکی از طریق خانواده، نظام آموزشی، فرهنگ عمومی و ماهیت نظام سیاسی به‌طور پیچیده‌ای و اغلب با ابزار روانی و با نتایج سیاسی به فرد منتقل می‌شود و نظام کنش-واکنش او را نسبت به پدیده‌های سیاسی شکل می‌دهد (سریع‌القلم، ۱۳۸۶: ۵۱). درحقیقت، اجتماعی‌سازی سیاسی یک فرد، روندی مداوم است که به‌طور مستمر تحت تأثیر ارتباطات میان خانواده، دوستان، همکاران، وقایع شخصی و جمعی، تغییرهای چرخه حیات و همین‌طور رسانه‌ها قرار می‌گیرد (Borzsei, 2013:11-12) چراکه یکی از ویژگی‌های فرهنگ سیاسی، ماهیت بازنمایی شده آن است و هرگاه تحول سیاسی شکل می‌گیرد یا اینکه فضای اجتماعی جدیدی به وجود می‌آید، شاخص‌های فرهنگ سیاسی بازنمایی می‌شود؛ این امر، بیانگر آن است که فرهنگ سیاسی، قابلیت تطبیق و هماهنگ‌سازی خود را با بسیاری دیگر از شاخص‌های اجتماعی، تکنولوژیک، اقتصادی و سیاسی دارد (مصلی‌نژاد، ۱۳۸۷: ۳۲۷).

بنابر تعریف اسلوین، فضای مجازی را می‌توان به‌عنوان شیوه‌ای از انتقال فرهنگی دانست (اسلوین، ۲۰۰۲: ۶۱۹) چراکه فضایی مهیامی‌کند که در آن، مردم می‌توانند ارزش‌ها، اعمال و هویتشان را عرضه و با یکدیگر تبادل کنند (میلر و اسلاتر ۲۰۱۰، ۱۰)؛ باورها و پیش‌فرض‌های سیاسی در این فرایند می‌تواند از دیگری به‌ارث‌برده‌شود یا تغییر شکل دهند (گلدفارب ۲۰۱۲، ۳۴) که به‌ترتیب به آنها درک گسترش یافته و ظرفیت گسترش یافته نیز گفته می‌شود (میلر و اسلاتر ۲۰۰۰، ۱ تا ۱۰). جنبه ثانویه و پویای ظرفیت گسترش یافته نشان می‌دهد که چگونه باورها و هویت‌ها می‌توانند از طریق برخورد خلاقانه و منتقدانه با زمینه‌های جدید و متفاوت بازسازی شوند و تغییر شکل یابند (Borzsei, 2013:12-13).

ه- رسانه‌ها و فرهنگ سیاسی

رسانه‌ها را بسیاری به‌درستی ابزاری فرهنگی می‌دانند زیرا از بطن فرهنگ برمی‌خیزند، با توجه به هر فرهنگ کاربردی متمایز می‌یابند و سپس بر فرهنگ جامعه تأثیر می‌نهند (ساروخانی، ۱۳۹۱: ۲۰)؛ در این راستا رسانه‌های جدید در ساختن جامعه و فرهنگ تازه، تصور از زندگی و امکان دستیابی به جهان معاصر به‌طور مجازی، مؤثر هستند. انسان در جامعه رسانه‌ای دیروز، بیشتر نقش‌پذیر بود تا نقش‌آفرین؛ اما با شکل‌گیری جهان مجازی، نقش و سهم انسان به‌طور مجازی و تصور از خود و

دیگری که جهان اجتماعی را می‌سازد، بیشتر شده‌است. رسانه‌های الکترونیکی، جهانی وسیع برای انسان‌ها ساخته، موجب می‌شوند تا محیطی چندبعدی تحت وضعیت محلی و جهانی ظاهر شود، برخلاف گذشته که ایجاد فاصله میان بیننده و وقایع را سبب شده بود. امروزه مخاطبان در رسانه‌های اجتماعی، حضوری بیشتر و تعامل‌هایی سریع‌تر نسبت به رسانه‌های جمعی دارند (Kempe, 2015:3-5) و مخاطبان در این رسانه‌ها به جای اینکه دریافت‌کنندگان غیرفعال اطلاعات باشند، می‌توانند با تولیدکنندگان محتوا و حتی با یکدیگر برخورد داشته، خود نیز به تولید محتوا بپردازند (Trentham&Sokoloff& Tsang&Neysmith, 2015:562) و وقتی این فناوری‌های جدید در جامعه گسترش می‌یابند و فراگیر می‌شوند، همه‌جا همه‌جا حضوری نامحسوس دارند (gustafsson, 2013:39-40).

فرهنگ دیجیتال حاصل توسعه فعالیت این رسانه‌ها، به‌طور عمده فرهنگ دسترسی طبق تقاضا به محتویات است، خواه برای آن هزینه‌کنند، خواه به‌صورت نظیر به نظیر آن را به اشتراک بگذارند (کریبر و مارتین، ۱۳۹۰: ۲۵۲)؛ درحقیقت، این فرهنگ تلاش دارد تا از سنگینی بار جغرافیا خلاص شود زیرا تحدید و وضعیت جغرافیایی را منبع اصلی ناکامی و محدودیت در زندگی انسان می‌داند؛ این فرهنگ درصدد تأسیس نظم ضدفضایی بدیلی به‌جای جهانی واکنش‌پذیر است چون اعتقاد دارد، برای انسانها خوشایندتر خواهد بود (وبستر و رابینز، ۱۳۸۵: ۳۴۷)؛ در این فضای فرهنگی با توجه به شرایط زیستی نوین مبتنی بر خصلت محلی - جهانی به دلیل بازبودن زندگی اجتماعی نوین و همچنین به دلیل تکثیربایی زمینه‌های عمل و تنوع مراجع اجتماعی، نظام کنش اجتماعی و انتخاب شیوه زندگی و مبانی رفتاری، بیش‌ازپیش در ساخت هویت کنش‌گران اجتماعی، سلطه نشانه‌ها، تصاویر و بازکرده‌های دنیای رسانه‌ای شده، متبلور می‌شوند (شایگان، ۱۳۸۸: ۱۵۳)؛ به این ترتیب، نظام کنش اجتماعی از قید جباریت تک‌گفتار محض، آمریت امر واحد در تولید نظام ارزشی - معنایی خالص و تقلیل‌ناپذیر رهاست (پوررضا کریم‌سرا، ۱۳۹۳: ۵۶)؛ این ویژگی‌ها باعث شده جامعه‌شناسان، فضای فرهنگی مجازی را به‌طور کامل جدید و پسامدرن دانسته، آن را نشانگر گسستی عمده و اساسی در الگوهای فرهنگی جامعه، هویت و ارتباطات در نظر بگیرند (ابراهیمی، ۱۳۹۰: ۱۱۴).

