



فصلنامه تخصصی علوم سیاسی

دوره ۲۱، شماره ۷۰، بهار ۱۴۰۴

نوع مقاله: علمی پژوهشی

صفحات: ۵۱-۲۱

بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج

محمد پورقربان^۱

سید اسماعیل میر^۲

چکیده

هدف از انجام این پژوهش، بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) در بین دانشجویان شهر کرج بود. جامعه آماری در این تحقیق، کلیه دانشجویان عضو شبکه اجتماعی (اینستاگرام) در دانشگاه‌های کرج که در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۲ مشغول به تحصیل بودند. ۳۰۰ نفره از دانشجویان در سه دانشگاه خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور به عنوان نمونه در نظر گرفته شدند. این کار پیمایشی و گردآوری داده از طریق پرسش‌نامه محقق ساخته که ۲۵ عبارت داشت صورت گرفت، در بررسی فرضیه‌های پژوهش با بهره‌گیری از آزمون همبستگی پیرسون و نرم افزار SPSS، این یافته‌ها حاصل شد، میان متغیرهای وضعیت سیاسی دانشجویان در خصوص فضای مجازی (اینستاگرام) و شکل‌گیری ذهنیت با نگاه آگاهی بخشی سیاسی، در سطح (۰/۴۴) رابطه همبستگی مثبت و معنادار و در عرصه‌های تحلیل در بحث‌ها و موضوعات سیاسی، در سطح (۰/۶۱-) و در ارتباطات سیاسی، (۰/۵۳-) و رفتار دولت مردان در حوزه فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی (۰/۳۲-) رابطه منفی، معکوس و معنادار وجود دارد. اما میان انتشار آزاد اطلاعات در فضای مجازی، عملکرد اطلاع رسانی جمعی فضای سیاسی موجود و وضعیت سیاسی دانشجویان در فضای مجازی (اینستاگرام) در این پژوهش رابطه معنادار یافت نشد.

کلید واژگان: رسانه، شبکه‌های اجتماعی، فضای مجازی، اینستاگرام، وضعیت سیاسی.

۱- گروه علوم سیاسی و روابط بین الملل، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران (نویسنده مسئول)

mhpqr@yahoo.com

۲- گروه علوم سیاسی و روابط بین الملل، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

mosavian99@chmail.ir

مقدمه

امروزه با توجه به رشد سریع تکنولوژی و فناوری اطلاعات و سرعت بالای ارتباطات و تبادل اطلاعات، موج تغییر گسترده ای در دنیا شروع شده است عصر نوین حیات بشر با اصطلاحات و نظریات جدیدی مانند جهانی شدن، عصر انفجار اطلاعات، عصر رسانه ها، پسامدرنیته، جامعه اطلاعاتی و جامعه شبکه ای توصیف و تبیین می شود. در عصر حاضر فضای مجازی به زندگی انسان اضافه گردیده است و به عصر شبکه های اجتماعی معروف شده است. شبکه های اجتماعی به مجموعه ای از افراد گفته می شود که به صورت گروهی با یکدیگر ارتباط داشته و مواردی مانند اطلاعات، نیازمندی ها، فعالیت ها و افکار خود را به اشتراک می گذارند این روزها مهمترین رسانه های اجتماعی، شبکه های اجتماعی مجازی هستند. شبکه اجتماعی مجازی زنجیرهای از ارتباطات و گروه های شبکه اجتماعی یا حضور غیر فیزیکی افراد در یک محل مجازی است. شبکه های اجتماعی به مثابه راه های مختلفی می مانند که مردم در زمان عبور از آن می توانند در مورد مسائل مختلف باهم صحبت کنند، اطلاعات عمومی یا خصوصی خود را در قالب های مختلف اعم از عکس، ویدئو، واژه ها، دست نوشته و ... با فرد خاص یا گروه خاصی به نمایش و اشتراک بگذارند. عصر مجازی در واقع شکل توسعه و تکامل یافته عصر اطلاعات و دانش است و در آینده نزدیک ظهور کرده و فضای سه بعدی را در اختیار بشر قرار خواهد داد تا تخیل انسان بتواند به حقیقت نزدیک شده و فضای بسیار توسعه یافته تر و متفاوت تری با جهان امروز را فرا روی بشر قرار دهد. در این میان، نقش رسانه های جمعی برجستگی خاصی دارد. رسانه های نوین با در دست گرفتن افکار عمومی کنترل و هدایت آن و همچنین تهییج و به کارگیری آن، نقش جدی در عرصه قدرت بازی می کنند. به ویژه امروزه که رسانه ها از نظر تعداد و کیفیت، تنوع بسیاری پیدا کرده اند و طیفی گسترده از رسانه های دیداری، شنیداری، مکتوب و الکترونیکی را در بر می گیرند و هر کدام مخاطبان عام و خاص را به خود اختصاص می دهند. به اعتقاد بسیاری از اندیشمندان، اینترنت و شبکه های اجتماعی پیرآمون آن، فضاهای عمومی جدیدی را برای جامعه ایجاد کرده و حتی جامعه سیاسی نیز به شدت از این تعامل دستخوش تحول شده است. با ورود گوشی های هوشمند به بازار ایران به تدریج نرم افزارهای پیام رسان و شبکه های اجتماعی غیر ایرانی توسط کاربران ایرانی مورد استفاده قرار گرفتند. یکی از پلتفرم های یا سکوهای جهانی که توانسته به لحاظ جذابیت در میان مردم مورد مقبول واقع شود و در تمامی کشورها جایگاه ویژه ای داشته باشد، اینستاگرام است (میرعالی و بلیاد ۱۳۹۵). این نرم افزار در نسخه های اولیه تمرکزی بر روی الگوریتم ها نشان

بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های

خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج / پورقربان - میر

نداد اما به مرور زمان اینستاگرام هرچه بیشتر به قدرت تصمیم‌گیری و هدایت مخاطب مجهز شد، به نحوی که امروزه الگوریتم‌های اینستاگرام برای مخاطب تصمیم می‌گیرد که چه زمانی چه محتوایی را به چه نحوی مشاهده کند (محمدی و رضی پور ۱۴۰۱). این نرم افزار پس از مدتی اقدام به اضافه کردن ابزارها و امکانات بیشتری به برنامه کرد تا سطح رضایت کاربران را نسبت به خود افزایش دهد و به یکی از محبوب ترین نرم افزارهای موجود در فضای مجازی در میان ایرانیان تبدیل شد. این پلتفرم با در اختیار قرار دادن امکانات متفاوت برای ساخت محتوا و همچنین توجه به کسب و کارهای آنلاین و ساخت بستر مناسبی برای فعالیت آنها توانست گوی سبقت را از رقبای خود بگیرد و استفاده از اینستاگرام به بخشی از برنامه روزانه‌ی کاربران ایرانی تبدیل شد. (حسنی ۱۳۹۸، ۵۷). در این پژوهش سعی شده است، وضعیت سیاسی دانشجویان در فضای مجازی در سکوی اینستاگرام مشخص شود. از این‌رو، در این پژوهش به بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) در بین دانشجویان دانشگاه‌های خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج پرداخته شود.

امروزه فضای مجازی به بخش تفکیک ناپذیری از زندگی انسانها تبدیل شده و با سرعت شتابان، تمامی شئون و عرصه‌های زیست بشر را تحت تأثیر قرار داده است. این رسانه‌ها، فضای مناسبی را برای معرفی داشته‌های فردی و جمعی فراهم ساخته اند. فناوری اطلاعات و ارتباطات جزء جدایی‌ناپذیر زندگی انسان‌ها است و موجب پیدایی صورت نوین ارتباط و شبکه‌های بزرگ اطلاعاتی و ارتباطی، زمینه‌ساز فضاهای اجتماعی جدید شده است، فضاهای بدون مرز که روابط، ابعاد و مهارت‌های اجتماعی افراد را تحت تأثیر قرار داده است. ما در عصر گذر از جامعه صنعت‌محور به جامعه اطلاعات‌محور یا به عبارت دیگر، گذر از دنیای فیزیکی به دنیای مجازی هستیم (خالصی و همکاران ۱۳۹۸). ورود به عصر اطلاعات و زندگی اثربخش در جامعه اطلاعات‌محور مستلزم شناخت ویژگی‌های آن است. انقلاب ارتباطات و اطلاعات به سرعت اقتصاد، فرهنگ، سیاست و اجتماع جهان را دستخوش دگرگونی کرده است و جهان را عملاً به یک دهکده جهانی تبدیل نموده است. امروزه ارتباطات دیجیتال و رسانه‌های جمعی، انقلاب وسیعی در تمام عرصه‌ها را موجب گردیده اند و جزء جدایی‌ناپذیر تعامل‌ها، آموزش‌ها و اطلاع‌رسانی پیرامون آگاهی‌هایی بوده که موجب شکل‌گیری شناخت و درک بیشتر در عرصه‌های مختلف زندگی انسان همچون مسائل فرهنگی، عقیدتی، اقتصادی، اجتماعی و بخصوص سیاسی شده است (گریفین، کارنر و مارتینز، مایکل، ۲۰۱۹). در دنیای امروز که عصر

ارتباطات نام گرفته است، رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی به واسطه سرعت، تداوم و وسعت جهانی به مثابه جزء لاینفک ارتباطات اجتماعی در نظر گرفته می‌شوند، به گونه ای که تصور دنیای بدون رسانه برای ما غیر ممکن است. این در حالی است که در طول چند دهه گذشته با تغییرات ایجاد شده در فناوری رسانه، ظهور رسانه‌های نوین باعث رسوخ بیشتر تکنولوژی در زندگی انسان‌ها شده و بالطبع به واسطه شیوه و تاثیرات استفاده، تغییرات فرهنگی متعددی را در خانواده‌ها و جامعه به وجود آورده است. این مهم تحولات عظیم در حوزه فناوری‌های نوین ارتباطی و صنایع اطلاعاتی، پیامدهای سیاسی خاصی را در پی داشته و دارد. تکنولوژی‌های نوین ارتباطی با بسط و گسترش بزرگراه‌های اطلاعاتی و استفاده از امکانات فضای مجازی در جهان، اثرات قابل توجهی بر رفتارهای کنشگران سیاسی گذاشته که این اثرات را می‌توان در بخش‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و من جمله عرصه سیاست دید (خالصی و همکاران ۱۳۹۸). با گسترش پیشرفت فناوری و اینترنت و حضور در فضای مجازی، وارد عصری به نام دو جهانی شدن یا دو فضایی شدن، شده‌ایم؛ به گونه‌ای که جهان واقعی با داشتن ویژگی‌های جغرافیایی، برخورداری از نظام سیاسی مبتنی بر دولت - ملت، طبیعی - صنعتی بودن، محسوس بودن و معطوف بودن به احساس قدیم‌تر شناخته می‌شود. در حالی که جهان مجازی با ویژگی‌هایی مثل بی‌مکان، فرازمان بودن، صنعتی بودن محض، محدود نبودن به قوانین مدنی دولت - ملت‌ها، برخورداری از معرفت‌شناسی تغییر شکل یافته پسامدرن، دسترسی‌پذیری همزمان، روی فضا بودن و برخورداری از فضاهای فرهنگی، اعتقادی، اقتصادی و سیاسی نسبتاً جدید، از جهان واقعی جدا می‌شود. جهان دوم، فضای ظهور مفاهیم و مقوله‌ها و «مجازهای واقعی» بسیاری مانند مبارزات سیاسی، احزاب سیاسی مجازی، تضادهای دینی و نهضتی مجازی و همچنین شکل‌گیری شهر مجازی در مقابل شهر فیزیکی و مادی است (عامل ۱۳۸۴). مهم‌ترین تغییری که فضای دوج جهانی به وجود آورده است، تغییر در روابط انسانی است؛ در واقع، ارتباطات چهره‌به‌چهره سنتی در سطح وسیعی جای خود را به ارتباطات در فضای مجازی، مثل ارتباط به واسطه رایانه یا وسایل ارتباط از راه دور و یا وسایل ارتباط جمعی داده است. این تغییر فضای ارتباطی در واقع، تجربه تعامل اجتماعی متفاوتی را وارد زندگی انسان کرده است؛ بنابراین، برخلاف گذشته که مشارکت تنها در ارتباطات چهره به چهره، سخنرانی‌ها، توزیع پلاکاردها و ... یا به نوعی مشارکت در فضای آفلاین خلاصه می‌شد، امروزه با ظهور و بروز اینترنت و شبکه‌های اجتماعی جهان، زیست‌جهان سیاسی ما وارد عرصه دوفضایی شدن شده است. به دنبال آن مشارکت سیاسی تنها به محیط‌های واقعی محدود

بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های

خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج / پورقربان - میر

نمی‌شود؛ بلکه این امکان برای افراد فراهم شده است که فعالیت خود را به محیط دیگری یعنی فضای مجازی انتقال و در این فضا - که به نوعی فضای گمنامی است - فعالیت خود را ادامه دهند. با این تفاسیر، ما با مشارکت سیاسی در دو فضا روبه‌رو هستیم: مشارکت سیاسی در فضای آفلاین و آنلاین؛ هر دو فضا زمینه را برای فعالیت و مشارکت در ابعاد مختلف و درجه‌های متفاوت سیاست فراهم می‌کنند. در میان جمعیت عظیم و گسترده دانشجویان می‌توانند بیشترین نقش را در تحولات سیاسی کشور داشته باشند، به مشارکت سیاسی تمایل بیشتری دارند (عباسی شوازی و همکاران ۱۴۰۰).

همانگونه که در تعریف و توصیف شبکه‌های اجتماعی آمده است و به آن دسته از شبکه‌های اینترنتی اطلاق می‌شود که در آن امکانات تعامل، اضافه کردن دوستان، اظهارنظر در پروفایل‌ها، ایجاد گروه‌های جدید، پیوستن به سایر گروه‌ها و پرداختن به بحث و گفت‌وگو، به‌طور هم‌زمان میسر است الیسون و همکاران، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی را نیز «خدمات مبتنی بر وب» تعریف می‌کنند که به کاربران، امکان ایجاد پروفایل‌های عمومی در سیستم‌های محدود را می‌دهد؛ و فهرستی از سایر کاربرانی را ارائه می‌دهد که بین آنها ارتباطی وجود دارد یا مطلبی به اشتراک گذاشته شده است و به این فهرست نگاهی دارد و به ارتباط میان آنها و سایر افراد در سیستم جهت می‌دهد باید در نظر داشت منشأ این رسانه‌های اجتماعی بسیار متغیر است. برخی از آنها، برای پشتیبانی از گروه‌های دانشجویی مختلف در دانشگاه‌های آمریکایی توسعه یافته‌اند، درحالی است که برخی دیگر مانند لینکدین، تمرکز حرفه‌ای بیشتری دارند که هدفشان گسترش تماس‌های کاری یا شغلی از طریق شبکه است.... آگاهی سیاسی یک فرد دربرگیرنده طرز تلقی‌ها و ارزیابی او از مسائل خاص سیاسی و یا از شخصیت‌ها و حوادث سیاسی است. پژوهشگران آگاهی سیاسی را پدیده‌ای چند بُعدی می‌پندارند، به این معنا که عوامل متعددی در شکل‌گیری آگاهی سیاسی دخالت دارند. در این زمینه، پژوهشگران بر عواملی چون جامعه‌پذیری سیاسی و فرایندهایی که طی آن نگرش‌ها و جهت‌گیری‌های سیاسی آموخته می‌شوند، تأثیرات نیرومند خانواده، محیط اطلاعات شامل دستیابی به اطلاعات و کیفیت آنها، جنسیت، سرمایه اجتماعی، پایگاه اجتماعی-اقتصادی و تأثیر مصرف رسانه‌ای بر آگاهی سیاسی تأکید کرده‌اند. اما یکی از عواملی که اخیراً محققان درباره تأثیر آن بر آگاهی سیاسی خیلی تأکید کرده‌اند، فناوری‌های نوین ارتباطی و تأثیر ارتباطات نوین در تحولات سیاسی ناشی فضای مجازی است.

در این بین آگاهی سیاسی^۱ مقدمه احساس شناخت عصر و عنصر مهمی در کامیابی جامعه به شمار می‌رود، تغییرات سریع و همیشگی که امروزه جوامع بشری پشت سر می‌گذارند، انقلاب‌هایی که برپا شده و برپا می‌شود، پیشرفت‌هایی که جوانب مختلف زندگی انسانها را در بر گرفته همه و همه پیگیری جریان‌ات روزمره به گونه‌ای خاص، نتیجه اطلاع افراد جامعه از وقایع سیاسی روز هست، نبود آگاهی سیاسی موجب برهم خوردن توازن شده و حالتی متواتر و پی در پی ایجاد می‌نماید، معنای جهان عینی در حقیقت از طریق آگاهی ساخته می‌شود، نوعی آگاهی که فرد بتواند، افراد و مسئولان را شناخته، در زمان انتخابات بتواند؛ اصلح‌ترین را انتخاب نموده و سهمی در جامعه به عنوان عضو آن داشته باشد، بیشترین تأثیر بر میزان آگاهی سیاسی افراد متوجه حضور در تشکلهای سیاسی احزاب و عوامل مذهبی و نهادها هست (یاوری، لایی و مهدوی، ۱۳۹۵). یکی از مهمترین روشهای ایجاد آگاهی سیاسی، جامعه پذیری سیاسی است. جامعه پذیری سیاسی در مفهوم معمول آن به شیوه‌ای مربوط است که جامعه از طریق آن فرهنگ سیاسی‌اش را از نسلی به نسل دیگر منتقل میکند. این فرآیندها ممکن است که به حفظ هنجار و نهادهای سنتی کمک کند. به عبارت دیگر وقتی که عوامل اجتماعی کردن ثانویه، ارزشهای سیاسی‌ای متفاوت از انتظارات سیاسی گذشته را تلقین می‌کنند یا وقتی که کودکان با انتظارات اجتماعی سیاسی متفاوت از انتظارات سیاسی اجتماعی خانواده شان رشد می‌یابند، فرآیند اجتماعی شدن میتواند وسیله‌ای برای تغییر اجتماعی و سیاسی باشد (پوریوسفی گابیه و همکاران ۱۴۰۲).

مسعودنیا، محمدیفر و محمدی (۱۳۹۲)، در مقاله «نقش رسانه‌های الکترونیکی در میزان آگاهی سیاسی دانشجویان دانشگاه اصفهان» بیان داشته‌اند: با پیچیده شدن توسعه جوامع در عصر جهانی شدن رسانه‌های الکترونیکی نقش عمده و مهمی را در فضای اجتماعی و سیاسی کشورها برعهده گرفتند،

هرسیج و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین استفاده از فضای مجازی و گرایش به مشارکت در سیاست، میان دانشجویان پرداختند. نگارندگان استفاده از اینترنت را به سه بُعد کاربر خبری، کاربر علمی و کاربر تفریحی و مشارکت سیاسی را به چهار سطح آگاهی

^۱ - منظور از آگاهی سیاسی، شناخت نسبت به مسائل و تحولات سیاسی اجتماعی است. به طور کلی به آن دسته از فعالیت‌ها، پدیده‌ها یا کارهایی که منجر به کشف حقایق سیاسی و اکتشاف ذهنی افراد می‌شود با آگاهی از اصول و قواعد حاکم بر روابط سیاسی در داخل یک کشور و روابط میان دولت‌ها در عرصه بین‌المللی، آگاهی بخشی سیاسی ارتقا می‌یابد.

بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های

خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج / پورقربان - میر

سیاسی، بحث سیاسی، اثربخشی سیاسی درونی و بیرونی تقسیم کردند. یافته‌های پژوهش حاکی از این است که بین کاربر علمی و کاربر خبری با آگاهی سیاسی، بحث سیاسی و اثربخشی سیاسی درونی و بیرونی رابطه‌ی معنادار و مثبتی وجود دارد.

محققان در مورد چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌های اجتماعی بر روی مشارکت سیاسی از طریق متغیر میانجی اثربخشی سیاسی استدلال می‌کنند که استفاده شهروندان و مخصوصاً افراد جوان از چنین رسانه‌هایی باعث ایجاد محیط نمادین و سمبولیکی می‌شود که به افراد کمک می‌کند تا آنان 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 در نتیجه و بطور عمده از طریق قضاوت‌های سیاسی بین افراد سطح اثربخشی سیاسی بالارفته و بهتر و قویتر عمل خواهد کرد از سوی دیگر اگر مصرف‌کنندگان رسانه‌های اجتماعی احساس تأثیرگذاری بیشتری بر روی فرایندهای سیاسی نمایند، در آن صورت آنها انگیزه‌ی بیشتری به مباحث سیاسی پیدا خواهند کرد و این امر فضا را برای فرهنگ مشارکتی در جامعه فراهم می‌سازد (رهبرقاضی و همکاران ۱۳۹۶).

به واقع شبکه پیام‌رسان اینستاگرام با قابلیت‌های برگزاری و اجرای لایو به‌صورت زنده با مخاطبین بسیار، طی سال‌های اخیر عملاً تبدیل به گنجشگری ذی‌نفوذ بین توده مردم با طبقات اجتماعی مختلف شده است. امروز شهروندان ایرانی تا حدودی فارغ از جایگاه و میزان درآمد و... به‌وسیله‌ای روی آوردند که تحولات سیاسی کشورشان را به‌طور دقیق و سریع و بدون سانسور در اختیارشان قرار می‌دهد. بستری که آنچنان جایگاه خود را در روابط سیاسی ایران باز کرد که به محیطی فعال برای کنش انواع مختلف بازیگران سیاسی تبدیل شد. در این میان بود که علاوه بر مردم، فعالان سیاسی حقیقی و حقوقی نیز اینستاگرام را برای سیاست‌گذاری‌هایشان انتخاب کردند. کمپین‌ها تشکیل شد و اینستاگرام ضمن اینکه وسیله‌ای وحدت‌بخش برای سازمان‌دهی فریادهای سیاسی اقشار گوناگون گردید، خود بلندگویی شد تا صدای کسانی که سابقاً ابزار و عرصه‌ای برای اظهار وجود نداشتند، به‌وضوح به فعالان دنیای سیاست برسد. بنابراین، هدف اصلی این پژوهش بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی اینستاگرام بین دانشجویان دانشگاه‌های خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج که یک مطالعه موردی می‌باشد.

