

## بررسی نقش توسعه اجتماعی – فرهنگی در ارتقای آگاهی زنان نسبت به مسائل سیاسی

سید مرتضی بنی فاطمه<sup>۱</sup>، مهرداد نوابخش<sup>۲\*</sup>، عبدالرضا ادیمی<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۷/۱۶

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۶/۱۷

DOI: 10.30495/JISDS.2022.47522.11044

### چکیده

تحقیق حاضر به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در ارتقای آگاهی زنان نسبت به مسائل سیاسی می‌پردازد. در سال‌های اخیر گسترش ضریب نفوذ اینترنت در کشور و عضویت در شبکه‌های مجازی از طریق گوشی‌های تلفن همراه رشد چشمگیری داشته است. به رغم همه‌گیر شدن شبکه‌های اجتماعی، حضور زنان در این شبکه‌ها و تاثیرات این شبکه‌ها بر زندگی آنان از منظر جامعه‌شناختی اهمیت دارد. این تحقیق ضمن مروری بر فضا مفهومی و برخی از نظریه‌های مرتبط با پیوند زنان و تکنولوژی ارتباطی، نظریه‌های انتقادی را نقطه اتکای خود قرار داده و تلاش کرده است نحوه مواجهه زنان با شبکه‌های اجتماعی را بررسی کند. روش پژوهش، پیمایشی و جامعه آماری آن، کلیه زنان ساکن شهر تهران است. حجم نمونه ۴۵۸ نفر بوده که به روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای انجام شده است. متغیرهای که تاثیر آنها بر آگاهی سیاسی زنان مورد سنجش قرار گرفته عبارتند از: خاستگاه اجتماعی و اقتصادی خانواده، عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی، تحصیلات و قومیت و گروه‌های سنی. یافته‌های این مطالعه بیانگر آن است که شبکه‌های اجتماعی باعث افزایش سطح ارتباطات و روابط اجتماعی زنان و افزایش نسبی مشارکت و آگاهی آنان از مسائل مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و آموزشی می‌شود. نگارنده معتقد است که وجود مسائلی چون نظام مردسالارانه، فقدان مهارت کافی، نبود احساس امنیت در فضای مجازی، بی‌سوادی و نداشتن مهارت کافی بین زنان، ادعای نظریه‌های سراسر خوشبینانه در خصوص توانمندسازی و حضور فعالانه و مثبت زنان در فضای مجازی را در نمونه‌های موردنظر تحقیق تا اندازه‌ای به چالش می‌کشد.

**واژگان کلیدی:** آگاهی سیاسی زنان، توسعه اجتماعی، زنان، وضعیت اقتصادی، پیمایش

---

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری رشته جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.  
(Email: mrtz.bnftmh@gmail.com)

<sup>۲</sup> استاد، گروه جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).  
(Email: mehrdad\_navabakhsh@yahoo.com)

<sup>۳</sup> دانشیار، گروه جامعه‌شناسی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.  
(Email: adhamiab@yahoo.com)

## مقدمه

در سال‌های اخیر با گسترش ابزارهای جدید ارتباطی، شکل جدیدی از کنش سیاسی - اجتماعی در حال پیدایش است. در این راستا ابزارهایی مانند اینترنت، موبایل، و شبکه‌های ماهواره‌ای فضای مناسبی برای ایجاد ارتباط دوسویه و گاه چندسویه ایجاد کرده‌اند. از نیمه نخست دهه نود میلادی جنبش‌های اجتماعی جدید، سازمان‌های غیر دولتی و گروه‌های اجتماعی - سیاسی، با حضور در فضای مجازی و ماهواره‌ها، اعتراضات شهروندان در مورد مسائل محلی، ملی، و جهانی را تجهیز نموده و جهت می‌دهند.

رسانه‌ها که در ابتدا به عنوان ابزاری ساده برای انتقال معانی تلقی می‌شدند، در عصر حاضر دارای چنان جایگاهی شده‌اند که با تأسیس شاهرهای اطلاعاتی، کل حیات انسان را تحت تاثیر قرار داده و معانی و کنش‌های متفاوتی را در زندگی پدید آورده‌اند. تحول در حوزه ارتباطات و توسعه فن‌آوری‌های نوین ارتباطی، منشا تحولات عظیم در عرصه قدرت سیاسی و اقتصادی در جهان شده است.

دسته‌ای از رسانه‌ها که در سالیان اخیر رشد قابل ملاحظه‌ای داشته‌اند، شبکه‌های اجتماعی هستند. شبکه‌های اجتماعی با ویژگی‌های خاصی مانند در دسترس بودن، ۲۴ ساعته بودن، جستجوی آسان و سریع انواع موضوعات، سرعت و گمنام بودن کاربران، با جای دادن طیف گسترده‌ای از بازیگران و کنشگران سیاسی - اجتماعی در فضای مجازی و سایبرنیتیکی خود، از یکسو ابزاری برای تبلیغ و اشاعه‌ی نمادهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، باورها و عقاید کنشگران اجتماعی گوناگون هستند و از سوی دیگر، منبعی مهم در ارائه آگاهی‌های سیاسی - اجتماعی در جهان، عامل ارتباط فعالان سیاسی با مردم و در نهایت برانگیزاننده‌ی مهم رفتارهای اعتراضی و تحولات اجتماعی در جهان به شمار می‌روند. شبکه‌های اجتماعی را فراتر از گونه‌ای وب سایت، می‌توان به عنوان رسانه‌های جدیدی در نظر گرفت که در ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی تغییراتی ایجاد کرده‌اند. این شبکه‌ها به عنوان یکی از گونه‌های رسانه‌های اجتماعی، امکانات تعاملی قابل توجهی برای کاربران اینترنتی فراهم کرده و در افزایش مشارکت و کنش‌گری شهروندان در حوزه‌های اجتماعی و سیاسی مؤثر بوده‌اند.

مسئله‌ی زنان در ایران زاینده‌ی دوران بحران زای اجتماعی سیاسی و فرهنگی است؛ دورانی که پیوند ارگانیک نسل‌ها از هم می‌گسلد. در دهه‌های اخیر، در ایران زنان بیش از پیش خود را مستقلاً به نمایش گذاشته‌اند. تغییرات گسترده در سطوح مختلف اجتماعی سیاسی و فرهنگی، نسل‌های امروزی را به جهانی متفاوت پیوند داده است؛ پیوند پویایی که سبک زندگی و ارزش‌های پیشینی را با چالش مواجه کرده است. تحول ارزش‌ها به دنبال تجهیز شناختی زنان یکی از ابعاد مهم مناسبات جنسیتی در ایران است و یکی از مسائل و مباحث مهم در سیاست‌گذاری‌های فرهنگی به شمار می‌رود. بهبود وضعیت هر جامعه‌ای، با بهبود وضعیت اقشار مختلف و بهبود ساختاری که اقشار در آن قرار دارند، مرتبط است. بهبود وضعیت زنان و به تبع آن جامعه، در کنار عوامل ساختاری به مشارکت آن‌ها، به ویژه در تصمیم‌گیری‌ها، از پایین‌ترین تا بالاترین سطوح ارتباط دارد. توسعه هر جامعه‌ای متضمن یک سری مبانی، معیارها و عوامل است و در این میان، حضور فعالانه افراد و به خصوص زنان در صحنه‌های مختلف جامعه و به اصطلاح مشارکت سیاسی و اجتماعی آنان، از عوامل بسیار مهم و حیاتی در امر توسعه سیاسی محسوب می‌شود.

## طرح مسئله

شبکه‌های اجتماعی برای ما بعد زمان و مکان را از بین برده‌اند و امکان کنش بین کسانی که هرگز با یکدیگر نمی‌توانستند کنش انجام دهند را برقرار کرده است. شبکه‌های اجتماعی باعث بوجود آمدن و تسریع فرهنگ جهانی و برخوردهای بین فرهنگی و پیدایش مقوله چند فرهنگی هستند. ایجاد انسجام اجتماعی در بین مردم و تسریع در سازماندهی فعالیت‌های مفید سیاسی و اجتماعی، از آثار مثبت شبکه‌های اجتماعی است. (محسنی، ۱۳۸۶: ۱۲۱)

شبکه‌های اجتماعی با اختصاص فضای مجازی، امکان حضور زنان را بدون محدودیت زمانی و مکانی را در جوامع کنونی فراهم آورده است تا حوزه عمومی مربوط به خود را در این فضا شکل دهند و به این طریق حضور و مشارکت خود را، در جامعه به اثبات برسانند (سیف‌اللهی و شاطری، ۱۳۹۲: ۵۸).