در این فضای فرهنگی، فضای مجازی می‌تواند به‌عنوان حوزه‌ای عمومی (که در آن شهروندان می‌توانند با یکدیگر درخصوص علایق مشترک خود ملاقات و تعامل داشته باشند)، نقشی مهم بازی کند و از این طریق، به گسترده‌تر کردن حوزه‌های عمومی برای ارتباطات سیاسی کمک کند (Brundin,

46: 2008؛ حتی بسیاری از این رسانه‌های جدید، به شهروندان اطلاعاتی مفید می‌دهند تا بتوانند نتایج و دستاوردهای سازمان‌های سیاسی را ارزیابی کنند و به انتخاب‌هایی آگاهانه‌تر دست‌بزنند (Ceron, 2015: 488)؛ البته نباید از این نکته، غافل بود که فضاهای مجازی به‌عنوان یکی از عناصر و اجزای فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی هم تأثیرگذار و هم تأثیرپذیر هستند؛ این فناوری‌ها هم شکل می‌دهند و هم شکل می‌گیرند و رابطه آنها با پدیده‌های فرهنگی - اجتماعی از نوع کنش متقابل است (میرمحمدی، ۱۳۹۱: ۱۰۶)؛ در میان این رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی گوشی همراه در سال‌های اخیر در ایران توسعه فراوانی یافته‌اند.

و- شبکه‌های اجتماعی گوشی‌های همراه

در پاییز ۲۰۱۴ حدود ۲/۵ بلیون اشتراک پهنای باند گوشی همراه (موبایل) در سراسر جهان وجود داشت و قابل‌پیش‌بینی است که تا سال ۲۰۲۰ به ۸/۴ بلیون برسد (Dashtinejad, 2015: 1)؛ یکی از دلایل این رشد و دسترسی به ارتباط اینترنتی، تغییرهایی است که در زمینه ارسال پیام در تلفن‌های همراه در ده سال اخیر روی داده‌است، جایی که برنامه‌های کاربردی، امکان ارسال انواع فایل را بدون پرداخت هزینه و فقط با اتصال به اینترنت برای کاربران خود فراهم می‌آورند (کرمی و الماسی، ۱۳۹۲: ۳۹).

این نرم‌افزارها پیشنهاد ارتباطات رایگان را ارائه می‌دهند و اغلب، رایگان نصب می‌شوند که این موضوع آنها را برای مشتریان بالقوه جذاب کرده‌است. تماس رایگان، ارسال پیامک رایگان، ارسال عکس و فیلم رایگان و تشکیل گروه‌های مختلف درسی، ورزشی و دانشگاهی، تنها بخشی از این امکانات هستند؛ افرادی که نرم‌افزار این شبکه‌های اجتماعی را در فهرست برنامه‌های گوشی تلفن همراه خود داشته‌باشند، فقط با اتصال به اینترنت قادرند تمام خدمات اشاره‌شده را انجام دهند که این امر، ضمن آسان کردن ارتباطات و نزدیک ساختن جوامع بشری به یکدیگر، جذابیت‌هایی هم برای مخاطبان خود دارد (نجفی و نیرومند، ۱۳۹۵: ۲۳).

در سال‌های اخیر در ایران، شبکه‌های اجتماعی مختلفی مانند وایبر، واتس‌آپ، لاین و تلگرام به‌عنوان مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی مجازی پیام‌رسان با استفاده از بستر گوشی‌های همراه استفاده شده‌اند که با جنبه‌هایی مثبت از جمله دسترسی آسان به منابع اطلاعاتی، احساس صمیمیت میان افراد، یافتن دوستان جدید و جنبه‌های منفی مانند افزایش آسیب‌های اجتماعی، تغییر فرهنگ‌های

محلی و... همراه بوده‌اند (زندوانیان و زین‌العابدینی، ۱۳۹۵: ۶۵)؛ از میان این شبکه‌ها به دو شبکه وایبر و تلگرام در این تحقیق توجه شده‌است.

۱- وایبر

وایبر، نوعی نرم‌افزار از گونه پیام‌رسان فوری با قابلیت انتقال صدا روی پروتکل اینترنت است که شرکت وایبر مدیا، آن را ساخته‌است؛ این شرکت را تلمن مارکو^۱، دانش‌آموخته علم رایانه (کامپیوتر)، در فوریه ۲۰۱۰ تأسیس کرد (کرمی و الماسی، ۱۳۹۲: ۴۳ و ۴۴).

پژوهشی که گروه آموزش و تحقیقات قوانین سایبر (UNH) به‌منظور بررسی امنیت نرم‌افزار وایبر انجام داده، نشان می‌دهد از آنجا که فایل‌های رسانه‌ای مانند عکس‌ها و ویدئوها که میان کاربران منتقل می‌شوند، رمزگذاری نمی‌شود، اطلاعات باز انباشته شده روی سرور وایبر می‌تواند بدون هیچ سازوکار احراز هویت قابل دسترسی باشد؛ این آسیب‌پذیری‌ها برای کاربران خرابکار به‌سادگی امکان خرابکاری، سرقت اطلاعات و دریافت داده‌های رمزگشایی شده‌ای را که روی خطوط یا شبکه‌های بی‌سیم هستند، فراهم می‌آورد (Dashtinejad, 2015: 13).

با این حال از این برنامه کاربردی - ارتباطی، به دلیل سهولت استفاده نسبت به سایر برنامه‌های کاربردی مانند لاین، واتس‌آپ و...، بیشتر استقبال شده‌است؛ از سوی دیگر امکان اضافه شدن عضوهای جدید در این برنامه کاربردی راحت‌تر و آزادانه‌تر از سایر برنامه‌هاست؛ ضمن آنکه به دلیل امکان نصب روی رایانه‌های شخصی، امکان نوشتن پیام‌ها در این برنامه راحت‌تر است؛ بنابراین نسبت به سایر برنامه‌های کاربردی، ایجاد و برقراری گروه‌ها در آن ساده‌تر و مبتنی بر تبادل و بحث‌های گروهی است (ابراهیم‌پور، ۱۳۹۳: ۸۰).

وایبر همانند هر رسانه اجتماعی دیگری می‌تواند دو نوع کارکرد داشته باشد؛ هم‌زمان که می‌تواند سبب نوعی احساس رهایی در موضوع‌های اجتماعی شود، می‌تواند نوعی مقاومت هویتی را هم شکل بدهد و برای کاربرانش ابزار و رسانه‌ای رهایی‌بخش باشد که در آن می‌توانند دغدغه‌هایشان را مطرح کرده، با کسانی زندگی کنند که اشتراک‌های معنایی و حتی واژگانی دارند. وایبر برای نسل خود، جهانی ساخته که فراتر از واقعیت عمل می‌کند و حتی برخی اوقات به جهانی واقعی تبدیل می‌شود. رابطه‌ها و کنش‌هایی که در شبکه اجتماعی وایبر شکل می‌گیرند، گاهی اوقات دارای دوامی بیشتر از

1 . Talmon Marco

جهان واقعی هستند؛ چنین کنش‌ها و رابطه‌هایی، گاهی سبب تقویت پیوندهای سست هم می‌شوند. بسیاری از استفاده‌کنندگان وایبر، نوعی سبک گفتاری و نوشتاری خاص را دنبال می‌کنند که به کلی با سبک گفتاری و نوشتاری جهان عینی، متفاوت است (علیزاده و محمدی، ۱۳۹۴: ۱۳۰ تا ۱۳۲).