اهمیت و ضرورت پژوهش

شبکه‌های اجتماعی مجازی شبکه‌های هستند که در آنها آفتاب غروب نمی‌کند لذا کاربران آنها اغلب از خواب شبانه خود زده و در روز بهره‌وری کمتری دارند. رسانه‌های اجتماعی محبوب‌ترین بخش‌های فضای مجازی برای استفاده عموم هستند. کاربران گوناگون در سطوح مختلف سنی، تحصیلی، فرهنگی و با جنسیت، نژاد و زبان‌های متفاوت بر حسب علائق، اهداف، دلایل و نیازهای خود طیف وسیعی از محتوا را تولید و یا بازنشر می‌کنند. استفاده و وابستگی به رسانه‌های اجتماعی رشدی روز افزون داشته و در زندگی فرد جایگاه مشخصی پیدا کرد، و پس از مدتی جزئی از سبک زندگی فردی و جمعی افراد یک جامعه خواهد شد (علیزاده و همکاران ۱۳۹۴).

اینترنت و فضای مجازی به عنوان یک دهکده جهانی به مهمترین منبع کسب اطلاعات، ارتباطات و تبلیغات برای جوانان تبدیل شده است و نقش مهمی در تغییر زندگی اجتماعی آنان ایفا می‌کند (میرعالی و بلیاد ۱۳۹۵). در سال‌های اخیر، گسترش روز روزافزون و شکل‌گیری فضای مجازی و آمیخته شدن آن با زندگی افراد در تمام ابعاد و وجوه، ماهیت دوگانه (تهدید و فرصت) این فناوری پررنگتر شده و بهره‌مندی از جنبه‌های فرصت‌زایی آن بیش از پیش خودنمایی می‌کند و علوم و مطالعات سیاسی نیز از استفاده از این فن آوری مستثنائی نیست. هر چند از دید صاحب نظران در علوم و مطالعات سیاسی، دو مفهوم «قدرت» و «امنیت» کاملاً به هم وابسته‌اند و اندیشمندان این حوزه همواره بر وابستگی بین دو مفهوم به یکدیگر تاکید کرده‌اند. در سالهای اخیر بعد از انقلاب اطلاعات، تحولات عمیقی در مقوله قدرت رخ داد که به تبع خود، تغییرات بسیاری را در زمینه امنیت و تحولات وابسته به آن به وجود آورده است (روحانی و روحانی ۱۴۰۲). گسترش دسترسی به فضای مجازی که به تبع موجب استفاده از کارکردهای آن می‌شود؛ در آمارهای جهانی مشهود است (کمپ ۲۰۲۱). دنیای جدید و موازی با زندگی حقیقی، به ویژه در میان جمعیت جوان کشور، درخور توجه و حائز اهمیت است. شکی در این نیست که در دنیای امروز استفاده از فضای مجازی و قابلیت‌هایی که در اختیار کاربران می‌گذارد، در حال افزایش است و همین توسعه شبکه‌های اجتماعی در دنیای مجازی باعث شده به عصر جدید به عنوان عصر اطلاعات توجه شود. وجود انواع شبکه‌های اجتماعی در گوشی همراه افراد، به این معناست که مردم وجود این پدیده را، در زندگی روزمره خود، ضروری و طبیعی فرض می‌کنند، به گونه‌ای که امروزه، بخشی از محیط و زندگی بیشتر افراد

بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج / پورقربان - میر

جامعه شده اند و افراد وقت زیادی از زندگی روزمره خود را صرف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌کنند (براتی و عطریان ۱۴۰۲). یکی از پرکاربردترین شبکه‌های اجتماعی در سطح دنیا و ایران حتی با وجود فیلترینگ اینستاگرام است. این رسانه توانسته در میان مردمان دنیا برای خود جایگاه ویژه‌ای ایجاد کند و از محبوبیت فراوانی هم برخوردار شود. کریمی و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی با عنوان اینستاگرام: تجربه جدید دیدن و دیده شدن و پیامدهای آن نشان داد، تجربه اینستاگرام بیش از همه چیز، شیوه جدیدی از دیدن و دیده شدن است؛ این رسانه شخصی به همگان فرصت می‌دهد تا هر طور که دوست دارند دیده شوند. شرایط مرتبطی که امکان می‌دهد تا این دیده شدن، به صورت تشدید شده پدیدار شود. جریان جمعی بزرگی از دیده شدن در اینستاگرام است که هر کس به نوعی در آن شناور است. در سطح جهان اینستاگرام، نسبت به سایر شبکه‌های اجتماعی، بیشترین سرعت رشد را دارد. در این شبکه اجتماعی نیز مانند هر شبکه مجازی دیگری، کاربران نمایه‌ای دارند که از اطلاعات شخصی اولیه، تعداد و فهرست افراد دنبال کننده، تعداد و فهرست افرادی که کاربر دنبال می‌کند و تعداد عکس‌ها خبر می‌دهد. کاربر تنها نام خود را به مثابه شناسه‌ای قابل جست و جو درج و عکسی برای خود انتخاب می‌کند، اگر تمایل داشته باشد می‌تواند در قسمت بیوگرافی، توضیحاتی در مورد جزئیات زندگی شخصی‌اش بنویسد اکبری و صادقی، (۱۳۹۸). اینستاگرام به طور منظم در حال تغییرهای فناورانه است. این تغییر و تحول، بیشتر در بازار شدید رقابتی صورت می‌گیرد که جذب و نگهداشت کاربران برای افزایش جذابیت و درگیر کردن مداوم مخاطبان با این فضا را بسیار دشوار می‌کند (براتی و عطریان ۱۴۰۲).

از طرفی تحولات سیاسی ناشی از گسترش وسایل ارتباط جمعی جدید بخصوص اینترنت با گسترش حیطه عمل رسانه‌های جمعی، امکان دخالت در جهت دهی رویدادهای سیاسی توسط صاحبان رسانه‌ها را بیشتر کرده است تاریخ انقضاء؛ کاهش اقتدار چهره‌های سیاسی دولت‌ها، زایل شدن اسطوره مردان قدرتمند به دلیل اطلاع مردم از زوایای مختلف زندگی معمولی آن‌ها، اندیشه‌های سیاسی، شکست‌ها و خلاصه عادی شدن رفتارهای آنان توسط دوربین‌های خبری و وسایل ارتباط جمعی است. اگر روزی مردان سیاسی در پشت اتاق‌های در بسته تصمیمات سیاسی را اخذ و یا دور از چشم مردم عادی زد و بند داشتند، اکنون به دلیل افزایش آگاهی عمومی، دست آن‌ها به واسطه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بر ملا شده است و دیگر آن حالت اسطوره‌های را ندارند. دیگر هاله‌ای از اوهام پیرامون شخصیت آن‌ها نیست. حتی در

کشورهای جهان سوم نیز حجاب پیشین، که واسطه ای میان مردم عادی و صاحبان قدرت بود، از میان رفته است. فضای مجازی و ارتباطات سیاسی کشورها در پرتو قدرت ملی خود، اهداف، منافع و ارزشهای حیاتی خود را حفظ و توسعه می‌دهند. قدرت ملی مؤلفه‌های مختلفی از جمله؛ نظامی، فناوری، اقتصادی، انسانی و فرهنگی را دارد. در یک تقسیم بندی میتوان قدرت ملی را به قدرت نرم و سخت تقسیم نمود. افزایش ارتباطات الکترونیکی و اطلاعات، به ویژه از طریق رسانه‌های مدرن، هرچند پیشرفت‌های فراوانی را برای بشر موجب گردیده، لکن مجاری مناسبی در اختیار حکومتها، شرکتهای فراملیتی و رسانه‌ها قرار داده است؛ تا حوزه قدرت و امکانات خویش را توسعه دهند. بسیاری، استدلال می‌کنند که افزایش ارتباطات الکترونیکی به جابجایی و جانشینی در ساختارهای سنتی نظیر خانواده، مذهب و جامعه منجر می‌شود و بازیگرانی با ارزشها و الگوهای رفتاری متفاوت، جای ساختارهای مزبور را می‌گیرند که با جهان مدرن همخوانی و تناسب بیشتری دارند. یکی از مهمترین این بازیگران اینستاگرام است، رسانه‌ی جمعی که مدعی تحکیم و تثبیت فرآیند جهانی شدن است (خالصی و همکاران ۱۳۹۸).

از سوی دیگر، باید اذعان داشت در عصر رسانه ای شدن، فضای مجازی جایگاه ویژه ای در زندگی انسانها پیدا کرده است و بیشتر افراد جامعه با فضای مجازی درگیر هستند؛ بنابراین فضای مجازی میتواند سبک زندگی و افکار و عقاید مردم را با تحولات اساسی مواجه کند (فهیمی فر و حیدر، ۱۳۹۳، ۴). از این رو در نظام جمهوری اسلامی ایران، فضاهای مجازی نقش بسیار تعیین کننده ای در عرصه‌های اجتماعی برعهده دارند. به همین دلیل می‌توان فضای مجازی را بسان شمشیر دولبه ای متصور شد که جذابیت‌ها و امکاناتی که این فناوری‌های نوین در اختیار طیف گسترده کاربران قرار می‌دهند؛ بسیاری از مقاومت‌های اولیه را در هم می‌شکنند و چالش‌های بزرگی در حوزه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی پیش روی دولت و نهادهای دولتی قرار می‌دهد و از آنجا که فضای مجازی هم فرصت است و هم تهدید، می‌بایست قبل از ورود به این تکنولوژیها، نحوه درست استفاده از آنها را یاد بگیریم. واقعیت این است که امکان انسداد مسیر توسعه فضای مجازی در زندگی انسان امروز بسیار سخت و شاید غیر ممکن است و اساساً چنین اندیشه ای، با توجه به اینکه این ابزارها غالباً برای کمک به انسان‌ها و پیشبرد اهداف و پاسخگویی به نیازهای او ساخته می‌شوند، امری غیر عقلایی به نظر میرسد، اما این سخن به معنای رها سازی این فضا و تحمیل آن بر زندگی انسانها نیست و بایستی همانند هر ابزار دیگری در مسیر بهبود زندگی انسان‌ها در ابعاد مختلف قرار گیرد، بنابراین بهترین راه

بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج / پورقربان - میر

برای بهره مندی از فضای مجازی و رسانه‌های دیجیتال شناخت ابعاد مختلف آن به خصوص فرصت‌ها و تهدیدات و لایه بندی کردن این فضا براساس مخاطبین و مصونیت بخشی راهبردی در برابر تهدیدات و بهره مندی از فرصت‌های پیش روی است. مصونیت بخشی می‌تواند ما را در برابر تهدیدات مقاوم سازد، بنابراین ضرورت دارد در برابر تمامی فناوری‌های نوین از جمله فضای مجازی و ابعاد تهدید و آسیب ساز آن خود را واکسینه کنیم و این مهم نیازمند افزایش شناخت، سواد رسانه ای، برنامه ریزی راهبردی و درک درست فرصت‌ها و تهدیدات این عرصه است که به تعدادی از فرصت‌ها و تهدیدات به اختصار می‌پردازیم (خالصی و همکاران ۱۳۹۸).