زنانی که به لحاظ قانونی و عرفی، از حضور در جامعه و معرفی خود به جامعه، آن طور که خودشان درک کرده اند، دور نگه داشته می‌شود، از این راه و با شرکت در فضای مجازی، با بیان دیدگاه‌ها و دریافت و تبادل آرا، خویشتن را ابراز می‌کنند (همان: ۸۸).

در جریان تعاملات متعدد و گسترده در این فضا، افراد جنبه‌های ناشناخته از خود را کشف می‌کنند که در گذشته به دلیل نبود شرایط قادر به تجربه آن نبودند. این وضعیت به تدریج تصویر فرد را از خود، جهان پیرامون و سایرین تغییر می‌دهد و دامنه تعاملات او را گسترده تر می‌کند. (پناهی، ۱۳۸۶: ۲۰۲) هرچند زمان زیادی از ظهور شبکه‌های اجتماعی فعال بر روی اینترنت نمی‌گذرد، اما از همان آغاز فعالیت این شبکه‌ها در سپهر مجازی و بویژه از اواسط دهه ۱۹۹۰ بدین سو که کاربرد این شبکه‌ها عمومیت یافت، بحثهای فراوانی پیرامون عملکرد آنها و تاثیراتی که چنین شبکه‌هایی می‌توانند بر کاربرانشان بگذارند، در گرفته است. از جمله حوزه‌هایی که بحث بر سر تاثیر گذاری یا عدم تاثیر گذاری شبکه‌های اجتماعی اینترنتی به صورت قابل ملاحظه‌ای جریان داشته و با گذر ایام، همراه با رشد سریع و دور از انتظار این شبکه‌ها و کاربرانشان با شدت و حدت بیشتری در جریان است، تاثیر گذاری شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر روی آگاهی و مشارکت سیاسی و اجتماعی کاربران است. (خلیلی، ۱۳۹۱: ۱۰)

امروزه بر تعداد و تنوع این شبکه‌ها افزوده می‌شود و هر کدام از شبکه‌های اجتماعی مجازی، سعی در برآورده ساختن تعدادی از نیازهای کاربران خود را دارند. این نیازها که بیشتر جنبه روانی و اجتماعی دارند، بر تعریف فرد از نقش و جایگاهش در اجتماع تاثیر می‌گذارد و زنان نیز به عنوان بخشی از کاربران شبکه‌های اجتماعی، که روز به روز بر تعدادشان اضافه می‌شود، از این تأثیر به دور نیستند.

با در نظر گرفتن چنین قابلیت‌هایی برای شبکه‌های اجتماعی، در این پژوهش، با عنوان «بررسی نقش توسعه اجتماعی فرهنگی در ارتقای آگاهی سیاسی زنان» به این سؤالات پاسخ می‌دهیم که عضویت در شبکه‌های اجتماعی جدید تا چه اندازه منجر به تغییر باورها و ارزش‌های زنان ایرانی می‌شود و چه تأثیری در احساس تعلق اجتماعی آنها داشته است. نقش شبکه‌های اجتماعی در افزایش سطح آگاهی‌های زنان، مشارکت اجتماعی آنها، حس استقلال و اعتماد به نفس آنها چگونه بوده است و تا چه حد منجر به ارتقای آگاهی آنها نسبت به حقوق سیاسی خود در جامعه می‌شود.

## اهداف تحقیق

**هدف اصلی مقاله؛** جمع آوری اطلاعات به منظور تایید یا رد نقش توسعه اجتماعی فرهنگی در ارتقای آگاهی زنان نسبت به مسائل سیاسی و تجزیه و تحلیل این اطلاعات و **اهداف جزئی آن؛** بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در ارتقای آگاهی زنان نسبت به مسائل سیاسی و بررسی سایر کاربردهای دیگر شبکه‌های اجتماعی برای آنان، بررسی وضعیت سنی زنان کاربر فضای مجازی و تاثیرگذاری احتمالی این متغیر بر آگاهی سیاسی آنان به واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی، بررسی مدت زمان فعالیت و میزان استفاده زنان از شبکه‌های اجتماعی و تاثیرات احتمالی بر آگاهی سیاسی آنان، سنجش میزان اثرگذاری متغیرهای تحصیلات، پایگاه اجتماعی و قومیت زنان کاربر و فعال در شبکه‌های اجتماعی و تاثیرگذاری احتمالی آن بر آگاهی سیاسی این گروه.

## چارچوب نظری

به نظر می‌رسد در مورد نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در حوزه‌های عمومی به عنوان متغیر توسعه‌ای دو رویکرد متعارض وجود

دارد، چشم انداز اول معتقد است که اگرچه با ورود اینترنت به زندگی اجتماعی افراد، برخی تغییرات برجسته در چگونگی کارکرد دموکراسی اتفاق افتاده است، تصور نمی‌شود که این امر عاملی برای تغییرات گسترده سیاسی باشد. در این زمینه، مارگولیس<sup>۱</sup> و رسنیک<sup>۲</sup> (۲۰۰۰) معتقدند که در سال‌های اخیر، گفتمان سیاسی گسترده‌ای در درون فضای اینترنت به وجود آمده است؛ چنانکه کنشگران اجتماعی می‌توانند در محیط آنلاین به سازماندهی خود، تبلیغات و حمایت از برخی گروه‌ها و احزاب بپردازند، اما آنان تاکید دارند که اینترنت باعث تغییرات مهم و اساسی در زندگی انسان‌ها نشده است و به همین دلیل، کمکی به بسیج سیاسی شهروندان نیز نمی‌تواند بکند. اینترنت همچنین نمی‌تواند شیوه‌های فعالیت سیاسی را تحت تاثیر قرار دهد. در این زمینه، حتی برخی از اندیشمندان از قبیل پوتنام<sup>۳</sup> (۱۹۹۵) درباره جنبه‌های منفی رسانه‌های ارتباط جمعی در فرایند اجتماعی شدن و آگاهی سیاسی شهروندان بحث می‌کنند و نشان می‌دهند که رسانه‌ها به طور بالقوه، منجر به انفعال سیاسی شهروندان می‌شوند و آنان را به تماشاگران ساده زندگی سیاسی تبدیل می‌کنند.

برخی از شواهد موجود نیز نشان می‌دهند که ماهیت دموکراتیک اینترنت و فضای مجازی با چالش‌های زیادی روبرو است. برخی از پژوهش‌ها از قبیل پژوهش تونر<sup>۴</sup> و دولیو<sup>۵</sup> (۲۰۱۱) حاکی از آنست که اینترنت به جای گسترش و تقویت فعالیت‌های سیاسی، باعث از بین رفتن انسجام اجتماعی و سیاسی می‌شود؛ به این ترتیب که استفاده کنندگان از اینترنت و فضای مجازی، بیشتر به دنبال سایت‌ها و منابعی هستند که محتوای آنها با چشم اندازه‌های ایدئولوژیک افراد تشابه دارد. این امر باعث می‌شود تا تراکم دوقطبی‌های ایدئولوژیک بین شهروندان شدت یابد و آنان تنها با افرادی که ذهنیت مشترکی دارند، تعامل کنند. به همین دلیل است که پژوهش‌های گروشک<sup>۶</sup> و دیمیترووا<sup>۷</sup> (۲۰۱۰) نشان می‌دهد که استفاده از رسانه‌های اجتماعی اینترنتی هیچ ارتباطی با افزایش دانش و آگاهی سیاسی، علاقه به مسائل سیاسی و شرکت در انتخابات ندارد.