یکی از دلایلی که می‌توان براساس آن ادعا کرد که فضای وایبر، نوعی از عرصه عمومی است، بازنمایی حد متوسط اندیشه عموم اعضای گروه است که در جهت دموکراتیک‌بودن فضای عمومی قرارداد (ابراهیم‌پور، ۱۳۹۳: ۹۲)؛ در کنار این ویژگی، از آسیب‌های جدی وایبر، تغییر نگرش‌ها و اعتقادهای کاربران از جمله تغییر ارزش‌های مذهبی است؛ این شبکه‌ها ارزش‌های مذهبی کاربران را با سازوکارهایی تغییر می‌دهند و آسیب‌هایی نظیر کاهش ارزش‌های مترقی، تضعیف خرده‌فرهنگ‌ها، تضعیف ایمان و توسعه تردیدهای فکری، ارتقای تفکرهای سطحی، توسعه محصولات فرهنگ‌های منحط را وارد می‌سازند (Faraji & Taheri, 2015: 39).

کاربران ایرانی برای ماه‌ها، جزو بیشترین استفاده‌کنندگان از برنامه پیام‌رسان فوری وایبر بودند که پس از ایجاد اختلال در این برنامه و کندی سرعت آن، به ترک برنامه وادار شده، به تلگرام پیوستند به طوری که در سال ۲۰۱۶ حدود ۸۳/۴ درصد از ترافیک گروه‌ها و کانال‌های تلگرامی به کاربران ایرانی اختصاص داشت (کرمانی، ۱۳۹۵: ۵۴).

۲- تلگرام

تلگرام، نوعی سرویس پیام‌رسان متن‌باز چندسکویی است که کاربران آن می‌توانند پیام‌ها، تصاویر، ویدئوها و اسناد رمزنگاری‌شده را تا حجم ۱/۵ گیگابایت تبادل کنند. تلگرام به جای فراداده روی محتوای پیام تمرکز دارد و حالتی که استفاده می‌کند، رمزگذاری پشت‌سرهم است؛ این بدان معناست که در یک پیام امن، محتوا در تلفن فرستنده رمزگذاری می‌شود و فقط ارسال از طریق سرورها صورت می‌گیرد و پیام‌ها هرگز در جایی نگهداری نمی‌شوند و زمانی ارسال می‌شوند که هر دو فرستنده و گیرنده، آنلاین باشند و در زمانی که گیرنده، آنلاین نباشد، پیام در تلفن فرستنده خواهدماند (Van Schie, 2015: 20).

در فوریه ۲۰۱۶ (بهمن‌ماه ۱۳۹۴) تلگرام اعلام کرد که ۱۰۰ میلیون کاربر فعال از این ابزار جدید برای انتشار ۱۵ میلیارد پیام استفاده می‌کنند و هر روز نیز، ۳۵۰ هزار کاربر جدید، عضو این شبکه می‌شوند (عبداللهی‌نژاد، قاسمی‌نژاد و صادقی، ۱۳۹۵: ۴۲)؛ در ژانویه همان سال، *فایننشال تریبون*

اعلام کرد که سرویس پیام‌رسان تلگرام از میان سایر شبکه‌های رسانه‌های اجتماعی، عنوان محبوب‌ترین را در سراسر منطقه غرب آسیا به خود اختصاص داده‌است. از میان همه مردمی که دست‌کم در یک شبکه رسانه اجتماعی عضو شده‌اند، ۷۱ درصد جزو کاربران تلگرام هستند که ۳۷/۵ درصد کاربران فعال تلگرام را افراد بالای ۱۸ سال تشکیل می‌دهند؛ همچنین در یک نظرسنجی که خبرگزاری *ایسنا* منتشر کرد، دست‌کم ۲۰ میلیون نفر از ایرانی‌ها از کاربران تلگرام هستند و مسئولان شرکت تلگرام نیز اعلام کردند، به‌طور تقریبی ماهانه ۲۰ درصد از کاربران فعال این پیام‌رسان، ایرانی هستند (اجاق و میرزایی موسوی، ۱۳۹۵: ۷۸)؛ درحقیقت پذیرش ازسوی حکومت و عدم فیلتر این برنامه سبب‌شده، کاربران ایرانی، جزو بیشترین استفاده‌کنندگان از تلگرام در مقایسه با دیگر رسانه‌های اجتماعی باشند (کرمانی، ۱۳۹۵: ۵۴).

ز. شاخص‌های سه کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی

مانوئل کاستلز در کتاب *قدرت ارتباطات*، کارکردهای شبکه‌های اجتماعی را شامل ارزش‌سازی ۱ (۱۳۹۳: ۳۵)، هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی یا خودارتباطات توده‌ای ۲ (۱۳۹۳: ۸۵) و تکامل خط‌مشی‌های نظارتی (۱۳۹۳: ۱۲۲) برمی‌شمارد که برای بومی‌کردن کارکردها و شاخص‌های آنها در چند مرحله از روش دلفی استفاده‌شد.

ابتدا با استفاده از نظریات اندیشمندان حوزه ارتباطات و ادبیات موجود در داخل و خارج کشور، شاخص‌های اجتماعی و سیاسی شبکه‌های اجتماعی وایبر و تلگرام، استخراج و در قالب پرسش‌نامه‌ای بسته برای طبقه‌بندی و ارزش‌گذاری هر شاخص در ذیل یکی از کارکردهای سه‌گانه *کاستلز* برای ۱۰۶ نفر از استادان و دانشجویان دکتری دانشگاه‌های علامه طباطبایی، آزاد تهران مرکز، چمران اهواز، خرم‌آباد و کرمانشاه ارسال‌شد. شاخص‌هایی که استادان این دانشگاه‌ها بالاترین ارزش را به آنها اختصاص دادند، در میز نخبگی شامل ده نفر از استادان و محققان مرکز تحقیقات مجمع تشخیص مصلحت نظام به‌بحث گذاشته‌شد و درنهایت برای کارکرد تکامل خط‌مشی‌های نظارتی «مؤلفه‌های انعکاس نقاط ضعف و قوت دولت، شفافیت عملکرد نظام سیاسی، پایش لحظه‌ای زندگی اجتماعی مسئولان کشور و تشخیص درستی یا نادرستی ادعاهای دولت»؛ برای کارکرد هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی «شاخص‌های ازبین‌بردن تناقض فرهنگ جهانی مشترک و فرهنگ‌های هویتی

1 . Value -making

2 . self mass communication

محلی، کاهش تضاد فردگرایی و اجتماع‌گرایی، افزایش برابری ارتباطات چندگانه (ارزش یکسان هر نوع اطلاعات، در هر قالبی، از هرکسی، از هرجایی)، برابری وزن طیف‌های متنوعی از کاربردهای ارتباطات (شخصی، اجتماعی، سرگرمی، مذهبی، سیاسی و...) و شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان جایگزین دیگر رسانه‌های جمعی (روزنامه، تلویزیون، رادیو و...)» و برای کارکرد ارزش‌سازی «شاخص‌های کاهش مقبولیت گروه‌های مرجع سنتی- مذهبی، ایجاد فرهنگ حق انتخاب برای کاربران، کاهش حساسیت نسبت به ارزش‌های فرهنگ ملی، ایجاد احترام برای تنوع و تفاوت در افکار سیاسی و ایجاد ارزش برابری دو طرف در بحث‌های سیاسی» مناسب‌ترین شاخص‌ها تشخیص داده شدند.