ضرورت بررسی وضعیت فضای مجازی در دانشجویان در این است که پژوهشگرانی زیادی بیان داشته‌اند که سایتها و شبکه‌های اجتماعی با اهداف سیاسی می‌توانند تأثیر مثبت بر یادگیری سیاسی، دانش و مشارکت سیاسی داشته باشند، این شبکه‌ها از طریق از میان برداشتن مرزهای سنتی برای ارتباطات سیاسی و ارتباط پیوسته با همسالان باعث افزایش مشارکت سیاسی می‌شوند. و رابطه میان فضاهای مجازی و آگاهی سیاسی و مشارکت افراد وجود دارد. در مجموع به تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی در آگاهی سیاسی و مشارکت سیاسی مردم تأثیر پذیری تأکید شده است، اما اختلاف نظرهایی در مثبت و منفی بودن تأثیر فضاهای مجازی بر مشارکت سیاسی و آگاهی سیاسی وجود داشت که نظرات غالب نظریه پردازان به گستردگی و نفوذ شبکه‌ها و برداشته شدن مرزها و به سمت جهانی شدن رفتن را از ضروریات زندگی با حضور فناوری‌های نوین دانسته است. بدون تردید حضور شبکه‌های مجازی جز لاینفک جوامع مدرن است. حضور شبکه‌های مجازی جزء لاینفک جوامع مدرن است؛ اما تدابیر سیاسی و اجتماعی باید پیشبرد این ابزار به نفع منافع ملی باشد. گسترش و محبوبیت اینستاگرام در ایران ضرورت این مطالعه را بر این موارد بیشتر نمود. با توجه به آنچه در بالا گفته شد ضرورت بررسی نقش فضاهای مجازی با توجه به مقبولیت و مصرف بیشتر این اپلیکیشن در میان مردم لازم است میزان نفوذ آنها را در آگاهی سیاسی مردم به ویژه دانشجویان به صورت بومی با ویژگی‌ها و شاخصه کشور ابتدا شناسایی و سپس به صورت کمی مورد ارزیابی قرار داد. بر مبنای دیدگاه‌های خصوصیات ساختی خصوصیات تعاملی خصوصیات کارکردی، از این دیدگاه شبکه‌های اجتماعی مجازی علایق عمومی را ایجاد می‌کند و گروه‌های مجازی را گسترش می‌دهند. شبکه‌هایی مانند اینستاگرام تنها تعاملات اجتماعی را بین انسانها کاهش نمی‌دهد و آنها را نیز افزایش می‌دهد (پوریوسفی و همکاران ۱۴۰۲). شبکه‌های مجازی با بهبود منابع

سیاسی افراد و مشارکت سیاسی ترغیب می‌کنند، جوانان به شبکه‌های اجتماعی جدید به صورت مهمترین منابع اطلاعات سیاسی می‌نگرند. در نتیجه اگر اینترنت دانش سیاسی را نیز همانند مشارکت سیاسی بتواند افزایش نقش مهمی در ترغیب جوانان به فعالیتهای سیاسی می‌تواند داشته باشد. با توجه به آنچه در بالا گفته شد ضرورت بررسی نقش فضاهای مجازی با توجه به مقبولیت و مصرف بیشتر این دو اپلیکیشن در میان مردم لازم است میزان نفوذ آنها را در آگاهی سیاسی مردم به صورت بومی با ویژگی‌ها و شاخصه کشور ابتدا شناسایی و سپس به صورت کمی مورد ارزیابی قرار داد. این روزها بسیاری از رویدادهای سیاسی از طریق رسانه‌ها اتفاق می‌افتد. این رویدادها به گونه هستند که هرکسی می‌تواند بگوید مشروعیت سیاست‌ها تا حدودی به واسطه رسانه‌ها ایجاد می‌شود. اهمیت دو چندان این ضرورت در بین دانشجویان فعال سیاسی به عنوان موتورهای محرکه جنبش‌های سیاسی و مدنی در اجتماع و آیندگان حیات سیاسی کشور مشهود است. لذا ما در این پژوهش با تمرکز روی فعالان و احزاب سیاسی دانشجویی در سه دانشگاه خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج در پی آنیم تا سیاست در فضای مجازی را به صورت کمی و به وسیله پیمایش از نگاه کنشگران فعال این محیط بررسی کنیم. در واقع این پژوهش در خدمت غبارزدایی برای کسب معرفت از عرصه متحول شده سیاسی ایران به علت حضور فضای مجازی و ظهور فعالان سیاسی جدید در سپهر سیاست ایران می‌باشد.

چنانچه در پژوهش حاضر وضعیت سیاست در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی اینستاگرام در دانشجویان این سه دانشگاه مشخص شود می‌توان ضمن آگاه کردن دانشجویان، از اوضاع سیاسی و خط مشی آنها آگاه شد. آنان را از مخاطرات احتمالی ناشی از وضعیت سیاست شبکه‌ی مجازی اینستاگرام آگاه ساخته و توصیه‌های لازم را در این مورد به آنها ارائه داد. موضوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی اینستاگرام و سیاست گذاری در آن در میان دانشجویان یک پدیده مطالعه نشده است. بنابراین نتایج و یافته‌های این پژوهش هم از لحاظ کاربردی و هم از لحاظ نظری بسیار با اهمیت و ضروری است. این پژوهش می‌تواند به بالابردن سطح اطلاعات و نحوه ارتباط و بهره‌وری بهینه از شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام به دانشجویان کمک کند. نتایج چنین پژوهش‌هایی می‌تواند به دست اندرکاران و متولیان سیاست و سیاستمداری کمک کند تا در فراهم سازی بستری مناسب برای رشد و شکوفایی سیاسی دانشجویان تلاش نمایند. همچنین کمک‌های شایانی به مشاوران در بخش سیاست، در جهت هموار کردن اوضاع سیاسی و ارشاد دانشجویان و ارائه مشاوره بهتر و کارآمد موضوع سیاست

بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های

خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج / پورقربان - میر

و سیاست گذاری در دانشگاه‌ها می‌نماید. باید بیان کرد که در کشور ما پژوهش‌های انجام شده در این زمینه بسیار اندک است. با توجه به کاوش‌های فراوان توسط محقق در میان مقالات و پایان نامه‌ها دانشگاهی و کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی و همچنین سایت‌های اینترنتی معتبر منابعی که دال بر انجام شدن پژوهشی مشابه در میان پژوهش‌های داخلی باشد، یافت نشد. همچنین تا کنون پژوهشی مبنی بر شناسایی وضعیت سیاست در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی اینستاگرام در دانشجویان دانشگاه شهر کرج در مجامع علمی به ثبت نرسیده است. لذا عنوان مورد بحث از جنبه نوآوری و جدید بودن در اولویت است. بنابراین، هدف اصلی این پژوهش، بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی اینستاگرام بین دانشجویان دانشگاه‌های خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج است تا شاید بتواند مقداری از خلأهای پژوهشی در این مبحث را با فراهم آوردن زمینه لازم پر کند.

سوالات پژوهش:

سوال کلی پژوهش: وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج در استفاده از فضای مجازی (شبکه‌ی اجتماعی مانند اینستاگرام)، چگونه است؟

سوالات جزئی پژوهش:

- ۱ - آیا بین عرصه‌های تحلیل در بحث‌ها و موضوعات سیاسی شبکه‌ی اجتماعی مانند اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج رابطه وجود دارد؟
- ۲ - آیا بین عملکرد اطلاع رسانی جمعی فضای سیاسی موجود در شبکه‌ی اجتماعی مانند اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج رابطه وجود دارد؟
- ۳ - آیا بین شکل‌گیری ذهنیت با نگاه آگاهی بخشی سیاسی در فضای شبکه‌ی اجتماعی مانند اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج رابطه وجود دارد؟
- ۴ - آیا بین ارتباطات سیاسی فضای مجازی شبکه‌ی اجتماعی مانند اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج رابطه وجود دارد؟
- ۵ - آیا بین انتشار آزاد اطلاعات در فضای شبکه‌ی اجتماعی مانند اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج رابطه وجود دارد؟
- ۶ - آیا بین رفتار دولت مردان در حوزه فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج رابطه وجود دارد؟

روش پژوهش

هر چند در روش شناسی تحقیق درباره غالب مفاهیم علوم محل منافشه است. طبیعی است که این بحث‌ها در مورد پژوهش حاضر نیز مطرح می‌باشد. در این پژوهش با توجه به فرضیات و نحوه ی بررسی، جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها از پژوهش کمی از نوع توصیفی-پیمایشی استفاده شده است. در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات از دو دسته منبع، ابتدا از مستندات، منابع اینترنتی، مطالعات کتابخانه‌ای فارسی و لاتین، برای تنظیم مبانی نظری تحقیق و سپس از ابزار پرسش‌نامه محقق ساخته که ۲۵ گویه دارد برای سنجش جامعه آماری و کسب داده‌های لازم برای تحلیل آماری، استفاده شده است.

جامعه آماری در این تحقیق عبارت است از کلیه ی دانشجویان عضو شبکه اجتماعی (اینستاگرام) در دانشگاه‌های کرج که در سال تحصیلی ۱۴۰۲ - ۱۴۰۱ مشغول به تحصیل هستند. با توجه به تعداد افراد حاضر در جامعه دانشجویی شهر کرج بیش از ۱۰۰ هزار نفر می‌باشد. مطابق فرمول کوکران و بر اساس جدول مورگان، حجم نمونه تحقیق ۳۸۴ نفر بدست آمده است. اما با توجه به شیوه بیماری کرونا و غیر حضوری بودن بعضی از دانشگاه‌ها و عدم دسترسی بودن دانشجویان به صلاح دید اساتید تعداد نمونه ۳۰۰ دانشجو تعیین گردیده شد. در این تحقیق به دلیل گستره زیاد جامعه آماری در سطح شهر کرج و همچنین شرایط ویژه دوران کرونا از بین کلیه دانشگاه‌های شهر کرج ۳ واحد دانشگاهی (خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور)، که بیشترین جمعیت دانشجو را دارا بودند به طور مساوی برای پاسخگویی به پرسشنامه ی پژوهش انتخاب گردیده و به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شد. محقق برای پیشبرد تحقیق، با توجه به شرایط ایجاد شده در وضعیت کرونا و تعطیلی مقطعی دانشگاه‌ها، پرسشنامه‌های خود را به صورت الکترونیکی بین دانشجویان توزیع کرد و در مجموع ۳۲۰ دانشجو به پرسشنامه پاسخ دادند که تعداد ۲۰ نفر از پاسخ دهندگان به علت ناقص بودن و عدم پاسخ گویی صحیح به همه ی سؤالات پرسشنامه از سوی محقق مورد تایید واقع نشد و حذف گردید. در مجموع تعداد ۳۰۰ پرسشنامه مهیا و برای تحلیل برگزیده شد.