اما برخی دیگر از پژوهشگران معتقدند که عصر جدید فضای نوینی را به وجود آورده است؛ عصری که بر اساس آن اعتماد به گذشته در زمینه کارکرد دموکراسی دچار چالش شده است. بر این اساس تصور می‌شود که دموکراسی در گذرگاه تاریخی جدیدی قرار دارد و اندیشمندان به سختی می‌توانند اهمیت سیاست‌های الکترونیک را نادیده بگیرند. بلومر<sup>۸</sup> و گورویچ<sup>۹</sup> (۲۰۰۸) نیز معتقدند که هر چند با تضعیف ساختارها و شیوه‌های سنتی و رسمی، دموکراسی قوی تری ظاهر نخواهد شد، به دلیل تقویت تضادها و ناهماهنگی‌های اجتماعی و فرهنگی و همچنین به چالش کشیده شدن موقعیت برتر دولت-ملت، اعتماد به نظریات و دیدگاه‌های سنتی کاهش خواهد یافت و این امر می‌تواند تاثیرات زیادی بر روی سیاسی شدن بیشتر مردم و شهروندان داشته باشد. در این زمینه نوریس<sup>۱۰</sup> (۲۰۱۱) با فرا رفتن از نظریه بلومر و گورویچ معتقد است که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند با آگاه سازی، سازماندهی، بسیج و مشارکت مدنی افراد و گروه‌های به حاشیه رانده شده، جوان ترها و اقلیت‌های سیاسی و جنسیتی کمک کند. به اعتقاد وی، اینترنت به ایجاد فرصت‌های سیاسی؛ از قبیل کسب اطلاعات مرتبط با احزاب و گروه‌های سیاسی، دسترسی به گروه‌های سیاسی مجازی، اتاق‌های گفتگو، ارتباط سیاسی دوسویه با مقامات حکومتی و فعالان سیاسی و غیره می‌تواند در آگاهی سیاسی و بسیج و مشارکت مدنی شهروندان تاثیرگذار باشد.

<sup>1</sup> margolis

<sup>2</sup> resnick

<sup>3</sup> putnam

<sup>4</sup> towner

<sup>5</sup> dulio

<sup>6</sup> groshek

<sup>7</sup> dimitrova

<sup>8</sup> blumler

<sup>9</sup> gurevitch

<sup>10</sup> norris

همچنین، به نظر می‌رسد که عمده ادبیات موجود در این زمینه نشان دهنده رابطه مثبت میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و افزایش آگاهی و علائق سیاسی شهروندان است. برای مثال پژوهش‌های کارپینی<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) نشان می‌دهد که فضای اینترنت به طور کلی، به این دلیل که می‌تواند منابع اطلاعاتی کافی و به روزی را در زمینه‌های مختلف به افراد ارائه دهد، محرک مهمی برای تلاش شهروندان در راه کسب اطلاعات سیاسی به شمار می‌رود. این امر، یعنی جستجوی فعالانه اطلاعات سیاسی از سوی شهروندان، باعث می‌شود که آنان علاقه بیشتری به مسائل و موضوعات سیاسی پیدا کنند و در نهایت سطوح بی تفاوتی سیاسی در میان آنان یابد. همچنین نتایج پژوهش‌های کوشین<sup>۲</sup> و یاماموتو<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) حاکی از آن است که منابع اطلاعاتی متنوع و گسترده در فضای مجازی باعث می‌شود نا کاربران اینترنت با ایده‌های گسترده‌ای مواجه شوند؛ ایده‌ها و چشم اندازهایی که در حالت عادی نمی‌توانست توجه افراد را به خود جلب کند. به همین دلیل استفاده از منابع اطلاعاتی موجود در اینترنت و فضای مجازی به شهروندان کمک می‌کند تا از فرآیندهای سیاسی آگاهی بیشتری کسب کنند و به این ترتیب، انفعال و انزوای سیاسی آنان کاهش یابد.

در ایران نیز پژوهش‌های مختلفی در زمینه تاثیر فضای مجازی بر فعالیت‌های سیاسی صورت گرفته است اما بیشتر این پژوهش‌ها بر اینترنت (و نه شبکه‌های اجتماعی از قبیل فیسبوک، واتساپ، تلگرام، اینستاگرام، و غیره) تمرکز کرده اند. از سویی دیگر هنگام مطالعه بر روی تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر فعالیت‌های سیاسی نیز بیشتر به مولفه مشارکت سیاسی به معنای کلی پرداخته‌اند و کمتر بر نقش این رسانه‌ها بر تاثیرگذاری بر آگاهی سیاسی شهروندان تمرکز کرده‌اند. (احمدی، ۱۳۹۳؛ عدلی پور و همکاران ۱۳۹۳؛ هرسیچ و همکاران، ۱۳۹۲؛ جعفری و روحانی ۱۳۹۴؛ عبداللهیان و حقگوئی، ۱۳۸۸)؛ اما پژوهش حاضر برخلاف پژوهش‌های گذشته سعی دارد تا تمرکز را بر شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزار جدید تعاملات اجتماعی در جامعه قرار دهد و به جای تمامی سطوح مشارکت سیاسی، صرفاً بر آگاهی سیاسی زنان متمرکز شود. از سوی دیگر، با وجود اینکه جهت‌گیری سیاسی و نگرش زنان به سوی یکی یا مجموعه‌ای از احزاب و گروه‌های سیاسی، در مناسبات شهروندان و حاکمیت از اهمیت بالایی برخوردار است و بسیاری از پژوهشگران استدلال می‌کنند که رسانه‌های جدید از جمله شبکه‌های اجتماعی تاثیر زیادی بر تغییر نگرش سیاسی و مدنی زنان داشته‌اند، ادبیات تجربی اندکی در این زمینه وجود دارد و به همین دلیل در پژوهش حاضر سعی خواهد شد که با تاثیر این شبکه‌های مجازی بر این موضوع پرداخته شود.

## روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی و روش مورد استفاده در آن روش پیمایشی می‌باشد، در این پژوهش نیز با توجه به اهداف، سوالات و فرضیه‌ها، و اهداف کاربردی از پرسشنامه بعنوان تکنیک گردآوری داده‌ها، استفاده شده است. از لحاظ زمان مقطعی و از نظر ماهیت همبستگی می‌باشد. تحقیق حاضر با توجه به چارچوب تئوریک و فرضیه‌های تحقیق به بررسی متغیرهای می‌پردازد که در سطح خرد (فرد) مطرح هستند. جامعه آماری این تحقیق، شامل تمام زنانی می‌شود که کاربر شبکه‌های مجازی می‌باشند و در بازه‌ی زمانی اجرای پژوهش در مناطق پنج گانه تعیین شده در شهر تهران سکونت داشته‌اند.

در این تحقیق از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده کرده‌ایم، بدین صورت که شهر تهران در ابتدا به پنج بخش؛ (شمال، مرکز، شرق، غرب و جنوب) تقسیم و از هر بخش دو منطقه و از هر منطقه ۴ محله انتخاب شده است، سپس از هر محله تعداد حدود ۳۳ پرسشنامه، و در مجموع ۴۵۸ پرسشنامه جمع‌آوری گردید.

1 carpini

2 kushin

3 yamamoto

با استفاده از فرمول کوکران حجم مناسب نمونه ۴۵۰ مورد به دست آمد، با اینحال برای در نظر گرفتن خطای ۵ درصد فرمول و اطمینان کافی از حجم نمونه مناسب، تعداد ۴۷۵ پرسشنامه در بخشها و قسمت‌های مختلف جامعه آماری توزیع شد که نهایتاً تعداد ۴۵۸ مورد از پرسشنامه‌های کامل، کم نقص و قابل استفاده، بعنوان نمونه نهایی مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت.

برای توصیف روابط بین متغیرها از جداول توافقی، تفاوت میانگین‌ها و نمودارهای چند بعدی استفاده شده است. برای تعیین شدت روابط بین متغیرها از آزمون‌های همبستگی V کرامر، d سامرز، اسپرمن، اتا و پیرسون استفاده شده است. برای سنجش معنادار بودن روابط بین متغیرها از آزمون کی دو، آزمون T دو نمونه مستقل، تحلیل واریانس (آزمون F) و همراه آن آزمون‌های پسین شفه و L.S.D، و تحلیل واریانس دو طرفه استفاده شده است. برای سنجش تأثیر متغیرهای واسط بر روابط دو متغیر، از همبستگی تفکیکی و نیمه تفکیکی و تحلیل مسیر استفاده شده است.