ح- توصیف فراوانی پاسخ به پرسش‌های زمینه‌ای تحقیق

۱- جنسیت پاسخ‌دهندگان

پاسخ‌ها					
جنسیت		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد مجموع
معتبر	خانم	۶۴	۳۵/۲	۳۵/۲	۳۵/۲
	آقا	۱۱۸	۶۴/۸	۶۴/۸	۱۰۰
	جمع	۱۸۲	۱۰۰	۱۰۰	

از میان استادانی که پرسش‌نامه را دریافت کردند، تعداد ۶۴ نفر، معادل ۳۵/۲ درصد حجم نمونه آماری تحقیق را خانم‌ها و ۱۱۸ نفر معادل ۶۴/۸ درصد را آقایان تشکیل داده‌اند که با توجه به تعداد بیشتر استادان آقا نسبت به استادان خانم در دانشگاه‌ها این تفاوت آماری طبیعی به‌نظر می‌رسد.

۲- رشته تحصیلی پاسخ‌دهندگان

در توزیع پرسش‌نامه‌ها از نظریات استادان رشته‌های علوم انسانی که بنابر فرض محقق، بیشتر با مفاهیم این تحقیق آشنایی دارند، بهره‌گرفته شده‌است؛ البته به‌واسطه گستردگی رشته‌های علوم انسانی، سه رشته‌ای که در کشور ما بیشتری گستردگی دارند، از علوم اجتماعی جدا شد و عنوان «علوم اجتماعی» برای اشاره به رشته‌هایی غیر از علوم سیاسی، علوم ارتباطات و تاریخ و ادبیات استفاده شد. از پرسش‌نامه‌هایی که میان استادان این رشته‌ها توزیع شد، ۹ نفر (معادل ۴/۹ درصد) به این پرسش پاسخ

پاسخ‌ها					
رشته تحصیلی		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد مجموع
معتبر	علوم اجتماعی	۴۹	۲۶/۹	۲۸/۳	۲۸/۳
	علوم سیاسی	۸۱	۴۴/۶	۴۶/۸	۷۵/۱
	علوم ارتباطات	۲۵	۱۳/۷	۱۴/۵	۸۹/۶
	تاریخ و ادبیات	۱۸	۹/۹	۱۰/۴	۱۰۰
	جمع	۱۷۳	۹۵/۱	۱۰۰	
نامعتبر	بدون پاسخ	۹	۴/۹		
مجموع		۱۸۲	۱۰۰		

نداده‌اند و از میان بقیه پاسخ‌دهندگان، ۱۸ نفر: رشته تاریخ و ادبیات (۹/۹ درصد)، ۲۵ نفر: علوم ارتباطات (۱۳/۷ درصد)، ۴۹ نفر: رشته علوم اجتماعی (۲۶/۹ درصد) و ۸۱ نفر: علوم سیاسی (۴۴/۶ درصد) بودند. همان‌طور که مشاهده می‌شود، روند افزایش تعداد استادان به سمت نزدیکی بیشتر به موضوع تحقیق تمایل دارد؛ به عبارتی، تعداد استادان علوم سیاسی که بیشترین رابطه علمی را با این موضوع دارند، بیشترین تعداد پاسخ‌دهندگان را به خود اختصاص داده‌اند و پس از آن، علوم اجتماعی، علوم ارتباطات و تاریخ و ادبیات قرار دارند.

ط - تأثیر کارکردهای وایبر و تلگرام بر مؤلفه‌های فرهنگ سیاسی

۱- تأثیر توسعه قابلیت‌های نظارتی بر نقد نظام سیاسی

		نقد نظام سیاسی					مجموع
		خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	
توسعه قابلیت‌های نظارتی	خیلی کم	۰	۱	۰	۱	۰	۲
	کم	۰	۱	۲	۲	۰	۵
	تا حدودی	۱	۴	۱۲	۲۹	۶	۵۲
	زیاد	۰	۴	۱۴	۴۴	۲۹	۹۱
	خیلی زیاد	۰	۰	۲	۱۰	۲۰	۳۲
مجموع		۱	۱۰	۳۰	۸۶	۵۵	۱۸۲

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Errora	Approx. Tb	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal Kendall's tau-b	.357	.055	6.106	.000
N of Valid Cases	182			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

در جدول اندازه‌گیری متقارن، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است و توسعه قابلیت‌های نظارتی بر نقد نظام سیاسی تأثیر دارد.

۲- تأثیر توسعه قابلیت‌های نظارتی بر بی‌اعتمادی

		بی‌اعتمادی					مجموع
		خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	
توسعه قابلیت‌های نظارتی	خیلی کم	۰	۰	۱	۱	۰	۲
	کم	۰	۱	۳	۱	۰	۵
	تا حدودی	۰	۹	۳۱	۱۱	۱	۵۲
	زیاد	۰	۱۵	۵۰	۲۴	۲	۹۱
	خیلی زیاد	۱	۳	۱۱	۱۴	۳	۳۲
	مجموع	۱	۲۸	۹۶	۵۱	۶	۱۸۲

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Errora	Approx. Tb	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal Kendall's tau-b	.140	.068	2.053	.040
N of Valid Cases	182			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

در جدول اندازه‌گیری متقارن، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است و توسعه قابلیت‌های نظارتی بر بی‌اعتمادی تأثیر دارد.

۳- تأثیر هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی بر نقد نظام سیاسی

		نقد نظام سیاسی					مجموع
		خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	
هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی	بدون پاسخ	۰	۰	۰	۱	۰	۱
	خیلی کم	۱	۰	۰	۰	۰	۱
	کم	۰	۲	۴	۴	۲	۱۲
	تا حدودی	۰	۴	۱۳	۳۲	۱۱	۶۰
	زیاد	۰	۴	۱۲	۴۳	۳۲	۹۱
	خیلی زیاد	۰	۰	۱	۶	۱۰	۱۷
	مجموع	۱	۱۰	۳۰	۸۶	۵۵	۱۸۲

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error	Approx. Tb	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	.274	.062	4.288	.000
N of Valid Cases		182			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

در جدول اندازی‌گیری متقارن، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است و هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی بر نقد نظام سیاسی تأثیر دارد.

۴- تأثیر هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی بر بی‌اعتمادی

		بی‌اعتمادی					مجموع
		خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	
هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی	بدون پاسخ	۰	۰	۱	۰	۰	۱
	خیلی کم	۰	۱	۰	۰	۰	۱
	کم	۱	۲	۷	۲	۰	۱۲
	تا حدودی	۰	۱۲	۴۰	۸	۰	۶۰
	زیاد	۰	۱۳	۴۶	۳۱	۱	۹۱
	خیلی زیاد	۰	۰	۲	۱۰	۵	۱۷
	مجموع	۱	۲۸	۹۶	۵۱	۶	۱۸۲

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. Tb	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal Kendall's tau-b	.357	.061	5.516	.000
N of Valid Cases	182			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

در جدول اندازه‌گیری مقارن، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است و هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی بر بی‌اعتمادی تأثیر دارد.