روش‌های تجزیه و تحلیل اطلاعات در این پژوهش به دو صورت می‌باشد در روش‌های آماری توصیفی اعم از جداول توزیع فراوانی، درصدها، رسم نمودارها، هیستوگرام، جداول توزیع و غیره به توصیف داده‌های تحقیق پرداخته شد و در روش‌های تحلیلی و استنباطی از آزمون‌های معنا داری همبستگی پیرسون با بهره گیری از نرم افزار spss استفاده گردیده است.

بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های

خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج / پورقربان - میر

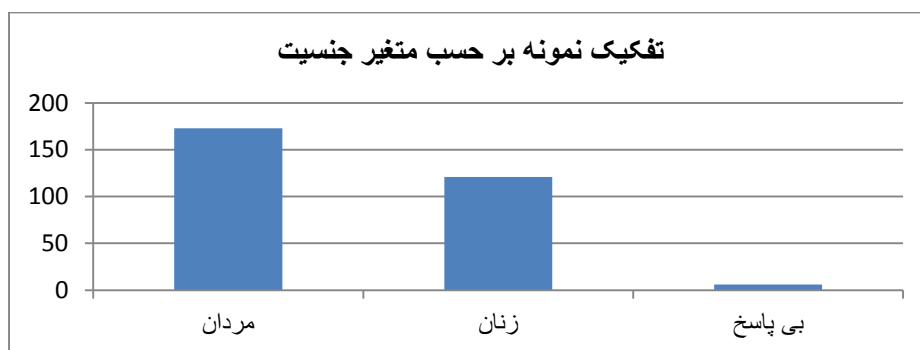
یافته‌های توصیفی (جمعیت شناختی پاسخگویان)

سؤال ۱: تفکیک نمونه بر حسب متغیر جنسیت

جدول ۱: بررسی توزیع فراوانی متغیر جنسیت

جنسیت جامعه هدف			
جنسیت	تعداد	درصد	درصد تجمعی
زن	۱۲۱	۴۰/۳۳	۴۰/۳۳
مرد	۱۷۳	۵۷/۶۷	۹۸
بی پاسخ	۶	۲	۱۰۰
جمع کل	۳۰۰	۱۰۰	

با توجه به جدول ۱ که در آن توزیع فراوانی متغیر جنسیت مشاهده می‌شود، ۱۷۳ نفر (۵۷/۶۷٪) از افراد نمونه را مردان تشکیل می‌دهند، ۱۲۱ نفر (۴۰/۳۳٪) از افراد نمونه را زنان تشکیل می‌دهند. ۶ پرسش نامه بی پاسخ بود. بیشترین فراوانی مربوط به جنسیت مذکر است.



نمودار ۱: فراوانی متغیر جنسیت

طبق نمودار ۱ که فراوانی متغیر جنسیت شرکت کنندگان در پژوهش را نشان می‌دهد میزان فعالیت زنان در تشکلهای سیاسی دانشگاه‌ها با توجه به رشدی که در ورود به دانشگاه‌ها برای تحصیل دارند در این پژوهش تقریباً ۴۰ درصد است و میزان مشارکت مردان در پاسخ دهی به

فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۲۱، شماره ۷۰، بهار ۱۴۰۴

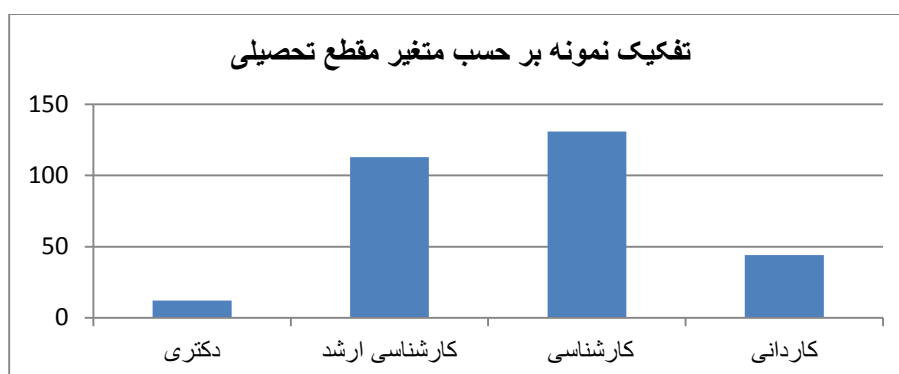
سوالات این پژوهش به تقریب ۶۰ درصد است یعنی مردان ۱/۵ برابر بیشتر در پاسخ دهی به سوالات این پژوهش اعلام حضور کرده اند.

سوال ۲: تفکیک نمونه بر حسب متغیر مقطع تحصیلی

جدول ۲: بررسی توزیع فراوانی متغیر مقطع تحصیلی

مقطع تحصیلی جامعه هدف			
مقطع تحصیلی	تعداد	درصد	درصد تجمعی
دکتری	۱۲	۴	۴
کارشناسی ارشد	۱۱۳	۳۷/۶۷	۴۱/۶۷
کارشناسی	۱۳۱	۴۳/۶۷	۸۵/۳۴
کاردانی	۴۴	۱۴/۶۶	۱۰۰
جمع کل	۳۰۰	۱۰۰	

همانگونه که از جدول شماره ۲ توزیع فراوانی متغیر مقطع تحصیلی شرکت کنندگان در پژوهش نمایان است. مقطع کارشناسی با ۱۳۱ نفر بیشترین مشارکت کننده در پاسخ گویی به پرسشنامه تحقیق را دارد و به ترتیب کارشناسی ارشد ۱۱۳ نفر، کاردانی ۴۴ نفر و دکتری ۱۲ نفر در پژوهش شرکت کردند.



نمودار ۲: بررسی توزیع فراوانی متغیر مقطع تحصیلی

بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های

خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج / پورقربان - میر

با نگاهی به نمودار ۲ مشاهده می‌کنیم که بیشترین شرکت کنندگان در تحقیق حاضر با ۴۳/۶۷ درصد دانشجویان کارشناسی هستند در رتبه دوم دانشجویان کارشناسی ارشد قرار دارند با ۳۷/۶۷ و دانشجویان کاردانی ۱۴/۶۶ درصد رتبه سوم را به خود اختصاص داده اند و در آخر هم دانشجویان دکتری با ۴ درصد می‌باشند همان‌طور که آمارهای فوق نشان می‌دهد، اکثریت فعالان سیاسی دانشجویی از دانشجویان مقاطع تحصیلی کارشناسی و کارشناسی ارشد و همچنین رشته‌های فنی و مهندسی می‌باشند.

سؤال ۳ : تفکیک نمونه بر حسب متغیر انگیزش عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی

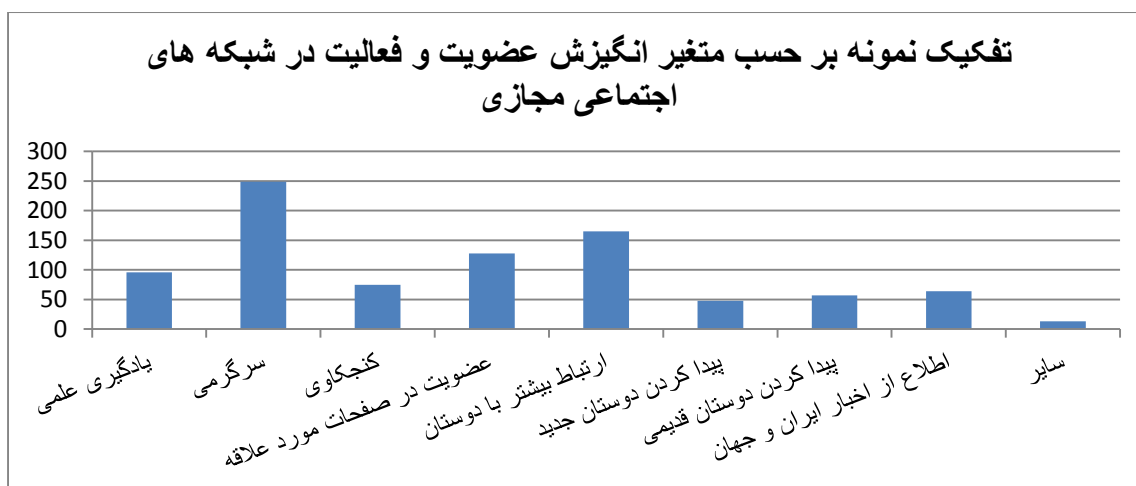
جدول ۳ توزیع فراوانی، درصد و درصد تجمعی دانشجویان شرکت‌کننده در پژوهش بر حسب انگیزش عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی .

انگیزش عضویت در شبکه‌های فراوانی	درصد فراوانی	درصد	فراوانی
یادگیری علمی	۹۶	۱۰/۷۳	۱۰/۷۳
سرگرمی	۲۴۹	۲۷/۸۲	۳۸/۵۵
کنجکاوی	۷۵	۸/۳۸	۴۶/۹۳
عضویت در صفحات مورد علاقه	۱۲۸	۱۴/۳۰	۶۱/۲۳
ارتباط بیشتر با دوستان	۱۶۵	۱۸/۴۳	۷۹/۶۶
پیدا کردن دوستان جدید	۴۸	۵/۳۶	۸۵/۰۲
پیدا کردن دوستان قدیمی	۵۷	۶/۳۷	۹۱/۳۹
اطلاع از اخبار ایران و جهان	۶۴	۷/۱۶	۹۸/۵۵
سایر	۱۳	۱/۴۵	۱۰۰
جمع	۸۹۵	۱۰۰	

جدول ۳ نشان می‌دهد که انگیزه دانشجویان شرکت‌کننده در پژوهش حاضر از عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی چیست. (بدون محدودیت عضویت در تعداد شبکه‌های متعدد) بیشترین انگیزش دانشجویان با فراوانی ۲۰۲ نفر مربوط به سرگرمی می‌باشد، ارتباط بیشتر با دوستان با فراوانی ۱۶۵ نفر در رتبه دوم قرار دارد، یادگیری علمی با فراوانی ۹۶ نفر در جایگاه

سوم است، عضویت در گروه‌های مورد علاقه با فراوانی ۸۸ نفر در رتبه چهارم، انگیزش ارتباط بیشتر با خویشاوندان با فراوانی ۸۷ نفر، کنجکاوی با فراوانی ۷۵ نفر، اطلاع از اخبار ایران و جهان با فراوانی ۶۴ نفر، پیدا کردن دوستان قدیمی با فراوانی ۵۷ نفر، پیدا کردن دوستان جدید ۴۸ نفر و سایر انگیزش‌ها ۱۳ نفر به ترتیب جایگاه‌های پنجم تا دهم را به خود اختصاص داده‌اند.

نمودار ۳ دانشجویان شرکت کننده در پژوهش بر حسب میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (علمی و غیر علمی) به طور میانگین، در هر شبانه روز.



نمودار ۳ نمودار انگیزش دانشجویان از عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی .

نمودار ۳ نشان می‌دهد که انگیزش دانشجویان شرکت کننده در پژوهش حاضر از عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی چگونه است. (بدون محدودیت عضویت در تعداد شبکه‌های متعدد) بیشترین انگیزش دانشجویان مربوط به سرگرمی می‌باشد که ۲۲/۵۷ درصد از حجم نمونه را تشکیل داده اند، انگیزش ارتباط بیشتر با دوستان ۱۸/۴۳ درصد از حجم نمونه را تشکیل داده است و در رتبه دوم قرار دارد، یادگیری علمی با حجم نمونه ۱۰/۷۳ درصد در جایگاه سوم است، عضویت در صفحات مورد علاقه با حجم نمونه ۹/۸۳ درصد در رتبه چهارم، و انگیزش‌های ارتباط بیشتر با خویشاوندان با حجم نمونه ۹/۷۳ درصد، کنجکاوی با حجم نمونه ۸/۳۸ درصد، اطلاع از اخبار ایران و جهان با حجم نمونه ۷/۱۵ درصد، پیدا کردن دوستان

بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های

خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج / پورقربان - میر

قدیمی با حجم نمونه ۶/۳۷ درصد، پیدا کردن دوستان جدید با حجم نمونه ۵/۳۶ درصد و سایر انگیزش‌ها با حجم نمونه ۱/۴۵ درصد به ترتیب جایگاه‌های پنجم تا دهم را به خود اختصاص داده اند.

یافته‌های آمار استنباطی:

سوال اول: "آیا بین عرصه‌های تحلیل در بحث‌ها و موضوعات سیاسی شبکه‌ی اجتماعی در اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج رابطه وجود دارد."

جدول ۴: همبستگی محاسبه‌شده عرصه‌های تحلیل سیاسی شبکه‌های اجتماعی و وضعیت سیاسی دانشجویان

متغیرها	همبستگی (r)	سطح معناداری (P)	تعداد (N)
عرصه‌های تحلیل سیاسی شبکه‌ی اجتماعی در اینستاگرام	-۰/۶۱	۰/۰۰۰	۳۰۰

برای بررسی رابطه میان عرصه‌های تحلیل در بحث‌ها و موضوعات سیاسی شبکه‌ی اجتماعی مانند اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. همانگونه که در جدول ملاحظه میشود، مقدار همبستگی محاسبه شده میان دو متغیر وضعیت سیاسی دانشجویان و عرصه‌های تحلیل در بحث‌ها و موضوعات سیاسی شبکه‌ی اجتماعی مانند اینستاگرام برابر با (-۰/۶۱) است که این مقدار از نظر آماری در سطح ۰/۰۱ معنادار است. بنابراین، با ۹۹ درصد اطمینان میتوان گفت که میان دو متغیر وضعیت سیاسی دانشجویان و عرصه‌های تحلیل در بحث‌ها و موضوعات سیاسی شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام همبستگی منفی و معنادار وجود دارد.

سوال دوم: "آیا بین عملکرد اطلاع رسانی جمعی فضای سیاسی موجود در شبکه‌ی اجتماعی مانند اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج رابطه وجود دارد."

جدول ۵: همبستگی محاسبه‌شده عملکرد اطلاع رسانی جمعی فضای سیاسی در اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان

متغیرها	همبستگی (r))	سطح معناداری (P)	تعداد (N)
عملکرد اطلاع رسانی جمعی فضای سیاسی	۰/۱۲۰	۰/۱۲۷	۳۰۰

برای بررسی رابطه میان عملکرد اطلاع رسانی جمعی فضای سیاسی موجود در شبکه‌ی اجتماعی مانند اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. همانگونه که در جدول ملاحظه میشود، مقدار همبستگی محاسبه شده بین دو متغیر وضعیت سیاسی دانشجویان و عملکرد اطلاع رسانی جمعی فضای سیاسی موجود در شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام برابر با (۰/۱۲۰) است که این مقدار از نظر آماری در سطح ۰/۱۲۷ معنادار می‌گردد. بنابراین، با وجود وضعیت حاصله نمیتوان گفت که میان وضعیت سیاسی دانشجویان و عملکرد اطلاع رسانی جمعی فضای سیاسی موجود در شبکه‌ی اجتماعی مانند اینستاگرام شهر کرج در این پژوهش رابطه وجود دارد.

سوال سوم: " آیا بین شکل‌گیری ذهنیت با نگاه آگاهی بخشی سیاسی در فضای شبکه‌ی اجتماعی مانند اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج رابطه وجود دارد؟"

جدول ۶: همبستگی محاسبه‌شده شکل‌گیری ذهنیت با نگاه آگاهی بخشی سیاسی در اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان

متغیرها	همبستگی (r))	سطح معناداری (P)	تعداد (N)
شکل‌گیری ذهنیت با نگاه آگاهی بخشی سیاسی در اینستاگرام	۰/۴۴	۰/۰۰۰	۳۰۰

برای بررسی رابطه میان وضعیت سیاسی دانشجویان و شکل‌گیری ذهنیت با نگاه آگاهی بخشی سیاسی در فضای شبکه‌ی اجتماعی مانند اینستاگرام از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. همانگونه که در جدول ملاحظه میشود، مقدار همبستگی محاسبه شده میان دو متغیر وضعیت سیاسی دانشجویان و شکل‌گیری ذهنیت با نگاه آگاهی بخشی سیاسی در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی برابر با (۰/۴۴) است که این مقدار از نظر آماری در سطح ۰/۰۱

بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های

خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج / پورقربان - میر

معنادار است. بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان میتوان گفت که میان وضعیت سیاسی دانشجویان و شکل‌گیری ذهنیت با نگاه آگاهی بخشی سیاسی در فضای شبکه‌های اجتماعی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

سوال چهارم: "آیا بین ارتباطات سیاسی فضای مجازی شبکه‌ی اجتماعی مانند اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج رابطه وجود دارد".

جدول ۷: همبستگی محاسبه‌شده ارتباطات سیاسی فضای مجازی شبکه‌ی اجتماعی در اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان

متغیرها	همبستگی (r)	سطح معناداری (P)	تعداد (N)
ارتباطات سیاسی فضای مجازی شبکه‌ی اجتماعی در اینستاگرام	-۰/۵۳	۰/۰۰۰	۳۰۰

برای بررسی رابطه میان ارتباطات سیاسی فضای مجازی شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. همانگونه که در جدول ۷ ملاحظه میشود، مقدار همبستگی محاسبه شده میان دو متغیر وضعیت سیاسی دانشجویان و ارتباطات سیاسی فضای مجازی شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام برابر با (-۰/۵۳) است که این مقدار از نظر آماری در سطح ۰/۰۱ معنادار است. بنابراین، با ۹۹ درصد اطمینان میتوان گفت که میان وضعیت سیاسی دانشجویان و ارتباطات سیاسی فضای مجازی شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام رابطه منفی و معنادار وجود دارد.

سوال پنجم: "آیا بین انتشار آزاد اطلاعات در فضای شبکه‌ی اجتماعی مانند اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج رابطه وجود دارد".

جدول ۸: همبستگی محاسبه‌شده انتشار آزاد اطلاعات در فضای شبکه‌ی اجتماعی و وضعیت سیاسی دانشجویان

متغیرها	همبستگی (r)	سطح	تعداد (N)
		معناداری (P)	
انتشار آزاد اطلاعات در فضای شبکه‌ی اجتماعی	۰/۱۰۸	۰/۱۷۱	۳۰۰

برای بررسی رابطه میان انتشار آزاد اطلاعات در فضای شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. همانگونه که در جدول ملاحظه میشود، مقدار همبستگی محاسبه شده میان دو متغیر وضعیت سیاسی دانشجویان و انتشار آزاد اطلاعات در فضای شبکه‌های اجتماعی برابر با (۰/۱۰۸) است که این مقدار از نظر آماری در سطح ۰/۱۷۱ معنادار می‌شود. نمیتوان گفت که میان دو متغیر وضعیت سیاسی دانشجویان و انتشار آزاد اطلاعات در فضای شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام رابطه معنادار در این پژوهش وجود ندارد.

سوال ششم: " آیا بین رفتار دولت مردان در حوزه فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج رابطه وجود دارد."

جدول ۹: همبستگی محاسبه شده رفتار دولت مردان در حوزه فضای مجازی و وضعیت سیاسی دانشجویان

متغیرها	همبستگی (r)	سطح	تعداد (N)
		معناداری (P)	
رفتار دولت مردان در حوزه فضای مجازی	-۰/۳۲	۰/۰۰۰	۳۰۰

برای بررسی رابطه میان رفتار دولت مردان در حوزه فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان شهر کرج از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. همانگونه که در جدول ملاحظه میشود، مقدار همبستگی محاسبه شده میان دو متغیر وضعیت سیاسی دانشجویان و رفتار دولت مردان در حوزه فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام برابر با (۰/۳۲) است که این مقدار از نظر آماری در سطح ۰/۰۱ معنادار است. بنابراین

بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های

خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج / پورقربان - میر

با ۹۹ درصد اطمینان میتوان گفت که میان وضعیت سیاسی دانشجویان و رفتار دولت مردان در حوزه فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام رابطه منفی و معنادار وجود دارد.

نتیجه گیری

نتایج محاسبه و تجزیه و تحلیل اطلاعات گردآوری شده در بخش یافته‌ها و دستاوردهای توصیفی حکایت از آن دارد که $N=300$ نفر نمونه شرکت کننده در این پژوهش بود با وجود غالب بودن زنان در ورود به دانشگاه‌ها و آموزش عالی، تعداد کمتری از آنها (۱۲۱ نفر - ۴۰/۳۳٪)، نسبت به مردان (۱۷۳ نفر - ۵۷/۶۷٪)، در این پژوهش در مورد رابطه استفاده از فضای مجازی شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام و وضعیت سیاسی اعلام نظر نمودند تفکیک نمونه بر حسب متغیر مقطع تحصیلی بیانگر آن است که مقطع کارشناسی با ۱۳۱ نفر بیشترین مشارکت کننده در پاسخ گویی به پرسشنامه تحقیق را دارد و به ترتیب کارشناسی ارشد ۱۱۳ نفر، کاردانی ۴۴ نفر و دکتری ۱۲ نفر در پژوهش شرکت کردند. تفکیک نمونه بر حسب متغیر انگیزش عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی اینستاگرام، نشان می‌دهد که بیشترین انگیزه دانشجویان شرکت کننده در پژوهش حاضر از عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی با فراوانی ۲۰۲ نفر مربوط به سرگرمی می‌باشد، ارتباط بیشتر با دوستان با فراوانی ۱۶۵ نفر در رتبه دوم قرار دارد، یادگیری علمی با فراوانی ۹۶ نفر در جایگاه سوم است، عضویت در گروه‌های مورد علاقه با فراوانی ۸۸ نفر در رتبه چهارم، انگیزش ارتباط بیشتر با خویشاوندان با فراوانی ۸۷ نفر، کنجکاوی با فراوانی ۷۵ نفر، اطلاع از اخبار ایران و جهان با فراوانی ۶۴ نفر، پیدا کردن دوستان قدیمی با فراوانی ۵۷ نفر، پیدا کردن دوستان جدید ۴۸ نفر و سایر انگیزش‌ها ۱۳ نفر به ترتیب جایگاه‌های پنجم تا دهم را به خود اختصاص داده اند. در بخش استنباطی با استفاده از روش آماری همبستگی پیرسون به این نتایج منتهی شد. میان دو متغیر وضعیت سیاسی دانشجویان و عرصه‌های تحلیل در بحث‌ها و موضوعات سیاسی شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام همبستگی منفی و معنادار وجود دارد. این معناداری به علت منفی بود حالت معکوس دارد یعنی هر چه عرصه‌های تحلیل در بحث‌ها و موضوعات سیاسی شبکه‌ی اجتماعی بیشتر باشد وضعیت سیاسی دانشجویان وخامت کمتری دارد این مهم بدین علت است که اطلاع رسانی و آگاهی بخشی بیشتر است و هرچه عرصه‌های تحلیل در بحث‌ها و موضوعات سیاسی کمتر باشد وضعیت سیاسی دانشجویان وخامت بیشتر است تنها آگاهی بخشی و اطلاع رسانی مباحث سیاسی کمتر است بلکه فرآیند تجزیه و تحلیل مباحث و در

نهایت تصمیم‌گیری در امور سیاسی برای افراد مشگل خواهد بود. به طور کلی، عرصه تحلیل نقش مهمی در شکل‌گیری ذهنیت سیاسی مخاطب دارد. در این مرحله، فرد می‌تواند دل‌باخته یا دلزده سیاست و گرایش‌های خود را بر اساس ارزش‌ها و معیارهای شخصی تعریف کند. در واقع شاکله شخصیت سیاسی یک انسان در مرحله تحلیل شکل می‌گیرد.