#### ۱- اعتبار یا روایی (Validity)

۲- همانند اغلب تحقیقات پیمایشی برای اعتبار، ما به اعتبار صوری اتکا کردیم؛ که در واقع به این مطلب اشاره می‌کند که سؤال‌های آزمون تا چه حد در ظاهر شبیه به موضوعی هستند که برای اندازه‌گیری آن تهیه شده‌اند.

برای پایایی شاخص‌های تهیه شده برای سنجش متغیرها از آلفای کرونباخ<sup>۱</sup> استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که پایایی شاخص‌های تهیه شده (هم در مجموع و هم در ابعاد مؤثر در تحلیل) در سطح مطلوبی می‌باشد.

#### یافته‌ها

از ۴۵۸ نفر جمعیت نمونه تحقیق، ۲۰٫۷ درصد «کمتر از بیست سال»، ۶۰ درصد «بین بیست تا چهل و پنج سال» و مابقی، یعنی ۸۸ نفر ۱۹٫۲ درصد «بیشتر از ۴۵ سال» هستند. ۷۸٫۴ درصد «مجرد»، ۹۳ نفر ۲۰٫۳ درصد «متاهل» و مابقی، «بی همسر در اثر فوت یا طلاق» هستند. ۱۵٫۹ درصد «جزء اقلیت‌های دینی و ملی»، ۸۲٫۷ درصد «بدون قومیت» و مابقی «به این سوال پاسخ ندادند» هستند. در جمعیت مورد پژوهش افراد با تحصیلات «لیسانس» با ۱۵۹ نفر و سپس «کارشناسی ارشدها» با ۱۱۴ نفر بیشترین فراوانی میزان تحصیلات پاسخگویان را تشکیل می‌دهند و کمترین دسته‌ها با ۶ نفر و ۱۲ نفر به ترتیب متعلق به افراد «دکتر» و «متوسطه» می‌باشد. داده‌ها نشان می‌دهد که ۲۲۶ نفر پاسخگویان وضعیت اقتصادی خود را «متوسط رو به پایین» ارزیابی می‌کنند، ۲۲۰ نفر «متوسط رو به بالا» و ۶ نفر «خیلی پایین» و «بالا» ارزیابی می‌کنند. داده‌ها نشان می‌دهد که ۳۲ نفر کمتر از ۱ ساعت فعالیت روزانه دارند و ۱۹۴ نفر بیشتر از سه ساعت در شبانه روز از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند. ۲۳۳ نفر نیز سابقه مابین ۱ تا ۳ ساعت فعالیت روزانه را دارند. لازم به ذکر است که ۸ نفر از جمعیت نمونه نیز به سوالات مدت زمان فعالیت روزانه پاسخ ندادند.

جدول ۱: یافته‌ها و توصیف متغیرهای زمینه‌ای

ردیف	متغیر زمینه‌ای	توضیح
۱	جنسیت	جنسیت تمام آزمودنی‌های این پژوهش «زن» می‌باشد.
۲	گروه‌های سنی	گروه سنی بین «۲۰ تا ۴۵» سال، بیشترین فراوانی سنی را دارند.
۳	وضعیت تاهل	حدود ۸۰ درصد از نمونه تحقیق «مجرد» هستند و حدود ۲۰ درصد «متاهل» می‌باشند.
۴	قومیت	بیشتر از ۱۵ درصد از آزمودنی‌ها جزو یکی از اقلیت‌های شناخته شده از قبیل؛ (ترک، ارمنی، کورد، لر و عرب و ..) بوده‌اند.
۵	شغل	بیشتر پاسخگویان خود را دانشجو معرفی کرده‌اند (۶۵ درصد)، همچنین ۲۸ درصد از پاسخگویان شاغل بوده‌اند.
۶	تحصیلات	بیشتر از ۷۰ درصد از پاسخگویان حداقل تحصیلات فوق دیپلم و مقاطع بالاتر (لیسانس، فوق لیسانس و دکتری) را دارند

<sup>1</sup> Cronbach's alpha

ردیف	متغیر زمینه‌ای	توضیح
۷	پایگاه اجتماعی - اقتصادی	با توجه به شاخص‌های مرتبط با سنجش این متغیر؛ مشخص شد اکثر پاسخگویان (۷۸ درصد) دارای پایگاه اجتماعی و اقتصادی متوسط (رو به پایین و رو به بالا) می‌باشند.
۸	سابقه عضویت و فعالیت	سابقه عضویت بین ۲ تا ده سال دارای بیشترین فراوانی در بین پاسخگویان بوده است. همچنین افرادی که در طی شبانه روز بین ۱ تا ۳ ساعت از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند بیشترین فراوانی را در بین پاسخگویان داشته‌اند.

جدول ۲: شاخص‌های مرتبط با تنوع و گستردگی کارکرد شبکه‌های اجتماعی

ردیف	پاسخ به گویه‌ها	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	هیچ	میانگین
۱	علمی	۴,۷	۶۹,۸	۲۳	۲,۵	۰	۰	۳,۷۶
۲	سیاسی	۲,۵	۳۶,۶	۵۸,۳	۲,۵	۰	۰	۳,۳۹
۳	آموزشی	۳,۵	۳۴,۲	۵۱,۸	۵,۷	۱,۶	۰	۳,۶۵
۴	کسب اطلاعات و اخبار (سیاسی)	۴,۸	۵۲	۲۵,۲	۱۷,۷	۲,۳	۰	۳,۴۳
۵	تفریح و سرگرمی	۲,۵	۲,۷	۲۱	۳۵,۶	۱۷,۷	۲,۵	۲,۴۷
۶	تماس با دوستان و آشنایان	۱,۲	۵,۸	۵۷,۱	۱۶,۴	۱۸,۲	۲,۳	۲,۴۴
۷	جستجوی شغل و کسب و کار	۶,۸	۱۶,۲	۳۹,۴	۲,۵	۳۵,۱	۰	۲,۵۵

جدول ۳: شاخص‌های مرتبط با متغیر آگاهی سیاسی

بسیار مخالفم	مخالفم	نظری ندارم	موافقم	بسیار موافقم	پاسخ به گویه‌ها
۰	۰	۲۲,۲	۴۱,۹	۳۵,۹	از طریق شبکه اجتماعی مجازی اطلاعات متنوع، منکثر و متفاوتی در اختیار افراد قرار می‌گیرد.
۰	۲۱,۲	۲۲,۵	۵۳,۸	۲,۵	تنوع دیدگاه‌ها در شبکه‌های اجتماعی باعث افزایش قدرت انتخاب فرد می‌شود.
۰	۴,۸	۱۷,۷	۵۷,۶	۱۹,۹	در شبکه اجتماعی امکان بیان ایده‌ها به صورت آزادانه و آشنایی با ایده‌ها، افکار و احزاب سیاسی وجود دارد.
۲,۳	۲۰,۹	۲۰,۲	۴۳,۶	۱۳	حضور در فضای مجازی و ارتباط با افراد مختلف و متفاوت باعث تغییرات فکری_ذهنی در من شده است.
۲,۳	۲۳	۱۹	۵۳,۳	۲,۵	در شبکه‌های اجتماعی مجازی هیچ مانع و خط قرمزی برای گفتگو درباره موضوعات سیاسی وجود ندارد.
۱۶,۴	۲,۵	۲۹,۴	۴۲,۹	۸,۶	امکان ناشناس بودن افراد در گفتگوهای مجازی به راحت بودن آنها در بحث‌ها کمک می‌کند.
۰	۲,۵	۱۸,۹	۴۰,۴	۳۸,۱	از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی دسترسی به اطلاعات رویدادها و اخبار سیاسی بیشتر و آسان‌تر شده است.
۵,۳	۱۹	۱۵,۴	۴۷,۱	۱۳,۲	اطلاعات و اخبار در شبکه‌های مجازی را از اخبار رسانه‌های رسمی معتبر تر و صحیح تر می‌دانم.
۰	۸	۱۰,۲	۵۶,۸	۲۵	شبکه‌های اجتماعی مجازی برای بسیاری از کاربران ایرانی در حکم دریچه‌ای رو به جهان مدرن‌اند.
۱,۸	۲۳,۴	۸,۱	۵۵,۴	۱۱,۳	شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث شده است که اطلاعات و آگاهی سیاسی من از جوانب مختلف گسترش یابد
۲,۷	۱۴,۹	۹,۲	۴۸,۳	۲۴,۹	شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث شده است حساسیت و پیگیری من از مسائل روز سیاسی و اجتماعی بیشتر شود.