۵- تأثیر هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی بر بیگانه‌ستیزی

	بیگانه‌ستیزی						مجموع
	بدون پاسخ	خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	
بدون پاسخ	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۱
خیلی کم	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۱
هم‌گرایی کم	۰	۰	۵	۵	۲	۰	۱۲
ارتباطات اجتماعی تا حدودی	۰	۱	۱۶	۳۳	۹	۱	۶۰
زیاد	۱	۲	۱۸	۳۴	۳۱	۵	۹۱
خیلی زیاد	۰	۰	۳	۴	۸	۲	۱۷
مجموع	۱	۳	۴۲	۷۸	۵۰	۸	۱۸۲

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. Tb	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal Kendall's tau-b	.216	.062	3.463	.001
N of Valid Cases	182			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

در جدول اندازه‌گیری مقارن، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است و هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی بر بیگانه‌ستیزی تأثیر دارد.

۶- تأثیر هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی بر افراط‌گرایی

	افراط‌گرایی					مجموع
	خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	
بدون پاسخ	۰	۰	۰	۱	۰	۱
خیلی کم	۰	۰	۱	۰	۰	۱
هم‌گرایی کم	۱	۳	۳	۵	۰	۱۲
ارتباطات اجتماعی تا حدودی	۰	۵	۲۳	۳۱	۱	۶۰
زیاد	۱	۳	۳۶	۴۱	۱۰	۹۱
خیلی زیاد	۱	۲	۲	۵	۷	۱۷
مجموع	۳	۱۳	۶۵	۸۳	۱۸	۱۸۲

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. Tb	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	.171	.071	2.359
N of Valid Cases		182		.018

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

در جدول اندازی‌گیری متقارن، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است و هم‌گرایی ارتباطات

اجتماعی بر افراط‌گرایی تأثیر دارد.

۷- تأثیر هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی بر غالب بودن ارزش‌های دینی

	غالب بودن ارزش‌های دینی						مجموع
	بدون پاسخ	خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	
بدون پاسخ	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱
خیلی کم	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۱
هم‌گرایی کم	۰	۲	۷	۳	۰	۰	۱۲
ارتباطات اجتماعی تا حدودی	۰	۴	۲۰	۳۳	۳	۰	۶۰
زیاد	۱	۵	۲۸	۳۴	۱۷	۶	۹۱
خیلی زیاد	۰	۰	۵	۳	۵	۴	۱۷
مجموع	۱	۱۱	۶۱	۷۴	۲۵	۱۰	۱۸۲

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. Tb	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal Kendall's tau-b	.239	.062	3.749	.000
N of Valid Cases	182			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

در جدول اندازه‌گیری متقارن، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است و هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی بر غالب‌بودن ارزش‌های دینی تأثیر دارد.

۸- تأثیر ارزش‌سازی بر نقد نظام سیاسی

	نقد نظام سیاسی					مجموع
	خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	
بدون پاسخ	۰	۰	۰	۱	۰	۱
خیلی کم	۱	۰	۰	۰	۱	۲
کم	۰	۶	۴	۹	۳	۲۲
ارزش‌سازی تا حدودی	۰	۳	۱۵	۴۳	۷	۶۸
زیاد	۰	۱	۱۱	۳۲	۳۲	۷۶
خیلی زیاد	۰	۰	۰	۱	۱۲	۱۳
مجموع	۱	۱۰	۳۰	۸۶	۵۵	۱۸۲

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. Tb	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal Kendall's tau-b	.395	.061	6.240	.000
N of Valid Cases	182			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

در جدول اندازه‌گیری متقارن، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است و ارزش‌سازی بر نقد نظام سیاسی تأثیر دارد.

۹- تأثیر ارزش‌سازی بر بیگانه‌ستیزی

	بیگانه‌ستیزی						مجموع
	بدون پاسخ	خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	
بدون پاسخ	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۱
خیلی کم	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۲
کم	۰	۰	۱۰	۹	۲	۱	۲۲
تا حدودی	۰	۰	۱۵	۳۶	۱۷	۰	۶۸
زیاد	۱	۳	۱۲	۲۵	۲۹	۶	۷۶
خیلی زیاد	۰	۰	۴	۶	۲	۱	۱۳
مجموع	۱	۳	۴۲	۷۸	۵۰	۸	۱۸۲

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. Tb	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal Kendall's tau-b N of Valid Cases	.165 182	.064	2.564	.010

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

در جدول اندازه‌گیری مقارن، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است و ارزش‌سازی بر

بیگانه‌ستیزی تأثیر دارد.

۱۰- تأثیر ارزش‌سازی بر خودمداری

	خودمداری					مجموع
	خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	
بدون پاسخ	۰	۰	۰	۱	۰	۱
خیلی کم	۰	۰	۱	۱	۰	۲
کم	۰	۰	۱۷	۵	۰	۲۲
تا حدودی	۱	۹	۴۱	۱۶	۱	۶۸
زیاد	۰	۹	۵۷	۱۰	۰	۷۶
خیلی زیاد	۰	۱	۱۱	۱	۰	۱۳
مجموع	۱	۱۹	۱۲۷	۳۴	۱	۱۸۲

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. Tb	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	-.140	.059	-2.317	.020
N of Valid Cases		182			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

در جدول اندازی‌گیری متقارن، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است و ارزش‌سازی بر خودمداری

تأثیر دارد.

۱۱- تأثیر ارزش‌سازی بر غالب‌بودن ارزش‌های دینی

	غالب‌بودن ارزش‌های دینی						مجموع
	بدون پاسخ	خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	
بدون پاسخ	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱
خیلی کم	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۲
کم	۰	۲	۱۱	۸	۱	۰	۲۲
ارزش‌سازی تا حدودی	۰	۳	۱۸	۴۰	۷	۰	۶۸
زیاد	۱	۶	۲۴	۲۳	۱۶	۶	۷۶
خیلی زیاد	۰	۰	۶	۲	۱	۴	۱۳
مجموع	۱	۱۱	۶۱	۷۴	۲۵	۱۰	۱۸۲

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. Tb	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	.136	.067	2.010	.044
N of Valid Cases		182			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

در جدول اندازی‌گیری متقارن، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است و ارزش‌سازی بر غالب‌بودن

ارزش‌های دینی تأثیر دارد.