در خصوص عملکرد اطلاع‌رسانی جمعی فضای سیاسی موجود در شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان سه دانشگاه (خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور) کرج در این پژوهش رابطه یافت نشد و مقدار همبستگی محاسبه شده بین دو متغیر در این پژوهش معنادار نگردید. این مهم ممکن است به دلیل مختلفی صورت پذیرد من جمله: گروه‌های متشکل در این شبکه اجتماعی که از طریق وابستگی به یکدیگر مرتبط شده‌اند. محیط مشارکت افراد در جامعه مجازی و شبکه‌های اجتماعی مجازی به نحوی است که برقراری روابط نمادین و هویت‌های اجتماعی، سیاسی را در بر می‌گیرد - گسترش سریع اطلاعات و اخبار در این رسانه‌ها محدودیت‌ها را از بین می‌برد و این عدم کنترل و سانسور در این رسانه‌های موجب شده که هیچ حکومتی توان مهار و منحصر کردن اطلاعات را ندارد. امروزه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی با اطلاع‌رسانی سریع و سازماندهی اعتراضات درباره مسائل حاد جامعه بشری، انتقال نمادهای اعتراضی و تحریک احساسات دامن می‌زنند و از طریق شبکه سازی و سازماندهی، به جذب هواداران بیشتر و انسجام درونی و از سوی دیگر به ایجاد اتحاد و ائتلاف میان بازیگران اجتماعی می‌پردازند. با در نظر گرفتن عرصه اطلاع‌رسانی به عنوان ورودی به ذهن عمومی، اطلاعات سیاسی از جمله اخبار، اطلاعات و دانش سیاسی در ذهن مخاطبان وارد فرآیند تجزیه و تحلیل شده و در نهایت به تصمیم‌گیری‌ها و امور سیاسی که قطعاً تأثیرگذار هستند، منجر می‌شوند. با این وجود میان وضعیت سیاسی دانشجویان و شکل‌گیری ذهنیت با نگاه آگاهی بخشی سیاسی در فضای شبکه‌های اجتماعی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. هر چند شکل‌گیری ذهنیت با نگاه آگاهی بخشی سیاسی در فضای شبکه‌های اجتماعی موضوعی پیچیده و چندوجهی است که می‌تواند تأثیرات عمیق و گسترده‌ای بر رفتار و نگرش‌های سیاسی افراد داشته باشد. با این وجود رابطه مثبت و معنادار بین وضعیت سیاسی دانشجویان و شکل‌گیری ذهنیت با نگاه آگاهی بخشی سیاسی در فضای شبکه‌های اجتماعی نشان‌دهنده اهمیت این فضاها در شکل‌دهی به نگرش‌ها و رفتارهای سیاسی جوانان است. این نتایج می‌تواند به عنوان یک نقطه شروع برای تلاش‌های آگاهی بخشی و مشارکت سیاسی در میان دانشجویان مورد استفاده قرار گیرد. این مهم خود را در چگونگی ارتباطات سیاسی فضای

بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های
خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج / پورقربان - میر

مجازی شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان آن دانشگاه‌ها نشان می‌دهد و بیانگر آن است که بین این دو متغیر ارتباط وجود دارد. اما رابطه‌ی منفی و معکوس! وجود رابطه‌ی منفی و معنادار بین این دو متغیر نشان‌دهنده این است که ممکن است دانشجویان این سه دانشگاه کمتر به استفاده از این پلتفرم‌ها برای برقراری ارتباطات سیاسی تمایل داشته باشند. این نتایج می‌تواند به عنوان یک نقطه شروع برای بررسی بیشتر تأثیرات فضای مجازی بر رفتارهای سیاسی جوانان مورد استفاده قرار گیرد و به سیاست‌گذاران در عرصه فضای مجازی کمک کند تا استراتژی‌های بهتری برای ارتقاء آگاهی و مشارکت در فعالیت‌های سیاسی در بین دانشجویان طراحی کنند.

باید اذعان داشت که در خصوص انتشار آزاد اطلاعات در فضای شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان دانشگاه‌های شهر کرج در این پژوهش رابطه یافت نشد. هر چند ممکن است ارتباطی وجود داشته باشد، اما به دلیل عدم معناداری آماری، نمی‌توان نتیجه‌گیری قطعی کرد. از دلایل مهم به دست آمدن چنین آماری محدودیت در محتوای منتشر شده در اینستاگرام است که ممکن است به اندازه کافی جامع یا معتبر نباشد و این باعث شود که دانشجویان کمتر به آن اعتماد کنند.

اما در خصوص پرسش ارتباط رفتار دولت مردان در حوزه فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام و وضعیت سیاسی دانشجویان دانشگاه‌های این شهر رابطه منفی و معنادار یافت شد. وجود رابطه منفی و معنادار در این عرصه نشان‌دهنده این است که ممکن است دانشجویان فعال سیاسی در فضای مجازی، انتقادات بیشتری به رفتارهای دولت‌مردان و به طبع انتظارات بیشتری نیز داشته باشند.

در این پژوهش گزارشی مبسوط از بررسی آماری متغیرهای ارائه گردید و چارچوب مفهومی مد نظر حاکی از آن است که در ابتدا اینستاگرام در عرصه اطلاع‌رسانی سیاسی تبدیل به قطبی مؤثر و قدرتمند گردیده و در رقابت با یک‌ه‌تاز عرصه اطلاع‌رسانی در ایران یعنی صداوسیما به دلیل ویژگی‌های ذاتی از قبیل سرعت، عدم محدودیت زمانی و مکانی، عدم ممیزی‌های سخت و... گوی پیروزی را ربوده است. اما در واقع در عرصه تحلیل ضمن اینکه بازار شیوع شایعات سیاسی در اینستاگرام داغ است از نظر مخاطب این ویژگی، گمراهی و انحراف سیاسی را به وجود می‌آورد و هرچند اینستاگرام زمینه‌های آگاهی‌بخشی سیاسی را فراهم کرده است. اما در بررسی عنصر اعتماد در عرصه تحلیل باید گفت اینستاگرام ضمن کسب نمره بالا در

جلب مخاطب و اعتماد آنها، اما هنوز موفق به اعتمادسازی در رقابت با صداوسیما در چالش یک خبر واحد نشده است. نکته مهم در این بخش اثر اینستاگرام بر ذهنیت سیاسی مخاطبان است که به زعم همه اعضای نمونه این پژوهش این اثر قطعی نیست. لذا آنچه در حال حاضر بر اذهان مخاطبان مؤثر است، گفتمان سیاسی حاکم بر فضای مجازی (اینستاگرام) است در عرصه ارتباطات سیاسی اینستاگرام با اوج گرفتن فعالیت خود در ایران باعث به وجود آمدن شاهرهای ارتباطی میان مردان سیاست و عموم جامعه شد. شاهرهای که غالباً از خارج از نظارت‌های مرسوم دولتی و پلیسی است و فضا برای مانورهای دل‌خواه در آن باز می‌باشد. این فضا ضمن ایجاد تحول در ارتباط بین سیاستمداران و مردم، مخاطب را نیز متحول کرده است هر چند منطق تجاری‌سازی رسانه‌ای و قرار دادن شخص سیاستمدار در ویتترین عمومی را دنبال می‌کند. لازم به ذکر است سهولت دسترسی و جذابیت آنچه سابقاً ممنوع و غیرقابل دسترسی برای مردم بوده سبب شده تا در کوتاه زمانی گرایش مردم به آن بیشتر و بیشتر گردد. این مهم سبب گردید جریان‌های مخالف نظام ضمن تشدید کمیت و کیفیت فعالیت‌های خود در اینستاگرام، فضای نسبتاً منفی را مقابل جمهوری اسلامی به وجود آورده‌اند.

بررسی مطالعات داخلی و خارجی نشان می‌دهد سبک زندگی نوین که جوانان در حال زندگی کردن در آن هستند، توأم با حضور اینترنت و در نتیجه گسترش فضای مجازی با سرعت بی‌بدیلی در حال تبادل اطلاعات و اخبار است زندگی در این بستر فرد را در معرض اطلاعات و اخبار زیادی قرار می‌دهد که دانش در ابعاد مختلفی در دسترس و قابل مقایسه و تحلیل از جمله آگاهی سیاسی است. لازم به ذکر است دانشجویان به عنوان مهمترین مصرف‌کنندگان اطلاعات و اخبار از فضای مجازی محسوب می‌شوند. آنچه تحقیقات نشان می‌دهد دستیابی به آگاهی سیاسی میل به مشارکت سیاسی را افزایش می‌دهد. اخبار قابل تبادل و قابل مقایسه با ایجاد جذابیت‌هایی مسائل سیاسی را به عنوان یک دغدغه در میان کاربران خود افزایش می‌دهد. مؤلفه‌های زیادی در انتخاب، سلیقه و ذائقه کاربران جوان به عنوان یک فضای تبادل اطلاعاتی می‌تواند مهم باشد. با وجود این که کشور ما ایران شکل خاصی از فرهنگ سیاسی را دارا است که فاقد شاخص‌ها و ویژگی‌های تبیین شده در تئوری‌های «فرهنگ سیاسی محدود»، «تبعی» و «مشارکتی» است. شاخص‌های عمومی فرهنگ سیاسی در آن مبتنی بر ترکیبی از این سه شکل بندی است. سنت‌های تاریخی، هویت‌های فراملی، فضای جغرافیایی، ویژگی‌های «روانشناسانه خود جمعی شده ایرانی»، ارتباطات جهانی، انقلاب اسلامی و فرایند نوسازی، بر فرهنگ سیاسی ایران تأثیر پایداری به جا گذاشته است. بنابراین داشتن آگاهی سیاسی زمینه

بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های
خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج / پورقربان - میر

مشارکت سیاسی را فراهم می‌آورد. کلیدی‌ترین عنصر در توسعه یک جامعه، مردم آن جامعه یعنی مردان و زنان آن هستند که باید از فرهنگ، آگاهی و مهارت‌های گوناگون برخوردار باشند (پوریوسفی و همکاران ۱۴۰۲).