## تحلیل و تبیین یافته‌ها

در این بخش با استفاده از آماره‌های از قبیل: ضریب همبستگی پیرسون، جداول تقاطعی، آزمون خی دو، ضریب بتا و دیگر آزمون‌های توصیفی نظیر انحراف معیار و ..، به تبیین نتایج بدست آمده در پژوهش می‌پردازیم، و از این منظر به فرضیه‌های تحقیق پاسخ خواهیم داد و درستی یا نادرستی فرضیه‌ها مورد سنجش قرار می‌گیرد. در مرحله اول اثرات و نقش متغیرهای مستقل بر گرایش به قانون‌گریزی در رانندگی را تحلیل و بررسی خواهیم کرد و پس از آن اثرگذاری کنترل‌های رسمی از قبیل: جرایم راهنمایی و رانندگی، پلیس، و آگاهی از قوانین را بر کاهش تخلفات رانندگی از طرف پاسخگویان، بررسی خواهیم کرد.

جدول ۴: تاثیر گذاری متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته

SIG	ضریب همبستگی	انحراف معیار	میانگین	فراوانی	ضریب همبستگی پیرسون	تاثیر گذاری متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته (آگاهی سیاسی)
۰/۰۰۰	۰/۶۷	۴,۹۹۲	۳۸,۱۳	۴۵۸	تحصیلات	
۰/۰۰۰	۰/۴۲	۴,۸۵۶	۳۲,۹۹	۴۵۸	سابقه عضویت	
۰/۰۰۰	۰/۲۵۵	۶,۴۵۶	۳۷,۲۶	۴۵۰	فعالیت روزانه	
۰/۰۰۰	۰/۴۲۷	۵,۱۱۹	۲۸,۱۵	۴۴۴	پایگاه اجتماعی - اقتصادی	
۰/۰۶۹	۰/۰۹۷	۵,۲۸۴	۲۳/۴	۴۵۲	قومیت	
۰/۰۰۰	۰/۳۶	۵,۴۱۶	۳۹,۶۶	۴۵۸	گروه‌های سنی	
۰/۶۵۳	۰/۰۲۴	۴,۷۶۵	۳۶,۶۵	۴۵۲	وضعیت تاهل	

برای آزمون فرضیات تحقیق از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. همان گونه که در جدول ۴-۱۴ آمده است رابطه بین متغیرهای زمینه‌ای تحصیلات، سابقه عضویت و فعالیت روزانه، پایگاه اجتماعی - اقتصادی، گروه‌های سنی، با ارتقای سطحی متغیر آگاهی سیاسی معنی دار است. نتایج نشان می‌دهد که رابطه هر پنج متغیر با آگاهی سیاسی مستقیم است. این بدان معنی است که افراد با تحصیلات بالاتر، در آمد بالاتر و دارای سابقه فعالیت بیشتر نسبت به دیگران در رابطه با مسائل سیاسی، آگاه تر و حساس تر هستند. همچنین آزمون رابطه بین متغیرهای میزان قومیت و وضعیت تاهل با متغیر آگاهی سیاسی نشان می‌دهد که بین این متغیرهای مستقل و ارتقای سطح آگاهی سیاسی رابطه معنی دار وجود ندارد.

### فرضیه اول؛ بین میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و میزان آگاهی سیاسی زنان رابطه معناداری وجود دارد.

آماره‌های جدول نشان می‌دهد که بین میزان فعالیت روزانه در شبکه‌های اجتماعی و ارتقای سطح آگاهی سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد. ضریب همبستگی بدست آمده برای این متغیر برابر ۰/۲۵۵ با سطح معنی‌داری  $P=0/000$ ، بیانگر رابطه مثبت و مستقیم و ضعیف بین دو متغیر مذکور می‌باشد، به این معنا که با افزایش در میزان استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی در بین پاسخگویان، احتمال افزایش سطح آگاهی سیاسی در آنها افزایش می‌یابد. بر این اساس فرضیه مذکور در سطح حداقل ۹۹ درصد معنی‌دار است.

### فرضیه دوم؛ بین مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی و میزان آگاهی سیاسی زنان رابطه معناداری وجود دارد.

آماره‌های جدول نشان می‌دهد که بین مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان آگاهی سیاسی زنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. ضریب همبستگی بدست آمده برای این متغیر برابر ۰/۴۲ با سطح معنی‌داری  $P=0/000$ ، بیانگر رابطه مثبت و

مستقیم بین دو متغیر مذکور می‌باشد، به این معنا که با افزایش در سابقه عضویت در شبکه‌های مجازی در بین زنان، احتمال ارتقای سطح متغیر آگاهی سیاسی در آنها افزایش می‌یابد. بر این اساس فرضیه مذکور در سطح حداقل ۹۹ درصد معنی دار است.

#### **فرضیه سوم؛ بین سطح تحصیلات و میزان ارتقای آگاهی سیاسی زنان از طریق شبکه‌های اجتماعی، رابطه معناداری وجود دارد.**

آمارهای جدول نشان می‌دهد که بین افزایش سطح تحصیلات پاسخگویان و ارتقای آگاهی سیاسی آنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. ضریب همبستگی بدست آمده برای این متغیر برابر ۰/۶۷ با سطح معنی‌داری  $P=0/000$ ، بیانگر رابطه مثبت و مستقیم و قوی بین دو متغیر مذکور می‌باشد، به این معنا که با افزایش سطح تحصیلات زنان، توجه و میزان شناخت از مسائل سیاسی در آنها به شدت افزایش می‌یابد. بر این اساس فرضیه مذکور در سطح حداقل ۹۹ درصد معنی دار است.

#### **فرضیه چهارم؛ بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی و میزان ارتقای آگاهی سیاسی زنان از طریق شبکه‌های اجتماعی، رابطه معناداری وجود دارد**

آمارهای جدول نشان می‌دهد که بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی فرد و میزان ارتقای آگاهی سیاسی زنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. ضریب همبستگی بدست آمده برای این متغیر برابر ۰/۴۲۷ با سطح معنی‌داری  $P=0/000$ ، بیانگر رابطه مثبت و مستقیم و متوسطی بین دو متغیر مذکور می‌باشد.

#### **فرضیه پنجم؛ بین قومیت‌های مختلف زنان و ارتقای آگاهی سیاسی زنان از طریق شبکه‌های اجتماعی، رابطه معناداری وجود دارد.**

نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون مؤید این مطلب است که بین دو متغیر قومیت زنان پاسخگو و ارتقای آگاهی سیاسی در آنان از طریق استفاده از شبکه‌های اجتماعی، رابطه معناداری وجود ندارد ( $r=0/097$ ) با توجه به سطح معناداری به دست آمده که برابر ۰/۰۶۹ می‌باشد، می‌توان استدلال کرد که رابطه بین دو متغیر در سطح حداقل ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا معنادار نمی‌باشد.

#### **فرضیه ششم؛ بین گروه‌های سنی مختلف زنان و سطح آگاهی سیاسی زنان از طریق شبکه‌های اجتماعی، رابطه معناداری وجود دارد.**

آمارهای جدول نشان می‌دهد که بین گروه‌های سنی پاسخگویان و افزایش ارتقای آگاهی سیاسی آنان از طریق استفاده از شبکه‌های اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد. ضریب همبستگی بدست آمده برای این متغیر برابر ۰/۳۶ با سطح معنی‌داری  $P=0/000$ ، بیانگر رابطه مثبت و مستقیم و متوسطی بین دو متغیر مذکور می‌باشد.