ی- سنجش همبستگی مؤلفه‌های تحقیق

ضریب همبستگی، همیشه عددی میان ۱ تا ۱- است؛ ضریب میان ۰ تا ۰/۲۹ نشان‌دهنده همبستگی ضعیف، میان ۰/۳۰ تا ۰/۶۹ نشان‌دهنده همبستگی متوسط و میان ۰/۷۰ تا ۱ نشان‌دهنده همبستگی قوی است و هرچه عدد به ۱- نزدیک‌تر باشد، یعنی همبستگی منفی، قوی‌تر است. در خروجی جدول‌های زیر، عدد اول، نشان‌دهنده ضریب همبستگی و عدد دوم، نشان‌دهنده معناداری است که اگر کمتر از ۰/۰۵ باشد، نشان‌دهنده معنی‌دار بودن رابطه میان دو متغیر است.

Correlations

		فرهنگ سیاسی
	Correlation Coefficient	.092
	Sig (2-tailed)	.216
	N	182
	Correlation Coefficient	.318**
Spearman's rho	Sig (2-tailed)	.000
	N	182
	Correlation Coefficient	.180*
	Sig (2-tailed)	.015
	N	182

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

همان‌طورکه جدول همبستگی بالا نشان‌می‌دهد، از میان سه کارکرد شبکه‌های وایبر و تلگرام، ارتباط دو کارکرد هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی و ارزش‌سازی با فرهنگ سیاسی، معنی‌دار است که از این میان، همبستگی میان هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی با فرهنگ سیاسی، ارتباطی متوسط است ولی ارزش‌سازی، ارتباطی ضعیف با فرهنگ سیاسی دارد.

Correlations		مطلق‌گرایی فکری	نقد نظام سیاسی	بی‌اعتمادی	بیگانه‌ستیزی	
Spearman's rho	کارکردهای وایبر و تلگرام	Correlation Coefficient	.175*	.486**	.290**	.198**
		Sig (2-tailed)	.018	.000	.000	.007
		N	182	182	182	182

Correlations

		رفتارهای فراقانونی	خودمداری	افراط‌گرایی	غلبه ارزش‌های دینی	
Spearman's rho	کارکردهای وایبر و تلگرام	Correlation Coefficient	.022*	-.122**	.173**	.181**
		Sig. (2-tailed)	.773	.102	.019	.014
		N	182	182	182	182

در جدول بالا میزان همبستگی سه کارکرد وایبر و تلگرام و هشت مؤلفه فرهنگ سیاسی کاربران ایرانی بررسی شده‌است؛ همان‌طور که جدول نشان می‌دهد، رابطه کارکردهای سه‌گانه وایبر و تلگرام با شش مؤلفه از هشت مؤلفه فرهنگ سیاسی، معنادار است که از این میان با نقد نظام سیاسی متوسط و با مؤلفه‌های بی‌اعتمادی، مطلق‌گرایی فکری، بیگانه‌ستیزی، افراط‌گرایی و غالب‌بودن ارزش‌های دینی، ضعیف است.

		فرهنگ سیاسی	
Spearman's rho	کارکردهای وایبر و تلگرام	Correlation Coefficient	.302*
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	182

با بررسی میزان همبستگی میان کارکردهای وایبر و تلگرام در جدول بالا این نتیجه به دست می‌آید که همبستگی میان این دو متغیر، معنی‌دار است و رابطه‌ای متوسط، میان دو متغیر مستقل (کارکردهای وایبر و تلگرام) و متغیر وابسته تحقیق (فرهنگ سیاسی کاربران)، برقرار است. در یک جمع‌بندی می‌توان گفت که مؤلفه‌های متغیر مستقل، اینچنین بر مؤلفه‌های متغیر وابسته تأثیر دارند:

- توسعه قابلیت‌های نظارتی بر نقد نظام سیاسی و بی‌اعتمادی؛
- هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی بر نقد نظام سیاسی، بی‌اعتمادی، بیگانه‌ستیزی، افراط‌گرایی و غالب‌بودن ارزش‌های دینی؛
- ارزش‌سازی بر نقد نظام سیاسی، بیگانه‌ستیزی، خودمداری و غالب‌بودن ارزش‌های دینی. آنچه در این تأثیرها بیشتر خودنمایی می‌کند، تأثیرپذیری مؤلفه نقد نظام سیاسی از همه کارکردهای سه‌گانه شبکه‌های اجتماعی وایبر و تلگرام است؛ از این رو می‌توان مهم‌ترین مؤلفه سمت‌گیری‌های

فرهنگ سیاسی کاربران دانشگاهی متأثر از شبکه‌های اجتماعی را نقد نظام سیاسی دانست؛ به عبارتی، کاربران دانشگاهی شبکه‌های وایبر و تلگرام در ایران، هم‌گرایی بیشتری در نقد نظام سیاسی دارند و افزایش بهره‌گیری از این شبکه‌ها با افزایش نقد نظام سیاسی، همراه خواهد بود که این موضوع را می‌توان در کنار همبستگی بالای هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی با سمت‌گیری‌های فرهنگ سیاسی، نشان‌دهنده تغییر فرهنگ بهره‌گیری از رسانه‌ها به‌عنوان ابزاری کنشی دانست که در حال یافتن ارزشی برابر با رسانه‌های عمومی است و چه‌بسا در سال‌های آتی با ادامه این روند و توسعه کمی و کیفی، جایگزین شدن آنها به‌جای رسانه‌های عمومی از نظر اهمیت اخبار و ارزش رسانه‌ای دور از انتظار نباشد.

نتیجه‌گیری

شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان یکی از زیرمجموعه‌های رسانه‌های اجتماعی، همواره در مقابل رسانه‌های صنعتی مانند مطبوعات، رادیو و تلویزیون ارزیابی شده‌اند؛ در این میان، پژوهش حاضر برای بررسی تأثیر کارکردهای توسعه قابلیت‌های نظارتی، هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی و ارزش‌سازی وایبر و تلگرام بر هشت مؤلفه فرهنگ سیاسی کاربران دانشگاهی در ایران شامل «مطلق‌گرایی فکری، بیگانه‌ستیزی، رفتارهای فراقانونی، خودمداری، افراط‌گرایی، برتری ارزش‌های دینی، نقد نظام سیاسی و بی‌اعتمادی فرهنگ سیاسی» در شش سال اخیر، از استادان دانشگاه‌های هشت کلان‌شهر کشور شامل «تهران، مشهد، شیراز، اصفهان، قم، کرج، اهواز و تبریز» به‌عنوان جامعه آماری تحقیق استفاده کرد که در آنها نسبت به شهرهای دیگر، دسترسی بیشتری به اینترنت وجود دارد. در بررسی تأثیر کارکردهای وایبر و تلگرام بر فرهنگ سیاسی، مشخص شد که از میان سه کارکرد شبکه‌های وایبر و تلگرام، تأثیر دو کارکرد هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی و ارزش‌سازی بر فرهنگ سیاسی، معنی‌دار است البته تأثیر هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی بر فرهنگ سیاسی، متوسط و تأثیر ارزش‌سازی بر فرهنگ سیاسی، ضعیف است و درنهایت اینکه کارکردهای وایبر و تلگرام، «تأثیری متوسط و معنی‌دار» بر فرهنگ سیاسی کاربرانشان داشته به‌طوری‌که تغییر در کارکردهای وایبر و تلگرام بر فرهنگ سیاسی کاربرانشان، مؤثر خواهد بود.