تأثیرات رسانه‌ها عمدتاً بر اساس افزایش بحث‌ها و گفتگوهای سیاسی میان افراد صورت می‌گیرد و رابطه‌ی بین رسانه‌ها و تمایل به مشارکت سیاسی عمدتاً بین افرادی که به بحث در مورد مسائل سیاسی می‌پردازند، قویتر است. در رابطه با علت چرایی تأثیرگذاری بحث‌ها و گفتگوهای سیاسی نظرات مختلفی توسط محققان ارائه شده است. در این راستا، می‌توان گفت که اولاً گفتگوهای بین افراد می‌تواند اطلاعات به دست آمده توسط رسانه‌ها را تنظیم و تکمیل نماید. در این زمینه استدلال می‌شود که اطلاعات موجود در رسانه‌ها و مخصوصاً رسانه‌های جدید اینترنتی به دلیل ارائه یا اخبار پیچیده و گاهی متناقض مانع از اخذ تصمیم مؤثر توسط افراد به منظور شرکت در فعالیت‌های سیاسی می‌شود؛ به همین دلیل، محققان استدلال می‌کنند که تعاملات چهره به چهره و گفتگوهای سیاسی بین افرادی، باعث می‌شود تا آنان به پیچیدگی‌ها و تناقضات موجود در چنین شبکه‌هایی غلبه یافته، معانی واقعی اخبار را بهتر درک کنند. ثانیاً بحث‌های سیاسی بین‌افردی باعث می‌شود تا فرایند پردازش اخبار و اطلاعات منجر به رفتارهای مشارکتی تسهیل شود؛ به عبارت دیگر، بحث‌های سیاسی با دوستان و آشنایان انگیزه افراد به منظور تلاش برای درک وقایع و پدیده‌های سیاسی را افزایش می‌دهد؛ ازسوی دیگر همین امر باعث می‌شود تا چنین افرادی احتمالاً از اطلاعات و منابع خبری بیشتری برخوردار باشند؛ منابع یکی از عوامل تأثیرگذار به منظور شرکت شهروندان در فرایندهای سیاسی محسوب می‌شود (رهبرقازی و همکاران ۱۳۹۶). فضای مجازی امروزه یک جهان زیست قطعی و همگانی شده است و دامنه حدود و ثغور بهره برداری از فضای مجازی کاملاً وابسته به سبک زندگی و تعلقات فردی افراد شده است. مدیریت این فضای عظیم و پیچیده ابتدا نیازمند وضعیت سنجی و شناسایی درست این فضا و سپس وضع سیاست‌های دقیق، برنامه ریزی و نظارت همه جانبه است (خطیب زاده و بنی هاشمی ۱۴۰۲).

گزارش‌های فوق‌الذکر به کسب نگاهی جامع نسبت به وضعیت سیاسی دانشجویان فعال فضای مجازی در دانشگاه‌های هدف کمک شایانی می‌کند. این گزارشات مقدمه‌ای برای تحلیل وضع موجود فراهم می‌آورد. در کل فضای مجازی، به‌ویژه شبکه‌ی اجتماعی مانند اینستاگرام، می‌تواند تأثیرات متنوع و عمیقی بر وضعیت سیاسی دانشجویان داشته باشد. در برخی موارد، این

تأثیرات مثبت و در برخی دیگر منفی است. این نتایج می‌تواند به سیاست‌گذاران در عرصه فضای مجازی و دانشگاه‌ها کمک کند تا استراتژی‌های بهتری برای ارتقاء آگاهی سیاسی و مشارکت اجتماعی در بین دانشجویان طراحی کنند. همچنین، نیاز به بررسی‌های بیشتر در زمینه تأثیرات مختلف فضای مجازی بر رفتارهای سیاسی و اجتماعی دانشجویان احساس می‌شود.

بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های
خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج / پورقربان - میر

منابع

اکبری، عباسعلی و صادقی، سالار. (۱۳۹۸). بررسی حقوقی و جرمشناختی فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی (با تاکید بر فیلترینگ تلگرام). دومین کنفرانس ملی پدافند سایبری دانشگاه آزاد اسلامی واحد مراغه.

براتی، محمدجواد و عطریان، نرگس. (۱۴۰۲). بررسی رابطه میان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی اینستاگرام با تغییرهای فرهنگی، میان دانشجویان دانشگاه صنعتی اصفهان. فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال ۳۳، شماره ۴ (۱۲۹)، ۲۴۸ - ۲۲۷.

پوریوسفی گابیه، عبدالعظیم؛ کاظمی پور، شهلا و ساعی ارسی، ایرج. (۱۴۰۲). بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام بر میزان آگاهی سیاسی دانشجویان تغییرات اجتماعی - فرهنگی. دوره ۱۹، شماره ۴ (۷۵)، ص ۱۸۶-۱۵۷.

حسینی، حسین. (۱۳۹۸). رسانه اجتماعی اینستاگرام (زندگی روزمره و فرهنگ دیداری). انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ یکم.

خالصی، پروین؛ بابائی، محمد باقر و مظاهری، محمد مهدی. (۱۳۹۸). چالش‌ها، فرصت‌ها و اثرات سیاسی فضای مجازی در نظام جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، ۹ (۴)، ۱۶۵-۱۸۸.

خطیب زاده، سمیرا و بنی هاشمی، سیدمحسن. (۱۴۰۲). بررسی وضعیت خانواده ایرانی در فضای مجازی: مطالعه صفحه‌های اینستاگرامی با رویکرد روابط والدین با فرزندان. فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال سیزدهم، شماره اول، بهار، ۱۴۰۲ صص. ۱۴۰-۱۵۱.

روحانی، ابوالفضل و روحانی، مهدی. (۱۴۰۲). نقش فضای مجازی در حکمرانی ملی ج.ا.ایران. فصلنامه علمی مطالعات بین رشته‌ای دانش راهبردی سال سیزدهم، شماره ۵۳، ۸۴-۶۱.

رهبرقاضی، محمودرضا؛ آشنایی، سهیلا و شهریاری، اعظم. (۱۳۹۶). بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های مجازی و گسترش فرهنگ سیاسی دموکراتیک: مطالعه موردی شهروندان شهر اصفهان. سیاستگذاری عمومی، ۳ (۲)، ۲۱۷-۲۳۳.

رهبرقاضی، محمودرضا، معتمدی، سمیه و شهریاری، اعظم. (۱۳۹۶). تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی؛ با توجه به متغیرهای میانجی بحث سیاسی، اثربخشی

سیاسی و فرهنگ سیاسی. فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی - فرهنگی، دوره‌ی ششم، شماره‌ی ۲، ۱۴۹-۱۲۷.

رهبری، محمد؛ دلاوری، ابوالفضل و صفری، هادی. (۱۴۰۲). فضای مجازی و قطب بندی سیاسی در ایران مطالعه موردی: واکنشهای کاربران توئیتر فارسی به رویدادهای سیاسی و اجتماعی (سال‌های ۱۴۰۱-۱۴۰۰). مطالعات فرهنگی و ارتباطات، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، پیاپی ۷۰، دوره ۱۹، شماره ۱، ۲۷۱-۲۴۱.

عالم، عبدالرحمن. (۱۳۸۴). بنیادهای علم سیاست. تهران، نشر نی.

عباسی شوازی، محمدتقی؛ پناهی نسب، صادق و اسمعیل خانی، درنا. (۱۴۰۰). انتخاب عقلانی، کنش سیاسی و رسانه‌ها: مطالعه‌ی رابطه‌ی هزینه‌های سیاسی با مشارکت سیاسی آنلاین و آفلاین دانشجویان. جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۲(۳)، ۱۵۵-۱۷۶.

علیزاده، سپیده السادات؛ حقیقی، فهیمه و ساعی ارسی، ایرج. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد تحصیلی و کاریابی دانشجویان علمی- کاربردی استان تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته برنامه یزی آموزشی. دانشگاه آزاد اسلامی- واحد البرز.

فهیمی فر، سپیده و حیدر، ابراهیم. (۱۳۹۳). بررسی ابعاد اقتصادی نشر کتاب الکترونیکی از دیدگاه ناشران ایرانی. فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات. گریفین، کارنر و مارتینز، مایکل. (۱۳۹۸). تأثیر فناوری‌های پیشرفته بر آینده دولت‌ها و کشورها. مترجمان: فرزانه مجیدفر، فرشید مجیدفر و عباسعلی کارشناس، تهران: موسسه خدمات فرهنگی رسا.

کریمی، بهزاد؛ دلاور، علی و فرهنگی، علی اکبر. (۱۴۰۰). اینستاگرام: تجربه‌ی جدید دیدن و دیده شدن و پیامدهای آن. فصلنامه رسانه. ۱(۳۲)، ۵۰-۲۹.

محمدی، جمال و رضی پور، پرنیا. (۱۴۰۱). شبکه‌های اجتماعی و گونه‌های کارکرد جمعی: مطالعه‌ی موردی شبکه اینستاگرام. فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، دوره ۸، ۲۹، ۱۰۸-۷۵.

مسعودنیا؛ محمدی فر؛ نجات، حسین و محمدی، منصور. (۱۳۹۲). نقش رسانه‌های الکترونیکی در میزان آگاهی سیاسی دانشجویان. پژوهش‌های سیاسی، شماره ۴(۱۵)، ۲۳-۹.

بررسی وضعیت سیاسی فضای مجازی (اینستاگرام) مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های

خوارزمی، آزاد اسلامی و پیام نور کرج / پورقربان - میر

میرعالی، سعیده سادات؛ بلیاد، محمدرضا و میرعالی، سیده نصیبه. (۱۴۰۰). شناسایی نقش میانجی تک والد بودن در رابطه با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و اشتیاق تحصیلی در دانش آموزان دختر متوسطه. پیشرفت‌های نوین در روانشناسی، علوم تربیتی و آموزش و پرورش، سال چهارم، شماره ۴۲، ۱۵۲ - ۱۳۹.

هرسیج، حسین. (۱۳۹۸). رابطه مشارکت سیاسی و احساس امنیت اجتماعی، فصلنامه پژوهش‌های استراتژی امنیت و نظم اجتماعی، ۱ (۲)، ۲۱ - ۵.

یاوری، ناصر؛ لایی، سوسن و مهدوی، علیرضا. (۱۳۹۵). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر منکرات اخلاقی دانش آموزان اجلاس بین‌المللی نوآوری و تحقیق در علوم انسانی و مطالعات فرهنگی اجتماعی. قم: مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی، انجمن علمی ارتباطات و تبلیغ حوزه.

Kim, J. and Kim, Y. (2021). What publics do online matters: Internet use and political information behaviors. Online Information Review, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/OIR-072020-0312>.