#### **فرضیه هفتم؛ بین وضعیت تاهل زنان کاربر شبکه اجتماعی و میزان آگاهی سیاسی آنان، رابطه معناداری وجود دارد.**

آمارهای جدول نشان می‌دهد که بین وضعیت تاهل کاربران و ارتقای سطح آگاهی آنان رابطه معنی‌داری وجود ندارد. ضریب همبستگی بدست آمده برای این متغیر برابر ۰/۰۲۴ با سطح معنی‌داری  $P=0/653$ ، عدم رابطه بین دو متغیر مذکور می‌باشد، بر این اساس فرضیه مذکور در سطح حداقل ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا معنی دار نیست.

جدول ۵: عناصر متغیرهای مستقل درون معامله برای پیش بینی متغیر وابسته

نتیجه نهایی	Beta	ضریب همبستگی (R)	متغیر مستقل	متغیر وابسته
تایید	۰,۵۸۱	۰,۴۲۷	پایگاه اجتماعی_اقتصادی	ارتقای آگاهی سیاسی زنان
تایید	-۰,۴۴۹	۰,۴۲	سابقه عضویت	ارتقای آگاهی سیاسی زنان
تایید	-۰,۳۱۶	۰,۳۶	سن	ارتقای آگاهی سیاسی زنان
تایید	۰,۰۷۸	۰,۰۹۷	قومیت	ارتقای آگاهی سیاسی زنان
تایید	۰,۳۸۵	۰,۶۷	تحصیلات	ارتقای آگاهی سیاسی زنان
تایید	۰,۰۸۹	۰,۰۲۴	وضعیت تاهل	ارتقای آگاهی سیاسی زنان
تایید	۰,۲۱۹	۰,۲۵۵	فعالیت روزانه	ارتقای آگاهی سیاسی زنان

### اثر گذاری متغیرها

با توجه به نتایج حاصله از تحلیل رگرسیون چند گانه معادله، پیش بینی عوامل تعیین کننده بر متغیر وابسته به این گونه می‌باشد:

در این بخش از آماره رگرسیون چند متغیره گام به گام استفاده شده است. در این روش متغیرها به ترتیب میزان اهمیت در تبیین متغیر وابسته وارد معادله شده اند. در این جدول، سه عامل تحصیلات، پایگاه اجتماعی - اقتصادی و سابقه عضویت مستقیماً و غیر مستقیم بر آگاهی سیاسی تاثیر دارند، بیشترین تاثیر مستقیم مربوط به عامل پایگاه اجتماعی - اقتصادی است ( $Beta=0,581$ )؛ بعد از آن سازه سابقه عضویت با چهار شاخص قرار دارد ( $Beta=0,449$ ) متغیر تحصیلات نیز با هفت معرفت تاثیر مستقیم بر ارتقای آگاهی سیاسی زنان به واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی دارد ( $Beta=0,385$ ). همچنین متغیر گروه‌های سنی با ضریب بتای ( $0,316$ ) در مرحله اول، مقدار فعالیت روزانه در شبکه‌های اجتماعی با مقدار ( $0,219$ ) در مرحله دوم، وضعیت تاهل با ضریب بتای ( $0,089$ ) در مرحله سوم، به ترتیب میزان اهمیت در تبیین متغیر وابسته (ارتقای آگاهی سیاسی) نقش داشته‌اند و وارد معادله رگرسیونی شده‌اند. و در مجموع این متغیرها توانسته‌اند ۱۸ درصد از واریانس متغیر وابسته یعنی اثرگذاری بر سطح آگاهی سیاسی زنان کاربر شبکه‌های اجتماعی را مورد تبیین قرار دهند و بقیه تغییرات متغیر وابسته، از تغییرات ناشی از سایر عوامل می‌باشد.

### بررسی یافته‌ها

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارتقای آگاهی سیاسی زنان در شهر تهران تهیه و تدوین شد. جامعه آماری در این تحقیق شامل زنانی می‌شود که در بازه زمانی اجرای تحقیق در شهر تهران ساکن بوده‌اند. حجم نمونه تحقیق با استفاده از فرمول کوکران محاسبه گردید و با در نظر داشتن ملزومات تحقیقات پیمایشی تعداد ۴۵۸ نفر از مناطق پنجگانه دسته بندی شده طبق چارچوب نمونه‌گیری تحقیق مورد پرسش قرار گرفتند. پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش، بر اساس نیازها و فرضیه‌های تحقیق، توسط محقق ساخته و تدوین شده است. با توجه به اهمیت ویژگی‌های جمعیت شناختی و دیگر متغیرهای مداخله گر در فرایند تاثیر گذاری متغیرهای مستقل و وابسته بر یکدیگر، در جمع آوری اطلاعات (پرسشنامه) و همینطور نگارش و ارایه نتایج تحقیق در فصل چهارم، سعی کردیم تصویر مشخص تری از ویژگی‌ها و صفات فردی و اجتماعی پاسخگویان به دست داده باشیم. داده‌های پرسشنامه پس از جمع آوری وارد نرم افزار spss شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج شامل دو بخش آمار توصیفی و استنباطی می‌باشد:

در بخش آمار توصیفی، شاخص‌های قومیت، سن، تاهل، تحصیلات و پایگاه اجتماعی\_اقتصادی مورد بررسی قرار گرفتند. یافته‌های تحقیق نشان داد که حدود ۷۰ درصد از پاسخ دهندگان دارای تحصیلات آکادمیک می‌باشند و بیشترین گروه پاسخگویان در گروه سنی ۲۰ تا ۴۵ سال قرار دارند و تعداد افرادی که در طول شبانه روز بین ۱ تا ۳ ساعت از شبکه‌های مجازی استفاده

می‌کنند از بیشترین فراوانی مربوطه برخوردار می‌باشند. همچنین افرادی با قومیت و متاهل درصد کمتری از نمونه کل پاسخگویان را شامل می‌شوند. همچنین بنا به اظهار نظر خود افراد، اکثریت پاسخگویان از نظر سطح تحصیلات و درآمد در وضعیت متوسطی قرار داشتند، و افرادی که سطح سواد و درآمد پایین و برعکس آن را دارند، در این پژوهش در اقلیت بودند. به نظر می‌رسد این ویژگی نمونه آماری تحقیق می‌تواند معرف مناسبی از کل جامعه آماری زنان شهرنشینی باشد که از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند. اکثر پاسخگویان دانشجوی و یا در جستجوی کار بودند و از نظر پیوندها و ارتباطات اجتماعی در وضعیت عادی و نرمالی زندگی می‌کنند. با اینحال، یافته‌های تحقیق به ما نشان می‌دهد که اندکی تغییرات در کمیت و کیفیت متغیرهای مستقل تحقیق می‌تواند نتایج متفاوتی در اثرگذاری بر متغیر وابسته به همراه آورد.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که بین استفاده از این شبکه‌ها و افزایش آگاهی سیاسی کاربران در نمونه مورد بررسی، ارتباط معناداری وجود دارد. این نتیجه با یافته‌های حاصل از پژوهش‌های تجربی گذشته لویا و پیلوت (۲۰۰۶)، نوریس (۲۰۰۸)، دیورز (۲۰۰۷) همسوست. در واقع، اینترنت و شبکه‌های مجازی جدید، هزینه ارتباطات و درک اطلاعات را کاهش داده و موقعیت‌های بهتر را برای آگاهی و مشارکت سیاسی شهروندان ایجاد کرده است. از سویی؛ یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که کارکردهای تفریحی و سرگرمی این شبکه‌ها، در گرایش به آنها تاثیر فراوانی داشته است و تا حدودی جنبه‌ها و کارکردهای تفریحی-سرگرمی این شبکه‌ها بر دیگر مزیت‌های ممکن اثرگذاری منفی گذاشته است. نتایج پژوهش نشان داد افرادی که از برنامه‌های سرگرمی (چت کردن، تماشای فیلم، بازی، و...) بیشتر استفاده می‌کنند، میزان بحث سیاسی و آگاهی سیاسی پایین تری نسبت به کسانی که از این ویژگی‌ها کمتر استفاده می‌کنند، دارند. در برخی مواقع، این شبکه‌ها می‌توانند به عنوان نهادهایی برای مقابله با بلوغ سیاسی عمل کنند، همانطور که نتایج تحقیق حاضر نشان داد آن دسته از افرادی که صرفاً استفاده تفریحی از این شبکه‌ها دارند، احساس مسئولیت سیاسی کمتری نسبت به مسائل و جامعه دارند. بنابراین با توجه به‌ای نتیجه به دست آمده از این تحقیق، می‌توان گفت که یکی از پیامدهای که از پدیده اعتیاد به کارکردهای سرگرم کننده شبکه‌های اجتماعی مجازی نشأت می‌گیرد، انزوای سیاسی افراد است.