برای روشن کردن دلایل این تأثیرگذاری اگر به چرایی تغییر گرایش‌ها در فرهنگ سیاسی از منظر کارکردگرایانه بنگریم و مهم‌ترین کارکرد آن را تعریف باورهای سیاسی انسان درخصوص قدرت

بدانیم، مادامی که فرهنگ موجود، نیازها را برآورده‌می‌کند، تغییری در نظام ارزشی فرد به‌وجود نمی‌آید اما اگر میان ارضای نیازهای فرد و حتی نوع آن با نظام باورهای فرد، ناسازگاری به‌وجود آید، به این معنی که فرهنگ سیاسی حاضر، نیازهای فرد را برآورده‌نسازد، به‌تدریج در باورهای فرد به آن فرهنگ، تردید ایجاد می‌شود؛ در این صورت، تغییر تدریجی در گرایش‌های فرد به نظام باورهای خود یا بخشی از آن را که با نیازهای موجود او سازگاری ندارند، شاهد خواهیم بود اما نوع نیاز یا عامل تغییر گرایش‌ها ممکن است نتیجه تغییرها و ضروریات بیرونی باشد یا بر اثر آشنایی با امکانات مادی یا غیرمادی جدید در فرد پدید بیاید یا نتیجه تغییر وضعیت او در سلسله‌مراتب اجتماعی باشد؛ در هر صورت در چنین مواقعی می‌توان تغییر را در نظام باورهای فرد مشاهده کرد.

با نتایج حاصل از این تحقیق به‌نظر می‌رسد، در خصوص جامعه ایرانی، شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند به‌عنوان نوعی ضرورت بیرونی، این نقش را ایفا کنند اما از میان گرایش‌های موجود در نظریه *آلموند و وربا* (گرایش‌های احساسی، شناختی و ارزیابانه)، این شبکه‌ها بیشتر بر گرایش‌های احساسی کاربران دانشگاهی در ایران، مؤثر بوده‌اند چراکه هرچند کاربران این دو شبکه معتقدند همه مردم با هر گرایش سیاسی باید فرصت بروز فکر و اندیشه خود را داشته‌باشند، به حذف اندیشه‌های مخالف باوردارند و به‌طور صرف، اندیشه خود را در مباحث سیاسی درست می‌پندارند؛ هرچند امنیت اجتماعی را احساس می‌کنند، به انگیزه‌های منفی کنش‌گران اجتماعی توجه کرده، ارتباط عاطفی خود را به حلقه‌ای بسته و درونی (خانواده، دوستان یا آشنایان خود) محدود می‌کنند؛ هرچند به حل و فصل مسائل با استفاده از ضوابط قانونی باوردارند و برتری تملق بر استدلال را رد می‌کنند، به‌گوینده به‌جای گفته توجه کرده، جنبه‌های عاطفی و احساسی را نسبت به عقل و تفکر منطقی و استدلالی برتر می‌دانند؛ هرچند به مشارکت و مساعی گروهی باوردارند، مصالح فردی را بر مصالح جمعی مقدم می‌دانند، فردیت را با منیت یکی می‌دانند، از پرخاش به‌جای دلیل استفاده می‌کنند و امور را سیاه و سفید می‌بینند.

هرچند تعهد دینی را برای مسئولان، برتر از تخصص نمی‌دانند و ارزش‌های اجتماعی‌شان برگرفته از ارزش‌های دینی نیست، نیروهای مذهبی را عامل شکل‌گیری همه حوادث تاریخی می‌دانند؛ از این رو تغییر برخی گرایش‌ها و سمت‌گیری‌ها را به‌طور صرف می‌توان تغییرهایی در نگرش احساسی قلمداد کرد که هنوز به نگرش شناختی و ارزیابانه آنان ارتقانیافته و می‌توان این کاربران را گرفتار نوعی فرهنگ سیاسی «مدرن‌نمایشی و ناباورانه» دانست؛ هرچند این گرایش‌های احساسی با مرور زمان

قابلیت دارند که بر گرایش‌های شناختی و ارزیابانه کاربران تأثیر بگذارند؛ از این رو به‌منظور بهره‌گیری مناسب‌تر از این رسانه‌های نوظهور در راستای ارتقای کیفیت فرهنگی - سیاسی کشور پیشنهادهایی قابل ارائه‌اند:

- ۱- حفظ الگوی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در مبارزات انتخاباتی برای ارتباط مستقیم مسئولان با مردم؛
- ۲- رفع موانع اطلاع‌رسانی صحیح و مقابله با ابهام اطلاع‌رسانی برای مقابله با شایعه‌سازی در فضای شبکه‌های اجتماعی؛
- ۳- اطلاع‌رسانی آسیب‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی این شبکه‌ها با استفاده از بستر همین شبکه‌های اجتماعی؛
- ۴- حمایت از سازمان‌های غیردولتی برای فرهنگ‌سازی صحیح به‌جای دولتی کردن انتقال فرهنگ؛
- ۵- در نظر داشتن ظرفیت‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی این شبکه‌ها برای طراحی شبکه‌های بومی اطلاع‌رسانی.

منابع

الف- منابع فارسی

- ابراهیمی، نبی‌الله (تابستان ۱۳۹۰)؛ «تأثیر شبکه‌های اجتماعی و کانال‌های ماهواره‌ای در وقوع و تکوین انقلاب‌های عربی»، *فصلنامه مطالعات راهبردی*؛ سال چهاردهم، ش ۲، ص ۱۱۱ تا ۱۳۴.
- ابراهیم‌پور، مهناز (پاییز و زمستان ۱۳۹۳)؛ «نقش فضاهای مجازی در ساخت اجتماعی واقعیت؛ وایبر»، *فصلنامه فرهنگ مردم ایران*؛ ش ۳۸ و ۳۹، ص ۷۹ تا ۱۰۲.
- اجاق، سیده زهرا و سید رسول میرزایی موسوی (بهار ۱۳۹۵)؛ «تحلیل کنش‌های ارتباطی و مدیریت تأثیر در گروه‌های تلگرام»، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*؛ ش ۵، ص ۷۵ تا ۱۰۰.
- اخوان کاظمی، بهرام (پاییز ۱۳۸۶)؛ «بررسی تعاملات فرهنگ سیاسی و تحزب در ایران»، *پژوهش‌نامه علوم سیاسی*؛ سال دوم، ش ۴، ص ۷ تا ۳۲.
- امینی، علی‌اکبر و محمدعلی خسروی (بهار ۱۳۸۹)؛ «تأثیر فرهنگ سیاسی بر مشارکت سیاسی