یافته‌ها نشان می‌دهد که استفاده از کارکردهای خبری و اطلاع رسانی، برنامه‌های آموزشی به تقویت آگاهی سیاسی در بین کاربران منجر می‌شود، شبکه‌های مجازی با انتقال اطلاعات و رویدادها به طور صحیح و دقیق آگاهی کاربران را نسبت به حقوق خود و عملکرد سیستم سیاسی و مسوولان سیاسی افزایش داده، و در مواقعی با طرح نظرات مردم و انتقال آن به مسوولان، احساس اثربخشی سیاسی را در بین کاربران به وجود می‌آورند.

آنچه از برآیند بررسی یافته‌های این تحقیق به دست می‌آید این است که حضور در شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند از طرق مختلف بر روی نوع و میزان آگاهی سیاسی زنان و به خصوص قشر جوان و تحصیل کرده، که رابطه نزدیکی با اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند، اثر بگذارد. متغیرهایی واسطی چون بسط روابط گروهی، ایجاد اعتماد تعمیم یافته، افزایش دانش سیاسی، فعالیت اجتماعی و سیاسی و تعاملات اجتماعی موارد مهمی هستند که از میزان و نوع حضور در شبکه‌های اجتماعی تاثیر پذیرفته و بر میزان و نوع آگاهی سیاسی کاربران و مشارکت سیاسی افراد اثر می‌گذارند.

در بخش آمار استنباطی، از آزمون همبستگی پیرسون، اسپیرمن و بتا، به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. نتایج به دست آمده در بخش آمار استنباطی نشان داده است که فرضیه‌های تحقیق آنگونه که در ذیل تشریح خواهد شد به تمامی تایید نشده‌اند.

فرضیه اصلی؛ نتایج حاصل شده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان داده است که بین دو متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ارتقای آگاهی سیاسی رابطه معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی بدست آمده برای این متغیر برابر ۰/۴۲۴ با سطح

معنی داری  $P=0/000$ ، بیانگر رابطه مثبت و مستقیم و متوسط بین دو متغیر مذکور می‌باشد با توجه به سطح معناداری به دست آمده که برابر  $0/000$  می‌باشد، بنابراین فرضیه اصلی تحقیق، مبنی بر وجود ارتباط معنادار بین متغیر وابسته و مستقل تحقیق تایید می‌شود. نتایج آزمون همبستگی پیرسون در ارتباط با فرضیه‌های فرعی تحقیق نشان می‌دهد که فرضیه اول تحقیق مبنی بر وجود رابطه معنادار بین متغیر میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی با متغیر وابسته تحقیق، تایید می‌شود، ضریب همبستگی به دست آمده از آزمون این دو متغیر  $0/255$  می‌باشد که نشان از ارتباط مثبت و خطی متغیرهای مذکور می‌باشد. ضریب همبستگی بدست آمده برای آزمون فرضیه دوم تحقیق برابر  $0/42$  با سطح معنی داری  $P=0/000$ ، بیانگر رابطه مثبت و مستقیم بین دو متغیر مذکور می‌باشد، بر این اساس با افزایش در سابقه عضویت در شبکه‌های مجازی در بین زنان، احتمال ارتقای سطح متغیر آگاهی سیاسی در آنها افزایش می‌یابد. نتایج آزمون فرضیه سوم نشان از آن دارد که بین افزایش سطح تحصیلات زنان و ارتقای آگاهی سیاسی آنان رابطه معنی داری وجود دارد. ضریب همبستگی بدست آمده برای این متغیر برابر  $0/67$  با سطح معنی داری  $P=0/000$ ، بیانگر رابطه مثبت و مستقیم و قوی بین دو متغیر مذکور می‌باشد. فرضیه چهارم تحقیق نیز مبنی بر وجود ارتباط بین دو متغیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی کاربران و آگاهی سیاسی آنان، با توجه به مقادیر به دست آمده برای آزمون رابطه این دو متغیر تایید می‌شود؛ ضریب همبستگی بدست آمده برای این متغیر برابر  $0/427$  است که بیانگر رابطه مثبت و مستقیم و متوسطی بین دو متغیر مذکور می‌باشد. فرضیه پنجم تحقیق مبنی بر ارتباط بین قومیت کاربران و اثرگذاری آن بر ارتقای سطح آگاهی سیاسی پاسخگویان و همچنین فرضیه هفتم تحقیق مبنی بر ارتباط متغیر وضعیت تاهل کاربران و آگاهی سیاسی آنان، تایید نشده است. همچنین نتایج آزمون همبستگی پیرسون برای فرضیه ششم تحقیق مبنی بر وجود ارتباط معنادار بین متغیر گروه‌های سنی زنان و ارتقای آگاهی سیاسی آنان، نشان می‌دهد که این فرضیه تایید شده است؛ ضریب همبستگی بدست آمده برای این متغیر برابر  $0/36$  با سطح معنی داری  $P=0/000$ ، بیانگر رابطه مثبت و مستقیم و متوسطی بین دو متغیر مذکور می‌باشد.

### نتیجه گیری

با توجه به نقش تاثیرگذار شبکه‌های اجتماعی مجازی بر تمامی اعضای جامعه و به ویژه نسل جوان، نقش این رسانه‌ها به مثابه یکی از دستگاه‌های فراگیر، گسترده و در دسترس همگان در انتقال مفاهیم سیاسی و در چگونگی شکل‌گیری رفتارهای سیاسی و مدنی موثر و تعیین کننده است. (صدیق بنای، ۱۳۸۷: ۶۶) شبکه‌های اجتماعی در کنار احزاب، گروه‌های ذی نفوذ، طبقه‌های اجتماعی، سندیکاها و غیره، نقش موثری در آگاهی سیاسی و مشارکت سیاسی دارند و به طور مستقیم یا غیرمستقیم با رساندن اخبار و اطلاعات سیاسی، معرفی ارزش‌ها و آرمان‌های سیاسی و تبلیغ در مورد آنها، مقایسه ارزش‌های سیاسی جامعه خودی با ارزش‌های جوامع دیگر، بحث و گفتگو پیرامون مواضع دولت و غیره، در ارتقای آگاهی سیاسی شهروندان تاثیر می‌گذارند. باید توجه داشت که در کشورهای در حال توسعه و به خصوص ایران، سازمان‌ها و نهادهای تاثیرگذار بر مشارکت مدنی شهروندان دارای عملکرد ضعیفی هستند و این رسانه‌های جدید هستند که می‌توانند با استفاده از فنون و روش‌های رسانه‌ای، این نهادها را به سطح اجتماع و شهروندان ارتقا دهند.

شهروندان در هر جامعه‌ای با آگاهی از سیاست‌ها می‌دانند که چه مطالباتی باید از مجریان قانون داشته باشند و در مقابل دستیابی به حقوق خود، چه وظایفی باید انجام دهند، به عبارتی استیفای حقوق و مطالبات و ایفای وظایف و تعهدات میسر نخواهد شد مگر با مسلح شدن به سلاح آگاهی سیاسی و شناخت اهداف و وظایف دولت و نیز جایگاه فرد و رابطه اش با اقتدار دولت، بنابراین آگاهی سیاسی مردم و نیز احساس مسئولیت آنها در قبال سرنوشت خود، جامعه و کشورشان موجب احساس پاسخگویی در وهله اول و در وهله دوم پاسخگو بودن عملی مسئولان و مجریان سیاست-که انتخاب شده توسط همین مردم فاقد یا دارای آگاهی سیاسی هستند- شده و متضمن ارتقای مطلوبیت‌های جامعه و در نهایت بقای آن خواهد شد و اگر چنین آگاهی و احساس مسئولیتی

در افراد جامعه وجود نداشته باشد طبیعی است مسئولان آن جامعه نسبت به مؤاخذه و انتقاد در قبال عدم انجام یا قصور از وظایف خود احساس نگرانی نخواهند کرد.

فناوری نوین ارتباطی برای گروه‌های مختلف انسان‌ها، فرصت‌های تازه‌ای را خلق کرده اند، اما شاید بتوان گفت، ارمغانی که این فناوری‌ها و در رأس آن‌ها اینترنت برای زنان داشته، بسیار ارزشمند بوده است. زنان، به ویژه آنانی که در کشورهای درحال توسعه زندگی می‌کنند، به دلیل شرایط حاکم بر جامعه و سنت‌های مرسوم، اغلب پنجره‌های محدودی برای برقراری ارتباط با دیگران دارند. اینترنت و فضای مجازی پنجره‌های فراوانی را جهت آگاهی بخشی و هوشیارسازی برای زنان به ارمغان آورده است. ویژگی‌های کارکردی، تعاملی و ساختی شبکه‌های اجتماعی باعث می‌شود به کاربران اجازه داده می‌شود تا واکنش و نظرات خود را به اشتراک گذارند و امکان حضور در روند ویرایش و پردازش مطالب به آن‌ها داده می‌شود، درک کاربران از موضوعات افزایش می‌یابد و ترغیب می‌شوند که تجربیات مثبت خود را در اختیار همگان قرار دهند. بنابراین باید پذیرفت که با توجه به حجم بالای اطلاعات در دسترس و همچنین تخصصی شدن روزافزون شبکه‌های اجتماعی، دروازه بانی دیگر در انحصار سازمان‌های خبری و مطبوعاتی نیست و عملاً حیطه دروازه بانی به شدت تنوع و گسترش یافته است. به هر حال، شبکه‌های اجتماعی نه فقط پدیده مثبت و آغازگر فضای اطلاعاتی جدید و در سطحی گسترده با ویژگی‌های زبان، مشخصات، سبک و خدماتی خاص است که باعث خواهد شد ما در تعاریف خود از فضای مجازی تجدیدنظر کنیم، بلکه جزئی از جنبه‌های مهم جامعه اطلاعاتی و یکی از مسائل مهم ارتباطی آینده خواهد بود.

در راستای نتایج بدست آمده از تحقیق حاضر، برخی پیشنهادها و راهکارها در جهت ارتقای سطح مشارکت زنان در امور سیاسی و اجتماعی و استفاده مفید از شبکه‌های اجتماعی و افزایش تمایل در بین زنان به حضور در عرصه‌های عمومی وجود دارد که عبارتند از:

- ارتقاء نرخ مشارکت مدنی شهروندان اعم از زن و مرد؛
- افزایش توانمندی زنان جهت استفاده آگاهانه و فعالانه از محتوای فضای مجازی؛
- برنامه ریزی مناسب جهت ارتقای سطح سواد رسانه‌ای زنان؛
- حمایت لازم از صاحب‌نظران و پژوهشگران جهت تولید محتوای مسائل مربوط به زنان در فضای مجازی؛
- تدوین قوانین و اصلاح ساختارها توسط سیاستمداران با هدف رفع شبهات، ابهامات و نگرش‌های منفی نسبت به فعالیت اجتماعی و سیاسی زنان و ایجاد محیطی مناسب برای رشد و تعالی فردی و اجتماعی؛
- تلاش در جهت کاهش تفاوت‌های موجود در کم و کیف مشارکت مدنی زنان از طریق کاهش تبعیض‌های جنسیتی؛
- معرفی زنان فعال سیاسی در رسانه‌های جمعی با هدف نشان دادن توانایی‌ها و تجربه‌های آنان و نیز الگودهی به زنان جامعه و تشویق آنان به مشارکت فعالانه در امور اجتماعی و سیاسی؛
- کاهش هزینه فعالیت‌های سیاسی برای افراد جامعه و افزایش احساس امنیت از حضور در عرصه‌های اجتماعی و سیاسی در بین آنان.

لازم به یادآوری است که شایسته است در تحقیقات بعدی، عوامل دیگری که می‌تواند بر آگاهی سیاسی زنان تأثیرگذار باشد، مورد تحقیق و بررسی قرار گیرد. یکی از این عوامل، بررسی نگرش‌های جامعه نسبت به مشارکت زنان و حضور آنان در عرصه‌های عمومی و تصمیم‌گیری‌های اجتماعی و سیاسی است و در این رابطه، بررسی میزان نگرش‌ها و باورهای جنسیتی در جامعه و تأثیر آن بر نگرش افراد جامعه اعم از زن و مرد و تحقیق و بررسی موانع، فرصت‌ها و امکانات در دسترس زنان برای حضور در عرصه‌های اجتماعی و سیاسی امری لازم و ضروری تلقی می‌شود. همچنین، براساس نتایج بررسی حاضر پیشنهاد می‌شود مطالعاتی در خصوص

تبادل افکار زنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی، نقش آموزش مجازی در میزان حضور زنان در فعالیت‌های توسعه‌ای و نیز سنجش میزان استعداد و خلاقیت زنان در فضای مجازی و بهره‌گیری منطقی از آن انجام گیرد.

## منابع

نوابخش، مهرداد و سحر فائق (۱۳۹۳). درآمدی بر سرمایه اجتماعی با رویکرد به جامعه‌شناسی شهری؛ تهران، انتشارات فرهنگ و تمدن

آذریان، علی؛ ساروخانی، باقر؛ نوابخش، مهرداد (۱۳۹۶). رسانه و تعلق‌پذیری ملی: مطالعه‌ای در باب تأثیر رسانه‌های جمعی بر تعلق‌پذیری ملی؛ مجله مطالعات میان فرهنگی

نوابخش، مهرداد؛ ازکیا، مصطفی؛ وثوقی، منصور (۱۳۹۴). ارزیابی عوامل مؤثر بر توانمندی اقتصادی (مطالعه موردی: زنان آسیب‌پذیر در شهر تهران) مجله اقتصاد و مدیریت شهری

ایبانز، کریستینا آلفونسو (۱۳۸۳). زنان در فضای مجازی، یک مدینه فاضله جدید؟؛ مطالعات و تحقیقات زنان، تهران، دوره ۱

احمدنیا، شیرین (۱۳۸۴). جایگاه زنان در جامعه اطلاعاتی؛ فصلنامه مردم سالاری، شماره ۱۰۳۳

سیف‌اللهی، سیف‌الله و شاطری، پروانه (۱۳۹۲). نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در تغییر رفتار دختران و زنان ایرانی؛ مطالعات توسعه اجتماعی ایران، تهران، دوره هفتم

پالیزبان، محسن (۱۳۹۴). بررسی رابطه اینترنت و امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران؛ تهران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران

Boulianne, Shelley (2015) Social Media Use and Participation: A Meta-analysis of Current Research. "Information", Communication Society, Vol. 18, No. 5, Routledge. Pp: 524-538.

Hilberman, J. (2009). "Young people are social networking in droves", Retrieved in <http://iipdigital.usembassy.gov/st/English/article/2009/01/2009010514310maduobba0.7>

Putnam, Robert (2007) Social capital and civic community.

Mossberg, K. (2009) Toward digital citizenship: Addressing inequality in the information age. In A. Chadwick & P. N. Howard (Eds.), Routledge Handbook of Internet Politics. New York: Routledge.

Erikson, Jason. (2002). *The internet: the basics*, New York: Routledge

Ellisoon, T. (2011). "Cyberfeminism Canada: Women, Women's Organizations, the Women's Movement and Internet Technology", A thesis submitted to the Department of Sociology in conformity with the requirements for the degree of Master of Arts.

Luckman, Susan. (1999). "gendering the Digital Body: Feminism and the Internet" *Hecate* vol. 25, [2], PP 36-48.