- زنان و دانشجویان»، *فصلنامه مطالعات سیاسی*؛ سال دوم، ش ۷، ص ۱۲۷ تا ۱۴۲.
- اسماعیلی، حمیدرضا (۱۳۹۰)؛ *انقلاب و فرهنگ سیاسی ایران*؛ تهران: انتشارات سوره مهر.
- بشیریه، حسین (۱۳۸۴)؛ *موانع توسعه سیاسی در ایران*؛ چ ۵، تهران: گام نو.
- پوررضا کریم‌سرا، ناصر (پاییز و زمستان ۱۳۹۳)؛ «تأثیر رسانه بر شبکه‌های اجتماعی و کنش اجتماعی در ایران»، *فصلنامه رسانه و فرهنگ*؛ سال چهارم، ش ۲، ص ۵۵ تا ۷۲.
- جعفرپور کلوری، رشید (۱۳۸۹)؛ *فرهنگ سیاسی در ایران*؛ تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- حسینی، سید مجید (بهار ۱۳۹۱)؛ «فیلم، معنا و تحول در فرهنگ سیاسی»، *فصلنامه سیاست*؛ دوره ۴۲، ش ۱، ص ۱۵۱ تا ۱۶۵.
- خان‌محمدی، یوسف (۱۳۹۲)؛ *فرهنگ سیاسی و رفتار انتخاباتی*؛ تهران: انتشارات خرسندی.
- ربانی، علی و فرهاد شایگان‌فر (زمستان ۱۳۸۹)؛ «فرهنگ سیاسی ایران و مؤلفه‌هایش»، *فصلنامه سیاست*؛ ش ۴، ص ۱۲۳ تا ۱۴۱.
- رجایی، فرهنگ (۱۳۸۶)؛ *مشکله هویت ایرانیان امروز*؛ تهران: نشر نی.
- رضایی، علی‌اکبر و محمدعلی زهره‌ای (۱۳۹۰)؛ *دیپلماسی فرهنگی؛ نقش فرهنگ در سیاست خارجی و ارائه مدل راهبردی*؛ تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- زندوانیان، احمد و زهره زین‌العابدینی (بهار ۱۳۹۵)؛ «رابطه سواد رایانه‌ای و تجربه شبکه‌های اجتماعی مجازی در دانشجویان دختر دانشگاه یزد»، *نامه آموزش عالی*؛ دوره جدید، سال نهم، ش ۳۳، ص ۶۳ تا ۸۱.
- ساروخانی، باقر (۱۳۹۱)؛ *جامعه‌شناسی نوین ارتباطات (رسانه‌ها در جهان امروز)*؛ تهران: انتشارات اطلاعات.
- سریع‌القلم، محمود (۱۳۸۶)؛ *فرهنگ سیاسی ایران*؛ تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- شریف، محمدرضا (۱۳۸۱)؛ *انقلاب آرام؛ درآمدی بر تحول فرهنگ سیاسی در ایران*؛ تهران:

انتشارات روزنه.

- شعبانی، رضا (۱۳۸۶): *ایرانیان و هویت ملی*؛ ج ۲، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ اندیشه اسلامی.
- عبداللهی نژاد، علیرضا، ابوذر قاسمی نژاد و جواد صادقی (بهار ۱۳۹۵): «رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی در انتخابات (رابطه استفاده از فیس‌بوک، تلگرام و اینستاگرام و مشارکت سیاسی دانشجویان در انتخابات هفتم اسفند ۱۳۹۴)»، *مطالعات رسانه‌های نوین*؛ ش ۵، ص ۳۳ تا ۷۴.
- علیزاده، توحید و نریمان محمدی (زمستان ۱۳۹۴): «بررسی نقش شبکه اجتماعی وایبر در برساخت هویت نسلی جوانان»، *فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات*؛ سال شانزدهم، ش ۶۴، ص ۱۱۹ تا ۱۴۴.
- علم، محمدرضا (۱۳۸۷): *سهم فرهنگ سیاسی ایران در ناپایداری احزاب*؛ تهران: انتشارات نیک‌فرجام.
- قیصری، نوراله (۱۳۸۸): *نخبگان و تحول فرهنگ سیاسی در ایران دوره قاجار*؛ تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳): *قدرت ارتباطات*؛ ترجمه حسین بصیریان جهرمی؛ تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- کریبر، گلن و مارتین رویستون (۱۳۹۰): *فرهنگ‌های دیجیتال*؛ ترجمه مرضیه وحدانی؛ تهران: نشر ساقی.
- کرمی، آزادالله و حجت‌الله الماسی (تابستان ۱۳۹۲): «بررسی و مقایسه قابلیت‌های وایبر و واتس‌آپ در آموزش عالی»، *فصلنامه فناوری آموزش و یادگیری*؛ ش ۱، ص ۳۷ تا ۵۶.
- کرمانی، حسین (پاییز ۱۳۹۵): «مشاهده مشارکتی در گروه‌های تلگرامی؛ راهنمای عمل و نمونه موردی»، *مطالعات فرهنگ ارتباطات*؛ سال هفدهم، ش ۶۷، ص ۵۳ تا ۷۹.
- صنیع‌اجلال، مریم (۱۳۸۴): *درآمدی بر فرهنگ و هویت ایرانی*؛ تهران: انتشارات تمدن ایرانی.

- لیمبرت، جان (۱۳۹۱)؛ *ایران در مصاف با تاریخ*؛ ترجمه سعیده ناجیان تبریز؛ تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- مصلی‌نژاد، عباس (۱۳۸۷)؛ *فرهنگ سیاسی ایران*؛ ج ۲، تهران: فرهنگ صبا.
- میرمحمدی، داود (۱۳۹۱)؛ *فضای مجازی و تحولات هویتی در ایران*؛ تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
- نجفی، یوسف و لیلا نیرومند (۱۳۹۵)؛ «رابطه تلگرام با بروز فردگرایی در خانواده‌ها (مطالعه موردی خانواده‌های شهر زنجان)»، *مدیریت رسانه*؛ ش ۲۵، ص ۲۱ تا ۳۰.

ب- منابع انگلیسی

- Borzsei, Linda Kata (2013), Political culture on the national web; the role of political culture in online political activity and the case of Hungarian politics on facebook, M.A new media and digital culture, Utrecht University.
- Brundin, Pia (2008), Politics on the Net, Orebro University.
- Ceron, Andrea (2015), Internet, News, and Political Trust: The Difference Between Social Media and Online Media outlets, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol.20, pp. 487-503.
- Dashtinejad, Pejman (2015), Security System for Mobile Messaging Applications, Master of Science Thesis, Department of ICT, KTH University, Stockholm, Sweden.
- Faraji, Forouzan & Abdolmohammad Taheri (2015), The effects of social networks (Face book, Viber, Lines) on religious aspects of eighth grade girls in the city of Shiraz in academic year 2014-2015, Educational Research Journal, vol.3, pp.38-46.
- Gustafsson, Nils (2013), Political participation, social network sites and inequality, Lund University: Faculty of Social Sciences, Department of Political Science.
- Kempe, Emelie (2015), How social is the politics? A case study of how political parties.
- Trentham, Barry&Sokoloff, Sandra& Tsang, Amie&Neysmith, Sheila (2015),

Social media and senior citizen advocacy: an inclusive tool to resist ageism? , politics, Groups, and Identities, vol. 3, pp. 558-571, Published by Taylor& Francis.

- Van Schie (2015), When Icarus Flew too High: Moral Mediation in Mobile Instant Messaging Apps, Master Thesis New Media and Digital Culture, University of Groningen, Nederland.